

Einzelhandelskonzept





Einzelhandelskonzept für die Stadt Hameln

Herausgeber: Stadt Hameln
 Die Oberbürgermeisterin
 Rathausplatz 1
 31785 Hameln

Bearbeitung: Jens Bossen

Nachfragen: Fachbereich Planen und Bauen
 Abt. Stadtentwicklung und Planung
 Frau Klank Tel. (05151) 202 1487

Hameln, Januar 2014

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	6
Für den eiligen Leser	8
1 Einleitung	11
1.1 Ausganglage.....	11
1.2 Zielsetzung	11
1.3 Vorgehensweise	13
2 Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel	15
2.1 Änderung des Kundenverhaltens	15
2.2 Betriebsformen-, Flächen- und Standortentwicklung	16
2.3 Planungsrechtliche Steuerungsmöglichkeiten	19
3 Bestandsanalyse des Hamelner Einzelhandels	20
3.1 Raumordnerische und sozioökonomische Struktur	20
3.2 Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet	24
3.3 Leistungsdaten des Hamelner Einzelhandels.....	28
3.4 Betriebs- und Branchenstruktur.....	32
3.5 Nahversorgungssituation	36
4 Funktionen und Herleitung einer Sortimentsliste	41
4.1 Erarbeitung einer Sortimentsliste	41
4.2 Hamelner Sortimentsliste.....	41
5 Definition zentraler Versorgungsbereiche.....	45
5.1 Begriffsbestimmung „zentraler Versorgungsbereich“	45
5.2 Verschiedene Typen zentraler Versorgungsbereiche.....	45
5.3 Planerische Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	47
5.4 Praktische Bedeutung und Schutz zentraler Versorgungsbereiche.....	47
6 Zentrenkonzept.....	50
6.1 Gesamtstädtische Betrachtung.....	50
6.2 Charakteristik des Hauptgeschäftsbereichs Altstadt	52
6.3 Charakteristik der Grund- und Nahversorgungszentren.....	58
6.4 Charakteristik der Sonderstandorte	64
6.5 Einzelhandelsagglomerationen ohne Zentrencharakter	68
6.6 Wohnortnahe Grundversorgung.....	71
7 Branchen- und Standortkonzept.....	80
7.1 Hauptgeschäftsbereich Altstadt.....	80
7.2 Sub- und Nahversorgungszentren.....	83
7.3 Sonderstandorte	85
7.4 Einzelhandelsagglomeration ohne Zentrencharakter.....	87
7.5 Nahversorgung.....	89
8 Fazit und Ausblick.....	92
Glossar	94
Quellenverzeichnis	99

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Die Stadtgalerie am Tag der Eröffnung	12
Abbildung 2: Anforderungen an kommunale Einzelhandelskonzepte	13
Abbildung 3: Einkaufszentren in Deutschland nach Lage und Entstehungsjahr	16
Abbildung 4: Entwicklung der Angebotsformen.....	17
Abbildung 5: Betriebszahlen unterschiedlicher Größe im Lebensmitteleinzelhandel	18
Abbildung 6: Logistikzentrum Langenhagen, Factory-Outlet-Center Stuhr, Urban- Entertainment-Center Hamburg	18
Abbildung 7: Ausschnitt aus dem Niedersächsischen Landesraumordnungsprogramm.....	20
Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung	21
Abbildung 9: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort.....	22
Abbildung 10: Arbeitslose und Arbeitslosenquote	22
Abbildung 11: Ein- und Auspendler sowie Pendlersaldo.....	23
Abbildung 12: Anzahl der Ankünfte in Beherbergungsbetrieben	23
Abbildung 13: Anzahl der Übernachtungen	23
Abbildung 14: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Hamelner Gäste	23
Abbildung 15: Abgrenzung des Hamelner Marktgebiets.....	25
Abbildung 16: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich.....	26
Abbildung 17: Einwohner und Kaufkraft im Marktgebiet	27
Abbildung 18: Nachfragepotenzial nach Sortimenten in Hameln und im Marktgebiet	28
Abbildung 19: Betriebe und Verkaufsflächen nach Lage	29
Abbildung 20: Zentralitätswerte im regionalen Vergleich	31
Abbildung 21: Zentralitätswerte Hamelns nach Sortimenten.....	31
Abbildung 22: Verkaufsflächen pro Einwohner.....	32
Abbildung 23: Relevante Kennzahlen des Einzelhandels in Hameln.....	33
Abbildung 24: Verkaufsflächenanteile nach Standortkategorien und Sortiment	35
Abbildung 25: Lebensmitteleinzelhandel in Hameln	37
Abbildung 26: Übersicht zum Nahversorgungsangebot in den Hamelner Ortschaften	38
Abbildung 27: Fahrender Handel in den Hamelner Ortschaften	38
Abbildung 28: Hamelner Sortimentsliste vom 21. März 2012.....	42
Abbildung 29: Fortgeschriebene Hamelner Sortimentsliste.....	44
Abbildung 30: Übersicht verschiedener zentraler Versorgungsbereiche.....	46
Abbildung 31: Rechtsnormen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche.....	49
Abbildung 32: Übersicht aller zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte.....	51
Abbildung 33: Abgrenzung des Hauptgeschäftsbereichs Altstadt	52
Abbildung 34: Impression der kleinteiligen Bebauungsstruktur entlang der Osterstraße.....	53
Abbildung 35: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächengrößen	54
Abbildung 36: Stellenwert der Altstadt in Relation zur Gesamtstadt.....	54

Abbildung 37: Ergänzende Zentrenfunktionen in der Altstadt.....	55
Abbildung 38: Lagekategorien im Hauptgeschäftsbereich Altstadt	57
Abbildung 39: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Deisterstraße / Bahnhofstraße.....	58
Abbildung 40: Impression aus der Deisterstraße (B 217).....	59
Abbildung 41: Stellenwert des Nahversorgungszentrums in Relation zur Gesamtstadt.....	60
Abbildung 42: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Hefehof.	61
Abbildung 43: Impression des Hefehofs	62
Abbildung 44: Stellenwert des Nahversorgungszentrums in Relation zur Gesamtstadt.....	62
Abbildung 45: Abgrenzung des Zielbereichs Lemkestraße.....	63
Abbildung 46: Stellenwert des Zielbereichs in Relation zur Gesamtstadt	64
Abbildung 47: Abgrenzung des Sonderstandorts Multimarkt.....	65
Abbildung 48: Stellenwert des Multimarkts in Relation zur Gesamtstadt.....	66
Abbildung 49: Abgrenzung des Sonderstandorts Böcklerstraße.....	67
Abbildung 50: Impression aus der Böcklerstraße	67
Abbildung 51: Stellenwert der Böcklerstraße in Relation zur Gesamtstadt	68
Abbildung 52: Impression des TÜV-Dreiecks	71
Abbildung 53: Nahversorgung nach Kategorien in der Kernstadt	73
Abbildung 54: Nahversorgung nach Kategorien in Tündern	74
Abbildung 55: Nahversorgung nach Kategorien in Afferde	74
Abbildung 56: Nahversorgung nach Kategorien in Klein Berkel.....	75
Abbildung 57: Nahversorgung nach Kategorien in Hastenbeck	76
Abbildung 58: Nahversorgung nach Kategorien in den Sünteldörfern.....	77
Abbildung 59: Nahversorgung nach Kategorien in Hilligsfeld.....	78
Abbildung 60: Nahversorgung nach Kategorien in Rohrsen.....	78
Abbildung 61: Nahversorgung nach Kategorien in Haverbeck.....	79
Abbildung 62: Nahversorgung nach Kategorien in Halvestorf.....	79
Abbildung 63: Zusammenfassung des Branchen- und Strukturkonzepts.....	81

Für den eiligen Leser

Die Stadt Hameln hat sich in den letzten Jahren bereits mehrfach mit dem aus städtebaulicher und raumordnerischer Sicht sehr wichtigen Thema der Einzelhandelsentwicklung beschäftigt. Die erarbeiteten Konzepte werden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzepts zum einen zusammengefasst und zum anderen unter Berücksichtigung der aktuellen Entwicklungen fortgeschrieben. Um die aktuellen Entwicklungen nachvollziehen zu können, wurde im Jahr 2012 eine vollständige Erhebung des Hamelner Einzelhandels durchgeführt.

Im Rahmen dieser Erhebung wurde festgestellt, dass in der Stadt Hameln eine Gesamtverkaufsfläche von 188.289 m², die sich auf 660 Ladenlokale verteilt, vorhanden ist. Die Leerstandsquote, bezogen auf die Verkaufsfläche, liegt bei 8,2 %. Nahezu die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe mit etwa einem Viertel der Gesamtverkaufsfläche befindet sich in der Hamelner Altstadt. Die Leerstandsquote in der Altstadt weist mit 5,6 % einen, für ein Mittelzentrum der Größenordnung Hamelns, vergleichsweise geringen Wert auf. Der Umfang an Verkaufsflächen führt zu einer sehr hohen Flächendichte von über 3 m² Verkaufsfläche pro Einwohner und die erzielten Umsätze von etwa 485 Mio. Euro bedingen einen außerordentlich hohen Zentralitätswert (Verhältnis zwischen Umsätzen und Nachfragepotenzial). Beide Werte belegen zum einen den hohen Stellenwert, den Hameln als Einzelhandelsstandort besitzt, und zum anderen die wichtige Versorgungsfunktion, die die Stadt als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion im Bereich Einkaufen für ihr Umland wahrnimmt.

Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen auf die folgenden Sortimente: Lebensmittel / Getränke (19,6 %), Bekleidung (14,3 %), Möbel (8,7 %) sowie Baustoffe / Baumarktartikel (8,0 %). Dabei ist die räumliche Verteilung der Sortimente äußerst verschieden. Während sich Lebensmittel und Getränke insbesondere in den Grund- und Nahversorgungszentren Deisterstraße / Bahnhofstraße, Hefehof und Lemkestraße sowie in Streulage finden, ist das Sortiment Bekleidung zu über 80 % im Hauptgeschäftsbereich Altstadt und die nicht zentrenrelevanten Sortimente Möbel sowie Baustoffe / Baumarktartikel zu jeweils gut 85 % an Sonderstandorten oder in sonstigen nicht integrierten Lagen verortet. Dies entspricht im Wesentlichen der Systematik der zentralen Versorgungsbereiche, die im Jahr 2008 festgelegt wurden, sowie dem Märkte- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2005.

Diese im Jahr 2008 erarbeitete Systematik der zentralen Versorgungsbereiche wird durch das vorliegende Einzelhandelskonzept im Wesentlichen bestätigt. Lediglich im Bereich des Grund- und Nahversorgungszentrums Deisterstraße / Bahnhofstraße wurde eine Anpassung der Abgrenzung vorgenommen, da diese nicht mehr dem tatsächlichem Einzelhandelsbesatz sowie den planerischen Zielen für diesen Bereich entsprach.

Den Schwerpunkt des Einzelhandels stellt die Hamelner Altstadt dar, wo gemeinsam mit Angeboten aus den Bereichen Gastronomie und endverbraucherbezogenen Dienstleistungen eine attraktive Nutzungsmischung vorhanden ist. Hinsichtlich des Einzelhandels übernimmt die Altstadt eine bedeutende Versorgungsfunktion für die Hamelner Bürgerinnen und Bürger sowie für die Bewohner des Umlands. Die Grund- und Nahversorgungszentren erfüllen, entsprechend ihrer Bezeichnung, eine gänzlich andere Funktion, nämlich die (fußläufig erreichbare) Versorgung der umliegenden Stadtquartiere mit Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Insgesamt weist Hameln eine attraktive, ausgewogene und differenzierte Einzelhandelsstruktur auf, die es in der bestehenden Form zu erhalten gilt. Deshalb sollte der Schwerpunkt künftiger Entwicklungen auf die Altstadt konzentriert werden, um die Attraktivität auch mittel- bis

langfristig zu sichern und die zugewiesene Versorgungsfunktion weiterhin wahrnehmen zu können. Die Grund- und Nahversorgungszentren hingegen weisen zum Teil größere Schwächen auf, die sich im Bereich Deisterstraße / Bahnhofstraße in einer vergleichsweise hohen Leerstandsquote, am Standort Hefehof an einem eher unattraktiven Einzelhandelsbesatz und im Ziel-zentralen Versorgungsbereich Lemkestraße an einem zu geringen Verkaufsflächenumfang festmachen lassen. Deshalb werden für alle drei Standorte, die im Sinne einer (räumlich) nachhaltigen Einzelhandelsstruktur ebenfalls langfristig gesichert werden sollen, individuelle Entwicklungsperspektiven aufgezeigt.

Hinsichtlich des wichtigen Themas der Nahversorgung zeigt sich ebenfalls ein differenziertes Bild. Denn einerseits sind Qualität und Quantität des Angebotes insgesamt als sehr gut zu bezeichnen, während andererseits die räumliche Verteilung der Betriebe Lücken in der Nahversorgung aufweist. So sind in der Kernstadt nur sehr vereinzelte Versorgungslücken zu konstatieren (bspw. Klüt-Südhang, Apenberg), während in einigen der Hamelner Ortschaften die Nahversorgung bereits gänzlich weggebrochen (bspw. Halvestorf, Hastenbeck) oder zumindest nicht ausreichend vorhanden ist (bspw. Sünteldorfer / Rohrsen). Zur Sicherung und Weiterentwicklung werden ebenfalls Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt, die sowohl für die Kernstadt als auch für die Ortschaften mittel- bis langfristig zu einer nachhaltigeren Nahversorgungssituation beitragen sollen.

In dem abschließenden Branchen- und Standortkonzept werden für alle relevanten Standorte Entwicklungsszenarien aufgezeigt.

1 | Einleitung

Die Einzelhandelsentwicklung ist ein zentrales Thema der Stadt- und Raumplanung. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches (BauGB) im Jahr 2007 wurde der Thematik ein stärkeres Gewicht verliehen, indem insbesondere Schutzmechanismen geschaffen wurden, die eine raumverträgliche(re) Entwicklung des Einzelhandels ermöglichen. Das vorliegende Einzelhandelskonzept dient der Zusammenfassung und Aktualisierung bereits vorliegender Konzepte der Stadt Hameln zur Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet, wodurch vor allem konkrete Potenziale und Ziele der Einzelhandelsentwicklung aufgezeigt werden sollen. Fachbegriffe, die dem Themenfeld der raumplanerischen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung entspringen, werden in einem Glossar ab Seite 94 vorgestellt und erläutert.

1.1 Ausgangslage

Das Thema Einzelhandel hat sowohl in der raumbezogenen Forschung als auch in der Planungspraxis seit den 1990er Jahren einen zunehmend hohen Stellenwert erhalten. Dies ist neben den Veränderungen im Kundenverhalten vor allem auf verschiedene angebotsseitige Veränderungen zurückzuführen. Von diesem Wandel der Angebots- und Nachfragesituation sind nahezu alle Bereiche des Einzelhandels berührt bzw. betroffen.

Während die Nahversorgungsfunktion von immer weniger Betrieben übernommen wird, wodurch Versorgungslücken insbesondere im ländlichen Raum entstehen, sind die gewachsenen, in die Siedlungsflächen integrierten Zentren einem zusätzlichen Druck durch immer größere Betriebe auf der „grünen Wiese“ ausgesetzt. Hieraus entstehen für die unterschiedlichen Planungsebenen neue Anforderungen an ihre Handlungsweise und den Umgang mit dem Thema Einzelhandel, was in erster Linie auf kommunaler Ebene immer wieder Diskussionen und handfeste Auseinandersetzungen um einzelne Ansiedlungsvorhaben hervorruft.

Die Gesetzgebung des Bundes hat mit der Novellierung des BauGB im Jahr 2007 auf die Problematiken hinsichtlich der Sicherung zentraler Versorgungsbereiche reagiert, indem besondere Schutzmechanismen geschaffen wurden. Mit der Novellierung 2012 wurden diese Mechanismen durch den Vorrang der Innenentwicklung sowie der Darstellung von zentralen Versorgungsbereichen auf der Ebene Flächennutzungsplan weiter gestärkt.

Die Stadt Hameln hat sich in der Vergangenheit bereits mehrfach mit der stadtverträglichen Einzelhandelsentwicklung auseinandergesetzt und mit dem „Märkte- und Zentrenkonzept“ (1997, fortgeschrieben 2005), der „Hamelner Sortimentsliste“ (2007, fortgeschrieben 2012) sowie der „Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Hameln“ (2008) Instrumente zur Steuerung von Ansiedlungsvorhaben erarbeitet. Diese Konzepte werden im Zuge des vorliegenden Konzeptes auf eine aktualisierte Datenbasis sowie eine überarbeitete analytische Grundlage gestellt und miteinander verknüpft.

1.2 Zielsetzung

Die Stadt Hameln besitzt als Mittelzentrum eine oberzentrale Teilfunktion für die Bereiche Arbeiten und Einkaufen und nimmt somit eine wichtige Versorgungsfunktion für das nördliche und mittlere Weserbergland ein. Die oberzentrale Versorgungsfunktion konzentriert sich auf

die Hamelner Altstadt, die neben dem historischen Gebäudebestand ein umfangreiches Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot bietet. Durch die Eröffnung des von der ECE errichteten innerstädtischen Einkaufszentrums „Stadtgalerie“ (siehe Abb. 1) im Jahr 2008 wurde die Versor-

Abbildung 1: Die Stadtgalerie am Tag der Eröffnung. Quelle: Eigenes Foto, 2008.



gungsfunktion weiter gestärkt.

Insgesamt ist der Einzelhandel, vor allem in der Altstadt, derzeit (noch) gut aufgestellt. Diese besondere Versorgungsfunktion gilt es langfristig nachhaltig zu sichern und die Attraktivität als Einkaufsstandort zu erhalten bzw. zu steigern. Der attraktiven Altstadt stehen zunehmend Stadtteile und Ortschaften gegenüber, in denen sich die Möglichkeiten zur Nahversorgung ausdünnen oder teilweise bereits gänzlich weggebrochen sind. Es wird deutlich, dass trotz der noch vergleichsweise positiven Einzelhandelsituation in der (Alt-)Stadt Hameln(s) eine ganz- und einheitliche Steuerung erforderlich ist.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept berücksichtigt aus diesem Grund alle wesentlichen Einflussfaktoren, die heute mit der Einzelhandelsentwicklung zusammenhängen. Dabei wird neben dem Schutz des Einzelhandels in der Altstadt auch das Thema Nahversorgung behandelt. Zu diesem Zweck wurde die 1995 erstmals durchgeführte Einzelhandelserhebung (Fortschreibung erfolgt seit 2001 regelmäßig) im Herbst 2012 methodisch und inhaltlich weiterentwickelt und eine umfängliche Erhebung im gesamten Stadtgebiet¹ durchgeführt. Deren Ergebnisse bilden die wesentliche Datengrundlage dieses Konzepts. Auf der Basis der früheren Erhebungen wurden im Jahr 2008 zentrale Versorgungsbereiche (Hauptgeschäftsbereich, Grund- und

1 | Die Erhebung umfasst alle Stadtteile und Ortschaften der Stadt Hameln. Verkaufsflächengrößen wurden anhand intensiver Begehungen bzw. Experteninterviews (Betreiber, Inhaber, etc.) bestimmt und nach Sortimenten differenziert. Die sortimentspezifische Einordnung erfolgte gemäß der bereits im Jahr 2007 (Aktualisierung Anfang 2012) beschlossenen Hamelner Sortimentsliste sowie den vom Statistischen Bundesamt (Destatis) differenziert festgelegten Warenzeichen/-gruppen.

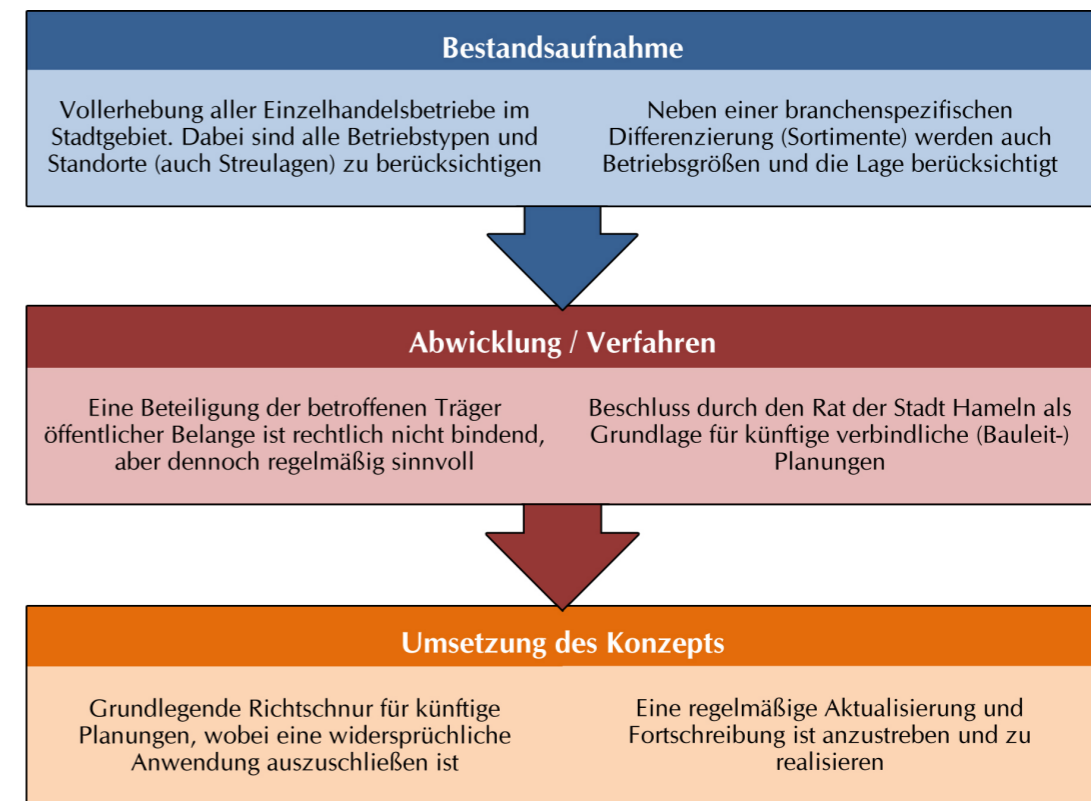
Nahversorgungszentren, Sonderstandorte) räumlich und funktional abgegrenzt sowie detailliert charakterisiert.

Im Rahmen des vorliegenden Konzepts wird anhand der aktuellen Daten eine Fortschreibung dieser zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen. Die aus den erhobenen Daten entwickelte Hamelner Sortimentsliste (vgl. Kapitel 5) spiegelt die Zentralität der Warensortimente wider und bildet über entsprechende Festsetzungen in Bebauungsplänen eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben. Abschließend werden für die einzelnen Zentrenkategorien branchen- und standortspezifische Entwicklungskorridore aufgezeigt, die zu einer nachhaltigen Struktur des Hamelner Einzelhandelsangebotes führen und die Attraktivität als Einkaufsstandort sichern sollen.

1.3 Vorgehensweise

Wie bereits im vorangegangenen Abschnitt angesprochen, stützt sich die vorliegende Untersuchung auf eine belastbare und aktuelle Datenbasis. Darüber hinaus werden einzelhandelsbezogene Ergebnisse der im Frühjahr/Sommer 2012 erstmals durchgeführten „Umfrage zur Bürgerzufriedenheit in der Stadt Hameln“ berücksichtigt, um zusätzliche Informationen hinsichtlich

Abbildung 2: Anforderungen an kommunale Einzelhandelskonzepte. Quelle: nach Kuschnerus, 2007: 243



2 | Das Netzwerk EWH ist im Oktober 2010 als Nachfolgeorganisation des Städteneztes Expo-Region hervorgegangen. Es handelt sich dabei um eine freiwillige interkommunale Kooperation, dessen Mitgliedsbereich etwa ein Viertel der niedersächsischen Bevölkerung umfasst. Die Stadt Hameln hat sich innerhalb des Netzwerkes stets durch eine intensive Mitarbeit im Themenbereich Einzelhandel ausgezeichnet.

der relevanten Kundenwünsche und –meinungen zu gewinnen. In die Datenbasis ebenfalls mit einbezogen, wurden verschiedene Kennzahlen aus der Handelsforschung, die auf die Aktivitäten des Netzwerks Erweiterter Wirtschaftsräum Hannover² (EWH) zurückgehen.

Neben der Aktualisierung der statistischen Datengrundlage, erfolgte eine stadträumliche Analyse aller Einzelhandelsstandorte. Die Zusammenschau aller Daten und die stadträumliche Analyse werden zur Charakterisierung der wesentlichen Einzelhandelsstandorte sowie zur gesamtstädtischen Betrachtung des Einzelhandelsangebotes angewendet. Hieraus entsteht ein umfassendes Bild der Hamelner Versorgungsstandorte, das neben der Branchenstruktur auch die städtebauliche Qualität (im Sinne besonderer Aufenthaltsqualitäten) einbezieht. Eine ausschließliche Erfassung der vorhandenen Betriebe, Verkaufsflächen und Sortimente wird dem Thema Einzelhandel nicht gerecht, da heute weitere Faktoren über die Attraktivität eines jeweiligen Standortes entscheiden. Dies eröffnet die Möglichkeit, Entwicklungsbereiche zu definieren, die einen besonders großen Handlungsdruck aufweisen. Aus der Untersuchung und Bewertung der Einzelhandelsstandorte wird im Anschluss ein Branchen- und Standortkonzept erarbeitet, das mögliche Potenziale ebenso wie vorhandene Missstände aufzeigen soll. Zur Vorgehensweise und den inhaltlichen Anforderungen siehe auch Abb. 2.

Das vorliegende Konzept schließt mit einer inhaltlichen und rechtlichen Einordnung der Ergebnisse. Darüber hinaus wird kurz darauf eingegangen, wie die künftige planerische Auseinandersetzung mit dem Thema Einzelhandel in der Stadt Hameln, auch hinsichtlich der Fortschreibung des Konzepts, aussehen könnte.

2 | Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel

Die Entwicklungen in der Einzelhandelslandschaft wiesen in den vergangenen zwei Jahrzehnten eine sehr hohe Dynamik auf. Auch in den kommenden Jahren sind weitere Herausforderungen in Bezug auf dieses Thema zu erwarten. Am besten lassen sich die Entwicklungsprozesse nachvollziehen, wenn diese differenziert von der Nachfrage- und der Angebotsseite betrachtet werden. Dabei ist jedoch zu beachten, dass sich manche der zentralen Entwicklungstrends keiner der beiden Seiten eindeutig zuordnen lassen.

2.1 Änderung des Kundenverhaltens

Um die Entwicklungen im Einzelhandel nachvollziehen zu können, ist zunächst das Kundenverhalten von zentraler Bedeutung. Veränderungen im Kundenverhalten wirken sich stets auch auf das Angebot aus, denn letztendlich wird über den Erfolg oder Misserfolg einer Betriebsform im Einzelhandel an der Kasse entschieden. Das Kundenverhalten hat sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten stetig verändert. Dies ist sowohl auf technische als auch auf soziale und demographische Faktoren zurückzuführen, die nachfolgend dargestellt werden.

Lange Zeit führten die positive Bevölkerungs- und Einkommensentwicklung sowie die stetig zunehmende Massenmotorisierung zu einem neuen Einkaufsverhalten, das verkehrsgünstige Standorte bevorzugte (vgl. BAHN, 2001: 162 f.). So lösten wöchentliche Bevorratungseinkäufe zunehmend den (fast) täglichen Einkauf in Wohnortnähe ab, weshalb kleinere Betriebsformen in Streulage zunehmend mit Schwierigkeiten konfrontiert wurden, sich am Markt zu behaupten. Für weite Teile der Bevölkerung stellen die Bevorratungseinkäufe nach wie vor die hauptsächlichste Form der Versorgung mit Lebensmitteln dar. Mit dem veränderten Einkaufsverhalten im Sortiment Lebensmittel wurden immer häufiger auch sonstige Einkäufe „auf der grünen Wiese“ erledigt. Parallel zu den Veränderungen im Nachfrageverhalten entstanden in den 1980er und 1990er Jahren zunehmend Fachmarktzentren in verkehrsgünstigen Lagen an den Stadträndern. Aufgrund verschiedener Faktoren zeigen sich in letzter Zeit allerdings zunehmend auch gegenläufige Trends:

- Die Überalterung der Gesellschaft führt dazu, dass die Mobilität bei einem stetig wachsenden Anteil der Bevölkerung rückläufig ist und wohnortnahe Versorger somit wieder an Bedeutung gewinnen.
- Das zunehmende Umweltbewusstsein bewirkt ein Umdenken, so dass insbesondere in den Städten immer häufiger auf das Auto verzichtet wird und sich deshalb die zum Einkauf zurückgelegten Wege verringern.
- Die steigenden Energie- und Transportkosten allein aus finanzieller Sicht zukünftig dazu führen, dass kurze Wege bevorzugt werden.

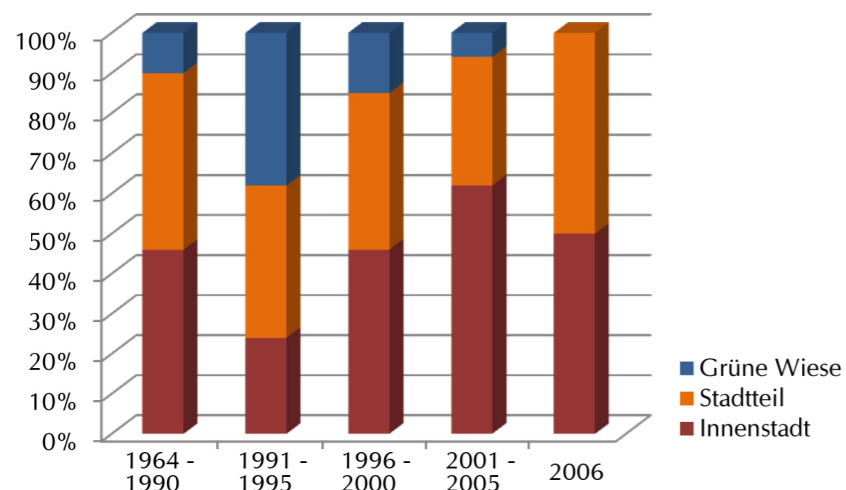
Auf diese Trends wird seitens des Einzelhandels reagiert, in dem Nahversorger immer häufiger wieder wohnortnahe Standorte wählen und dabei zum Teil auch kleinere Verkaufsflächen akzeptieren.

Die Entwicklungen, die zurück in die Zentren führen, werden zunehmend durch höhere Ansprüche der Kunden an das Einkaufen des mittel- bis langfristigen Bedarfs unterstützt. So wünschen sich die Kunden neben Angebotsvielfalt an Waren und Betrieben bzw. Betriebsformen vermehrt, dass das Einkaufen zum Erlebnis wird. Die Kunden verlangen nach zusätzlichen

Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung durch ergänzende Angebote bspw. im Bereich der Gastronomie. Auch das Ambiente und die Atmosphäre beim „Einkaufserlebnis“ spielen eine immer wichtigere Rolle (vgl. BIRK ET AL, 1998: 12-15). Diese Wünsche können am ehesten in den zentralen Versorgungsbereichen mit einem meist umfangreichen Dienstleistungsangebot und verschiedenen Gastronomiebetrieben befriedigt werden. Die Tendenz, nach der der Einzelhandel wieder stärker in die Zentren drängt, zeigt sich seit Mitte der 1990er Jahre auch an der zunehmenden Anzahl an Shopping-Centern in den zentralen Lagen der Großstädte und seit den 2000er Jahren auch in den Innenstädten der Mittelstädte (vgl. KÜHN, 2006: 17). Einkaufszentren verlagern sich also tendenziell zurück in die Stadt (siehe auch Abb. 3), da sie hier am ehesten die Agglomerationseffekte mit anderen Angeboten nutzen und somit den Kundenwünschen entsprechen.

Ob Shopping-Center in Innenstädten städtebauliche Bereicherungen oder Fremdkörper darstellen, ist an dieser Stelle nicht von Bedeutung, sondern vielmehr die positive Entwicklung, die den Einzelhandel zurück in die Zentren bringt.

Abbildung 3: Einkaufszentren in Deutschland nach Lage und Entstehungsjahr. Quelle: DSSW, 2010



2.2 Betriebsformen-, Flächen- und Standortentwicklung

Die Tendenzen der Standortentwicklung sind eng verknüpft mit dem Kundenverhalten und wurden deshalb bereits im vorangegangenen Abschnitt thematisch angeschnitten. Die Flächenentwicklung dagegen ist in deutlich höherem Maße auf innerbetriebliche Überlegungen zurückzuführen. Dies hat insbesondere in den 1990er Jahren zu einem intensiven Flächenwachstum geführt, dessen Dynamik sich allerdings in den vergangenen fünf bis zehn Jahren abgeschwächt hat. Die Abschwächung des Wachstums ist sicherlich auch auf den seit Anfang der 2000er Jahre rückläufigen Flächenertrag (Umsatz je m² Verkaufsfläche) und die insgesamt stagnierenden Umsätze zurückzuführen. Dennoch hält die Flächenexpansion bei gleichzeitigem Rückgang der Anzahl der Vollbeschäftigten im Einzelhandel an (vgl. KAAPKE, 2012: 9).

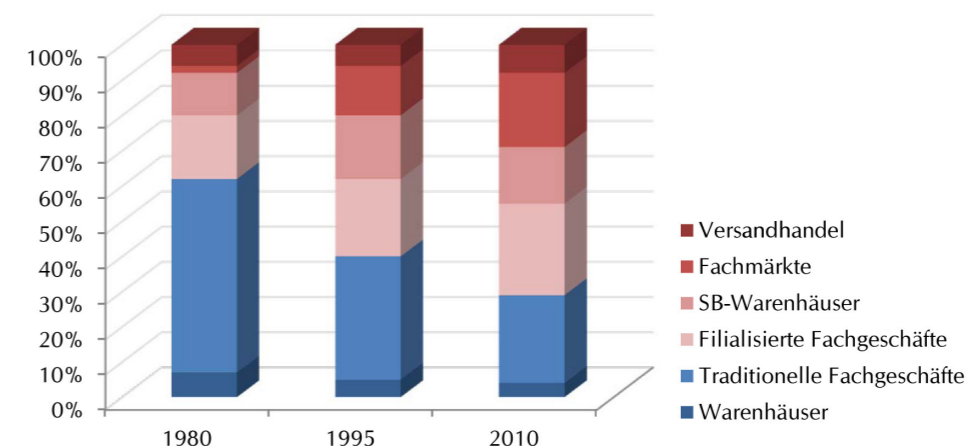
In den expansiven Jahren ist außerhalb der Zentren ein zweites Versorgungsnetz entstanden, das stetig ansteigende Einkaufswege, die Abnahme der Nahversorgungsmöglichkeiten und eine Schwächung der Ortskerne und Zentren zur Folge hatte (vgl. BLATT / VON RACZECK, 1998: 10). An den peripher gelegenen Standorten entstanden zunächst vor allem großflächige Betriebe, die eine ausreichende Attraktivität besaßen, um allein an einem Standort zu bestehen. Nach und nach suchten zunehmend auch kleinere Betriebe die Agglomerationsvorteile an den

nicht integrierten Standorten in der Nähe großflächiger Betriebe und siedelten sich hier an (vgl. FÜRST / KUJATH, 2004: 147; BLEYER, 1999: 132). Daraus entstanden Fachmarktzentren, die ein noch größeres Potenzial besitzen und so zu starken Konkurrenten der zentralen Versorgungsbereiche in den Städten wurden. Noch hinzu kommt, dass an diesen Standorten aufgrund ihrer verkehrsintensiven Lage regelmäßig ein sehr hoher Grad an Flächenversiegelung erreicht wird, da die Verkehrsflächen häufig 50 % der Gesamtfläche übersteigen (vgl. SCHULTE, 2007: 137). Sie sind also nicht nur städtebaulich sondern auch umweltpolitisch als problematisch zu beurteilen.

Der Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsfläche je Betrieb führt zu einer insgesamt rückläufigen Zahl an Einzelhandelsbetrieben und in den zentralen Versorgungsbereichen zu einer höheren Fluktuation und mehr Leerstand. Zwischen den verschiedenen Lagen in den Innenstädten ist eine stärkere Polarisierung zu konstatieren: Die Entwicklung der Nebenlagen koppelt sich zunehmend von den 1A-Lagen ab, was zu strukturellen Leerständen und häufig unattraktiven Zwischennutzungen in den Nebenlagen führt. Unter diesen Entwicklungstrends leiden insbesondere inhabergeführte Geschäfte, die mit zu hohen Mieten, Nachfolgeproblemen und der zunehmenden Konkurrenz im stationären und elektronischen Handel zu kämpfen haben.

Gerade in den 1A-Lagen der Innenstädte verdrängen Filialbetriebe die inhabergeführten Geschäfte zunehmend (Trend zur Filialisierung, siehe auch Abb. 4). In diesen Lagen liegt die Quote der Filialbetriebe inzwischen bei über 60 % aller Einzelhandelsgeschäfte. Insbesondere in Mittelstädten wie Hameln prognostizieren Experten eine weitere Zunahme dieser Betriebsformen. Um sich dennoch am Markt halten zu können, greifen die inhabergeführten Geschäfte immer häufiger auf Franchise-Strukturen und Verbundsysteme zurück, um ihre Marktfähigkeit zu erhalten (vgl. KAAPKE, 2012: 8-12).

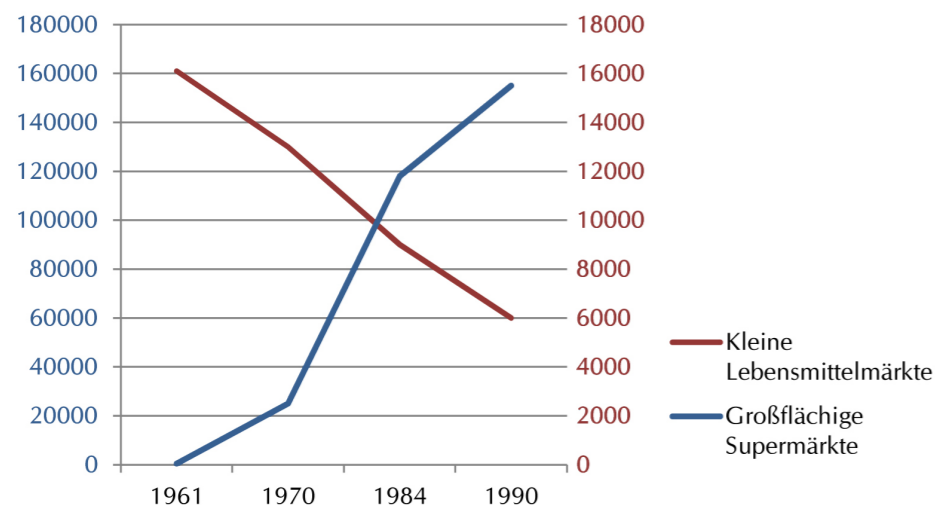
Abbildung 4: Entwicklung der Angebotsformen. Quelle: Birk et. al., 1998: 8



Besonderem Anpassungsdruck sind kleinere Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels (400 bis 800 m² Verkaufsfläche) ausgesetzt (siehe Abb. 5). Diese können sich in der Regel nur noch in stark frequentierten Lagen oder in Quartieren mit einer (sehr) hohen Bevölkerungsdichte behaupten. Um dem Trend entgegenzuwirken, werden beispielsweise Kombinationen mit verschiedenen Serviceleistungen (Post, Lotterie etc.) praktiziert, die als zusätzliche Frequenzbringer fungieren (Kopplungsgeschäfte).

Weitere übergeordnete Entwicklungen im Einzelhandel (siehe auch Abb. 6), die zu wesentlichen Änderungen gerade hinsichtlich der zentrenrelevanten Sortimente führen, sind:

Abbildung 5: Betriebszahlen unterschiedlicher Größe im Lebensmitteleinzelhandel. Quelle: Birk et. al., 1998: 8



- Der Trend zum Internethandel: In bestimmten Warenbereichen, wie Computern, Büchern und Tonträgern weist der Internethandel bereits seit einigen Jahren starke Wachstumsraten auf. Dieser Prozess wird sich vermutlich auch in den kommenden Jahren weiter fortsetzen. Aber auch in anderen Sortimentsbereichen, wie Bekleidung oder Schuhe und Lederwaren, nimmt der Marktanteil des Internethandels, häufig auch in Kombination mit dem stationären Handel, deutlich zu.
- Die Behauptung des Marktanteils im Versandhandel: Der Marktanteil der Versandhändler war in den letzten Jahren nur geringen Schwankungen unterlegen. Allerdings hat sich der Markt neu geordnet, wodurch sich der auch im stationären Handel zu beobachtende Trend, dass nämlich die großen Betriebe stetig wachsende Marktanteile auf sich vereinigen, bestätigt. Gegenüber der Wachstumsbranche Internethandel gerät der traditionelle Versandhandel zunehmend ins Hintertreffen.
- Die Entwicklung von Factory-Outlet-Centern: Diese Entwicklung ist zwar auf einige wenige Standorte begrenzt, die Attraktivität derartiger Betriebsformen führt jedoch häufig zu sehr großen Marktgebieten. Da in Factory-Outlet-Centern überwiegend zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, haben sie nicht zu unterschätzende Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.

Abbildung 6: Logistikzentrum Langenhagen, Factory-Outlet-Center Stuhr, Urban-Entertainment-Center Hamburg.
Quellen: HAZ, 2011 / Eigenes Foto, 2008 / GMP Architekten, 1999

- Die zunehmende Verknüpfung des Einzelhandels mit Freizeitaktivitäten in Urban-Entertainment-Centern: Die Entwicklung derartiger Betriebsformen ist derzeit noch überwiegend auf die integrierten Lagen in Großstädten beschränkt. Da die Kombination von Einkaufen und Freizeitgestaltung immer mehr an Gewicht gewinnt, ist nicht auszuschließen, dass Urban-Entertainment-Center künftig auch häufiger in kleineren Großstädten und Mittelstädten entstehen.

Die Entwicklungen zeigen deutlich auf, dass sich der Anpassungsdruck auf den stationären Einzelhandel in den kommenden Jahren kaum verringern wird.

2.3 Planungsrechtliche Steuerungsmöglichkeiten

Zur Erhaltung attraktiver Innenstädte und zentraler Versorgungsbereiche stehen den Kommunen verschiedene planungsrechtliche Steuerungsmöglichkeiten zur Verfügung. Diese können zwar keinen Einfluss auf den nicht stationären Handel nehmen, bieten aber Möglichkeiten die Versorgungsstrukturen innerhalb der Gemeinde- bzw. Stadtgebiete zu steuern. Diesen planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten, die nachfolgend erläutert werden, wird daher auch in den kommenden Jahren eine große Bedeutung zukommen.

Bei der planungsrechtlichen Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben sind die folgenden Gebietskategorien zu unterscheiden, in denen jeweils unterschiedliche Bewertungskriterien heranzuziehen sind. Es handelt sich hierbei um:

- Gebiete mit Bebauungsplan (§ 30 BauGB): Die zulässige Art der baulichen Nutzung ergibt sich ausschließlich aus den Festsetzungen des Bebauungsplans. Einzelhandelsbetriebe sind zunächst in allen Baugebieten der §§ 4 bis 9 BauNVO zulässig. In Kleinsiedlungs- und reinen Wohngebieten nach den §§ 2 und 3 BauNVO können sie als Ausnahme zugelassen werden. Für großflächige Betriebsformen (ab 800 m² Verkaufsfläche) stellt sich die Zulässigkeit differenzierter dar. Nach § 11 Abs. 3 BauNVO (1990) sind solche Einzelhandelsbetriebe sowie Einkaufszentren mit städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen nur in Kern- und speziell für den Einzelhandel ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.
- Gebiete im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB): Vorhaben im unbeplanten Innenbereich sind zulässig, wenn sie sich nach Art und Maß der Nutzung sowie der Bauweise in die nähere Umgebung einfügen. Zudem muss die Erschließung gesichert sein. Für Einzelhandelsbetriebe wird diese Regel weiter eingeschränkt. Diese sind nur dann zulässig, wenn sie a) die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigen und b) keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in Nachbargemeinden hervorrufen. Ob erhebliche schädliche Auswirkungen vorliegen, ist in einer Einzelfallprüfung zu untersuchen.

Für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kommen lediglich Bebauungspläne in Frage, da die BauNVO und § 34 BauGB stets nur Einzelfall bezogen angewendet werden. Über die Bauleitplanung können Städte und Gemeinden hingegen festsetzen, wo welche Arten und Größen von Einzelhandelsbetrieben zulässig bzw. ausgeschlossen sind.

3 | Bestandsanalyse des Hamelner Einzelhandels

In den folgenden Abschnitten wird anhand von Rahmendaten, wie bspw. raumordnerische und sozioökonomische Struktur, Marktgebiet und Nachfragepotenzial sowie Angebotssituation und Branchenstruktur aufgezeigt, welche Faktoren die Einzelhandelsentwicklung in Hameln in welcher Form beeinflussen.

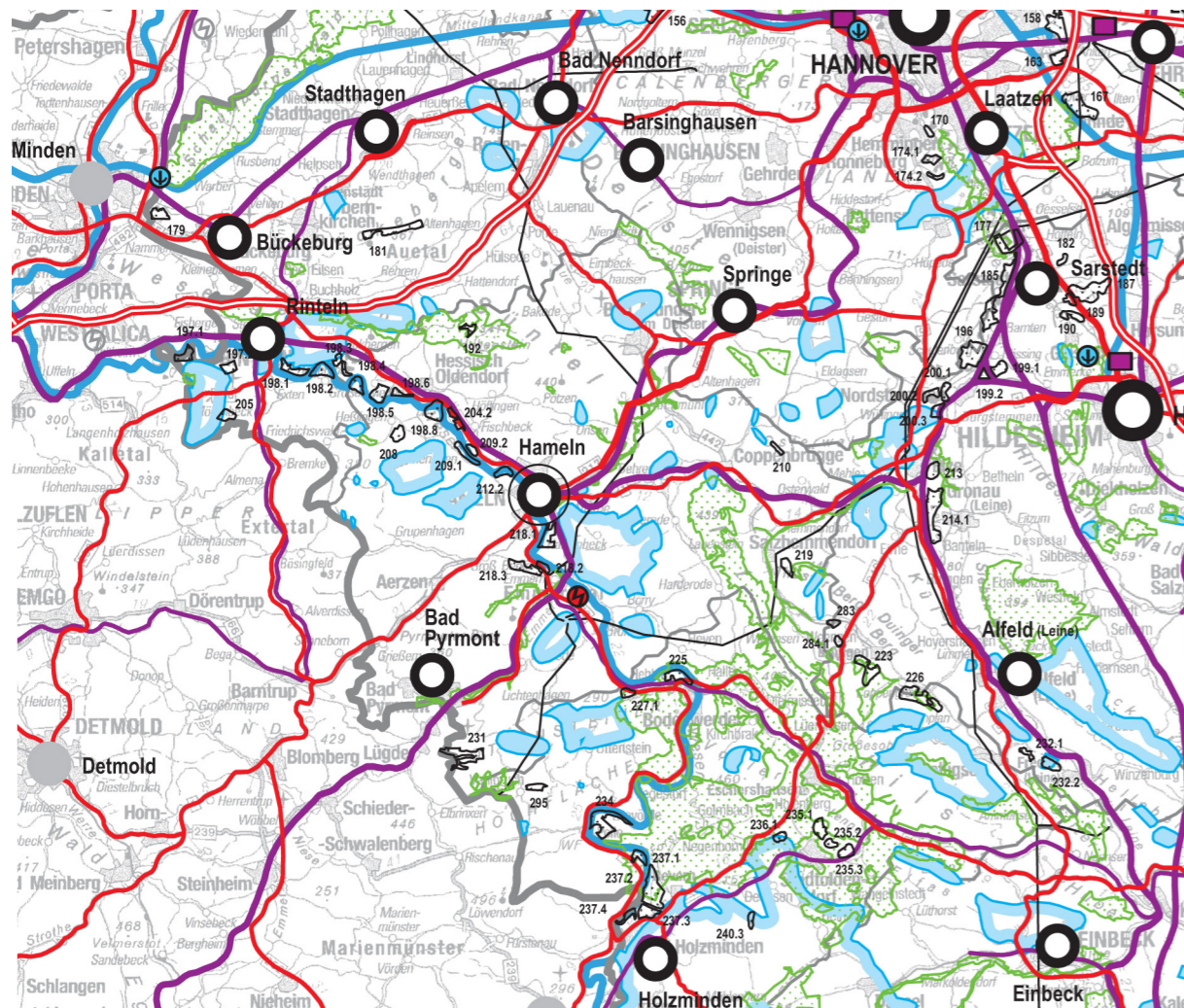
3.1 Raumordnerische und sozioökonomische Struktur

Die Strukturen des Einzelhandels werden entscheidend durch raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen in der Region beeinflusst, die nachfolgend erläutert werden.

3.1.1 Makrostandort Hameln

Die Stadt Hameln ist nicht nur das räumliche und wirtschaftliche Zentrum, sondern auch Sitz des Landkreises Hameln-Pyrmont mit 150.259 Einwohnern (vgl. Zensus, 2011.). Das Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion in den Bereichen Arbeit und Einkaufen hat eine wichtige Versorgungsfunktion für den Raum Weserbergland (vgl. Abb. 7).

Abbildung 7: Ausschnitt aus dem Niedersächsischen Landesraumordnungsprogramm. Quelle: LROP, 2012



Die nächsten Oberzentren sind Hannover, Hildesheim, Bielefeld und Paderborn. Die Fahrzeit mit dem Pkw beträgt jeweils mindestens 45 Minuten. Die Landesgrenze zu Nordrhein-Westfalen ist in gut 20 Minuten erreicht. Aufgrund dieser vergleichsweise solitären Lage kommt dem Standort Hameln eine besondere Bedeutung im räumlichen Gefüge der Versorgungsstandorte im zentralörtlichen System zu.

Aufgrund der augenscheinlichen Größenunterschiede und den damit verbundenen Angebotsstrukturen strahlen die genannten Oberzentren trotz der beachtlichen Entfernungen auf Hameln aus, sind aber nur eingeschränkt als Konkurrenzstandorte zu betrachten. Wichtiger für Hameln ist der Wettbewerb mit den im Einzugsbereich gelegenen Mittelzentren Bad Pyrmont, Rinteln und Springe sowie mit den Grundzentren im Landkreis Hameln-Pyrmont.

Die Verkehrsanbindung Hamelns erfolgt insbesondere über die drei Bundesstraßen B1, B83 und B271 mit jeweils erheblichen überörtlichen Verkehrsfunktionen. Zum Erreichen der nächsten Autobahn (BAB2) wird eine Fahrzeit von etwa 25 bis 30 Minuten benötigt. Über zwei Strecken (Hannover – Hameln – Paderborn und Löhne – Hameln – Hildesheim) ist die Stadt an das Schienenverkehrsnetz angebunden. Auf diesen Strecken verkehren Regional- und S-Bahnen (S-Bahnnetz der Region Hannover). Fernverkehrsverbindungen bestehen nicht. Insgesamt ist Hameln dementsprechend verkehrlich eher durchschnittlich angebunden.

3.1.2 Bevölkerung und demographischer Wandel

In der Stadt Hameln leben derzeit 56.756 Einwohner (vgl. Zensus 2011). Seit den 1970er Jahren ist eine leichte aber stetige Abnahme der Bevölkerung zu konstatieren. Auch künftig wird Hameln aufgrund des demographischen Wandels auf Wanderungsgewinne angewiesen sein, um die natürlichen Bevölkerungsverluste ausgleichen zu können. So prognostiziert auch der Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN) bis zum Jahr 2021 bzw. 2031 leicht abnehmende Bevölkerungszahlen (siehe Abb. 8). Die derzeit noch in Hameln stationierten Mitglieder und zivilen Angestellten der britischen Streitkräfte, die zusätzliche Kaufkraft in die Stadt bringen, sind in der Einwohnerstatistik nicht erfasst.

Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung. Quelle: LSKN, 2012

Indikator	Stadt Hameln	LK Hameln-Pyrmont	Niedersachsen
Bevölkerungsentwicklung			
Zensus 2011	56.756	150.259	7.777.992
Prognose 2021	56.454	145.283	7.699.579
Prognose 2031	55.330	136.293	7.442.242
Entwicklung 2001 - 2011	- 3,9 %	- 7,4 %	- 2,2 %
Entwicklung 2001 - 2031	- 2,5 %	- 9,3 %	- 4,3 %

Die Hauptmerkmale des demographischen Wandels, nämlich die Abnahme und gleichzeitige Alterung der Bevölkerung, zeigen sich in Hameln bereits seit einigen Jahren vergleichsweise intensiv. Auch in den kommenden Jahren ist mit einem weiteren Anstieg des Altersdurchschnitts zu rechnen (derzeit ist bereits etwa jeder vierte Hamelner 65 Jahre alt oder älter). Dieser Trend wird durch den sinkenden Anteil an Kindern und Jugendlichen an der Gesamtbevölkerung sogar noch verstärkt.

Die prognostizierte negative Bevölkerungsentwicklung in Hameln und insbesondere im Landkreis Hameln-Pyrmont wird sich auch auf das Nachfragepotenzial im Marktgebiet auswirken.

Denn durch die sinkenden Einwohnerzahlen ergibt sich auch eine geringere Kundenfrequenz in den Einzelhandelsbetrieben. Zudem planen die britischen Streitkräfte bis zum Ende des Jahres 2014 aus Hameln abzuziehen, wodurch dieses zusätzliche Nachfragepotenzial verloren geht. Die voranschreitende Überalterung der Bevölkerung lässt darüber hinaus eine abnehmende Mobilität der potenziellen Kunden erwarten, wodurch insbesondere eine wohnortnahe Grundversorgung künftig noch an Bedeutung gewinnen wird.

3.1.3 Sozioökonomische Rahmendaten

Während die Einwohnerzahl der Stadt in den letzten zehn Jahren (2001 – 2011) um 3,9 % gesunken ist, nahm die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Hameln mit 6,1 % deutlicher ab (siehe Abb. 9). Die Arbeitslosenquote entwickelt sich, ebenso wie die Gesamtzahl an Arbeitslosen, insgesamt positiv. Dies gilt sowohl für die Stadt Hameln, als auch für den Landkreis Hameln-Pyrmont (siehe Abb. 10). Dabei liegt die Arbeitslosenquote im Landkreis Hameln-Pyrmont kontinuierlich über der Quote Niedersachsens, was sich negativ auf die Kaufkraft im Marktgebiet Hamelns auswirkt. Auch für die kommenden Jahre ist weiterhin mit einer moderaten, aber stetigen Abnahme des Nachfragepotenzials zu rechnen.

Abbildung 9: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort. Quelle: LSKN, 2012 / Bundesagentur für Arbeit, 2012

Indikator	Stadt Hameln		LK Hameln-Pyrmont		Niedersachsen	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte						
2001	25.466		49.669		2.420.079	
2005	22.977		45.706		2.305.451	
2009	23.498		46.877		2.416.282	
2011	23.918		47.706		2.531.297	
Entwicklung 2001 - 2011	- 6,1 %		- 3,9 %		+ 4,6 %	

Abbildung 10: Arbeitslose und Arbeitslosenquote. Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2012

Indikator	Stadt Hameln		LK Hameln-Pyrmont		Niedersachsen	
Arbeitslose und Arbeitslosenquote						
2001	3.913	k.A.	8.908	11,2%	350.291	9,1%
2005	4.860	k.A.	11.124	13,0%	457.097	11,6%
2009	3.160	11,0%	6.777	8,9%	296.945	7,4%
2011	2.925	10,2%	5.777	7,7%	256.143	6,4%
Entwicklung 2001 - 2011	- 25,3 %		- 35,2 %		- 26,9 %	

Wird die Statistik der Ein- und Auspendler hinzugezogen, wird deutlich, dass die Stadt Hameln im Untersuchungszeitraum beständig einen positiven Saldo aufweist (siehe Abb. 11). Obwohl der positive Pendlersaldo in den vergangenen zehn Jahren rückläufig ist, kann dennoch konstatiert werden, dass die große Zahl an Einpendlern zusätzliches Nachfragepotenzial generiert, denn Einkäufe werden nicht selten auf dem Arbeitsweg erledigt, um zusätzliche Wege einsparen zu können.

Einen nicht unwesentlichen Wirtschaftsfaktor stellen in der Rattenfängerstadt die Touristen dar, die auch für eine zusätzliche Kaufkraftbindung von außerhalb der Region sorgen. Die Entwicklung des Wirtschaftszweiges Tourismus verläuft in Hameln und auch im Landkreis Hameln-

Pyrmont sehr positiv³ (siehe die Abb. 12-14) und zwar hinsichtlich der zu verzeichnenden Ankünfte in Beherbergungsbetrieben und der Übernachtungszahlen. Mit 4,1 Mio. Tagestouristen erreicht die Stadt Hameln auch hier einen sehr hohen Wert. Lediglich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer verbleibt seit 2001 auf einem stabilen Niveau. Die positive Entwicklung der Tourismuszahlen kommt dabei insbesondere der Hamelner Altstadt zugute.

Abbildung 11: Ein- und Auspendler sowie Pendlersaldo. Quelle: LSKN, 2012

Indikator	Stadt Hameln		LK Hameln-Pyrmont		Niedersachsen	
Ein- und Auspendler / Pendlersaldo						
2001	13.121	6.158	6.963	25.064	27.239	-2.175
2005	12.172	6.303	5.869	24.122	26.134	-2.012
2009	12.589	6.747	5.842	25.647	27.420	-1.773
2011	12.843	7.139	5.704	26.250	28.527	-2.277
Entwicklung des Saldos 2001 - 2011	- 18,1 %			- 4,7 %		- 4,0 %

Abbildung 12: Anzahl der Ankünfte in Beherbergungsbetrieben. Quelle: LSKN, 2012

Indikator	Stadt Hameln		LK Hameln-Pyrmont		Niedersachsen	
Anzahl der Ankünfte in Beherbergungsbetrieben						
2001	78.992		217.073		9.620.917	
2005	77.942		221.950		9.558.863	
2009	92.739		264.746		11.570.048	
2011	96.776		279.262		12.452.049	
Entwicklung 2001 - 2011	+ 22,5 %		+ 28,7 %		+ 29,4 %	

Abbildung 13: Anzahl der Übernachtungen. Quelle: LSKN, 2012

Indikator	Stadt Hameln		LK Hameln-Pyrmont		Niedersachsen	
Anzahl der Übernachtungen						
2001	147.729		1.112.394		33.880.736	
2005	149.780		1.098.582		31.322.279	
2009	178.804		1.210.448		37.483.030	
2011	196.126		1.206.051		39.319.170	
Entwicklung 2001 - 2011	+ 32,8 %		+ 8,4 %		+ 16,1 %	

Abbildung 14: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Hamelner Gäste. Quelle: LSKN, 2012

Indikator	Stadt Hameln		LK Hameln-Pyrmont		Niedersachsen	
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer						
2001	1,9		5,1		3,5	
2005	1,9		4,9		3,3	
2009	1,9		4,6		3,2	
2011	2,0		4,3		3,2	
Entwicklung 2001 - 2011	+ 5,3 %		- 15,7 %		- 8,6 %	

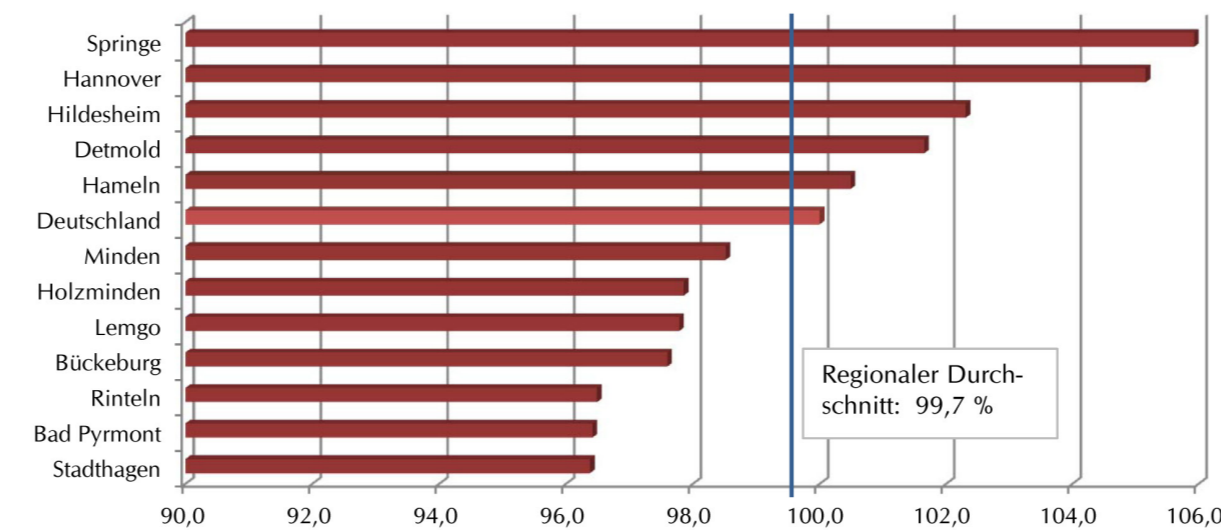
3 | Bei allen Statistiken werden nicht ausschließlich die „klassischen“ Touristen, sondern auch bspw. Tagungsteilnehmer berücksichtigt.

auch der vergleichsweise solitären Lage abseits großer Oberzentren und überregionaler Verkehrswege eine große Bedeutung zu. Daraus ergibt sich ein recht großes Marktgebiet, das vor allem durch naturräumliche Gegebenheiten (Höhenzüge des Weserberglandes) und die von der Bevölkerung akzeptierten Anfahrtszeiten begrenzt wird. Das Ziel der Hamelner Einzelhandelsentwicklung sollte deshalb darin liegen, die Kaufkraftbindung im bestehenden Einzugsbereich zu erhalten bzw. zu erhöhen.

3.2.2 Nachfragepotenzial im Hamelner Marktgebiet

Das Nachfragepotenzial in einer Stadt oder Region ist abhängig vom Einkommen der städtischen bzw. regionalen Bevölkerung. Dabei wird der statistische Wert der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zugrunde gelegt. Für das gesamte Bundesgebiet wurde für das Jahr 2011 eine für Konsumausgaben verfügbare Kaufkraft von 5.329 Euro pro Einwohner ermittelt. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für die Stadt Hameln liegt mit 5.355 Euro pro Einwohner im selben Jahr leicht über dem Bundesdurchschnitt. Im Vergleich dieses Werts mit den umliegenden Ober- und Mittelzentren wird deutlich, dass Hameln mit 100,5 % des Bundesdurchschnittes hinsichtlich der Kaufkraft in der Region im oberen Mittelfeld liegt (siehe Abb. 16). Lediglich in Hannover, Hildesheim, Detmold und Springe ist eine höhere einzelhandelsrelevante Kaufkraft vorhanden.

Abbildung 16: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich. Quelle: GfK, 2011



Um nun das Nachfragepotenzial in der Stadt Hameln sowie im Marktgebiet zu bestimmen, werden die Einwohnerzahlen mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (vgl. GfK, 2011) je Einwohner der jeweiligen Städte und Gemeinden multipliziert und schließlich addiert (siehe Abb. 17). So ergibt sich folgendes Bild:

- Stadt Hameln: 56.756 Einwohner / knapp 304 Mio. Euro Kaufkraft.
- Restliches Marktgebiet: 178.129 Einwohner / rund 949 Mio. Euro Kaufkraft.
- Marktgebiet insgesamt: 234.885 Einwohner / rund 1,25 Mrd. Euro Kaufkraft.
- Erweitertes Hamelner Marktgebiet: Da es sich in diesem Gebiet vornehmlich um Gelegenheitskunden des Hamelner Einzelhandels handelt, wurden keine exakten Daten ermittelt.

Darüber hinaus ist von einer zusätzlichen Potenzialreserve durch Touristen, Tagesgäste sowie sporadische Kunden aus weiter entfernt liegenden Städten und Gemeinden auszugehen. Dieses Potenzial kann an dieser Stelle allerdings ebenfalls nicht näher beziffert werden. Aufgrund der recht hohen Zahl an Ankünften und Übernachtungen sowie der in den letzten zehn Jahren zu konstatierenden Steigerungen dieser Kennziffern, kann jedoch durchaus von einem nicht unerheblichen Potenzial ausgegangen werden.

Abbildung 17: Einwohner und Kaufkraft im Marktgebiet. Quelle: Zensus, 2011 / GfK, 2011

	Einwohner	Kaufkraft je Einwohner (EW) in €	Einzelhandelskaufkraft je EW in €	Summe Einzelhandelskaufkraft in €
Stadt Hameln	56.756	19.522	5.355	303.928.380
Landkreis Hameln-Pyrmont (Rest)	93.503	19.734		483.621.225
Aerzen	10.945	19.734	5.185	56.749.825
Bad Münder	17.670	19.734	5.360	94.711.200
Bad Pyrmont	19.128	19.734	5.138	98.279.664
Coppenbrügge	7.404	19.734	5.242	38.811.768
Emmerthal	10.188	19.734	5.172	52.692.336
Hessisch Oldendorf	18.504	19.734	5.094	94.259.376
Salzhemmendorf	9.664	19.734	4.979	48.117.056
Region Hannover	13.873	23.240		78.313.085
Altenhagen I	1.249	23.240	5.645	7.050.605
Springe (nur Kernstadt)	12.624	23.240	5.645	71.262.480
Landkreis Holzminden	9.555	18.085		53.438.346
Bodenwerder (Teilweise)	5.544	18.085	5.003	27.736.632
Halle	1.617	18.085	5.042	8.152.914
Hehlen	1.926	18.085	5.022	9.672.372
Heyen	468	18.085	5.140	2.405.520
Ottenstein	1.194	18.085	4.582	5.470.908
Landkreis Schaumburg	39.130	20.126		203.886.115
Auetal	6.506	20.126	5.235	34.058.910
Hülsede	1.042	20.126	5.669	5.907.098
Lauenau	4.145	20.126	5.451	22.594.395
Messenkamp	772	20.126	5.254	4.056.088
Pohle	874	20.126	5.323	4.652.302
Rinteln	25.791	20.126	5.142	132.617.322
Kreis Lippe	26.418	20.394		129.905.384
Bartrup	9.042	20.394	4.872	44.052.624
Exertal	11.854	20.394	4.993	59.187.022
Lügde (nur Kernstadt)	5.522	20.394	4.829	26.665.738
Gesamt	239.235	20.621 (Deutschland)		1.253.092.535

Über einen Schlüssel ist es möglich, das gesamte einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial auf die einzelnen Sortimente umzulegen. Aufgrund mangelnder Verfügbarkeit entsprechender Daten ist es jedoch nicht möglich, eine Aufschlüsselung gemäß der Hamelner Sortimentsliste (vgl. Kapitel 4) vorzunehmen. Vielmehr werden einzelne Sortimente sinnhaft zusammengefasst und das für diese Sortimentsgruppen vorhandene Nachfragepotenzial in der Stadt sowie im Marktgebiet dargestellt (siehe Abb. 18, S. 28). Deutlich wird hierbei, dass der bei weitem größte Anteil an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente gebunden wird. Dies ist von Bedeutung, da die Nahversorgung gemäß dem Begriff in der Regel vor Ort erledigt wird, weshalb davon auszugehen ist, dass ein Großteil der nah-

versorgungsspezifischen Kaufkraft im Marktgebiet nicht in Hameln, sondern in der jeweiligen Heimatgemeinde umgesetzt wird. Zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente besitzen jeweils ein Nachfragepotenzial in vergleichbarer Größenordnung.

Das Marktgebiet weist eine hohe einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die als Nachfragepotenzial für den Einzelhandel in Hameln zugrunde gelegt werden kann. Einschränkungen bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, die das größte Nachfragepotenzial aufweisen, sind aufgrund ihrer besonderen Funktion zu berücksichtigen.

Abbildung 18: Nachfragepotenzial nach Sortimenten in Hameln und im Marktgebiet. Quelle: GfK, 2011 / CIMA, 2012

Sortiment	Nachfragepotenzial in Mio. Euro		
	Stadt Hameln	Marktgebiet insg.	Anteil in %
Zentrenrelevante Sortimente	66,2	272,9	21,8
Bekleidung, Wäsche	26,6	109,6	8,8
Schuhe, Lederwaren	7,5	30,9	2,5
Uhren, Schmuck, Optik	6,7	27,6	2,2
Sportartikel	5,5	22,7	1,8
Bücher, Schreibwaren, Musikinstrumente	7,3	30,1	2,4
Spielwaren, Babybedarf	3,1	12,8	1,0
Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Hausrat	5,0	20,6	1,6
Heimtextilien, Kurzwaren, Kunstgegenstände	4,5	18,5	1,5
Nahversorgungsrelevante Sortimente	163,8	675,1	53,9
Lebensmittel (inkl. Getränke), Reformwaren	112,7	464,5	37,1
Drogerie-, Parfümerieartikel und Sanitätswaren	46,2	190,4	15,2
Schnittblumen, Zeitschriften, etc.	4,9	20,2	1,6
Nicht zentrenrelevante Sortimente	74,0	305,0	24,3
Möbel, Beleuchtung, Teppiche, Bodenbeläge	17,0	70,1	5,6
Unterhaltungselektronik, Großelektro, Foto, Film, Computer, Telekommunikation, Büromaschinen	27,2	112,1	8,9
Baumarktartikel (Farben, Lacke, Tapeten, Sanitär, Werkzeuge, Eisenwaren, Gartenbedarf) Kfz-Zubehör	26,2	108,0	8,6
Hoobybedarf (Zoobedarf, Fahrräder, Camping, Erotikartikel)	3,6	14,8	1,2
Einzelhandel insgesamt	304,0	1.253,0	100,0

3.3 Leistungsdaten des Hamelner Einzelhandels

Die Einzelhandelserhebung (vgl. Kapitel 1), ein Analysebericht der CIMA GmbH (2012) sowie verschiedene Indizes der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) dienen als Datenbasis für die nachfolgenden Ausführungen.

3.3.1 Angebotssituation

Für das Jahr 2012 wurde in der Stadt Hameln eine Einzelhandelsverkaufsfläche von insgesamt 188.289 m² ermittelt, die sich auf insgesamt 660 Einzelhandelsbetriebe verteilt (siehe Abb. 19). Hierin sind auch die 85 leerstehenden Ladenlokale beinhaltet. Mit knapp 15.400 m² leerstehender Verkaufsfläche liegt die Quote in der Gesamtstadt bei 8,2 %.

Insgesamt wird ein Einzelhandelsumsatz von 485,4 Mio. Euro erzielt, der das Hamelner Nachfragepotenzial (304 Mio. Euro) deutlich übersteigt. Werden die Verkaufsfläche und die erzielten Umsätze miteinander in Verbindung gebracht, lässt sich eine Flächenproduktivität von rund

2.807,50 Euro/m² errechnen, die im Vergleich zum Bundesgebiet (ca. 3.500 Euro/m² im Jahr 2012) allerdings relativ gering ausfällt.

Dies ist auf einen recht hohen Anteil an flächenintensiven Betrieben mit einer naturgemäß geringeren Flächenproduktivität im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente zurückzuführen, denn in diesen Sortimentsbereichen wird auf 42,6 % aller Verkaufsflächen nur ein Anteil von 23,7 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet.

In der Altstadt, dem wichtigsten Versorgungsbereich der Rattenfängerstadt, beträgt die Leerstandsquote bei insgesamt 51.733 m² Verkaufsfläche sogar nur 5,6 % und erreicht somit einen sehr guten Wert für ein Mittelzentrum der Hamelner Größenordnung (vgl. Abschnitt 6.2).

Abbildung 19: Betriebe und Verkaufsflächen nach Lage⁴. Quelle: Eigene Erhebung, 2012

Sortimente	Altstadt		Deister-/ Bahnhofstr.		Hefehof		Übriges Stadtgebiet		Insgesamt	
	Betriebe	VKF (m ²)	Betriebe	VKF (m ²)	Betriebe	VKF (m ²)	Betriebe	VKF (m ²)	Betriebe	VKF (m ²)
Zentrenrelevante Sortimente										
Bekleidung	82	21.755	2	112	0	0	20	4.979	104	26.846
Wäsche	10	1.460	0	0	1	10	5	355	16	1.825
Schuhe	18	2.651	0	0	0	0	10	2.226	28	4.877
Lederwaren	10	594	0	0	0	0	3	90	13	684
Sportartikel	0	0	0	0	0	0	5	1.160	5	1.160
Bücher	6	1.536	1	232	1	10	4	45	12	1.823
Schreibwaren	6	1.032	0	0	2	23	5	135	13	1.190
Spielwaren	5	622	0	0	2	110	6	1.063	13	1.795
Musikinstrumente	1	50	1	35	0	0	1	80	3	165
Hausrat	5	786	0	0	1	80	13	2.765	19	3.631
Glas / Porzellan / Keramik	4	211	0	0	0	0	1	100	5	311
Geschenkartikel	4	366	1	60	3	610	9	350	17	1.386
Optik	10	1.024	1	37	0	0	1	50	12	1.111
Uhren und Schmuck	20	820	2	43	0	0	1	25	23	888
Heimtextilien, Kurzwaren, Kunstgegenstände (Antiquitäten)	14	1.335	3	180	0	0	20	2.869	37	4.384
Sanitätswaren	5	412	1	80	0	0	3	105	9	597
Gesamt:	200	34.654	12	779	10	843	107	16.397	329	52.673
Nahversorgungsrelevante Sortimente										
Lebensmittel (inkl. Getränke)	32	5.356	12	1.323	5	2.143	78	28.086	127	36.908
Reformwaren	5	751	4	185	1	150	16	1.585	26	2.671
Drogerie- und Parfümerieartikel	8	3.109	2	410	0	0	1	380	11	3.899
Schnittblumen	3	82	1	60	0	0	13	2.471	17	2.613
Zeitschriften	4	111	4	231	1	20	14	357	23	719
Gesamt:	52	9.409	23	2.209	7	2.313	122	32.879	204	46.810
Nicht zentrenrelevante Sortimente										
Möbel	5	460	1	1.200	1	400	15	14.287	22	16.347
Beleuchtung	0	0	1	129	0	0	6	795	7	924
Großelektro (weiße Ware)	0	0	0	0	0	0	4	1.035	4	1.035
Unterhaltungselektronik (TV, HiFi, CD)	3	300	2	90	3	145	5	2.355	13	2.890
Computer und Telekommunikation	13	551	2	105	0	0	7	445	22	1.101
Foto und Film	1	100	0	0	0	0	1	20	2	120
Sportgroßgeräte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fahrräder	2	97	0	0	1	2	12	1.845	15	1.944
Tapeten	0	0	0	0	0	0	5	720	5	720
Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen)	0	0	1	10	0	0	8	3.784	9	3.794
Teppiche (Stapelware)	0	0	0	0	0	0	4	765	4	765
Farben und Lacke	0	0	1	250	0	0	7	1.120	8	1.370
Baustoffe und Baumarktartikel	0	0	0	0	1	20	13	15.068	14	15.088
Campingartikel	0	0	0	0	0	0	2	125	2	125
Sanitärwaren	1	100	0	0	0	0	4	1.820	5	1.920
Werkzeuge und Eisenwaren	0	0	1	120	0	0	6	1.850	7	1.970
Kfz-Zubehör	2	140	0	0	0	0	22	1.711	24	1.851
Büromaschinen und Organisation	0	0	0	0	3	115	2	110	5	225
Zoobedarf	2	125	0	0	1	30	9	2.890	12	3.045
Gartenbedarf (inkl. Pflanzen)	1	210	0	0	1	2.635	11	6.948	13	9.793
Babybedarf	0	0	0	0	0	0	1	1.000	1	1.000
Erotikartikel	1	135	0	0	0	0	2	735	3	870
Sonstiges	14	2.495	2	190	0	0	18	3.830	34	6.515
Gesamt:	45	4.713	11	2.094	11	3.347	164	63.258	231	73.412
Leerstand:	35	2.897	10	1.790	0	0	40	10.707	85	15.394
Insgesamt:	332	51.673	56	6.872	28	6.503	433	123.241	849	188.289

4 | Da in der Einzelhandelserhebung bei Betrieben ab einer Verkaufsfläche von 1.500 m² eine Differenzierung nach Sortimenten vorgenommen wurde, ergibt sich in der Abbildung eine höhere Gesamtanzahl an Betrieben. Wenn also bspw. ein Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von 2.500 m² insgesamt zehn Sortimente aufweist, ist er in der Abbildung auch zehnmal berücksichtigt. Unabhängig vom Sortiment gibt es in Hameln 660 Einzelhandelsbetriebe, wie im Text beschrieben.

Auffällig ist, dass die nahversorgungsrelevanten Sortimente 27,5 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche umfassen und dabei mit einem Umsatz von knapp 213 Mio. Euro einen Anteil von fast 44 % aller Einzelhandelsumsätze auf sich vereinen. Für die Gesamtstadt kann somit auf ein ausreichendes Angebot an Nahversorgungsangeboten geschlossen werden. Diesbezüglich ist jedoch die räumliche Komponente zu untersuchen (vgl. Abschnitt 3.4.3).

Ebenso fällt ins Auge, dass die zentrenrelevanten Sortimente (insbesondere Bekleidung und Wäsche) mit 157,6 Mio. Euro einen hohen Umsatzanteil von 32,5 % aufweisen. Zentrenrelevante Sortimente spielen somit eine wichtigere Rolle innerhalb der Hamelner Einzelhandelslandschaft als die nicht zentrenrelevanten Warengruppen. Dies wird sich auch nach der Anfang des Jahres 2012 vorgenommenen Änderung der Hamelner Sortimentsliste (vgl. Abschnitt 4.1) nicht ändern. Der Branchenmix ist insgesamt als gut zu bezeichnen.

Dies bestätigt auch die „Umfrage zur Bürgerzufriedenheit 2012“, in der 65,9 % der Bürgerinnen und Bürger die Einkaufsmöglichkeiten als gut oder sehr gut bezeichnen. Nur 7,1 % der Befragten beurteilten das Angebot als schlecht oder sehr schlecht. Erwartungsgemäß wurde zudem die Altstadt als beliebtester Einkaufsort gesehen. Lediglich für das Sortiment Elektronikartikel werden andere Standorte (Böcklerstraße sowie andere Städte) bevorzugt. Dies verwundert jedoch wenig, da dieses Sortiment in der Altstadt unterrepräsentiert ist. Werden alle Sortimente zusammengenommen betrachtet, kaufen etwa 70 % der Befragten am liebsten in der Altstadt ein.

3.3.2 Zentralität (nach Warengruppen)

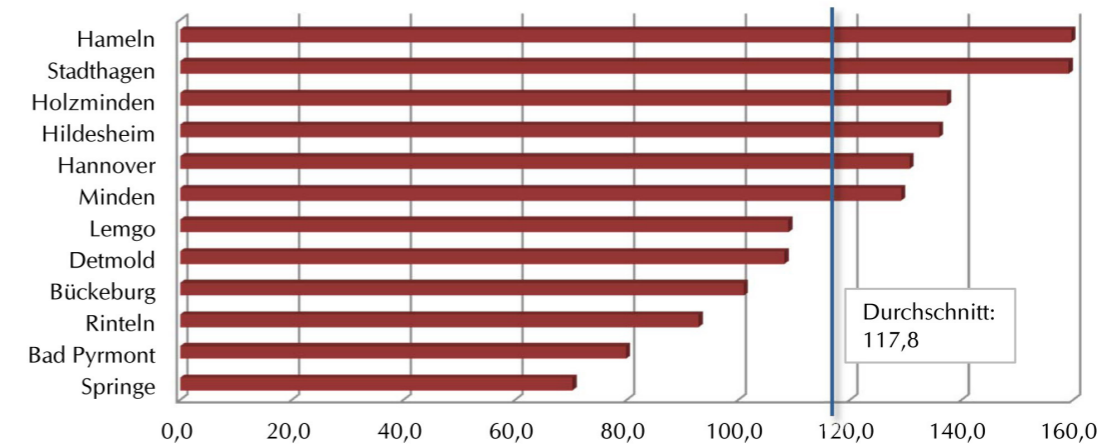
Die Einzelhandelszentralität definiert das Verhältnis zwischen der in einer Stadt vorhandenen Nachfrage (einzelhandelsbezogene Kaufkraft) und den tatsächlich in derselben Stadt erzielten Umsätzen. Erreicht die Zentralitätskennziffer einen Wert von mehr als 100 %, ist dies gleichbedeutend mit einem positiven Kaufkraftsaldo. Das heißt, der Kaufkraftzufluss aus dem Umland übersteigt den Kaufkraftabfluss. Andersherum bedeutet eine geringere Zentralität als 100 %, dass Kaufkraft aus der jeweiligen Stadt in das Umland bzw. in andere Zentren abfließt und dieser Abfluss nicht durch Kaufkraftzuflüsse ausgeglichen werden kann.

Je deutlicher die Zentralitätskennziffer die Grenze von 100 % überschreitet, desto attraktiver ist das Einzelhandelsangebot und desto stärker ist die Sogkraft der jeweiligen Stadt. Die Anziehungskraft ergibt sich dabei mehreren sich kumulierenden Faktoren, wie

- dem Branchenmix,
- der Größe und der Qualität der vorhandenen Verkaufsflächen,
- der städtebaulichen Qualität und der Aufenthaltsqualität der zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Einzelhandelslagen,
- den Verknüpfungsmöglichkeiten mit weiteren Angeboten (Gastronomie, Dienstleistungen, etc.) und Erledigungen (Behörden, Ärzte, etc.) sowie
- der Kaufkraft im jeweiligen Marktgebiet.

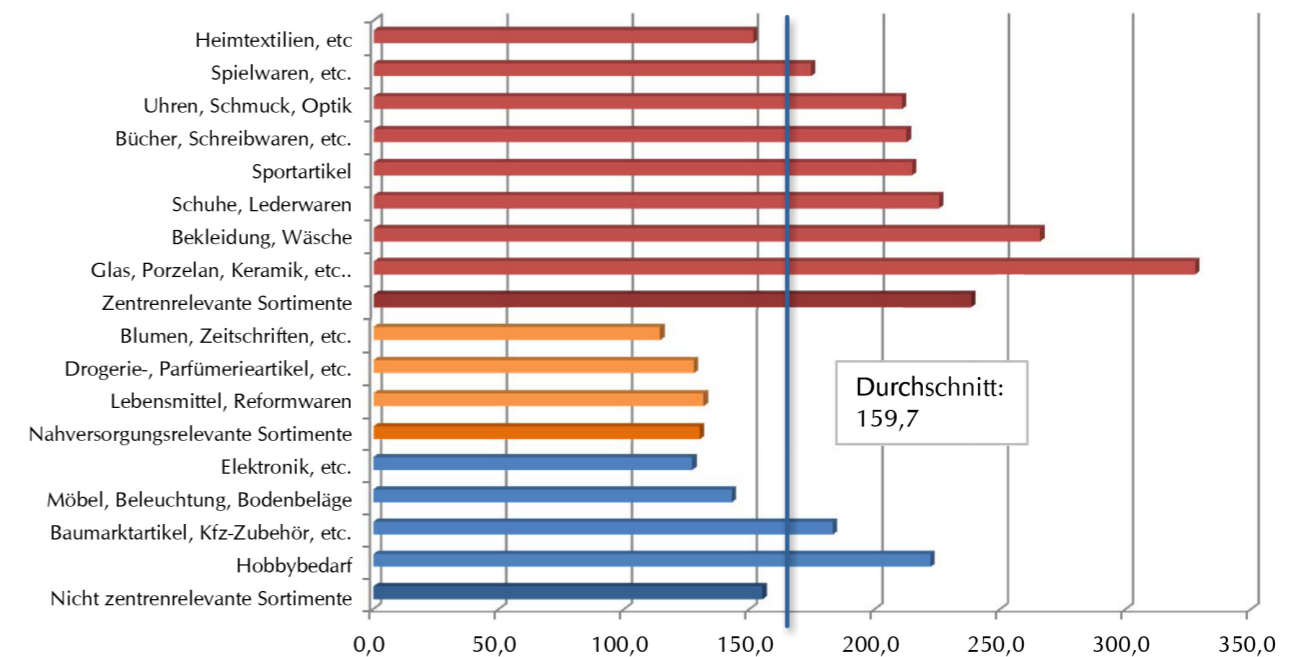
Die Zentralität des Hamelner Einzelhandels beträgt 159,7 % (ermittelt auf Grundlage von GFK, 2011 / CIMA, 2012). Die Stadt Hameln verzeichnet somit einen Kaufkraftzufluss in einer Größenordnung von etwa 60 % (rund 180 Mio. Euro) der in der Stadt selbst insgesamt vorhandenen Kaufkraft. Im regionalen Vergleich weist Hameln die höchste Zentralitätskennziffer auf und übertrifft damit bspw. die Oberzentren Hannover und Hildesheim (siehe Abb. 20). Positiv ist dabei, dass dieser Wert seit einigen Jahren auf einem konstanten Niveau verblieben ist.

Abbildung 20: Zentralitätswerte im regionalen Vergleich. Quelle: Eigene Berechnung nach GFK, 2011



Bei der Unterteilung dieses Ergebnisses nach den verschiedenen Sortimentsgruppen der zentrenrelevanten, nicht zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimente (siehe Abb. 21 auf S. 32) ist festzustellen, dass diese Werte ein ähnlich hohes Niveau aufweisen, bzw. im Fall der zentrenrelevanten Sortimente dieses hohe Niveau noch bei weitem übersteigen (238,1 %). Dies ist auf die wichtige Versorgungsfunktion zurückzuführen, die Hameln raumordnerisch erfüllt.

Abbildung 21: Zentralitätswerte Hamelns nach Sortimenten. Quelle: Eigene Berechnung nach GFK, 2011 / CIMA, 2012



Die Versorgungsfunktion bezieht sich nicht nur auf den Einzelhandel. Denn in der größten Stadt des Weserberglands konzentrieren sich weitere wichtige Funktionen in den Bereichen Verwaltung, Dienstleistung und Kultur. Gerade für den höherwertigen, langfristigen Bedarf sind viele Bewohner des Umlandes auf den Besuch Hamelns angewiesen und da bei solchen Besuchen mehrere Anliegen erledigt werden können (bspw. Behördengänge), profitieren der Einzelhandel und die ergänzenden Branchen zusätzlich. Ebenfalls profitieren kann Hameln von seiner Qualität als touristisches Ziel, die sich insbesondere aus der Überlieferung der Rattenfängersage, der attraktiven naturräumlichen Lage sowie der historischen Altstadt ergibt.

3.3.3 Flächendichte

Als Indikator zur Bestimmung der quantitativen Verkaufsflächenausstattung wird die Flächendichte herangezogen, die das Verhältnis zwischen den in einer Stadt insgesamt vorhandenen Verkaufsflächen und der Einwohnerzahl darstellt. In Deutschland beträgt die Verkaufsflächendichte insgesamt etwa 1,5 m² je Einwohner. In der Stadt Hameln wird dieser Wert mit knapp über 3,0 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich überschritten (siehe Abb. 22, in der die Verkaufsflächen je Einwohner nach Sortimentsgruppen unterteilt betrachtet werden).

Die Verkaufsflächenausstattung liegt in Hameln also insgesamt deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Dabei wird im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente die größte Verkaufsflächendichte erreicht. Dies kann jedoch als logische Schlussfolgerung der geringeren Flächenproduktivität aufgefasst werden, denn in vielen Sortimentsbereichen der nicht zentrenrelevanten Sortimente wird eine (sehr) große Verkaufsfläche benötigt, damit ein wirtschaftlicher Betrieb möglich ist (Möbel, Baumarkt etc.).

Abbildung 22: Verkaufsflächen pro Einwohner. Quelle: Eigene Erhebung, 2012

Sortimentsbereich	VKF in m ²	VKF/EW
Zentrenrelevante Sortimente	51.233	0,90
Nahversorgungsrelevante Sortimente	47.027	0,83
Nicht zentrenrelevante Sortimente	74.635	1,32
Gesamt	172.895	3,05

Entscheidend für die Betrachtung der Einzelhandelsituation in der Stadt Hameln ist die Tatsache, dass je Einwohner mehr Verkaufsfläche für zentrenrelevante als für nahversorgungsrelevante Sortimente verfügbar ist. Beide Einzelwerte übersteigen den Bundesdurchschnitt, so dass hier nicht von einer Unterversorgung bei den nahversorgungsrelevanten Warengruppen gesprochen werden kann. Vielmehr macht die Übersicht erneut deutlich, dass bei Gütern des aperiodischen Bedarfs eine wichtige Versorgungsfunktion über die Stadtgrenzen hinaus wahrgenommen wird.

3.4 Betriebs- und Branchenstruktur

Zur Untersuchung der Betriebs- und Branchenstruktur sind, da Leerstände bei dieser Betrachtung keine Relevanz besitzen, 575 Einzelhandelsbetriebe zu berücksichtigen, die zusammen eine Verkaufsfläche von 172.895 m² aufweisen. In der Abb. 23 sind die wesentlichen Kennzahlen des Hamelner Einzelhandels zusammengefasst dargestellt. Zudem bietet die Abb. 24 auf S. 35 einen Überblick, welche Sortimente in Hameln an welchem Standort bzw. in welcher Standortkategorie zu finden sind.

Dabei wird insbesondere die starke Position der Altstadt bei den zentrenrelevanten Sortimenten deutlich, während bei den sonstigen Sortimentsbereichen überwiegend die Streulagen bzw. die Sonderstandorte dominieren.

Der Anteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente an der Gesamtverkaufsfläche ist mit rund 47.600 m² vergleichsweise gering. Darunter nimmt der Lebensmittelhandel mit 153 Betrieben und einer Verkaufsfläche von knapp 40.000 m² (19,8 % aller Verkaufsflächen) den Löwenanteil ein. Die größten Anbieter in diesem Segment sind ein Marktkauf und ein real Warenhaus mit

Abbildung 23: Relevante Kennzahlen des Einzelhandels in Hameln. Quelle: Eigene Erhebung, 2012 / GfK, 2011 / CIMA, 2012

Sortiment	Anzahl Geschäfte	Verkaufsfläche in m ²	Anteil in %	Umsatz in Mio. €	Anteil in %	Nachfrage in Mio. € (Stadt)	Nachfrage in Mio. € (Marktg.)	Anteil in %	Zentralität in %
Zentrenrelevante Sortimente	321	51.636	27,4	157,6	32,5	66,2	272,9	21,8	238,1
Bekleidung, Wäsche	120	28.621	15,2	70,7	14,6	26,6	109,6	8,8	265,8
Schuhe, Lederwaren	41	5.546	2,9	16,9	3,5	7,5	30,9	2,5	225,3
Uhren, Schmuck, Optik	35	1.999	1,1	14,1	2,9	6,7	27,6	2,2	210,4
Sportartikel	5	1.160	0,6	11,8	2,4	5,5	22,7	1,8	214,5
Bücher, Schreibwaren, Musikinstrumente	28	3.153	1,7	15,5	3,2	7,3	30,1	2,4	212,3
Spielwaren, Babybedarf	14	2.760	1,5	5,4	1,1	3,1	12,8	1,0	174,2
Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Hausrat	41	4.228	2,2	16,4	3,4	5,0	20,6	1,6	328,0
Heimtextilien, Kurzwaren, Kunstgegenstände	37	4.169	2,2	6,8	1,4	4,5	18,5	1,5	151,1
Nahversorgungsrelevante Sortimente	213	47.624	25,3	212,9	43,9	163,8	675,1	53,9	130,0
Lebensmittel (inkl. Getränke), Reformwaren	153	39.816	21,1	148,3	30,6	112,7	464,5	37,1	131,6
Drogerie-, Parfümerieartikel und Sanitätswaren	20	4.496	2,4	59,0	12,2	46,2	190,4	15,2	127,7
Schnittblumen, Zeitschriften, etc.	40	3.312	1,8	5,6	1,2	4,9	20,2	1,6	114,3
Nicht zentrenrelevante Sortimente	230	73.635	39,1	114,9	23,7	74,0	305,0	24,3	155,3
Möbel, Beleuchtung, Teppiche, Bodenbeläge	42	19.975	10,6	24,3	5,0	17,0	70,1	5,6	142,9
Unterhaltungselektronik, Großelektro, Foto, Film, Computer, Telekommunikation, Büromaschinen	46	5.361	2,8	34,6	7,1	27,2	112,1	8,9	127,2
Baumarktartikel (Farben, Lacke, Tapeten, Sanitär, Werkzeuge, Eisenwaren, Gartenbedarf) Kfz-Zubehör	76	35.872	19,1	48,0	9,9	26,2	108,0	8,6	183,2
Hobbybedarf (Zoobedarf, Fahrräder, Camping, Erotikartikel, Sonstiges)	66	12.427	6,6	8,0	1,6	3,6	14,8	1,2	222,2
Leerstand	85	15.394	8,2	-	-	-	-	-	-
Gesamtstadt	849	188.289	100,0	485,4	100,0	304,0	1.253,0	100,0	159,7

5 | Da in der Einzelhandelserhebung bei Betrieben ab einer Verkaufsfläche von 1.500 m² eine Differenzierung nach Sortiment vorgenommen wurde, ergibt sich in der Abbildung eine höhere Gesamtanzahl an Betrieben. Wenn also bspw. ein Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von 2.500 m² insgesamt zehn Sortimente aufweist, ist er in der Abbildung auch zehnmal berücksichtigt. Unabhängig vom Sortiment gibt es in Hameln 660 Einzelhandelsbetriebe, wie im Text beschrieben.

jeweils deutlich über 3.000 m² Verkaufsfläche sowie ein Kaufland, ein REWE und ein Edeka E-Center mit jeweils noch über 2.000 m² Verkaufsfläche.

Drei der fünf größten Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels befinden sich in einem zentralen Versorgungsbereich (Altstadt, Hefehof, Zielbereich Lemkestraße), die zwei weiteren Betriebe haben ihre Filialen an den Sonderstandorten Multimarkt und Böcklerstraße angesiedelt. Acht weitere Betriebe überschreiten die Grenze der Großflächigkeit (>800 m²) und sind über die gesamte Kernstadt verteilt. Eine räumlich differenzierte Betrachtung und Bewertung der Nahversorgungssituation erfolgt im nachfolgenden Abschnitt.

Die zentrenrelevanten Sortimente nehmen einen Anteil von 27,4 % der in Hameln vorhandenen Verkaufsflächen ein. Über 65 % dieser Verkaufsflächen befinden sich im Hauptgeschäftszentrum. Mit Abstand das wichtigste Sortiment innerhalb dieser Kategorie ist Bekleidung mit einem Anteil von 14,3 % aller Verkaufsflächen (26.846 m²). Zum Vergleich: Das zweitwichtigste Sortiment mit Zentrenrelevanz sind Schuhe mit gerade einmal 4.877 m² (2,6 % der Gesamtverkaufsfläche).

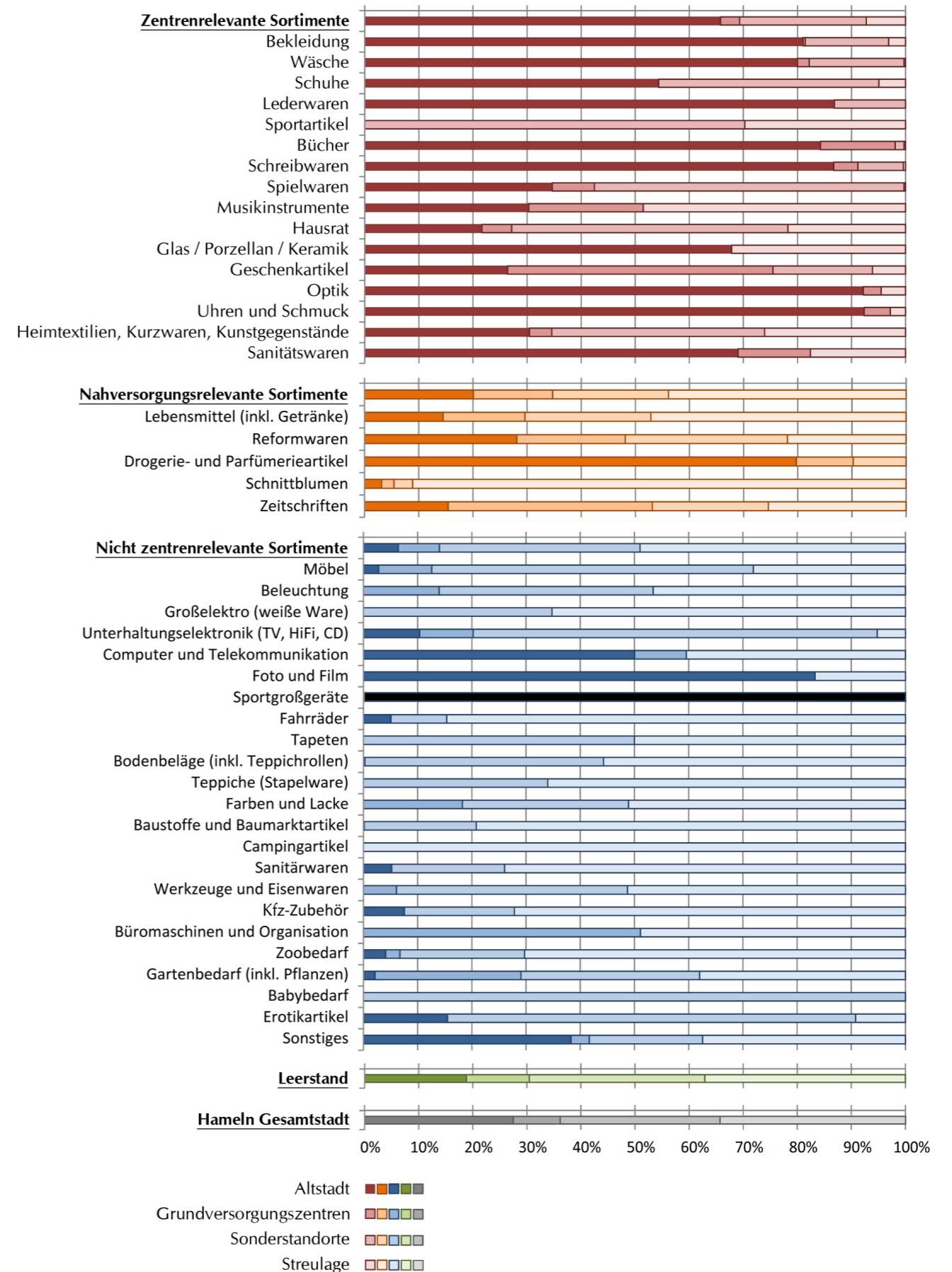
Eine eher geringe Bedeutung weisen die zentrenrelevanten Sortimente Sanitätswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Musikinstrumente auf (0,1 bis 0,3 % der Gesamtverkaufsfläche), was unter anderem auf eine vergleichsweise hohe Flächenproduktivität bei diesen Warengruppen zurückzuführen sein dürfte.

Neben den Sortimenten Lebensmittel / Getränke und Bekleidung sind insbesondere Möbel (16.347 m²; 8,7 %) sowie Baustoffe / Baumarktartikel (15.088 m²; 8,0 %) mit sehr großen Verkaufsflächen in Hameln vertreten. Aber auch das Angebot an Gartenbedarfsartikeln (9.793 m²; 5,2 %) ist sehr stark repräsentiert. Diese nicht zentrenrelevanten Sortimente werden vor allem an den Sonderstandorten bzw. in Streulagen angeboten. Die großen Verkaufsflächen vereinigen allerdings nur wenige Betriebe auf sich, was auf ihre geringe Flächenproduktivität hinweist.

Hinsichtlich der Verkaufsflächen einzelner Branchen gibt es noch einige weitere Auffälligkeiten, die hier zu nennen sind:

- Die Sortimente Unterhaltungselektronik, Computer und Telekommunikation sowie Foto und Film sind insgesamt eher schwach vertreten. Insbesondere ist dabei auffällig, dass sie fast ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden. Dies ist zum einen auf die kleinteilige Bebauungsstruktur in der Altstadt und zum anderen auf einen in den 1990er Jahren entstandenen Media Markt am Sonderstandort Böcklerstraße zurückzuführen. Zukünftig wird dieses Sortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vergrößert, denn unlängst wurden zwei Baugenehmigungen für zusätzliche Märkte am Sonderstandort Multimarkt sowie am Hastenbecker Weg erteilt.
- Das Sortiment Sportgroßgeräte ist in Hameln nicht vorhanden. Sie werden ausschließlich als Randsortimente angeboten und da bei der Einzelhandelserhebung eine Unterteilung der einzelnen Sortimente je Geschäft erst ab einem Verkaufsflächenumfang von 1.500 m² erfolgen konnte, werden sie statistisch nicht erfasst.
- Die zentrenrelevanten Sortimente Sportartikel, Spielwaren, Hausrat und Heimtextilien / Kurzwaren / Kunstgegenstände sind jeweils gar nicht oder nur zu vergleichsweise geringen Anteilen (0,0 % / 42,3 % / 27,1 % / 34,6 %) in den zentralen Versorgungsbereichen verfügbar. Dies liegt vor allem daran, dass Sportartikel und Spielwaren häufig als Randsortimente in Warenhäusern und Vollsortimentern an Sonderstandorten oder in Streulagen angeboten werden. Hausrat und Heimtextilien sind typische Randsortimente in Möbelhäusern und Baumärkten und finden sich daher ebenfalls häufig in Streulage.

Abbildung 24: Verkaufsflächenanteile nach Standortkategorien und Sortiment. Quelle: Eigene Erhebung, 2012



- Hinsichtlich des nahversorgungsrelevanten Sortiments Schnittblumen ist anzumerken, dass sich über 90 % der Verkaufsflächen in Streulage befinden. Dies ist auf einen Großbetrieb in der Nähe des Berliner Platzes mit ca. 1.300 m² Verkaufsfläche zurückzuführen.

Das Hauptgeschäftszentrum in der Hamelner Altstadt vereint mit 261 Einzelhandelsbetrieben, die jedoch lediglich etwa 28 % der insgesamt vorhandenen Verkaufsflächen umfassen, nahezu die Hälfte aller Betriebe der Rattenfängerstadt auf sich. An beiden Sonderstandorten Böcklerstraße und Multimarkt ist zum Vergleich etwa ein ebenso großer Verkaufsflächenanteil vorhanden, allerdings ist dieser auf gerade einmal 46 Geschäfte aufgeteilt. Dies hebt die Kleinteiligkeit der Hamelner Altstadt deutlich hervor.

3.5 Nahversorgungssituation

Das Ziel einer ausgewogenen und nachhaltigen Nahversorgungssituation sollte es sein, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden und die Versorgung der Bevölkerung im näheren (fußläufigen) Umfeld ihres Wohnstandortes sicherzustellen.

Die Schaffung einer entsprechenden Nahversorgungsstruktur ist insbesondere in Hinblick auf den demographischen Wandel von besonderer Bedeutung, denn durch die alternde Bevölkerung wird auch die Mobilität von Teilen der Bevölkerung partiell deutlich eingeschränkt. Daher wird im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzepts unter anderem auch ein Fokus auf die Nahversorgungssituation in der Hamelner Kernstadt und vor allem auch in den ländlich geprägten Ortschaften gerichtet.

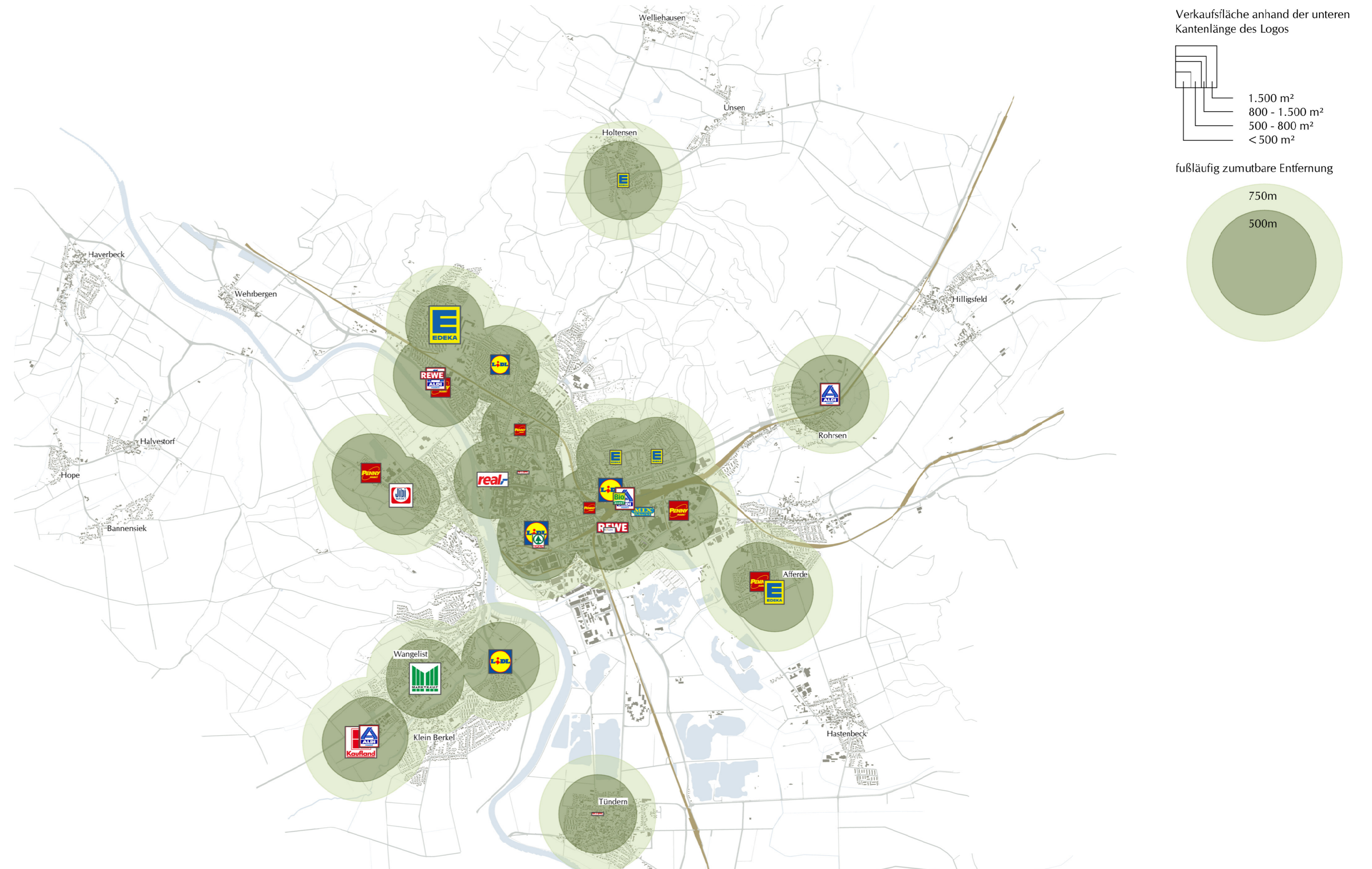
In der nebenstehenden Abb. 25 wurden daher alle Lebensmittelvollsortimenter und -discounters verortet. Dabei wurde eine Verkaufsflächenuntergrenze von 50 m² gewählt, um auch kleinere Lebensmittelgeschäfte in den Ortschaften, die ein Grundsortiment zur Nahversorgung anbieten, zu berücksichtigen. Dies hat verständlicherweise zur Konsequenz, dass die vorhandene Angebotstiefe je nach Betriebstyp sehr stark differiert⁵. Als weiteres Kriterium wurde deshalb Wert darauf gelegt, dass das angebotene Warenspektrum mehrere nahversorgungsrelevante Sortimente umfasst, also bspw. nicht ausschließlich Obst und Gemüse oder Backwaren angeboten werden. Die verschiedenen Standorte wurden mit zwei Versorgungsradien von 500 m und 700 m umgeben, um die fußläufige Erreichbarkeit abzubilden.

Die Stadt Hameln weist insgesamt einen Zentralitätswert von 130 % im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente auf. Der Bedarf innerhalb der Stadt ist somit quantitativ gesichert. Zudem werden Teile der Umlandgemeinden ebenfalls mitversorgt. Dies dürfte sich überwiegend aus der vergleichsweise hohen Zahl an Einpendlern nach Hameln ergeben, die auf dem Pendelweg ihren täglichen Bedarf innerhalb der Stadtgrenzen abdecken. Eine große Bedeutung kommt bei der Nahversorgung auch dem Hamelner Wochenmarkt zu, der mittwochs und samstags auf dem Rathausplatz stattfindet. Dieser wird von den Bürgerinnen und Bürgern sehr gut angenommen und auch von Kunden, die nicht in der Kernstadt wohnen, angesteuert. Dabei werden häufig auch die Kopplungsmöglichkeiten mit der Altstadt für den weiteren Einkauf genutzt. Der Markt dient somit nicht nur der Nahversorgung sondern auch als Frequenzbringer für den Einzelhandel in der Altstadt.

Ein differenzierteres Bild ergibt sich, wenn die Stadtteile und Ortschaften Hamelns näher betrachtet werden (siehe Abb. 26, S. 38 sowie in räumlicher Hinsicht auch Abb. 25). So besitzen

⁵ | Große Verbrauchermärkte bieten zum Teil bis zu über 50.000 verschiedene Produkte an, während Discounter oder kleinflächige Versorger teilweise weniger als 2.000 Produkte im Sortiment führen (vgl. KRÜGER ET AL., 2013: 9).

Abbildung 25: Lebensmitteleinzelhandel in Hameln. Quelle: Eigene Darstellung



mehrere Ortsteile keinerlei Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, während die Kernstadt und insbesondere der Ortsteil Klein Berkel sehr hohe Zentralitätswerte in diesen Sortimentsbereichen aufweisen (Kernstadt 165,3 % / Klein Berkel 179,1 %).

Abbildung 26: Übersicht zum Nahversorgungsangebot in den Hamelner Ortschaften. Quelle: Eigene Erhebung, 2012

	Bevölkerung	Einzelhandelsrelev.	Nahversorgungsrelevante Sortimente		
		Kaufkraft in €	Verkaufsfläche	Umsatz in €	Zentralität
Kernstadt	36.150	104.306.166	37.936	172.465.821	165,3%
Afferde	5.037	14.534.190	1.821	8.278.687	57,0%
Groß Hilligsfeld	782	2.255.450	70	318.236	14,1%
Halvestorf	1.089	3.141.921	0	0	0,0%
Hastenbeck	1.515	4.370.637	0	0	0,0%
Haverbeck	763	2.202.150	50	227.312	10,3%
Holtensen	1.139	3.284.991	150	681.935	20,8%
Klein Berkel	4.836	13.953.496	5.496	24.986.086	179,1%
Klein Hilligsfeld	128	370.298	0	0	0,0%
Rohrsen	1.314	3.789.942	804	3.655.170	96,4%
Tündern	2.820	8.138.136	503	2.286.754	28,1%
Unsen	407	1.175.415	0	0	0,0%
Wehrbergen	401	1.155.778	0	0	0,0%
Welliehausen	375	1.082.841	0	0	0,0%
Stadt Hameln	56.756	163.761.410	46.830	212.900.000	130,0

Einige weitere Ortschaften decken lediglich einen sehr kleinen Anteil der örtlichen Nachfrage auch vor Ort ab (so beispielsweise Holtensen oder Tündern mit Zentralitätswerten zwischen 10 und 30 %). Dies zeigt sich auch räumlich: Denn während in der Kernstadt nur von einigen wenigen Lagen kein Nahversorger in fußläufiger Entfernung erreichbar ist, fehlt dieser in vielen Ortsteilen vollständig (so zum Beispiel in Halvestorf oder Hastenbeck).

Abbildung 27: Fahrender Handel in den Hamelner Ortschaften. Quelle: Eigene Erhebung, 2013

Ortschaft	Händler	Sortiment	Häufigkeit
Afferde		Stationäres Nahversorgungsangebot vorhanden	
Groß Hilligsfeld	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	1x wöchentlich
Halvestorf	Hakenbeck	Backwaren	1x wöchentlich
	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	2x wöchentlich
Hastenbeck	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	3x wöchentlich
	Frischedienst Growe	Lebensmittel und Haushaltswaren	2x wöchentlich
Haverbeck	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	2x wöchentlich
Holtensen		Stationäres Nahversorgungsangebot vorhanden	
	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	2x wöchentlich
Klein Berkel		Stationäres Nahversorgungsangebot vorhanden	
Klein Hilligsfeld	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	1x wöchentlich
Rohrsen	Bäckerei Wittbold	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	1x wöchentlich
Tündern		Stationäres Nahversorgungsangebot vorhanden	
Unsen	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	2x wöchentlich
	Bäckerei Schmidt	Backwaren	2x wöchentlich
Wehrbergen	n.v.	n.v.	n.v.
Welliehausen	Hajener Landbrot	Backwaren, kleines Lebensmittelangebot	2x wöchentlich
	Bäckerei Schmidt	Backwaren	2x wöchentlich

In den Ortschaften, die über keinerlei bzw. nur sehr eingeschränkte stationäre Nahversorgungsangebote verfügen, decken fahrende Händler einen Teil des kurzfristigen Bedarfs ab, sodass zumindest ein rudimentäres Nahversorgungsangebot vorhanden ist (siehe Abb. 27). Dabei müssen Einschränkungen hinsichtlich des Warenumfangs (überwiegend Bäckereien, die zwar ein zusätzliches, aber nur sehr geringes Lebensmittelangebot anbieten) und der zeitlichen Verfügbarkeit (Anfahren der Ortschaften nur ein- bis zweimal pro Woche) hingenommen werden.

Den Versorgungslücken in der Kernstadt und insbesondere in den Ortschaften stehen Nahversorgungsagglomerationen gegenüber (bspw. Fischbecker Landstraße / Berliner Platz), die insgesamt für eine recht unausgewogene Verteilung der nahversorgungsrelevanten Sortimente im Hamelner Stadtgebiet sorgen. Weitere Ansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten daher gezielt auf Bereiche des Stadtgebiets gelenkt werden, in denen Lücken in der Nahversorgung festgestellt wurden (vgl. Abschnitt 7.6). Zudem muss darauf geachtet werden, dass einige Standorte hinsichtlich der Betriebsgröße, des baulichen Zustands und der Parkplatzsituation nicht mehr zeitgemäß sind. Hier besteht die Gefahr, dass Standorte aufgegeben werden (müssen) und neue Versorgungslücken entstehen. Diesbezüglich besteht also Handlungsbedarf, um die Wettbewerbsfähigkeit zu wahren und die wohnortnahe Versorgung in den umliegenden Wohngebieten sicherzustellen.

4 | Funktionen und Herleitung einer Sortimentsliste

Die Rechtsprechung fordert zur stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels die Erarbeitung einer Sortimentsliste, auf deren Grundlage Festsetzungen in Bebauungsplänen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche getroffen werden können. Für die Stadt Hameln wurde bereits 2007 eine Sortimentsliste erarbeitet und beschlossen und in 2012 aktualisiert.

4.1 Erarbeitung einer Sortimentsliste

Zum Schutz und zur Stärkung der Einzelhandelsfunktion ihrer zentralen Versorgungsbereiche kann eine Gemeinde in Bebauungsplänen bestimmte Sortimente innerhalb des jeweiligen Geltungsbereichs ausschließen (vgl. ND OVG, 2006; OVG NRW, 2004). Dies kann alle Sortimente umfassen, deren Verkauf regelmäßig in den zentralen Versorgungsbereichen erfolgt und die in der jeweiligen Gemeinde von erheblicher Bedeutung für die Innenstadt bzw. für die weiteren zentralen Versorgungsbereiche sind. Dabei ist eine spezifische Sortimentsliste aus den Verhältnissen in der jeweiligen Gemeinde zu entwickeln. Eine bloße Übernahme etwaiger Landeslisten ist gem. ständiger Rechtsprechung nicht möglich da (vgl. OVG NRW, 2002; VGH BW, 2005).

Die Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente bildet allerdings nicht nur der Bestand ab, sondern es ist vielmehr auch möglich, künftige Planungsabsichten zu berücksichtigen. Dies sollte insbesondere geschehen, wenn bestimmte Sortimente nur noch in geringem Umfang in den zentralen Versorgungsbereichen verfügbar sind, deren Ansiedlung dort jedoch erwünscht ist (vgl. VGH BW, 2006).

Auf diese Weise kann eine sinnvolle Steuerung des Einzelhandels erfolgen und zusätzliche Sicherheit für Investoren, Immobilienbesitzer und vorhandene Einzelhandelsbetriebe geschaffen werden, da durch die Verbindlichkeit der Sortimentsliste ein höheres Maß an Verlässlichkeit geschaffen wird.

4.2 Hamelner Sortimentsliste

Die Hamelner Sortimentsliste wurde ursprünglich mittels eines Gutachtens der CIMA GmbH entwickelt (vgl. CIMA, 2007) und im Jahr 2007 vom Hamelner Rat beschlossen. Sie diente zudem als Grundlage für die im Jahr 2009 beschlossene Festlegung zentraler Versorgungsbereiche. Beide Konzepte haben sich in der Praxis als Ergänzung des Märkte- und Zentrenkonzepts (Beschluss 1998, Fortschreibung 2006) zur Steuerung einer stadtverträglichen Einzelhandelsentwicklung bewährt. Dabei konnte insbesondere in Hinblick auf eine ausgewogene Nahversorgung eine weitgehende Standortsicherung erreicht werden.

Die Aktualisierung der Hamelner Sortimentsliste im Jahr 2012 reagierte auf die vorangegangenen Veränderungen in der örtlichen Einzelhandelsstruktur. Da die Sortimente Teppiche (Stapelware) und Beleuchtung in den zentralen Versorgungsbereichen nur noch in geringem Umfang vorhanden und somit nicht mehr zentrenprägend waren, wurden diese künftig als nicht zentrenrelevant eingestuft. Diese Sortimente werden heute weit überwiegend als Randsortimente in Möbel- und Baumärkten angeboten. Reine Leuchtenstudios finden sich, wenn überhaupt, nur noch in Oberzentren, wo eine entsprechende Kundenfrequenz erreicht wird.

Für die Sortimente Unterhaltungselektronik, Computer und Telekommunikation sowie Foto und Film erfolgte die ursprüngliche Einstufung als zentrenrelevante Sortimente mit dem Ziel, einen größeren Anbieter in der Altstadt anzusiedeln. Dieses Ziel konnte jedoch trotz der Entwicklung des innerstädtischen Einkaufszentrums „Stadtgalerie“ nicht erreicht werden. Aufgrund der kleinteiligen historischen Baustruktur in der Altstadt Hamelns ist eine anderweitige Ansiedlung eines Elektronikfachmarktes mit entsprechendem Flächenangebot kaum möglich (zur weiteren Begründung vgl. CIMA, 2012).

Obwohl die Stadt weiterhin das Ziel verfolgt, die genannten Sortimente wieder in der Altstadt anzusiedeln, wurde der Entscheidung des Verwaltungsgerichts Hannover gefolgt, indem sie nach der Aktualisierung 2012 als nicht zentrenrelevant eingestuft wurden. Diese Auffassung hat das Verwaltungsgericht Hannover in der Verhandlung um die baurechtliche Zulässigkeit eines Elektronikfachmarktes am Standort Multimarkt in Hameln vertreten. Die Aktualisierung der Hamelner Sortimentsliste, die am 21. März 2012 durch den Rat der Stadt beschlossen wurde (vgl. Abb. 30), folgt also der geschilderten Ansiedlungsproblematik und der gerichtlichen Auffassung des Verwaltungsgerichts.

Abbildung 28: Hamelner Sortimentsliste vom 21. März 2012. Quelle: Eigene Darstellung, 2012

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Bekleidung	Möbel
Wäsche	Beleuchtung
Schuhe	Großelektro (weiße Ware)
Lederwaren	Unterhaltungselektronik (TV, HiFi, CD)
Sportartikel	Computer und Telekommunikation
Bücher	Foto und Film
Schreibwaren	Sportgroßgeräte
Spielwaren	Fahrräder
Musikinstrumente	Tapeten
Hausrat	Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen)
Glas / Porzellan / Keramik	Teppiche (Stapelware)
Geschenkartikel	Farben und Lacke
Optik	Baustoffe und Baumarktartikel
Uhren und Schmuck	Campingartikel
Heimtextilien, Kurzwaren, Kunstgegenstände (Antiquitäten)	Sanitärwaren
Sanitärwaren	Werkzeuge und Eisenwaren
	KFZ-Zubehör
	Büromaschinen und Organisation
	Zoobedarf
	Gartenbedarf (inkl. Pflanzen)
	Babybedarf
	Erotikartikel
Differenziert zu betrachten sind:	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel (inkl. Getränke)	
Reformwaren	
Drogerie- und Parfümerieartikel	
Schnittblumen	
Zeitschriften	

Neben den genannten Gutachten wurden die folgenden Grundsätze zur Beurteilung der verschiedenen Sortimentskategorien herangezogen und bei der Erarbeitung der Sortimentsliste berücksichtigt:

- Nahversorgungsrelevante Sortimente werden täglich oder zumindest wöchentlich nachgefragt (periodischer Bedarf).
- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie eine bestimmte Funktion am jeweiligen Standort erfüllen (bspw. als Frequenzbringer), problemlos transportabel

sind, einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf entsprechende Kundenfrequenzen angewiesen sind, Agglomerationseffekte benötigen und überwiegend im Stadtzentrum bzw. in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

- Nicht zentrenrelevante Sortimente sind insbesondere solche Warengruppen, die wegen des hohen Flächenbedarfs nicht an zentralen Standorten angeboten werden (können), nur schwer zu transportieren sind und über eine vergleichsweise geringe Flächenproduktivität verfügen.

Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes war die Fortschreibung der Sortimentsliste erneut ein wichtiges Thema. Bei der Überprüfung zeigte sich, dass einige bisher einzeln betrachtete Sortimente nicht immer eindeutig voneinander abzugrenzen sind und der Handel sie in der Regel gemeinsam anbietet. Bei der Aktualisierung wurde daher insbesondere Wert auf die Unterscheidbarkeit einzelner Sortimente und deren räumliche Verteilung im Stadtgebiet gelegt. Die Änderungen, die im Folgenden dargelegt werden, tragen somit zu einer Vereinfachung und besseren Verständlichkeit der Sortimentsliste bei:

- Die Sortimente Bekleidung und Wäsche werden zusammengefasst, da diese beim Statistischen Bundesamt als gemeinsames Warenzeichen und im Regelfall gemeinsam in den Bekleidungsgeschäften angeboten werden. Es gibt zudem lediglich vier Geschäfte in der Altstadt, die ausschließlich das Sortiment Wäsche führen.
- Das Sortiment Büromaschinen und Organisation wird als Bürobedarf zusammengefasst und fortan gemeinsam mit den Schreibwaren als ein zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Drei der fünf vorhandenen Betriebe, die überwiegend das Sortiment Büromaschinen und Organisation anbieten, befinden sich in zentralen Versorgungsbereichen. Zudem ist der Verlauf zwischen den Sortimenten fließend, weshalb Schreibwaren und Bürobedarf häufig gemeinsam angeboten werden. Derartige Betriebe finden sich vielfach in der Altstadt.
- Hausrat und Glas / Porzellan / Keramik sind zum Teil nur schwer voneinander abzugrenzen (Beispiel: Wann ist ein Teller Porzellan und wann Hausrat?). Sie werden daher als ein Sortiment Haushaltswaren bewertet und mit Geschenkartikeln zusammengefasst, da auch hier die Grenze fließend verläuft. Die Erhebung hat gezeigt, dass auch diese Sortimente in der Regel in denselben Betrieben angeboten werden. Das zusammengefasste Sortiment Haushaltswaren / Geschenkartikel wird weiterhin als zentrenrelevant beurteilt.
- Weiterhin als zentrenrelevant werden die Sortimente Optik sowie Uhren und Schmuck bewertet. Aufgrund der ähnlichen Verkaufskonzepte (kleine Verkaufsflächen, hochwertige Warenpräsentation) werden sie zum Sortiment Optik / Uhren / Schmuck zusammengelegt.
- Die Zusammengehörigkeit der einzelnen Warengruppen des Sortiments Heimtextilien, Kurzwaren und Kunstgegenstände (Antiquitäten) hingegen ist unklar, weshalb sie regelmäßig getrennt angeboten werden. Lediglich in Möbelhäusern sind häufig beide Sortimente verfügbar, allerdings auch hier räumlich getrennt. Eine gemeinsame Erfassung wird der Unterschiedlichkeit somit nicht gerecht, weshalb dieses Sortiment in zwei neue Sortimente unterteilt wird: Heimtextilien / Kurzwaren zum einen und Kunstgegenstände / Antiquitäten zum anderen. Alle vier genannten Warengruppen verbleiben zentrenrelevant.
- Bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten werden ebenfalls zwei bisher einzeln betrachtete Sortimentsgruppen zusammengefasst, da deren Abgrenzung häufig nicht eindeutig erfolgen kann und sie zudem in der Regel gemeinsam angeboten werden. Es handelt sich hierbei um Reformwaren sowie Drogerie- und Parfümerieartikel, die fortan als Sortiment Drogerie- / Reformwaren / Parfümerieartikel betrachtet werden.

- Aufgrund ihrer Zusammengehörigkeit, die sich an der gängigen Präsentationsweise der vorgeschlagenen Warengruppen auf gemeinsamen Flächen zeigt, sollen künftig auch die Sortimente Bodenbeläge und Teppiche, die Sortimente Farben, Lacke und Tapeten sowie die Sortimente Sportgroßgeräte und Campingartikel jeweils gemeinsam erhoben und bewertet werden. Es entstehen hierdurch somit aus bisher sechs Sortimenten die drei neuen Sortimente Bodenbeläge / Teppiche, Farben / Lacke / Tapeten und Sportgroßgeräte / Camping.

Aus diesen Überlegungen ergibt sich eine fortgeschriebene Hamelner Sortimentsliste (siehe Abb. 31), die mit dem Beschluss über das vorliegende Einzelhandelskonzept Gültigkeit erlangt und künftig als Grundlage für die Bauleitplanung sowie die Beurteilung von Bauanträgen dient.

Abbildung 29: Fortgeschriebene Hamelner Sortimentsliste. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Bekleidung / Wäsche	Möbel
Schuhe	Bodenbeläge / Teppiche
Lederwaren	Farben / Lacke / Tapeten
Sportartikel	Sanitärwaren
Bücher	Baustoffe / Baumarktartikel
Schreibwaren / Bürobedarf	Werkzeuge / Eisenwaren
Spielwaren	Gartenbedarf
Musikinstrumente	Beleuchtung
Haushaltswaren / Geschenkartikel	Großelektro
Optik / Uhren / Schmuck	Unterhaltungselektronik
Heimtextilien / Kurzwaren	Computer / Telekommunikation
Kunstgegenstände / Antiquitäten	Foto / Film
Sanitärwaren	Fahrräder
	Sportgroßgeräte / Campingartikel
	KFZ-Zubehör
	Zoobedarf
	Babybedarf
	Erotikartikel

Differenziert zu betrachten sind: Nahversorgungsrelevante Sortimente
Lebensmittel / Getränke
Drogerie- / Reformwaren / Parfümerieartikel
Schnittblumen
Zeitschriften

5 | Definition zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche werden durch das Baugesetzbuch besonders vor negativen Einflüssen durch Einzelhandelsansiedlungen in Streulage geschützt. Dabei wird zwischen verschiedenen Kategorien zentraler Versorgungsbereiche differenziert. Diese Kategorisierung ergibt sich aus bestimmten Charakteristika hinsichtlich der Angebotsstruktur. Dieses Kapitel stellt die theoretischen Grundlagen hinsichtlich zentraler Versorgungsbereiche dar, um deren Festlegung und Typisierung in der Stadt Hameln (siehe Kapitel 6) vorzubereiten.

5.1 Begriffsbestimmung „zentraler Versorgungsbereich“

Als unbestimmter Rechtsbegriff ist die Bezeichnung „zentraler Versorgungsbereich“ nicht klar definiert. Die Anwendung des Begriffs kann daher im konkreten Fall unter Umständen durchaus zu beachtlichen Schwierigkeiten führen (vgl. BIENEK / KRAUTZBERGER, 2008: 84). Das Oberverwaltungsgericht (OVG) des Landes Nordrhein-Westfalen hat in einem Urteil vom 11. Dezember 2006, in dem Stellung zur Auslegung des § 34 Abs. 3 BauGB bezogen wurde, zentrale Versorgungsbereiche wie folgt charakterisiert:

„Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teiles des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...] ‚Zentral‘ sind Versorgungsbereiche nicht nur dann, wenn sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung der gemeindeweiten bzw. übergemeindlichen Versorgung dienen. [...] Der Zusatz ‚zentral‘ geht über die Bedeutung des Wortteils ‚Versorgungsbereich‘ hinaus, so dass eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich diesen allein noch nicht zu einem ‚zentralen‘ Versorgungsbereich macht. Dem Bereich muss vielmehr die Bedeutung eines Zentrums für die Versorgung zukommen“ (OVG NRW, 2006). Diese Definition wurde sowohl vom Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) in seinem Urteil vom 11. Oktober 2007 (vgl. BVerwG. 2007) als auch vom Niedersächsischen Oberverwaltungsgericht in seinem Urteil vom 12. November 2007 (vgl. ND OVG, 2007) bestätigt.

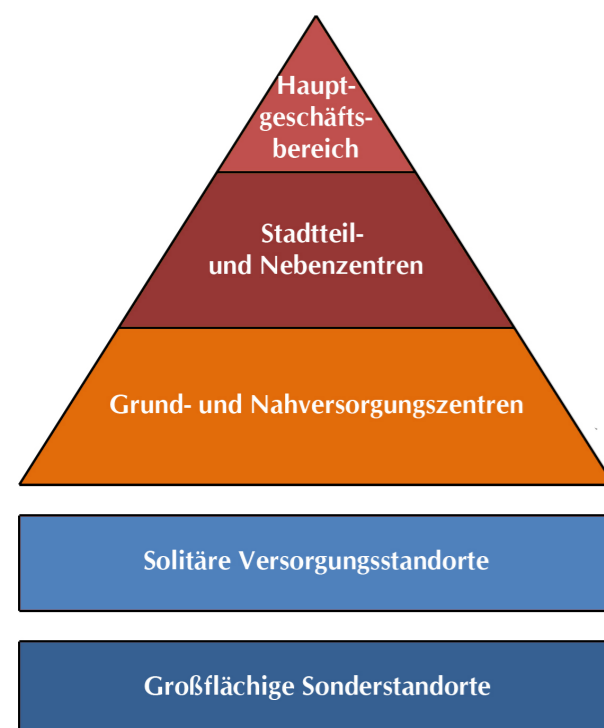
Der Begriff „zentral“ stellt klar, dass dem jeweiligen Versorgungsbereich die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen muss, denn die reine Häufung von Einzelhandelsbetrieben ergibt noch kein Zentrum in diesem Sinne. Bei einem zentralen Versorgungsbereich handelt es sich also um ein innerstädtisches Gebiet, das für die Bevölkerung zentrale Funktionen zur Versorgung erfüllt und durch seine baulichen Nutzungen, deren Dichte sowie aufgrund der verkehrlichen Anbindung auch eine städtebauliche Zentralität aufweist (vgl. REIDT, 2007: 2002). Grundsätzlich muss in Städten von mehreren zentralen Versorgungsbereichen unterschiedlicher Stufen ausgegangen werden.

5.2 Verschiedene Typen zentraler Versorgungsbereiche

Der Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ ist nicht einem bestimmten Typus von Versorgungsstandorten zugeordnet, sondern umfasst mehrere Stufen. Sowohl das OVG Nordrhein-West-

falen als auch das Niedersächsische OVG haben in ihren Urteilen vom 11. Dezember 2006 bzw. vom 12. November 2007 eine Typisierung in Hauptgeschäftsbereiche (vgl. Abb. 28), Stadtteil- bzw. Nebenzentren sowie Grund- und Nahversorgungszentren vorgenommen (vgl. OVG NRW, 2006; ND OVG, 2007).

Abbildung 30: Übersicht verschiedener zentraler Versorgungsbereiche. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Bei der Festlegung und Typisierung zentraler Versorgungsbereiche wird eine Vielzahl an Kriterien zur Hilfe genommen, die eine funktional sinnvolle Einordnung gewährleisten sollen. Es handelt sich dabei zum einen um einzelhandelsbezogene Merkmale, wie Warenspektrum und Branchenvielfalt, sowie räumliche Dichte und Anordnung der Betriebe. Zum anderen werden Faktoren berücksichtigt, die eine nähere Charakterisierung des Zentrums zulassen. Zu diesen Faktoren zählen:

- die aktuelle bzw. zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion,
- die Art und Dichte ergänzender Einrichtungen (Dienstleistungen, Gastronomie, etc.),
- die städtebauliche Gestaltung und Dichte des Quartiers (inklusive der Aufenthaltsqualität öffentlicher Räume und stadthistorischer Aspekte),
- die Lage innerhalb des Siedlungsgebiets sowie
- die verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV).

Anhand der aufgeführten Merkmale lassen sich die in Abb. 28 dargestellten Typen zentraler Versorgungsbereiche wie folgt definieren:

- Beim Hauptgeschäftsbereich handelt es sich um das dominante Versorgungszentrum innerhalb der Stadt, das sich ganz überwiegend in einer zentralen Lage im Stadtgebiet befindet. Es nimmt Versorgungsfunktionen für die gesamte Stadt und häufig auch für das nähere (Mittelzentren) bzw. weitere (Oberzentren) Umland wahr. In Hauptgeschäftsbereichen findet sich eine Konzentration zentraler Nutzungen mit einer hohen Angebotsdichte. Dies umfasst neben dem Einzelhandel mit einem möglichst differenzierten Warenangebot für

den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf auch Betriebe aus den Bereichen Dienstleistung, Gastronomie sowie Einrichtungen aus den Bereichen Kultur und Verwaltung. Das differenzierte Einzelhandelsangebot sollte dabei insbesondere innenstadtprägende Branchen, wie Mode, Foto und Optik, Bücher, Spiel-, Schreib- und Haushaltswaren sowie Uhren und Schmuck in ausreichendem Umfang aufweisen.

- Stadtteil- bzw. Nebenzentren sind nur in größeren Städten regelmäßig anzutreffen. Sie zeichnen sich durch ihre häufig arbeitsteilige Versorgungsfunktion aus, da sie dieser zumeist nur für einzelne Stadtteile übernehmen und dabei Teilfunktionen des Hauptgeschäftsbereichs abdecken (vgl. KUSCHNERUS, 2007: 84). Das Warenangebot in Stadtteil- bzw. Nebenzentren ähnelt den Sortimenten der Innenstadtzentren, wobei nahversorgungsrelevante Sortimente zumeist in größerem Maße verfügbar sind. Gerade durch den gegenüber Hauptgeschäftszentren eingeschränkten Umfang an angebotenen Waren erreichen die Nebenzentren einen deutlich geringeren Einzugsbereich, der sich in der Regel auf einen Stadtteil und maximal dessen nähere Umgebung beschränkt.
- In den Grund- und Nahversorgungszentren konzentrieren sich insbesondere Angebote des kurzfristigen Bedarfs. Zumeist sind diese Standorte führend im Bereich des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogerieartikel, etc.) und versorgen die umliegenden Wohnquartiere in diesen Sortimentsbereichen. Sie besitzen also einen eher kleinen Einzugsbereich. Ergänzende Angebote finden sich häufig in den Bereichen Gebrauchsgüter und regelmäßig nachgefragte Dienstleistungen. Oftmals kommen auch einfache gastronomische Angebote hinzu, die die Lagegunst in der Nähe des stark frequentierten Lebensmitteleinzelhandels nutzen.
- Solitäre Versorgungsstandorte können einzelne (große) Verbrauchermärkte oder SB-Warenhäuser sein. Häufig finden sich aber auch kleinere Ansammlungen (Agglomerationen) von Betrieben mit ähnlichen bzw. sich ergänzenden Sortimenten.
- Meist handelt es sich bei Sonderstandorten bzw. Fachmarktzentren um nicht integrierte, an verkehrsgünstigen Standorten gelegene und überwiegend von großflächigen Betrieben geprägte Einzelhandelsagglomerationen. Diese entstanden häufig in Gewerbegebieten mit Bebauungsplänen, die auf einer BauNVO von vor 1990 basierten, was dazu führte, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe in den Gewerbegebieten nicht ausgeschlossen waren. Fachmarktzentren sind zumeist äußerst verkehrsintensiv und können je nach Umfang an vorhandener Verkaufsfläche eine ernsthafte Konkurrenz zu den zentralen Versorgungsbereichen darstellen. Problematische Auswirkungen entstehen meist jedoch erst dann, wenn neben dem typischen Warenspektrum (Baumarktartikel, Möbel, etc.) auch ein großes Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten verfügbar ist.

5.3 Planerische Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung eines oder mehrerer zentraler Versorgungsbereiche ist Aufgabe der Städte und Gemeinden. Dabei sind die Definition sowie die verschiedenen Faktoren, die einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen, zu berücksichtigen. So können nicht nur faktisch vorhandene Zentren räumlich und funktional definiert, sondern auch Bereiche abgegrenzt werden, für die das Ziel besteht, einen zentralen Versorgungsbereich zu entwickeln. Nach der Ansicht des Niedersächsischen OVG bedarf es hierfür einer planerischen Festschreibung, „vorrangig etwa durch einen Bebauungsplan“ (ND OVG, 2007).

Die räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche erfolgt durch die Städte und Gemeinden im Rahmen informeller Planungen, wie diesem Einzelhandelskonzept. Sie sind bei der Festlegung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen der Bauleitplanung regelmäßig unverzichtbar. Faktische zentrale Versorgungsbereiche werden mit Hilfe von Einzelhandelskonzepten hinsichtlich der exakten räumlichen Abgrenzung und ihrer konkreten Versorgungsfunktion präzisiert.

Da es sich hierbei jedoch um informelle Planungen handelt, sind diese über Festsetzungen in einem Bebauungsplan rechtlich verbindlich auszugestalten. Die reine Ausweisung von Baugebieten ist dabei zur Festlegung eines zentralen Versorgungsbereichs nicht geeignet. Vielmehr ist die Funktion über entsprechende textliche Festsetzungen zu regeln. Dies kann insbesondere durch die Ausweisung entsprechender Gebietstypen gemäß der BauNVO in Kombination mit der Festsetzung zulässiger Sortimente bzw. mit dem Ausschluss störender Nutzungen erfolgen. Dabei kann eine gesamtstädtische, vorbereitende Betrachtung über Darstellungen im Flächennutzung erfolgen. Diese Darstellung allein ist jedoch nicht in der Lage, zentrale Versorgungsbereiche zu sichern. Gleiches gilt für etwaige Darstellungen in überörtlichen Planwerken.

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche erfolgt grundstücksscharf. Dabei sollen die festgelegten räumlichen Grenzen allerdings nicht als völlig statisch betrachtet werden, denn eine spätere Anpassung der zentralen Versorgungsbereiche ist möglich. Dies kann zum Beispiel geschehen, um faktische Entwicklungen planerisch nachzuvollziehen oder um einen Versorgungsbereich durch eine räumliche Ergänzung zu stärken.

Für die planerische Festlegung zentraler Versorgungsbereiche spielen neben den in Abschnitt 5.2 dargestellten Merkmalen insbesondere die Sortimentslisten (siehe Kapitel 4) eine wichtige Rolle. Für die sortimentspezifischen Unterscheidungen wird durch die Abgrenzung ein räumlicher Bezug innerhalb des Stadtgebiets hergestellt.

5.4 Praktische Bedeutung und Schutz zentraler Versorgungsbereiche

Bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche geht es nicht darum, bestimmte Nutzungen zuzulassen bzw. auszuschließen, sondern vielmehr darum, bestimmte Funktionen dieser Bereiche zu schützen (KUSCHNERUS, 2007: 77). Dabei sollen bei der Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben insbesondere mit dem Projekt verbundene schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden. In der Rechtsprechung wird von schädlichen Auswirkungen im Sinne von städtebaulichen Funktionsverlusten, wie die Unterversorgung der Bevölkerung oder die Verödung eines zentralen Versorgungsbereichs (vgl. OVG NRW, 2005), meist dann ausgegangen, wenn ein Ansiedlungsvorhaben zu einer Umsatzumverteilung von 10 % oder mehr zu Lasten von zentralen Versorgungsbereichen führt (vgl. ND OVG, 2002; BERKEMANN / HALAMA, 2005: 363). Relevant sind in diesem Zusammenhang vor allem die in Abbildung 29 dargestellten Schutznormen. Zudem sind bei der Aufstellung von Bauleitplänen gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB auch die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen. Es wird somit deutlich, dass der Gesetzgeber den Gemeinden eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Verfügung stellt, ihre zentralen Versorgungsbereiche zu schützen.

Mit der Festlegung eines hierarchischen Systems der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Hameln werden die vom Gesetzgeber geschaffenen Schutzmöglichkeiten genutzt. Darüber hinaus wird das Ziel verfolgt, eine räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu ermöglichen. Zu diesem Zweck sind bestimmte Sortimente und Größenordnungen von Einzel-

handelsbetrieben nur an bestimmten Standorten vorgesehen, während deren Ansiedlung im übrigen Stadtgebiet ausgeschlossen wird (siehe Kapitel 7).

Abbildung 31: Rechtsnormen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Rechtsgrundlage	Schutznorm	Anwendungsbereich	Inhalt der Schutznorm
Baunutzungsverordnung (BauNVO)	§ 11 Abs. 3	Beurteilung von Bauvorhaben / Verbindliche Bauleitplanung	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit wesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind ausschließlich in Kern- und Sondergebieten mit einer entsprechenden Zweckbestimmung zulässig.
Baugesetzbuch (BauGB)	§ 2 Abs. 2 Satz 2	Verfahren der Bauleitplanung	Gemeinden können sich im Rahmen des interkommunalen Abstimmungsgebotes gegenüber der Planung und der Zulassung von Einzelhandelsbetrieben auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen.
Baugesetzbuch (BauGB)	§ 9 Abs. 2a	Verbindliche Bauleitplanung	Zum Zweck der Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche können einfache Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Zulässigkeit bestimmter Arten der baulichen Nutzungen nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB steuern.
Baugesetzbuch (BauGB)	§ 34 Abs. 3	Beurteilung von Bauvorhaben	Die Zulässigkeit von Vorhaben im unbeplanten Innenbereich wird zusätzlich daran geknüpft, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ ausgehen.

Die formulierten Ziele für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche werden über entsprechende Festsetzungen in den Bebauungsplänen erreicht. So werden innerhalb der Versorgungsbereiche störende Nutzungen ausgeschlossen, während beispielsweise in Gewerbegebieten bestimmte Einzelhandelsnutzungen als nicht zulässig festgesetzt werden. Dies kann sowohl in Form von einfachen Bebauungsplänen nach § 9 Abs. 2a BauGB als auch durch Ergänzung bestehender Bebauungspläne erfolgen bzw. ist bereits erfolgt.

Für die planerische Festlegung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Hameln, die im nachfolgenden Kapitel 6 erfolgt, spielt neben den in Abschnitt 5.2 dargestellten Merkmalen insbesondere die Hamelner Sortimentsliste (siehe Kapitel 4) eine wichtige Rolle. Für die in der Liste vorgenommene sortimentspezifische Unterscheidung wird durch die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ein räumlicher Bezug innerhalb des Stadtgebiets hergestellt.

6 | Zentrenkonzept

Im Märkte- und Zentrenkonzept werden die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Hameln festgelegt und charakterisiert. Neben den schützenswerten Bereichen, die als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden, sollen zudem die Sonder- oder Fachmarktstandorte und sonstigen Einzelhandelsagglomerationen im Hamelner Stadtgebiet ebenfalls benannt werden. Außerdem wird abschließend die Nahversorgungssituation in der Kernstadt und in den einzelnen Ortsteilen differenziert erläutert, um Handlungsbedarf zu erkennen.

6.1 Gesamtstädtische Betrachtung

Die Gliederung der Zentrenstruktur in der Stadt Hameln umfasst die zwei Kategorien Hauptgeschäftsbereich und Nahversorgungszentren, wobei eines der Nahversorgungszentren derzeit noch als Zielbereich einzustufen ist:

- Hauptgeschäftsbereich Altstadt, der eine Versorgungsfunktion weit über die Stadtgrenzen und zum Teil auch über die Landkreisgrenzen hinaus übernimmt und insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente über ein breites Angebotsspektrum verfügt.
- Nahversorgungszentrum Deisterstraße / Bahnhofstraße, das insbesondere für die Südstadt, aber auch für das Basbergviertel Versorgungsfunktionen überwiegend im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente übernimmt und zudem einige ergänzende Nutzungen im Dienstleistungssektor umfasst.
- Nahversorgungszentrum Hefehof, in dem vor allem nahversorgungsrelevante Sortimente für die Bereiche der Südstadt bereitgestellt werden, die südlich des Bahnhofes und der Bahntrasse liegen, und durch seinen historische Gebäudebestand eine besondere städtebauliche Qualität bietet.
- Zielbereich Lemkestraße, der in erster Linie einen großen Vollsortimenter sowie einige angegliederte Fachgeschäfte umfasst und vor allem große Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung in der Hamelner Nordstadt besitzt.

Neben diesen schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen in der Hamelner Kernstadt sind zwei Sonder- bzw. Fachmarktstandorte zu nennen, die sich beide im Ortsteil Klein Berkel, der in einem Siedlungszusammenhang mit der Kernstadt liegt, befinden:

- Sonderstandort Multimarkt, der in den 1960er Jahren als Einkaufszentrum auf der grünen Wiese entstand und heute noch eine breit gefächerte Mischung aus nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten umfasst.
- Sonderstandort Böcklerstraße, der vor allem nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente in Form großer Fachmärkte bietet.

Für die Sonderstandorte werden im Rahmen des Einzelhandelskonzepts Entwicklungsziele formuliert, sie verfügen allerdings über keinen besonderen Zentrenschutz. Ergänzende Funktionen besitzen mehrere Agglomerationen ohne Zentrencharakter, die sich über die gesamte Kernstadt verteilen und teilweise wichtige (Nah-)Versorgungsfunktionen übernehmen. Einen Überblick aller relevanten Einzelhandelsstandorte in der Stadt Hameln bietet zudem die Abbildung 32.

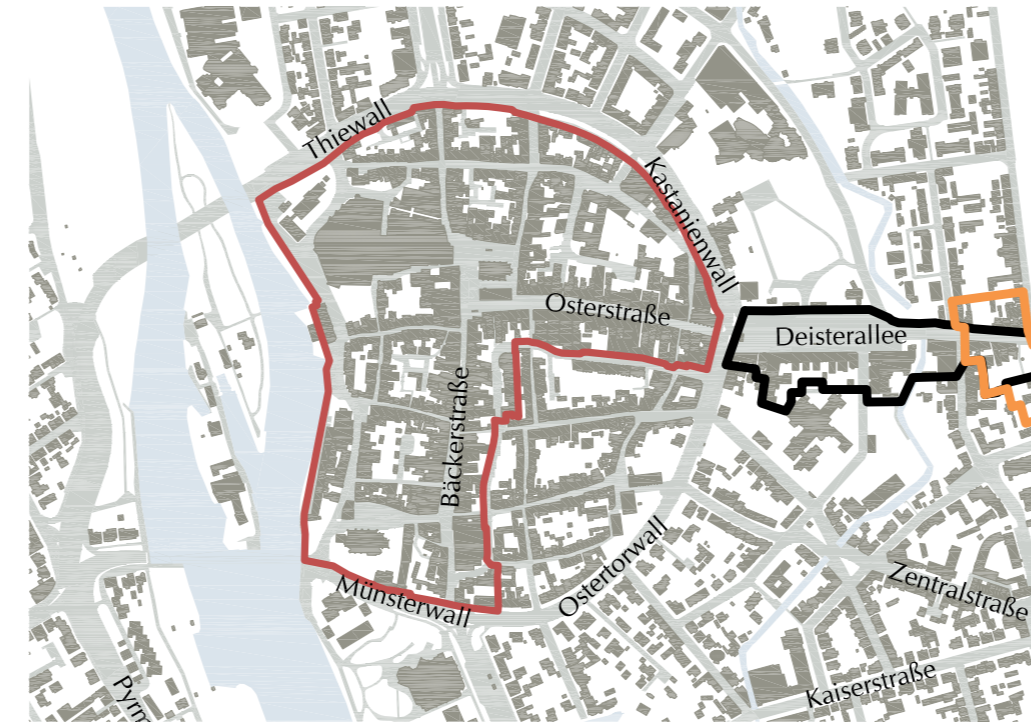
Abbildung 32: Übersicht aller zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



6.2 Charakteristik des Hauptgeschäftsbereichs Altstadt

Die Altstadt Hamelns, die ungefähr zu drei Vierteln ihrer Fläche als Hauptgeschäftsbereich definiert wird, wird durch die Weser im Westen und den Altstadtring begrenzt (siehe Abb. 33). Der südöstliche Bereich wurde nicht als Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs definiert, da hier die funktionale Dichte der versorgungsrelevanten Nutzungen deutlich gegenüber den übrigen Bereichen der Altstadt abnimmt. Dabei handelt es sich um eine historisch gewachsene Situation, die aus städtebaulicher Sicht auch nicht verändert werden soll. Das Angebot entlang der Haupteinkaufsstraßen und im zentralen Versorgungsbereich insgesamt ist ausreichend, weshalb eine Erweiterung im Südosten der Altstadt nicht notwendig ist. Der Haupteinkaufsbereich des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt befindet sich entlang der Straßenzüge Bäckerstraße, Am Markt, Pferdemarkt, Osterstraße, Ritterstraße und Emmernstraße sowie einigen Nebenstraßen.

Abbildung 33: Abgrenzung des Hauptgeschäftsbereichs Altstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



6.2.1 Stadtbild

Das Stadtbild des Hauptgeschäftsbereichs ist in sich geschlossen und maßstäblich einheitlich. Aus dieser Maßstäblichkeit fallen lediglich die im Jahr 2008 eröffnete Stadtgalerie, das Gebäude der Einzelhandelskette C&A an der Bäckerstraße sowie das ehemalige Karstadt Kaufhaus an der Osterstraße heraus. Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt ist insgesamt durch eine hohe städtebauliche und funktionale Dichte geprägt. Es existiert eine interessante und ausgeprägte Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Wohnen, Verwaltung, Gesundheitswesen und Kultur.

Die hohe Nutzungsdichte und –vielfalt wird durch ein attraktives städtebauliches Umfeld ergänzt, das zum einen durch die sanierten Fachwerk- und Weserrenaissancebauten und zum anderen durch die erst kürzlich abgeschlossene Umgestaltung der Fußgängerzone eine hohe Aufenthaltsqualität bietet (siehe Abb. 34). Dies verleiht der Altstadt zudem einen bedeutenden touristischen Stellenwert.

Abbildung 34: Impression der kleinteiligen Bebauungsstruktur entlang der Osterstraße. Quelle: Eigenes Foto, 2013



6.2.2 Angebotssituation

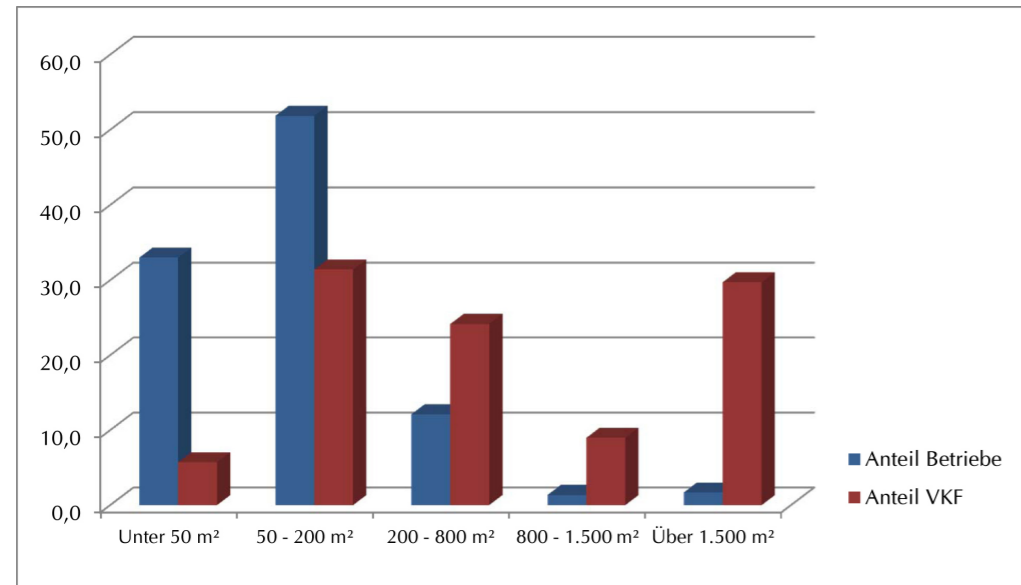
Die Altstadt Hamelns bildet den Schwerpunkt des Einzelhandels, der Gastronomie und der endverbraucherbezogenen Dienstleistungen. Hinsichtlich des Einzelhandels übernimmt die Altstadt eine bedeutende Versorgungsfunktion für die Hamelner Bürgerinnen und Bürger sowie für die Bewohner des Umlands. Die Altstadt ist durch ihre kompakte Struktur innerhalb der ehemaligen Wallanlagen, heutigen Wallstraßen, gekennzeichnet.

Der Umfang an Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich Altstadt hat sich in den vergangenen Jahren positiv entwickelt. Insbesondere durch die Ansiedlung der „Stadtgalerie“ konnten die Verkaufsfläche und die Einzelhandelszentralität der Altstadt deutlich gesteigert werden. Insgesamt finden sich derzeit im Hauptgeschäftsbereich 296 Geschäfte mit einer Gesamtverkaufsfläche von 51.673 m², darunter 35 Leerstände mit 2.897 m² Verkaufsfläche (die Leerstandsquote beträgt 5,6%). Trotz der großen Bedeutung als Versorgungsstandort vereint der Hauptgeschäftsbereich Altstadt bei einem Anteil von knapp 45 % aller in Hameln ansässiger Einzelhandelsbetriebe also nur 27,4 % der städtischen Verkaufsflächen auf sich. Der Anteil der Stadtgalerie an der Gesamtverkaufsfläche beträgt mit ca. 17.500 m² knapp 34 %. Zuvor war am heutigen Standort der Stadtgalerie allerdings bereits eine Verkaufsfläche von 6.900 m² vorhanden, weshalb der eigentliche Zuwachs nur bei ungefähr 10.600 m² liegt. Das Spektrum der verfügbaren Sortimente ist sehr hoch, wobei zentrenrelevante Sortimente (insbesondere Bekleidung) deutlich überwiegen.

Die Diskrepanz zwischen Betriebsanzahl und Verkaufsflächenumfang ist in erster Linie auf die historischen Strukturen zurückzuführen, die meist nur kleinere Ladenlokale zulassen. Wie Abb. 35 (S. 56) zeigt, überwiegen in der Hamelner Altstadt insbesondere die Ladenlokale zwischen 50 und 200 m², die gut 31 % der in der Altstadt vorhandenen Verkaufsflächen auf sich vereinen. Durch die im Jahr 2007 eröffnete Stadtgalerie sind auch einige größere Ladenlokale hinzugekommen (>1.500 m²). Die fünf großflächigen Betriebe mit mehr als 1.500 m²

verfügen jedoch über nahezu ebenso viel Verkaufsfläche, wie alle 154 Ladenlokale zwischen 50 und 200 m² zusammen. Von geringerer Bedeutung sind in der Altstadt die Geschäfte mit Verkaufsflächen, die nur leicht über der Großflächigkeitsschwelle liegen. Sie vereinen nur 9 % der in der Altstadt vorhandenen Verkaufsflächen auf sich.

Abbildung 35: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächengrößen. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Sehr große Bedeutung erlangt die Altstadt vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten: Knapp 66 % aller Verkaufsflächen und sogar mehr als 80 % aller Betriebe dieser Kategorie befinden sich im Hauptgeschäftsbereich (siehe Abb. 36).

Abbildung 36: Stellenwert der Altstadt in Relation zur Gesamtstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Anteil Verkaufsfläche	Wert	Anteil
Insgesamt	51673 m ²	27,4%
Zentrenrelevante Sortimente	34654 m ²	65,8%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	9429 m ²	20,1%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	4693 m ²	6,4%

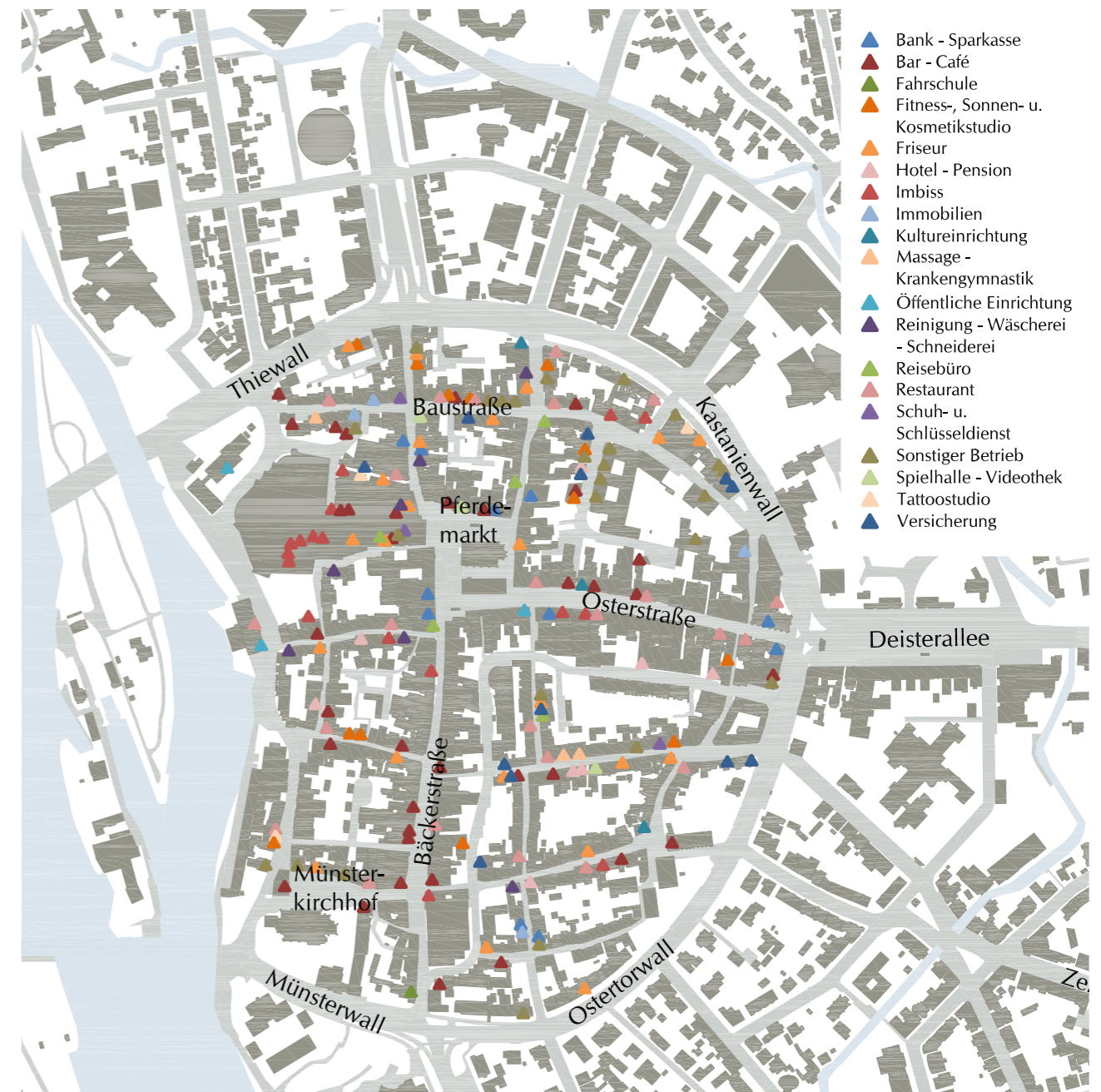
Anteil der Betriebe	Wert	Anteil
Insgesamt	265	44,8%
Zentrenrelevante Sortimente	175	80,6%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	50	26,2%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	40	24,7%

Anteil des Umsatzes	Wert	Anteil
Insgesamt	158,2 Mio. €	32,6%

Auch hinsichtlich der nahversorgungsrelevanten Sortimente kommt der Altstadt eine zentrale Bedeutung zu, da immerhin gut 26 % der Geschäfte mit diesen Warengruppen und gut 20 % der entsprechenden Verkaufsflächen in der Altstadt liegen. Dies sind insbesondere kleinflächige, spezialisierte Betriebe (Bäcker, Schlachter, Feinkost etc.), die im sonstigen Stadtgebiet deutlich unterrepräsentiert sind. Auch ein SB-Warenhaus sowie ein kleinerer Lebensmittelmarkt befinden sich in der Altstadt (real- und Nahkauf). Das SB-Warenhaus, das heute in der Stadtgalerie untergebracht ist, wurde im Rahmen der Bauleitplanung für das Einkaufszentrum gesichert, um für die gut 2.000 Einwohner der Altstadt ein ausreichendes Nahversorgungsangebot zu erhalten.

Das Einzelhandelsangebot in der Altstadt wird durch ein vielfältiges Angebot an Dienstleistungen, Gastronomie und Kultureinrichtungen ergänzt (siehe Abb. 37). Zudem gibt es ein breites Angebot an Ärzten und Gesundheitseinrichtungen (ohne Abb.).

Abbildung 37: Ergänzende Zentrenfunktionen in der Altstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Hierdurch wird der Aufenthalt im Hauptgeschäftsbereich der Stadt Hameln noch attraktiver, da verschiedene Erledigungen miteinander kombiniert werden können. Insbesondere das vielfältige Gastronomieangebot (Restaurant, Bars, Cafés und Imbisse) kann mit dem Einkaufsbummel verknüpft werden und somit die Nachfrage nach dem sogenannten Erlebnis-Shopping befriedigen. Eine derart hohe und vielfältige Nutzungsdichte wird in der Stadt Hameln sonst nirgends erreicht, wodurch das Innenstadtzentrum in seiner besonderen Qualität weiter gestärkt wird.

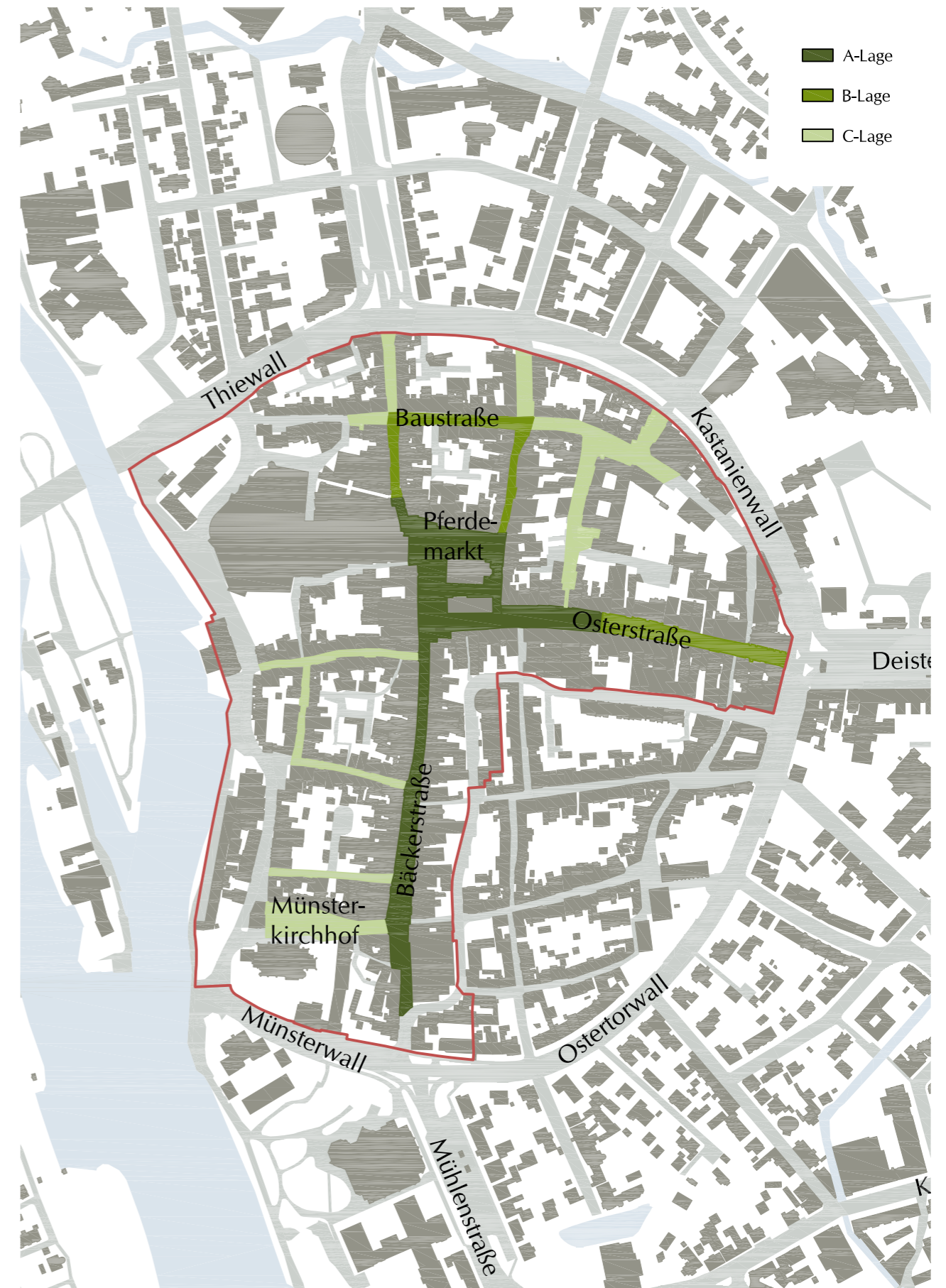
Insgesamt bietet die Hamelner Altstadt also ein sehr differenziertes Warenspektrum. Der erzielte Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche ist etwas höher als im übrigen Stadtgebiet und spricht für eine erhöhte Flächenproduktivität des Einzelhandels. Durch den recht hohen Anteil kleinteiliger Ladenflächen und der städtebaulichen Qualität entsteht ein besonderes Flair, das die Altstadt gegenüber den sonstigen Einzelhandelsstandorten heraushebt. Auch die zumeist höherwertige Qualität der Waren, die in der Altstadt angeboten werden, stellt ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber den sonstigen Standorten dar. Das Angebotsspektrum und die überwiegend kleinteilige Struktur sollten im Hauptgeschäftsbereich Altstadt unbedingt gewahrt und ggf. auch ergänzt werden, um die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den Sonderstandorten zu erhalten und ggf. noch zu verbessern.

6.2.3 Lagekategorien

Die unterschiedlichen Lagekategorien innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs werden anhand der städtebaulichen und handelsstrukturellen Gegebenheiten sowie der Passantenfrequenz abgegrenzt. Auch ergänzende Zentrenfunktionen fließen in die Betrachtung mit ein. Wird nun der Hauptgeschäftsbereich in der Altstadt betrachtet, ergibt sich das folgende Bild (siehe auch Abb. 38):

- Die 1a-Lage umfasst den „Pferdemarkt“ und die Bäckerstraße sowie die an den „Pferdemarkt“ grenzenden Bereiche der Osterstraße und der Ritterstraße. Hier sind mit der Stadtgalerie am Pferdemarkt, C&A und H&M in der Bäckerstraße, die Modehäuser Kolle und Wellner in der Ritterstraße sowie einer Rossmann-Filiale in der Osterstraße die wichtigsten (großflächigen) Magneten der Altstadt zu finden. Auch die sonstige Nutzungsdichte ist in diesen Bereichen mit einem attraktiven Besatz an Gastronomie und weiteren endverbraucherbezogenen Dienstleistungsbetrieben am höchsten.
- Die 1b-Lagen werden durch den östlichen Bereich der Osterstraße, die Emmernstraße, den nördlichen Teil der Ritterstraße und den Abschnitt der Baustraße zwischen Emmern- und Ritterstraße gebildet. Hier nimmt insbesondere die Passantenfrequenz ab. In den 1b-Lagen ist ein noch vergleichsweise dichter Einzelhandelsbesatz vorhanden. Auch ergänzende Dienstleistungen sind hier zu finden, die großen Magnetbetriebe fehlen jedoch.
- In den ergänzenden Bereichen der 2a-Lagen nimmt die Passantenfrequenz dann sehr deutlich ab und auch die Nutzungsdichte sowohl in Bezug auf den Einzelhandel als auch hinsichtlich der ergänzenden Funktionen ist wesentlich geringer als in den 1a- und 1b-Lagen. Die städtebauliche Qualität ist in diesen Bereichen zwar mindestens ebenso hoch, die Gestaltung des öffentlichen Raums ist jedoch teilweise (bspw. Baustraße, Neuetorstraße) weniger hochwertig. Zudem sind die Mieten in diesen Bereichen geringer, was spezialisierten Fachgeschäften ermöglicht, in der Altstadt vertreten zu sein. Alle weiteren Nebenstraßen sowie der weitere Verlauf der Bau- und der Emmernstraße werden als 2b-Lagen eingestuft.

Abbildung 38: Lagekategorien im Hauptgeschäftsbereich Altstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



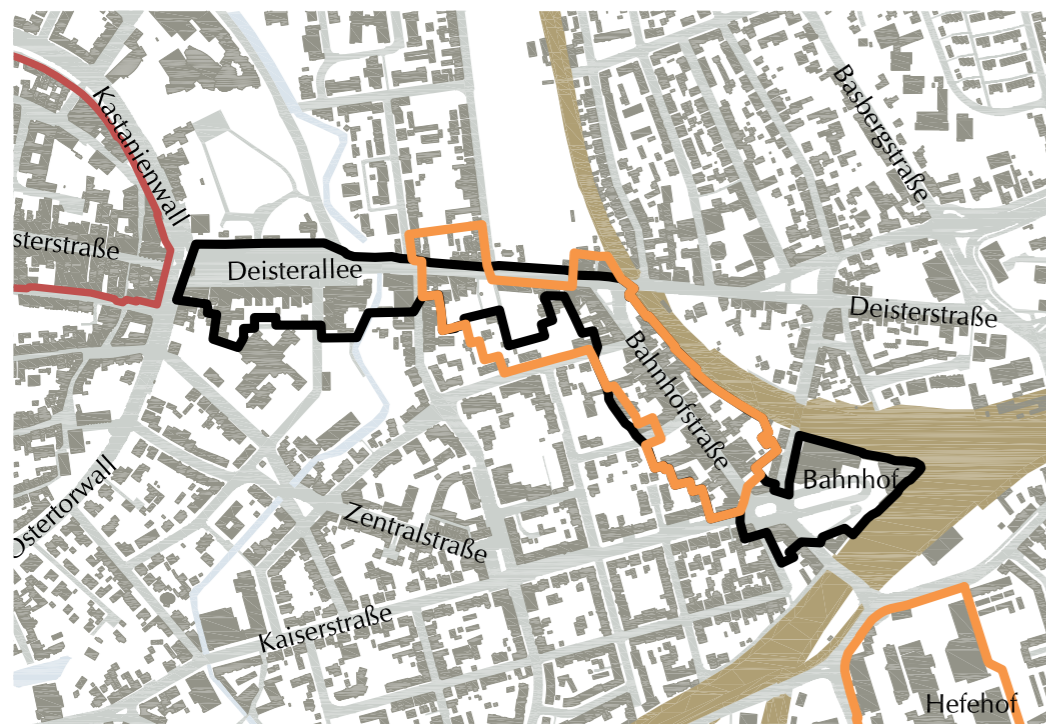
6.3 Charakteristik der Grund- und Nahversorgungszentren

Neben dem Hauptgeschäftsbereich Altstadt können für die Stadt Hameln zwei weitere faktische zentrale Versorgungsbereiche konstatiert werden: Der Bereich Deisterstraße / Bahnhofstraße und das Einkaufszentrum Hefehof übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen. Beide Standorte sind als Grund- und Nahversorgungszentren zu charakterisieren. Hinzu kommt der Zielbereich Lemkestraße, wo für den Hamelner Norden ein Grund- und Nahversorgungszentrum entwickelt werden soll, dem gerade nach dem Abzug der britischen Streitkräfte eine größere Bedeutung zukommen könnte.

6.3.1 Deisterstraße / Bahnhofstraße

Dieses bandartige Grundversorgungszentrum erstreckt sich entlang der Straßenzüge Deisterstraße (bis unmittelbar westlich der Eisenbahnbrücke) und Bahnhofstraße auf knapp einem Kilometer Länge zwischen den östlichen Rand der Altstadt und dem Hamelner Bahnhof. Somit bildet der festgelegte zentrale Versorgungsbereich das städtebaulich äußerst bedeutsame Bindeglied zwischen Bahnhof und Altstadt (siehe Abb. 39). Im Unterschied zu der 2008 beschlossenen Abgrenzung wird das Grundversorgungszentrum im Bereich Deisterstraße, Bahnhofstraße und Vizelinstraße erweitert, da sich hier die Möglichkeit bietet, die gewünschte Ansiedlung eines Vollsortimenters zu realisieren. Im westlichen Bereich wird der zentrale Versorgungsbereich etwas verkleinert. Denn entlang der Deisterallee, die zuvor im zentralen Versorgungsbereich lag, befinden sich keine schützenswerten Einzelhandelsbetriebe mehr. Darüber hinaus werden Bahnhofsgebäude und Bahnhofsvorplatz inklusive des Kinokomplexes nicht mehr einbezogen, da es ebenfalls keinen Anlass gibt, den dortigen Einzelhandelsbesatz unter einen besonderen Zentrumschutz zu stellen.

Abbildung 39: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Deisterstraße / Bahnhofstraße. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Die städtebauliche Situation stellt sich nicht einheitlich dar. Gründerzeitliche Blockrandbebauung mit drei bis vier Geschossen wechselt sich immer wieder mit eingeschossigen Gebäuden ab, so dass ein unruhiges Stadtbild entsteht. Nördlich der Deisterstraße wirkt das Stadtbild aufgrund des Mixes aus gründerzeitlichen Gebäuden, Freiflächen und Nutzungen mit geringer baulicher Dichte noch uneinheitlicher.

Insbesondere im Bereich Deisterallee und Deisterstraße wirkt sich der erhebliche Durchgangsverkehr auf der vierspurig ausgebauten Bundesstraße (B 217) negativ auf die Aufenthaltsqualität aus. Die Gestaltung des öffentlichen Raumes ist zweckdienlich und der für Fußgänger zur Verfügung stehende Raum stark eingeschränkt.

Deutlich positiver ist die Gestaltung des öffentlichen Raumes im Bereich der Bahnhofstraße sowie im Umfeld des Bahnhofes zu beurteilen. In der Bahnhofstraße wurden mit einfachen Mitteln eine Verkehrsberuhigung sowie eine Steigerung der Aufenthaltsqualität erreicht. Das aus der Bebauung resultierende, uneinheitliche und unruhige Stadtbild setzt sich auch in diesem Teil des zentralen Versorgungsbereichs fort (siehe auch Abb. 40).

Abbildung 40: Impression aus der Deisterstraße (B 217). Quelle: Eigenes Foto, 2013



Die an diesem Standort (es wird die ursprüngliche Abgrenzung zugrunde gelegt, siehe Abb. 39) vorhandene Gesamtverkaufsfläche von 6.872 m² verteilt sich auf insgesamt 56 Geschäfte, worunter sich allerdings 10 Leerstände mit einer Verkaufsfläche von 1.790 m² befinden. Im Grundversorgungszentrum Deisterstraße / Bahnhofstraße sind also etwa 9 % aller in Hameln ansässigen Einzelhandelsbetriebe verortet. Sie vereinen nicht ganz 4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich, wodurch dieser Standort, von der Altstadt abgesehen, zum wichtigsten Einzelhandelsbereich in der Hamelner Kernstadt wird. Die wichtigste Funktion dieses zentralen Versorgungsbereichs ist die Nahversorgung, die durch Betriebe wie einen Discounter, vier Bäckereien, eine Fleischerei, vier weitere Lebensmittelgeschäfte sowie zwei Drogerien, vier Apotheken und mehrere Kioske sichergestellt ist. Die Geschäfte mit nahversorgungsrelevanten

Sortimenten umfassen ca. 2.209 m² Verkaufsfläche, was etwa 31 % der am Standort vorhandenen Gesamtverkaufsfläche entspricht (vgl. Abb. 41). Darüber hinaus befinden sich einige spezialisierte Fachgeschäfte in der Bahnhofstraße. Hierbei handelt es sich u.a. um ein Musikgeschäft, einen Schlüssel- und Schilderdienst sowie einen Farbenfachhandel.

Abbildung 41: Stellenwert der Nahversorgungszentrums in Relation zur Gesamtstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Anteil Verkaufsfläche	Wert	Anteil
Insgesamt	6872 m ²	3,6%
Zentrenrelevante Sortimente	779 m ²	1,5%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2209 m ²	4,7%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	2094 m ²	2,9%

Anteil der Betriebe

Insgesamt	46	7,0%
Zentrenrelevante Sortimente	12	4,8%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	23	12,0%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	11	6,8%

Der größte Einzelhandelsbetrieb im Grundversorgungszentrum Deisterstraße / Bahnhofstraße ist, wird ein Möbelhaus an der Deisterallee außer Acht gelassen, ein Discounter auf der Ostseite der Bahnhofstraße mit einer relativ geringen Verkaufsfläche (480 m²) und einer vergleichsweise schlechten Stellplatzsituation (schlecht einsehbar hinter dem Haus). Eine Erweiterung oder Verlagerung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wäre nur über die Zusammenlegung mehrerer Grundstücke möglich. Nach wie vor gilt es aber den Discounter sowie den gegenüber liegenden Drogeriemarkt als wichtige Frequenzbringer in dem zentralen Versorgungsbereich zu sichern, da andernfalls ein deutlicher Funktionsverlust des gesamten Grundversorgungszentrums zu befürchten ist (hierzu ausführlich in Abschnitt 7.2.1).

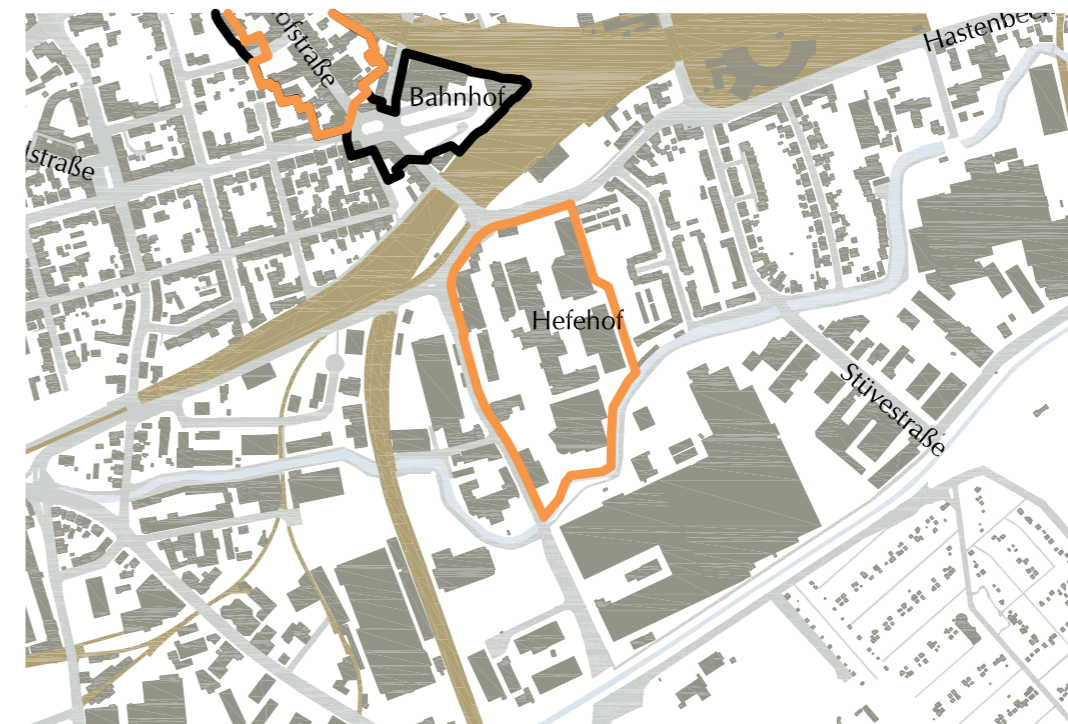
Neben der Versorgungsfunktion im Bereich des Einzelhandels weist das Gebiet weitere Zentren prägende Funktionen wie Gastronomie (eher einfache Angebote), Dienstleistungen und Wohnen auf. Insbesondere das Dienstleistungsangebot ist breit gefächert und besitzt Bedeutung über die Grenzen des Quartiers hinaus. Diese wird mit dem kürzlich sanierten ehemaligen Hotel Monopol und der Einrichtung eines Ärztezentrum in dem Gebäude zukünftig noch steigen. Zu den wichtigsten Angeboten zählen bereits jetzt Arztpraxen verschiedener Fachrichtungen und weitere Angebote aus dem Gesundheitswesen, Kanzleien, Versicherungsbüros, Reisebüros, Schneidereien, eine Fahrschule, Frisöre, ein Sonnenstudio sowie eine Bank. Besonders hervorzuheben ist auch die Technische Akademie Hameln e.V., die vor wenigen Jahren ihren Sitz in dem zentralen Versorgungsbereich etabliert hat und positive Entwicklungsimpulse mit sich bringt.

In den vergangenen zehn Jahren hat das Grundversorgungszentrum Deisterstraße / Bahnhofstraße dennoch mit sogenannten Trading-Down-Prozessen zu kämpfen. Dies ist zum einen auf die städtebaulich wenig attraktive Situation und zum anderen auf das Fehlen eines großen Frequenzbringers zurückzuführen. Zu beobachten ist dieser Prozess insbesondere in den Bereichen Dienstleistungen und Gastronomie: Nutzungen wie Sportwetten oder Spielhallen nehmen, dem Bundestrend folgend, deutlich zu.

6.3.2 Hefehof

In einem denkmalgeschützten ehemaligen Industriekomplex, den Hameln Hefe- und Spiritwerken, wurde im Jahr 2000 das Einkaufszentrum Hefehof eröffnet. Im Westen und Süden grenzt das größte historisch gewachsene Industrie- und Gewerbegebiet der Stadt Hameln an. Unmittelbar nördlich verläuft die Bahnstrecke, die gemeinsam mit dem Hastenbecker Weg (L 424) eine klare räumliche Barriere zum Bahnhof, der fußläufig eigentlich nur 250 m entfernt liegt, darstellt. Im Osten befindet sich Wohnbebauung in der direkten Nachbarschaft des Hefehofes. Die Abgrenzung des Grundversorgungszentrums folgt exakt dem Geltungsbereich des Bebauungsplans Nr. 716 – „Hefe- und Spiritwerke“ (siehe Abb. 42).

Abbildung 42: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Hefehof. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Das denkmalgeschützte Industriegebäude, das sogenannte „Mutterschiff“ des Hefehofs, ist ein Beispiel industrieller Backsteinarchitektur aus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, das zunächst der Zucker- und ab 1908 der Hefeproduktion diente (vgl. Abb. 43, S. 64). Der industrielle Charme der Backsteinarchitektur wurde im Inneren des Gebäudes erhalten und sorgt für ein einzigartiges Ambiente. Neben dem historischen Gebäudekomplex wird der Standort von drei großflächigen, zweckdienlich errichteten Betriebsgebäuden südlich und östlich des Mutterschiffs geprägt. Die städtebauliche Dichte sowie das Erscheinungsbild des zentralen Versorgungsbereichs Hefehof spiegelt die Funktion als Grundversorgungszentrum wider.

Die Verkaufsflächen am Standort Hefehof summieren sich bei 15 vorhandenen Betrieben auf insgesamt 6.503 m². Damit befinden sich am Hefehof nur etwas mehr als 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in 2 % der in der Stadt vorhandenen Einzelhandelsbetriebe. Leerstand ist im Grundversorgungszentrum Hefehof derzeit nicht vorhanden.

Die am stärksten vertretenen Sortimente sind Gartenbedarf mit 2.635 m² Verkaufsfläche (komplett im Neumann Gartencenter) und Lebensmittel / Getränke mit 2.143 m² Verkaufsfläche (der Verkaufsflächenumfang für nahversorgungsrelevante Sortimente ist mit 2.313 m² – knapp 36 % der Verkaufsflächen am Hefehof – nur unwesentlich höher). Der Anteil der sonstigen

zentrenrelevanten Sortimente umfasst mit einer Verkaufsfläche von 188 m² lediglich ca. 3 % der Verkaufsfläche am Standort. Das weitere Angebot, das überwiegend im Mutterschiff verortet ist, bedient den mittel- und langfristigen Bedarf (vgl. Abb. 44).

Der Nutzungsschwerpunkt am Standort Hefehof hat sich in den vergangenen Jahren vom

Abbildung 43: Impression des Hefehofs. Quelle: Eigenes Foto, 2013



Abbildung 44: Stellenwert des Nahversorgungszentrums in Relation zur Gesamtstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Anteil Verkaufsfläche	Wert	Anteil
Insgesamt	6503 m ²	3,5%
Zentrenrelevante Sortimente	843 m ²	1,6%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2313 m ²	4,9%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	3347 m ²	4,6%

Anteil der Betriebe

Insgesamt	15	2,3%
Zentrenrelevante Sortimente	3	1,2%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	5	2,6%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	7	4,3%

Einzelhandel stärker in Richtung verschiedener Dienstleistungen und Gastronomie verschoben. Zu den wichtigsten Dienstleistungsangeboten gehören Einrichtungen des Gesundheitswesens (Ärzte, Gesundheits-Sport-Zentrum, Krankenkasse) sowie eine Postagentur, eine Reinigung, ein Sonnenstudio, eine private Musikschule, Versicherungen und Weiterbildungseinrichtungen. Darüber hinaus wird auch ein kulturelles Angebot vorgehalten, das insbesondere aus zwei

kleinen Museen sowie einer Kleinkunsthöhne besteht. Durch diese Veränderungen in der Nutzungsstruktur hat der Hefehof zwar hinsichtlich seiner Funktion als Versorgungszentrum des Einzelhandels Einbußen hinnehmen müssen, ist aber durch die vielfältigen, den Einzelhandel ergänzenden Nutzungen insgesamt aufgewertet worden. Der verstärkte Besatz mit Dienstleistungs- und Büronutzungen zeigt zudem auch auf, dass hier eine erfolgreiche Anpassung der Nutzungsstruktur an veränderte Rahmenbedingungen stattgefunden hat. Dies ist positiv hervorzuheben.

6.3.3 Zielbereich Lemkestraße

Der Ziel-zentrale Versorgungsbereich Lemkestraße befindet sich in der Hamelner Nordstadt. Im Süden wird der Versorgungsbereich durch den Reimerdeskamp begrenzt, im Osten durch den Bertholdsweg und im Westen durch die namensgebende Lemkestraße (vgl. Abb. 45). Der Zielbereich Lemkestraße umfasst im Kern einen Vollsortimenter sowie diesem angeschlossene Fachgeschäfte. Als der Bereich ursprünglich abgegrenzt wurde, waren noch mehrere Fachgeschäfte am Standort ansässig. Es handelt sich daher derzeit eher um einen Solitärstandort als um eine Einzelhandelsagglomeration im eigentlichen Sinne. Da die Nordstadt nur wenige weitere Nahversorgungsstandorte aufweist, ist hier die Entwicklung eines Grundversorgungszentrums jedoch weiterhin beabsichtigt und auch notwendig.

Abbildung 45: Abgrenzung des Zielbereichs Lemkestraße. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Die umliegenden Wohnquartiere sind städtebaulich verdichtet, es dominiert Geschosswohnungsbau vor allem aus den 1960er und 1970er Jahren. Unweit nördlich liegt zudem das Einfamilienhausgebiet Rotenberg. Weitere, den Stadtteil prägende, Nutzungen sind die beiden von den britischen Streitkräften genutzten Depotstandorte „Bailey-Park“ und „Gundolph-Park“ nördlich und südlich des Reimerdeskamp. Sie liegen unmittelbar östlich des Zielbereichs. Durch den im Jahr 2014 geplanten Abzug der britischen Streitkräfte entstehen hier neue,

der Stadtentwicklung bislang nicht zugängliche Flächenpotenziale. Bei der Nachnutzung dieser Standorte ist auch die Ausweisung neuer, städtebaulich integrierter Wohnbauflächen möglich, wodurch eine weitere Nachfrage vor Ort entstehen könnte. Ebenfalls wird in diesem Zusammenhang geprüft, ob eine Erweiterung des Grundversorgungszentrums auf dem Areal des „Gundolph-Parks“ möglich ist, um die Versorgungssituation in der Hamelner Nordstadt insgesamt zu verbessern. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs wäre dann entsprechend der möglichen Erweiterung anzupassen.

Derzeit ist am Standort Ziel-zentraler-Versorgungsbereich Lemkestraße in vier Betrieben insgesamt eine Verkaufsfläche von 2.688 m² vorhanden. Die drei ansässigen Betriebe (0,5 % aller Einzelhandelsbetriebe in Hameln) vereinen etwa 1,4 % der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt auf sich (vgl. Abb. 46). Neben Lebensmitteln und Getränken mit 2.108 m² werden an diesem Standort vor allem Reformwaren (ca. 200 m² Verkaufsfläche) und Hausrat (rund 120 m² Verkaufsfläche) angeboten. Es handelt sich somit nahezu um ein reines Nahversorgungszentrum (der Anteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente beträgt fast 87 %). Die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente sind, ähnlich wie im Fall des Hefehofs, mit lediglich 230 m² (ca. 8,5 %) unterrepräsentiert. Leerstand ist hier derzeit nicht vorhanden, da die vormals durch Einzelhandel genutzten Gewerbeflächen inzwischen einer anderen Nutzung zugeführt werden konnten.

Abbildung 46: Stellenwert des Zielbereichs in Relation zur Gesamtstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Anteil Verkaufsfläche	Wert	Anteil
Insgesamt	2688 m ²	1,4%
Zentrenrelevante Sortimente	230 m ²	0,4%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2328 m ²	5,0%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	130 m ²	0,2%

Anteil der Betriebe

Insgesamt	3	0,5%
Zentrenrelevante Sortimente	0	0,0%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2	1,0%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	1	0,6%

Ergänzende Zentrenfunktionen, wie Gastronomie oder eine höhere Dichte an Dienstleistungsangeboten sind im Ziel-zentralen-Versorgungsbereich Lemkestraße nicht vorhanden. Lediglich eine Apotheke sowie eine Heilpraxis befinden sich in diesem Bereich. Auch diesbezüglich ist eine Weiterentwicklung bzw. Stärkung des Standortes im Zuge des Konversionsprozesses der benachbarten militärischen Liegenschaften anzustreben.

6.4 Charakteristik der Fachmarktzentren

In Hameln existieren mehrere Fachmarktzentren, die jeweils ganz unterschiedliche Funktionen übernehmen, weshalb sie zum Teil durchaus zu erhalten und zu entwickeln sind. Dies gilt jedoch nur solange hieraus keine zusätzliche Konkurrenz für die geschützten zentralen Versorgungsbereiche entsteht.

6.4.1 Multimarkt / Werkstraße

Der hinsichtlich seiner Verkaufsfläche größte Sonderstandort in der Stadt Hameln ist der Bereich Multimarkt / Werkstraße, im Ortsteil Klein Berkel. Die Entstehung des Multimarktes geht bereits auf das Jahr 1967 zurück, als Klein Berkel noch eine eigenständige Gemeinde war. Später kamen weitere, zumeist großflächige Betriebe entlang der Werkstraße hinzu. Städtebaulich ist der Standort zwischen der Bundesstraße 1 und der Trasse der ehemaligen Lager Bahn am südwestlichen Stadtrand Hamelns allenfalls als teilintegriert zu bezeichnen (vgl. Abb. 47). Dennoch übernimmt er für den Ortsteil Klein Berkel sowie die Neubaugebiete Wangelister Feld und Mengerberge eine wichtige Versorgungsfunktion.

Abbildung 47: Abgrenzung des Sonderstandorts Multimarkt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Zwischen Klein Berkel und dem Multimarkt existieren zwar Rad- und Fußwegeverbindungen, von einem Nahversorgungsstandort kann aufgrund der Entfernung zu den Wohngebieten bzw. der räumlichen Barriere B1 aber nicht gesprochen werden. Dafür ist der Standort durch den Individualverkehr hervorragend zu erreichen und eine Anbindung an den ÖPNV ist über drei Buslinien der „Öffis“ gesichert. Aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage und des breiten Angebotsspektrums besitzt der Multimarkt eine regionale Bedeutung, weshalb der Standort durch einen Bebauungsplan gesichert wurde. Dabei wurde dem Multimarkt ein geringfügiger Entwicklungsspielraum eingeräumt, damit eine marktgerechte Anpassung der Verkaufsflächen weiterhin ermöglicht wird. Die zentrenrelevanten Sortimente werden jedoch nachdrücklich auf den Bestand festgeschrieben.

Die bauliche Charakteristik des Sonderstandortes ist funktionaler Natur. Das Einkaufszentrum Multimarkt ist in einer großen L-Form errichtet und besitzt in einem Schenkel eine innen liegende Ladenstraße, der andere Schenkel wird von außen erschlossen. Beide zusammen fassen einen großzügigen ebenerdigen Parkplatz ein. Die weiteren Betriebe entlang der Werkstraße zeichnen sich durch eine ebenso zweckmäßige Architektur aus, leiden allerdings unter einem geringeren Stellplatzangebot. Weder der Multimarkt an sich, noch der weitere Bereich der Werkstraße bieten eine Aufenthaltsqualität, die zum Verweilen einlädt. Hier

werden also bestimmte Sortimente Pkw-kundenorientiert angeboten, ohne ein für zentrale Versorgungsbereiche typisches, ergänzendes Angebot aufzuweisen.

Abbildung 48: Stellenwert des Multimarkts in Relation zur Gesamtstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Anteil Verkaufsfläche	Wert	Anteil
Insgesamt	2688 m ²	1,4%
Zentrenrelevante Sortimente	230 m ²	0,4%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2328 m ²	5,0%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	130 m ²	0,2%

Anteil der Betriebe

Insgesamt	3	0,5%
Zentrenrelevante Sortimente	0	0,0%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2	1,0%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	1	0,6%

Am Sonderstandort Multimarkt / Werkstraße befinden sich 35 Betriebe, die eine Verkaufsfläche von insgesamt 30.325 m² aufweisen. Der Bereich vereint somit bei nur ca. 5 % der in der Gesamtstadt ansässigen Einzelhandelsbetriebe ca. 16 % der Verkaufsflächen auf sich (vgl. Abb. 48). Hier-an lässt sich deutlich die Großflächigkeit der an diesem Sonderstandort vorhandenen Einzelhandelsstrukturen ablesen. Zwei der 35 Ladenflächen mit zusammen ca. 4.000 m² Verkaufsfläche stehen leer (Leerstandsquote bezogen auf die Verkaufsfläche: gut 13 %). Von den Leerständen entfallen 3.100 m² auf ein ehemaliges Möbelhaus, das jedoch abgerissen werden soll. Diese Fläche wird der Erweiterung eines benachbarten Möbelhauses dienen, wodurch künftig ein Rückgang der Leerstandsquote auf etwa 3 % zu erwarten ist.

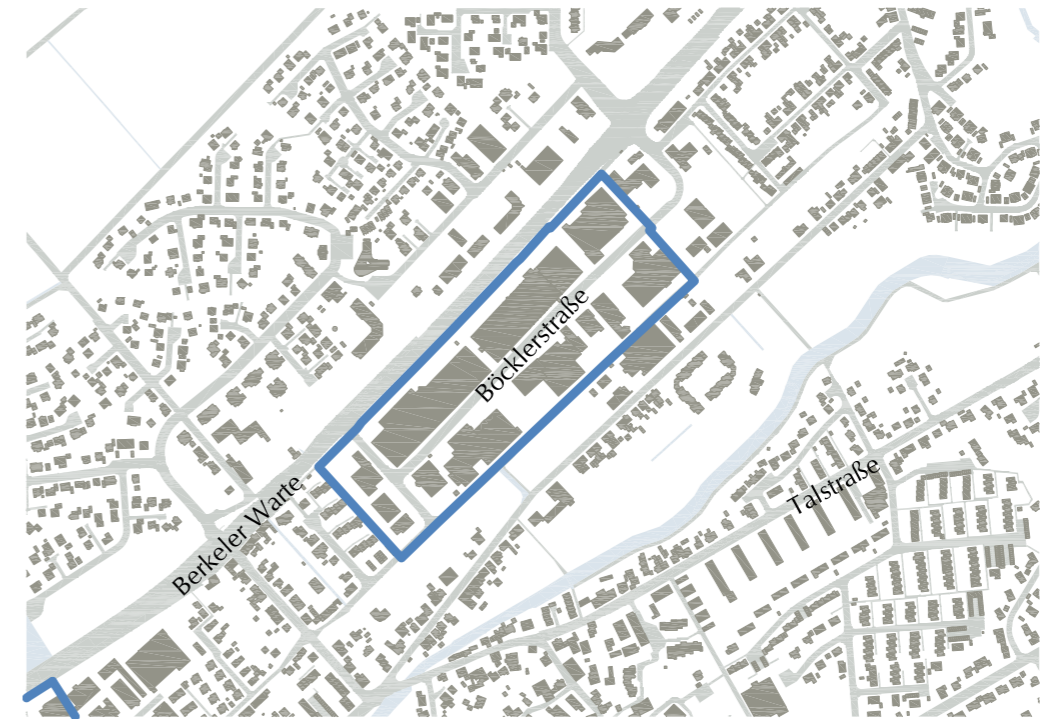
Am Standort Multimarkt / Werkstraße dominieren die nicht-zentrenrelevanten Sortimente mit 13.692 m² Verkaufsfläche (rund 45 %), mit 8.549 m² sind auch die zentrenrelevanten Sortimente stark vertreten (28 % der Verkaufsflächen). Hierdurch steht dieser Sonderstandort durchaus in direkter Konkurrenz zum Hauptgeschäftszentrum Altstadt, zumal hier ähnliche Sortimente angeboten werden. Allerdings ist das Qualitätsspektrum der angebotenen Waren am Sonderstandort deutlich geringer (überwiegend niedrigpreisiges Segment).

Zukünftig wird insbesondere der Verkaufsflächenumfang im Bereich Möbel aufgrund der bereits angesprochenen Erweiterung eines Möbelhauses deutlich zunehmen. Zudem wird am Multimarkt ein Elektrofachmarkt entstehen. Da beide Sortimente gemäß der Hamelner Sortimentsliste nicht zentrenrelevant sind (siehe Abschnitt 5.3), wird dies als unproblematisch angesehen. Beide Bauvorhaben wurden durch eine entsprechende Bauleitplanung mit Begrenzung der zentrenrelevanten Sortimente vorbereitet.

6.4.2 Böcklerstraße

Der Sonderstandort Böcklerstraße liegt teilentegriert im Südwesten Hamelns an der Grenze zwischen dem Stadtteil Wangelist und dem Ortsteil Klein Berkel. Die Abgrenzung des Standortes umfasst die Grundstücke beiderseits der Böcklerstraße sowie den nördlichen Teil der Stegerwaldstraße (vgl. Abb. 49).

Abbildung 49: Abgrenzung des Sonderstandorts Böcklerstraße. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Die städtebauliche Charakteristik des Standortes wird nahezu ausschließlich durch großflächige, einfache Gewerbebauten geprägt (vgl. Abb. 50), die eine zweckmäßige Architektur aufweisen. Insgesamt hat das Gebiet sein ursprüngliches Erscheinungsbild eines Gewerbegebiets gewahrt. Es bietet keine Aufenthaltsqualitäten und ist ausschließlich auf Pkw-orientierte Kunden ausgelegt. Dabei erzeugen die zum Teil sehr großen Dimensionen der Einzelhandelsbetriebe so viel Verkehr, dass es entlang der Böcklerstraße zur Überlastung kommen kann. Der Anschluss an den ÖPNV ist durch zwei Buslinien gesichert, die auf der B1 verkehren.

Abbildung 50: Impression aus der Böcklerstraße. Quelle: Eigenes Foto, 2008



Am Sonderstandort Böcklerstraße ist in 14 Betrieben eine Verkaufsfläche von 20.602 m² vorhanden. Damit sind hier lediglich gut 2 % aller Einzelhandelsbetriebe Hamelns zu finden, die aber knapp 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen (vgl. Abb. 51). Es ergibt sich somit eine durchschnittliche Betriebsgröße von fast 1.500 m². Dies übersteigt auch die durchschnittliche Betriebsgröße am Standort Multimarkt beinahe um das Doppelte. Dies ist insbesondere auf den größten Vollsortimenter im Lebensmittelbereich sowie den größten Baumarkt in der Stadt Hameln zurückzuführen. Derzeit steht lediglich eines der 14 Ladenlokale (1.000 m²) leer, die Leerstandsquote beträgt somit 4,9 %.

Abbildung 51: Stellenwert der Böcklerstraße in Relation zur Gesamtstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Anteil Verkaufsfläche	Wert	Anteil
Insgesamt	2688 m ²	1,4%
Zentrenrelevante Sortimente	230 m ²	0,4%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2328 m ²	5,0%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	130 m ²	0,2%

Anteil der Betriebe

Insgesamt	3	0,5%
Zentrenrelevante Sortimente	0	0,0%
Nahversorgungsrelevante Sortimente	2	1,0%
Nicht zentrenrelevante Sortimente	1	0,6%

Zentrenrelevante Sortimente sind nur mit einem geringen Anteil von etwa 14 % vertreten. Aufgrund des großen Elektronikfachmarkts besitzt der Standort allerdings einen Magnetbetrieb, der zwar nicht zu direkten, wohl aber zu indirekten Kaufkraftabflüssen aus dem Hauptgeschäftsbereich Altstadt führen kann. Trotz des beträchtlichen Anteils an nahversorgungsrelevanten Sortimenten von über 22 % trägt der Standort mit dem großen Vollsortimenter wenig zur wohnortnahen Grundversorgung in Wangelist und Klein Berkel bei, da die Entfernung durch die Lage im Gewerbegebiet hoch ist und zudem die B1 mit nur wenigen Querungsmöglichkeiten eine starke räumliche Barriere darstellt. Nennenswerte ergänzende Funktionen aus den Bereichen Dienstleistung und Gastronomie sind am Sonderstandort Böcklerstraße, insbesondere aufgrund der Lage im Gewerbegebiet, nicht vorhanden.

Mit der Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 738 – „Böcklerstraße“ wurde das Ziel verfolgt, die noch vorhandenen gewerblichen Nutzungen zu sichern und Einzelhandelsentwicklung städtebaulich zu steuern. Der Bebauungsplan wurde am 14. Juli 2010 vom Rat der Stadt Hameln als Satzung beschlossen, womit eine weitere Ausbreitung des Einzelhandels am Standort Böcklerstraße bisher erfolgreich verhindert werden konnte.

6.5 Einzelhandelsagglomerationen ohne Zentrencharakter

Neben den festgelegten zentralen Versorgungsbereichen und den beschriebenen Sonderstandorten, sind im Stadtgebiet weitere Einzelhandelsagglomerationen zu nennen, die zum Teil wichtige Nahversorgungsfunktionen erfüllen. Diese bieten jedoch weder ein ausreichen-

des Warenspektrum noch die notwendige Quantität an Verkaufsflächen, um als zentraler Versorgungsbereich oder als Sonderstandort definiert zu werden. Hinzu kommt, dass die fehlende städtebauliche Qualität wie im Fall der Sonderstandorte nicht den äußeren und baulichen Eindruck eines zentralen Versorgungsbereichs entstehen lässt. Aufgrund ihrer dennoch vorhandenen Funktion sollen diese Standorte hier kurz vorgestellt werden.

6.5.1 Fischbecker Landstraße

Die Einzelhandelsagglomeration Fischbecker Landstraße liegt in der Nordstadt unmittelbar an der Bundesstraße B83. Es handelt sich hier um eine teilentegrierte Lage, da sich nördlich und südlich der Agglomeration Wohngebiete befinden. Östlich befinden sich mehrere Gewerbebetriebe, die zum Teil ebenfalls dem Einzelhandel zugeordnet werden können. Im Westen verläuft die B83, hinter der sich ein Übungsgelände der britischen Streitkräfte, unmittelbar am Ufer der Weser, befindet.

Insgesamt sechs Ladenlokale sind hier vorhanden, die zusammen eine Verkaufsfläche von 3.220 m² aufweisen. Dabei ist insbesondere die Konstellation ungewöhnlich, dass sich hier zwei Discounter und ein Vollsortimenter (1.571 m²) konzentriert angesiedelt haben. Die weiteren drei Ladenlokale befinden sich innerhalb der Gebäude der Nahversorger und bieten ergänzende Sortimente an (zwei Bäckereien, ein Kiosk mit Zeitschriften und Tabakwaren). Abgesehen von einigen zentrenrelevanten Randsortimenten innerhalb des Vollversorgers werden hier ausschließlich nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten. Neben dem Ziel-zentralen-Versorgungsbereich Lemkestraße, handelt es sich bei diesem Bereich um den wichtigsten Nahversorgungsstandort in der Hamelner Nordstadt.

6.5.2 Berliner Platz

Im östlichen Stadtgebiet Hamelns befindet sich rund um den Berliner Platz eine weitere Einzelhandelsagglomeration, die neben nahversorgungsrelevanten Sortimenten insbesondere nicht zentrenrelevante Warengruppen bereithält. Die Einzelhandelsbetriebe liegen dabei nicht konzentriert, sondern eher in lockerer Abfolge entlang der Ausfallstraßen (B1 und B217) Deisterstraße, Morgensternstraße und Tunnelstraße. Insgesamt finden sich hier 21 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 6.874 m², darunter 3.537 m² nahversorgungs- und 330 m² zentrenrelevante Sortimente. Zudem sind in diesem Bereich sechs weitere Ladenlokale mit einer Verkaufsfläche von 470 m² vorhanden, die derzeit leer stehen.

Die nahversorgungsrelevanten Sortimente verteilen sich insbesondere auf einen kleinen (600 m²) und einen großen Discounter (1.021 m²) sowie einen Bio-Supermarkt (480 m²). Der kleinere Discounter hat bereits Interesse bekundet, seinen Standort an den Hastenbecker Weg zu verlagern (vgl. Abschnitt 6.5.3). Hinzu kommt ein großer Blumenmarkt mit über 1.340 m² Verkaufsfläche, der überwiegend Schnittblumen und Zimmerpflanzen führt und ebenfalls den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet werden kann. Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene kleinere und größere Ladenflächen ergänzt, die überwiegend Artikel für den Freizeitbedarf führen. Herauszuheben ist dabei das Sortiment Fahrräder, das gleich in vier Betrieben auf einer Gesamtverkaufsfläche von fast 1.500 m² angeboten wird. Darüber hinaus sind auch ergänzende gastronomische Angebote und Dienstleistungsbetriebe, wie bspw. ein Fitnessstudio, vorhanden.

Aufgrund der nicht konzentrierten Lage der Betriebe und der großen Anteile nicht zentrenrelevanter Sortimente an der Gesamtverkaufsfläche entsteht im Bereich des Berliner Platzes

allerdings nicht der Eindruck eines zentralen Versorgungsbereichs, auch wenn der an diesem Standort vorhandene Verkaufsflächenumfang dies rechtfertigen würde. Zudem liegt der zentrale Versorgungsbereich Deisterstraße / Bahnhofstraße in unmittelbarer Nachbarschaft. Dieser ist für die wohnortnahe Grundversorgung von großer Bedeutung und soll daher gerade auch gegenüber dieser Agglomeration als Nahversorgungszentrum geschützt und gestärkt werden.

6.5.3 Hastenbecker Weg

Entlang des Hastenbecker Wegs, an der südöstlichen Grenze der Hamelner Kernstadt zum Ortsteil Afferde, erstreckt sich eine vergleichsweise große Einzelhandelsagglomeration, die aufgrund ihres städtebaulichen Charakters und der überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimente die Festlegung als zentraler Versorgungsbereich nicht rechtfertigt. Eine Festlegung als Sonderstandort soll ebenfalls nicht erfolgen, da der Verkaufsflächenumfang deutlich geringer ist als am Multimarkt oder in der Böcklerstraße und die Betriebe räumlich weitaus weniger konzentriert liegen.

Dennoch finden sich hier insgesamt zehn überwiegend großflächige Betriebe mit einem Verkaufsflächenumfang von insgesamt rund 10.000 m², die gerade in Kombination mit ergänzenden Angeboten aus den Bereichen Schnellgastronomie und Freizeitangebote eine recht hohe Sogkraft entfalten. Die zentrenrelevanten Sortimente nehmen dabei mit nur 365 m² Verkaufsfläche eine untergeordnete Position ein und werden ausschließlich als Randsortimente in einem Baumarkt und einem Möbelhaus angeboten. Aufgrund der Insolvenz der Baumarktkette Praktiker wird die Filiale am Hastenbecker Weg jedoch kurzfristig geschlossen. Die Nachnutzung des Gebäudes ist bisher noch unklar.

Der zulässige Umfang an zentrenrelevanten Randsortimenten wird durch entsprechende Festsetzungen im Bebauungsplan stark begrenzt, sodass auch künftig keine weiteren zentrenschädigenden Ansiedlungen zu erwarten sind. Hinzu kommen etwa 1.800 m² nahversorgungsrelevante Sortimente, die sich auf einen Discounter (mit angeschlossenerm Bäcker) und einen Lebensmittelmarkt, der sich auf osteuropäische Lebensmittel spezialisiert hat, aufteilen. Ein weiterer Discounter, der derzeit in der Nähe des Berliner Platzes angesiedelt ist, strebt eine Vergrößerung an und wird voraussichtlich den genannten Lebensmittelmarkt am Hastenbecker Weg verdrängen. Die weiteren verfügbaren Sortimente sind ausschließlich nicht zentrenrelevant. Derzeit überwiegen hierbei Möbel und baumarktspezifische Sortimente. Dies wird sich künftig allerdings in Richtung Unterhaltungselektronik verschieben, da neben dem bereits vorhandenen Betrieb (Car-Akustik) derzeit ein Elektronikfachmarkt mit rund 2.000 m² Verkaufsfläche entsteht.

6.5.4 TÜV-Dreieck

Da am Standort TÜV-Dreieck neben einem Discounter (knapp unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit) und einem Sonderpostenmarkt (vgl. Abb. 52) lediglich zwei weitere kleine Betriebe vorhanden und zudem keine Flächenpotenziale für weitere Ansiedlungen verfügbar sind, soll das sogenannte TÜV-Dreieck entgegen dem Märkte- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2005 und der Festlegung zentraler Versorgungsbereiche aus dem Jahr 2008 an dieser Stelle nicht eingehender als Sonderstandort betrachtet werden. Die Entwicklungen an diesem Standort werden als abgeschlossen angesehen. Weitere Entwicklungsziele werden somit nicht formuliert. Der Standort ist also ab sofort als Einzelhandelsagglomeration ohne Zentrencharakter einzustufen und zu behandeln.

Abbildung 52: Impression des TÜV-Dreiecks. Quelle: Eigenes Foto, 2008



6.6 Wohnortnahe Grundversorgung

Als wohnortnahe Grundversorgung ist die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu verstehen, die nach der Systematik der Hamelner Sortimentsliste als nahversorgungsrelevant definiert sind. Zu diesen Sortimenten zählen Lebensmittel und Getränke, Reformwaren, Drogeriewaren, Zeitschriften und Schnittblumen. Dabei handelt es sich um Waren, an denen ein tatsächlicher, kurzfristiger Bedarf besteht (also keine Genussmittel).

In diesem Einzelhandelssegment vollzieht sich bereits seit einigen Jahren ein grundlegender Wandel. Dieser führt insbesondere dazu, dass Ladenlokale in integrierten Lagen aufgegeben und Pkw-orientierte Standorte bevorzugt werden. Dabei vollzieht sich aus betriebswirtschaftlichen Gründen gleichzeitig ein Wandel der Betriebsgrößen, da kleinere Verkaufsflächen zugunsten großflächiger Betriebe aufgegeben werden. So entsteht eine unausgewogene räumliche Angebotssituation (vgl. Abschnitt 3.4), die auch in Hameln in vielen Stadtteilen und Ortschaften zu einer Verschlechterung der wohnortnahen Grundversorgung führt und in erster Linie weniger mobilen Bevölkerungsteilen die Beschaffung von Waren des kurzfristigen Bedarfs erschwert. Zudem kann ein gutes wohnortnahes Versorgungsangebot zusätzlichen Einkaufsverkehr verhindern und somit zur Verkehrsentlastung beitragen, was wiederum ökologische und ökonomische Vorteile mit sich bringt.

Ein weiterer Trend der vergangenen Jahre ist die zunehmende „Discounterisierung“, die durch aggressive Preispolitik das wirtschaftliche Überleben des traditionellen Lebensmittelhandwerks und –handels zusätzlich erschwert. Dabei ist außerdem festzustellen, dass das geltende Baurecht, bzw. die diesbezügliche Rechtsprechung, die Ansiedlung von Discountern gegenüber Vollsortimentern erleichtert (vgl. KRÜGER ET AL, 2013: 46), da deren Verkaufsflächen häufig knapp unterhalb der Großflächigkeitsschwelle verbleiben und somit die Ausweisung eines Sonder- oder Kerngebiets nicht notwendig ist.

Wie sich diese Entwicklungstendenzen in Hameln bemerkbar machen und wie sich die Nahversorgungsquantität und –qualität in der Kernstadt sowie in den Ortsteilen heute darstellt, ist Thema der folgenden Abschnitte. Dabei sollen vor allem Kartendarstellungen einen Überblick über vorhandene Nahversorgungsangebote geben und Ergebnisse der im Jahr 2012 durchgeführten Bürgerbefragung eingearbeitet werden.

6.6.1 Kernstadt

Die Abdeckung der Hamelner Kernstadt mit Einzelhandelsbetrieben, die nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten, ist insgesamt als gut bis sehr gut zu bezeichnen. In nahezu allen Stadtteilen ist ein Nahversorger fußläufig in 500 bis 750 m zu erreichen (vgl. Abschnitt 3.4.3 sowie Abb. 26, S. 37). In Abb. 53 werden alle nahversorgungsrelevanten Betriebe in der Hamelner Kernstadt noch einmal nach Sortiment differenziert dargestellt. Wie sich die Situation in den einzelnen Stadtteilen darstellt, soll an dieser Stelle kurz zusammengefasst werden.

- Im Basbergviertel ist zwar grundsätzlich eine ausreichende räumliche Abdeckung mit Betrieben der Nahversorgung vorhanden, diese erfolgt allerdings lediglich durch zwei sehr kleine Geschäfte (145 m² und 60 m²), die nur ein entsprechend eingeschränktes Sortiment bereitstellen können. Eine konkrete Versorgungslücke ist jedoch im Bereich Apenberg / Schöt, nördlich der Linsingenkaserne, zu konstatieren.
- Der Klüt-Südhang sowie der nördliche Bereich von Wangelist haben ebenfalls keine Nahversorgungsangebote in fußläufiger Entfernung. Aufgrund der großen Sonderstandorte Multimarkt und Klein Berkel, dürfte in Wangelist ein zusätzliches Angebot wirtschaftlich nicht tragbar sein. Im Klütviertel ist die Nahversorgung in den letzten Jahren immer weiter zurückgegangen (Breiter Weg), was auch mit der Ansiedlung eines Discounters und eines Vollsortimenters in verkehrsgünstiger Lage an der Klütstraße zusammenhängt. Daher ist die räumliche Verteilung hier insgesamt unbefriedigend, während die Quantität der Angebote als gut bis sehr gut zu bezeichnen ist.

In den übrigen Stadtteilen ist die Situation, wie oben beschrieben, sowohl räumlich als auch quantitativ und qualitativ gut. Es ist ein differenziertes Angebot, nicht nur im Lebensmittelbereich, zumeist wohnortnah verfügbar.

6.6.2 Ortsteile

Die Situation in den Hamelner Ortsteilen dagegen stellt sich deutlich schlechter dar. Wie bereits in Abschnitt 3.5 erläutert, ist in der Mehrzahl der Ortschaften, insbesondere in den ländlich geprägten, kein nahversorgungsrelevantes Einzelhandelsangebot vorhanden. Auch die zeitlich eingeschränkt verfügbaren Angebote fahrender Händler (siehe Abb. 27, S. 38) können diese Schwäche nicht ausgleichen, zumal sie nur ein sehr eingeschränktes Warenangebot (in erster Linie handelt es sich dabei um Backwaren) bereithalten. Die Angebotsstrukturen in den jeweiligen Ortschaften werden in den Abb. 53-62 dargestellt.

Die größeren Ortschaften (> 1.500 Einwohner) sind überwiegend noch vergleichsweise gut ausgestattet, auch wenn nur ein kleiner Teil des Bedarfs vor Ort abgedeckt werden kann:

- In Afferde ist der südliche Bereich durch einen Vollsortimenter und einen Discounter gut versorgt. Dennoch wird lediglich ein Zentralitätswert bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 57 % erreicht. Dies ist darauf zurückzuführen, dass im Altdorf (nördliches Afferde) keine Nahversorgung vorhanden ist. Für diesen Bereich ist jedoch bereits ein

Abbildung 53: Nahversorgung nach Kategorien in der Kernstadt. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

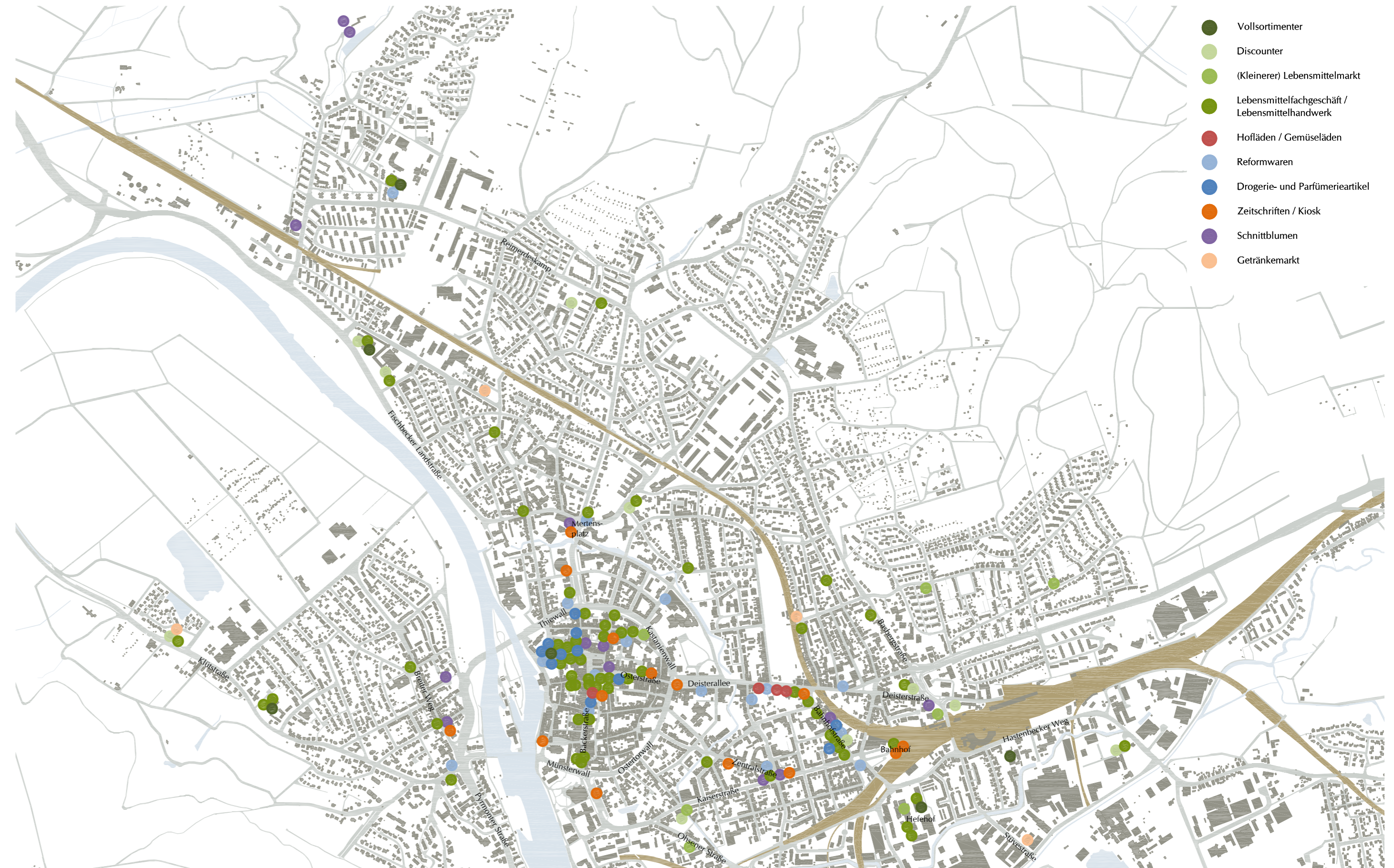


Abbildung 54: Nahversorgung nach Kategorien in Tündern. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

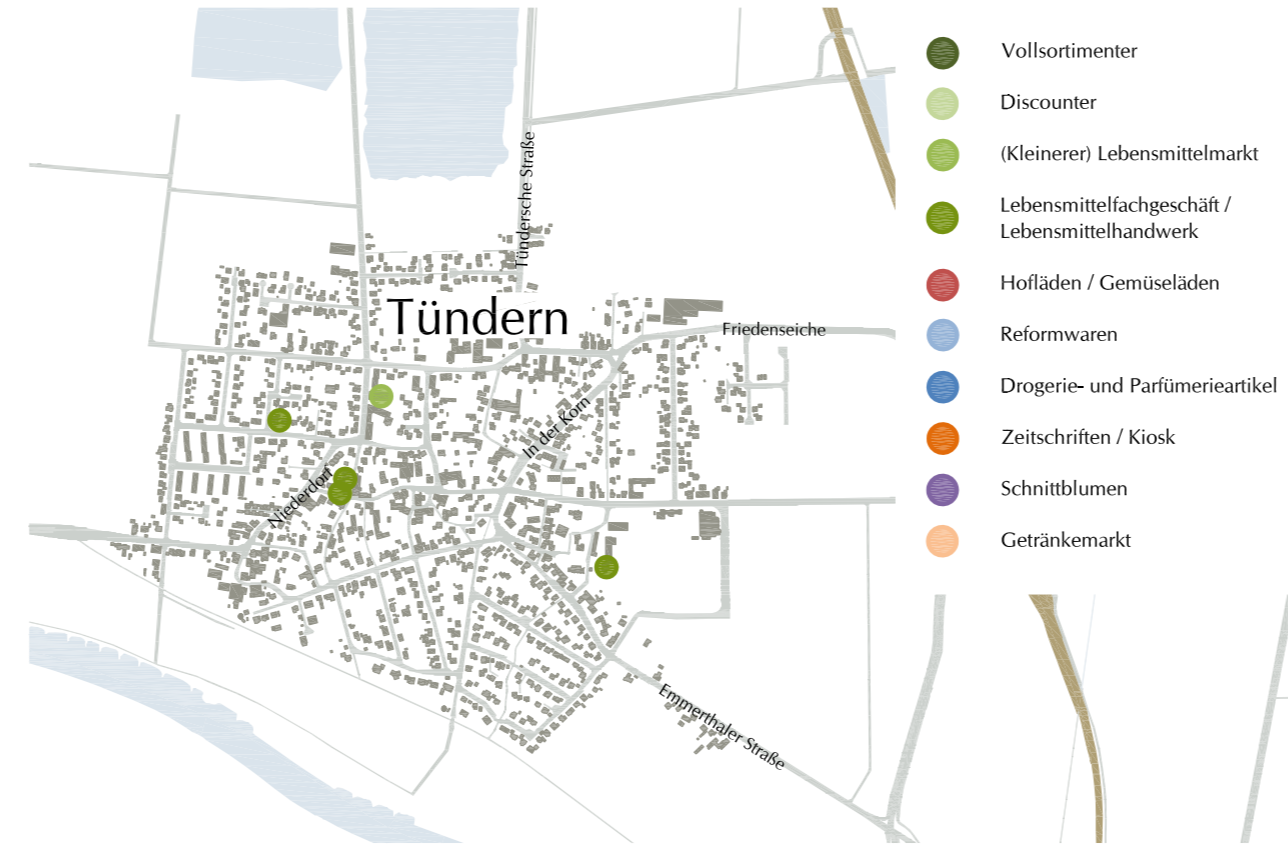


Abbildung 55: Nahversorgung nach Kategorien in Afferde. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Abbildung 56: Nahversorgung nach Kategorien in Klein Berkel. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Bauleitplanverfahren zur Ansiedlung eines Nahversorgers eingeleitet worden. Ein Investor hat hierfür bereits konkretes Interesse bekundet, so dass diese Versorgungslücke aller Voraussicht nach künftig geschlossen werden kann.

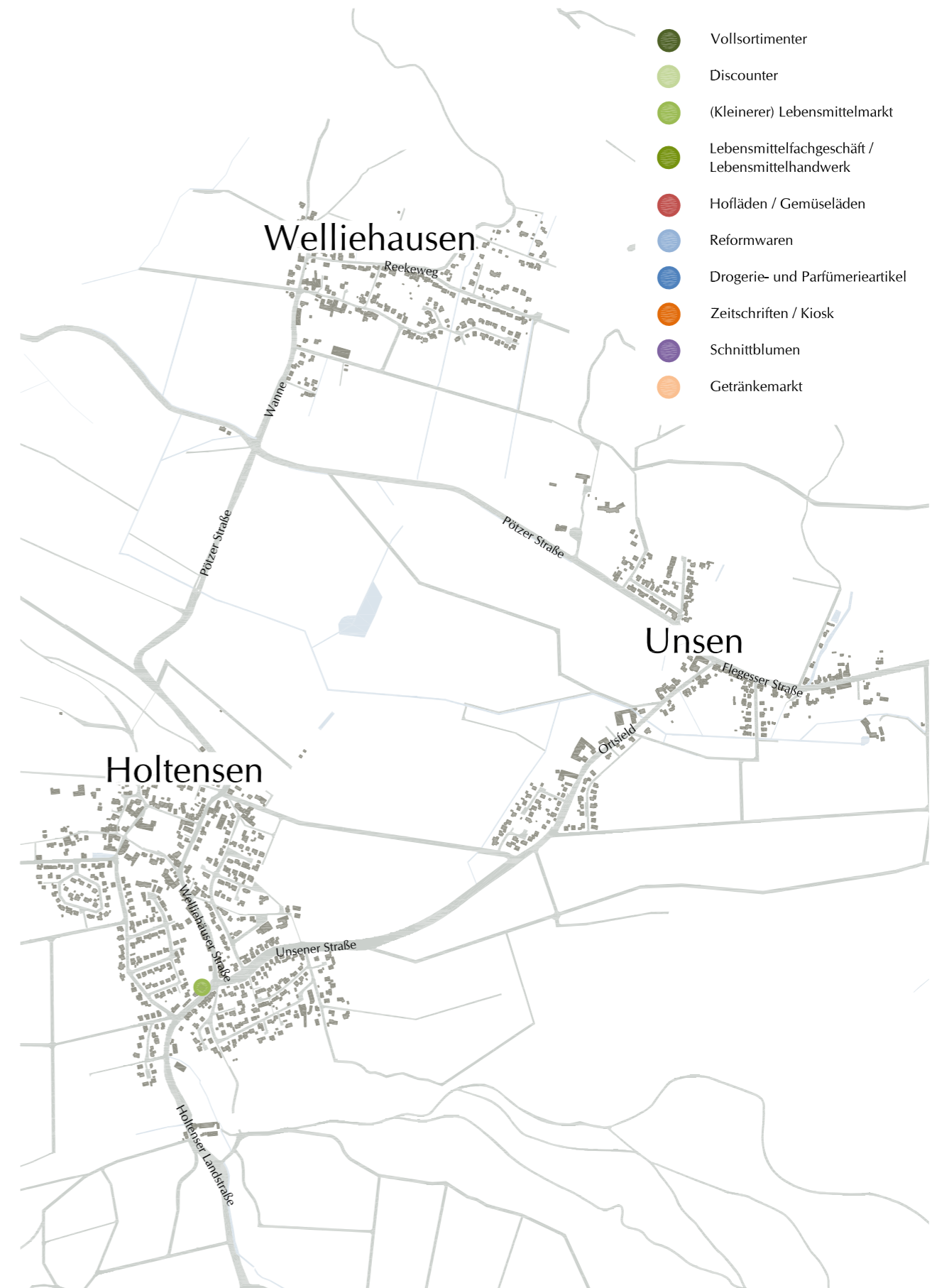
- Auch für Klein Berkel mit einer Zentralität von über 179 % bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten muss festgestellt werden, dass ein Großteil der Wohngebiete keinen Nahversorger in der Nähe hat und somit Pkw-orientiert eingekauft werden muss.
- Tündern, wo es einen kleinen Supermarkt sowie vier weitere Fachgeschäfte mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (ein Bäcker, zwei Fleischer und eine Weinhandlung) gibt, erreicht dennoch nur eine Zentralität bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 28 %.
- Hastenbeck mit knapp über 1.500 Einwohnern verfügt sogar über keinerlei stationäres Nahversorgungsangebot und wird lediglich drei Mal wöchentlich von einem Bäcker und zwei Mal wöchentlich von einem Frischdienst angefahren.

In den kleineren Ortschaften sind, wenn es überhaupt stationäre Angebote gibt, vor allem Hofläden vorhanden, die überwiegend Produkte aus der eigenen, landwirtschaftlichen Erzeugung verkaufen. Befriedigend ist das Angebot, bezogen auf die Einwohnerstärke, in Holtensen, wo ein kleiner Lebensmittelmarkt den täglichen Bedarf abdecken kann. In Rohrsen gibt es einen Discounter, der allerdings vom alten Dorfkern durch die Bundesstraße B217 abgeschnitten und deshalb von dort fußläufig sehr schlecht erreichbar ist. In den anderen Ortschaften gibt es keinen stationären Einzelhandel mit Lebensmitteln, sodass nur die fahrenden Händler eine rudimentäre Nahversorgung bieten (siehe Abb. 27, S. 38). In Wehrbergen gibt es sogar weder ein stationäres noch ein fahrendes Angebot.

Abbildung 57: Nahversorgung nach Kategorien in Hastenbeck. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Abbildung 58: Nahversorgung nach Kategorien in den Sünteldörfern. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



In den Ortschaften ist das Angebot insgesamt also mangelhaft. Häufig muss der tägliche Bedarf zu 100 % in der Kernstadt gedeckt werden, woraus sich insbesondere Probleme für weniger mobile Bevölkerungsschichten ergeben. Diese Problematik wird durch die Entwicklungen des demographischen Wandels, die sich zumeist in ländlich geprägten Gebieten deutlicher zeigen als im städtischen Umfeld, künftig noch verschärfen. Besonders problematisch ist die Situation in den Ortschaften, die sowohl kein lokales Nahversorgungsangebot besitzen als auch über keine oder nur eine sehr schlechte Anbindung an den ÖPNV (Halvestorf, Hilligsfeld, Rohrsen, Sünteldörfer) verfügen. Somit sollte das Ziel der Stadtentwicklung als auch der Bürger vor Ort sein, hier ein ausreichendes Versorgungsangebot zu schaffen, das zur Verringerung der Pkw-Abhängigkeit beiträgt (Handlungsansätze werden in Abschnitt 7.5.2 beschrieben).

Abbildung 59: Nahversorgung nach Kategorien in Hilligsfeld. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



Abbildung 60: Nahversorgung nach Kategorien in Rohrsen. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

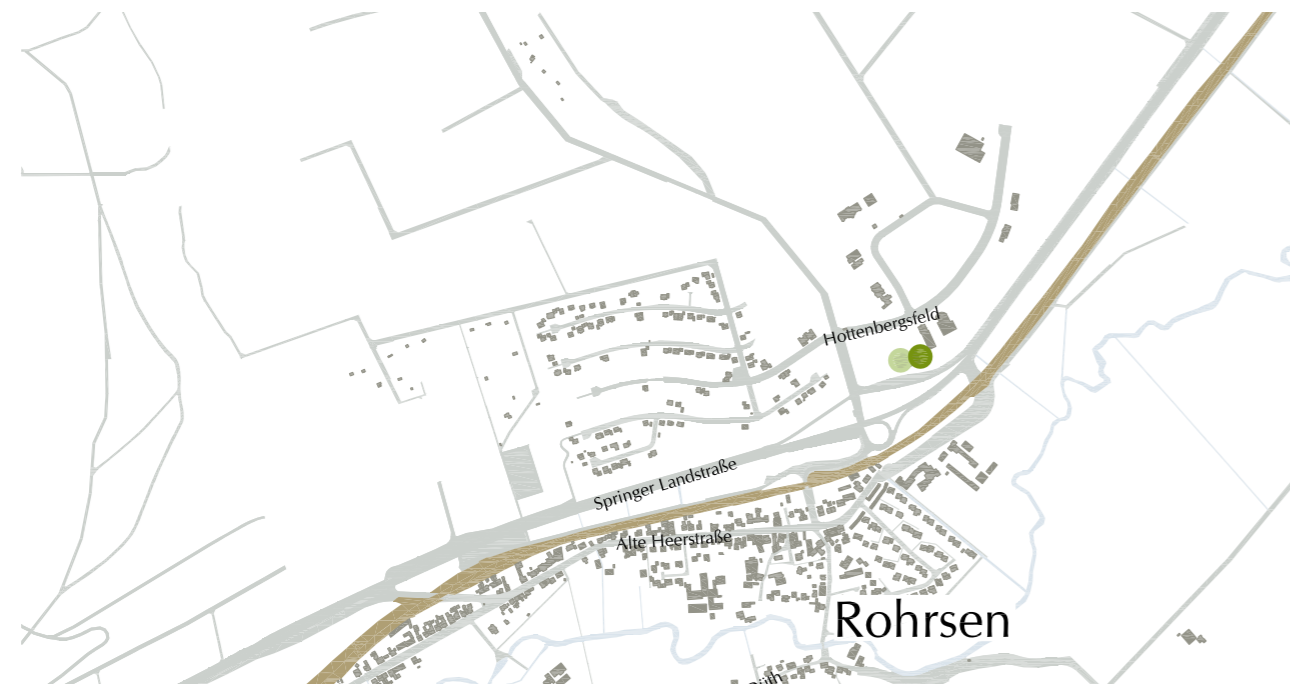


Abbildung 61: Nahversorgung nach Kategorien in Haverbeck. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

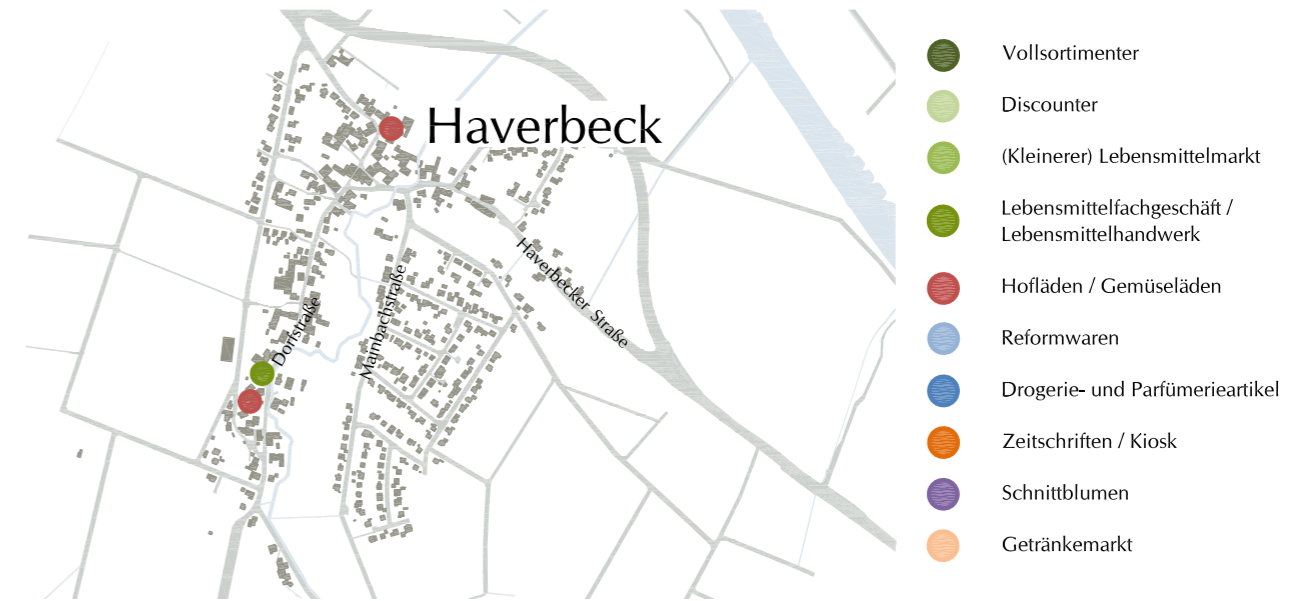


Abbildung 62: Nahversorgung nach Kategorien in Halvestorf. Quelle: Eigene Darstellung, 2013



7 | Branchen- und Standortkonzept

Im Branchen- und Standortkonzept wird auf Grundlage der in den vorherigen Kapiteln dargestellten Auswertungen das Konzept für die weitere Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hameln aufgezeigt (eine zusammenfassende Darstellung bietet Abb. 63). Dabei wird nach Standorten und zum Teil, wenn dies für den jeweiligen Standort sinnvoll erscheint, auch nach Branchen bzw. Sortimenten differenziert. Das Konzept gibt jedoch nur einen groben Rahmen vor, der im Zuge der Bauleitplanung zu konkretisieren ist und hierdurch Rechtsverbindlichkeit erlangt.

7.1 Hauptgeschäftsbereich Altstadt

In der Hamelner Altstadt ist sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht ein guter Besatz vorhanden. Dies drückt sich auch in einem attraktiven Branchenmix aus, der die Altstadt zum beliebtesten Einkaufsstandort der Stadt macht. Dabei ist zudem die in Mittelzentren häufig unterrepräsentierte „Junge Mode“ gut aufgestellt (Brand-Stores / H&M / etc). Das Ziel muss daher sein, den attraktiven Bestand zu sichern und behutsam weiterzuentwickeln. Dabei sollten insbesondere Entwicklungswünsche bereits ansässiger Händler und vor allem der Magnetbetriebe wohlwollend geprüft werden, wie dies bereits im Falle der geplanten Erweiterung der H&M-Filiale geschehen ist.

Zur behutsamen Weiterentwicklung sollte zudem einen Schwerpunkt auf die Stärkung der unterrepräsentierten Branchen gelegt werden. Hierbei handelt es sich in erster Linie um die drei Sortimente Elektronikartikel, Sportartikel und Hausrat. Zudem werden Ergänzungen in den Bereichen Spielwaren, Musikinstrumente, Geschenkartikel sowie Heimtextilien / Kurzwaren / Kunstgegenstände als sinnvoll erachtet. Dabei sollte in gesamtstädtischer Betrachtung der Anteil der Verkaufsflächen in der Altstadt an der Gesamtverkaufsfläche nach Möglichkeit gesteigert werden, um die starke Position der Altstadt zu erhalten und ggf. noch auszubauen.

Neben der Ergänzung und Entwicklung der Branchenstruktur ist es geboten, die Ausbreitung der 1-Euro-Läden und des „banalen“ Einzelhandels soweit wie möglich zu begrenzen. Insbesondere in der 1a-Lage rund um den Pferdemarkt ist auf die Art der Nutzungen zu achten, um hier eine gute Mischung zu erhalten und weiterzuentwickeln. Das Ziel, „banale“ Nutzungen zu begrenzen und diesen attraktiven Einkaufsstandort dauerhaft zu festigen, kann durch eine qualitative Aufwertung der gesamten Altstadt erreicht werden. Die Konzentration auf qualitativ hochwertige Waren und eine hochwertige Gestaltung könnte zudem helfen, sich gegenüber den Sonderstandorten im Stadtgebiet noch deutlicher zu positionieren. Dazu gehören im Wesentlichen ein zeitgemäßer Geschäftsauftritt sowie eine ansprechende Präsentation der Waren.

Diese Fokussierung auf einen „gehobenen“ Standard bietet sich zudem an, weil sich die Altstadt neben dem attraktiven Einzelhandelsangebot durch eine hohe Gestaltungsqualität der öffentlichen Räume auszeichnet. Besonders durch die neu gestaltete Fußgängerzone mit einer qualitativ hochwertigen Möblierung besitzt die Altstadt eine hohe Aufenthaltsqualität. Auch in den Abendstunden sorgen die Beleuchtungsakzente für eine besondere Stimmung. Zusätzliche gastronomische Angebote könnten die Attraktivität gerade in den Abendstunden noch weiter steigern, denn vielerorts ist die Belebung nach Ladenschluss eher als dürrig zu bewerten. Im Gegensatz zur Gestaltungsqualität im öffentlichen Raum, stellt sich die Qualität der Schaufenstergestaltung, der Verkaufsflächen und der Außenwerbung unterschiedlich dar. Während viele Geschäfte diesbezüglich ebenfalls eine hohe Qualität aufweisen, besteht an anderen Stellen

Abbildung 63: Zusammenfassung des Branchen- und Strukturkonzepts. Quelle: Eigene Darstellung, 2013

Zentraler Versorgungsbereich	Zentrenrelevante Sortimente	Nahversorgungsrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Hauptgeschäftszentrum Altstadt	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich Insbesondere Sportartikel, Spielwaren, Musikinstrumente, Hausrat, Heimtextilien, Geschenkartikel	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich Insbesondere Unterhaltungselektronik
Grund- und Nahversorgungszentrum Deisterstraße / Bahnhofstraße	In kleineren Betriebseinheiten wünschenswert	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich Insbesondere Ansiedlung eines Vollsortimenters	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich
Grund- und Nahversorgungszentrum Hefehof	Spezialisierung auf hochwertige Warensortimente Moderate Verkaufsflächengrößen	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich Spezialisierung beispielsweise auf hochwertige Möbel
Zielbereich Lemkestraße	Moderate Verkaufsflächengrößen Insbesondere Spielwaren, Babybedarf, Heimtextilien und Kurzwaren	Uneingeschränkte Ansiedlung möglich Erweiterung der Verkaufsflächen auf max. 4.000 m ² Eränzungen bei Drogerie- und Parfümerieartikeln, Schnittblumen und Zeitschriften	Ansiedlung mittelfristig denkbar Insbesondere baumarktspezifische Sortimente denkbar Verkehrsbelastung ist zu prüfen
Sonderstandort Multimarkt	Keine Ansiedlung	Keine Neuansiedlung	Nur Erweiterung vorhandener Betriebe Ansiedlung eines Elektronikfachmarktes
Sonderstandort Böcklerstraße	Keine Ansiedlung	Keine Neuansiedlung Nur Erweiterung vorhandener Betriebe	Perspektivisch einzelne Ansiedlungen ausnahmsweise möglich Strikte Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente

Verbesserungsbedarf. Trotz der vorhandenen Örtlichen Bauvorschrift über die Gestaltung und eine aktuell aufgestellte Sondernutzungssatzung sind hier Defizite zu erkennen. Wesentliche Ansatzpunkte zur Steigerung der Gestaltungsqualität könnten sein:

- Manchmal ist weniger mehr: Ein Schaufenster, das von oben bis unten mit Waren vollgestellt ist, wirkt überladen. Eine aufgeräumte, einheitliche Darstellungsweise wichtiger Artikel oder Sortimente spricht die Kunden eher an.

- Moderne Schaufenstergestaltung: Teilweise entsteht hinsichtlich der Schaufenster der Eindruck, diese seien seit langer Zeit nicht mehr neu gestaltet worden. Hier ließe sich ohne größeren Aufwand eine deutliche Attraktivitätssteigerung bewirken.
- Zurückhaltende Außenwerbung: Nicht selten entsteht der Eindruck, dass der jeweilige Markenname möglichst großflächig dargestellt werden soll. Eine zurückhaltende Außenwerbung, die mit den historischen Fassaden harmoniert, trägt zu einem positiven, qualitativ hochwertigen Gesamteindruck der Altstadt bei.
- Markisen und Vordächer: Durch diese recht einfachen Gestaltungselemente kann eine große Wirkung erzielt werden. Die vorhandenen Markisen und Vordächer wirken teilweise veraltet und passen häufig nicht zur sonstigen Fassadengestaltung.

Aus den erhobenen Zahlen ergeben sich jedoch zwei Problematiken. Zum einen wurde in Abschnitt 6.2.2 dargelegt, dass in der Hamelner Altstadt insbesondere kleinere Ladenlokale dominieren und große Verkaufsflächen deutlich unterrepräsentiert sind. Dies erschwert die Ansiedlung von Magnetbetrieben (in der Vergangenheit ging es hierbei vor allem um die Ansiedlung eines Elektronikfachmarktes) entscheidend. Es wäre daher anzuregen, Ladenflächen hinter den kleinteiligen historischen Fassaden zusammenzulegen und somit attraktivere Verkaufsflächengrößen und –zuschnitte zu erreichen. Es kann dabei bspw. auch sinnvoll sein, dass auf Eigentümer aktiv zugegangen wird (Stadtmarketing), um die Thematik anzusprechen und die Vorteile einer Zusammenlegung von Verkaufsflächen hervorzuheben.

Zum anderen wurde festgestellt, dass die Osterstraße zum östlichen Ende hin an Attraktivität verliert. Hier geht die 1a-Lage schnell in eine 1b-Lage über. Die Erhebung und Auswertung der Zahlen zum Einzelhandel hat dabei aufgezeigt, dass ein attraktiver Magnetbetrieb am östlichen Ende der Osterstraße fehlt, um eine zusätzliche Frequentierung zu schaffen. Das kürzlich angesiedelte Kaufhaus „Woolworth“ dürfte hinsichtlich der Verkaufsflächengröße nicht in der Lage sein, eine solche Magnetfunktion zu übernehmen. Damit die Osterstraße nicht dauerhaft zum Verlierer der insgesamt positiven Entwicklungen in der Altstadt wird, sollte die beschriebene Problematik, bspw. durch die Zusammenlegung mehrerer Verkaufsflächen im östlichen Abschnitt, energisch angegangen werden. Am südlichen Ende der Bäckerstraße ist eine ähnliche Problematik dank der Magneten C&A sowie H&M derzeit nicht zu erwarten. Diese Betriebe sind daher, wie bereits oben erwähnt, unbedingt zu erhalten.

Auch die Nebenlagen übernehmen eine wichtige Funktion, indem sie für eine Abrundung der Angebotsstruktur in der Altstadt sorgen. Denn es muss grundsätzlich festgestellt werden, dass nicht alle Bereiche der Altstadt 1a- oder 1b-Lagen sein können. Durch geringere Mieten in den Nebenstraßen, die aufgrund der Passantenfrequenz und der Angebotsdichte zu den C-Lagen gerechnet werden müssen, besteht hier für Existenzgründer und sehr spezialisierte Händler die Möglichkeit sich zu etablieren. Diese tragen dann positiv zur Individualität und Vielfalt der kleinteilig strukturierten Altstadt bei. Positive Beispiele hierfür finden sich in Hameln bspw. in der

- Fischpfortenstraße, in der aktive Betreiber der Geschäfte u.a. jährlich das Fischpfortenfest organisieren oder in der
- Wendenstraße, in der eine Quartiersinitiative im Jahr 2008 ein neues Beleuchtungskonzept entwickelt und umgesetzt hat, um durch die Aufwertung des öffentlichen Raumes mehr Aufmerksamkeit zu erzeugen.

Solche Projekte sind für die Stadt sehr wertvoll und sollten nach Möglichkeit unterstützt werden, um die Altstadt insgesamt (auch in den Nebenlagen) zu stärken.

Derartige Initiativen oder Interessengemeinschaften sind jedoch nicht nur im räumlichen Bezug der Nebenlagen interessant, sondern bieten auch Potenziale für die Altstadt insgesamt. So sollte auch die Interessengemeinschaft der Gewerbetreibenden, die sich derzeit im Stadtmarketing- und Verkehrsverein zusammenschließt, stärker ausgebaut und die Zusammenarbeit intensiviert werden. Andererseits wäre auch die Gründung einer eigenständigen City-Initiative oder einer „Interessengemeinschaft Altstadt“ sinnvoll. Denn da im Stadtmarketing- und Verkehrsverein Betriebe aus dem gesamten Stadtgebiet (und zum Teil darüber hinaus) und unterschiedlichster Branchen vertreten sind, wird die Kommunikation und Beschlussfähigkeit deutlich erschwert.

Eine neu gegründete Initiative sollte sich ausschließlich auf die Altstadt konzentrieren und nur Einzelhändler, Gastronomen und kundenbezogene Dienstleister umfassen, um deren Interessen zu verbinden und gezielter steuern zu können. Im Rahmen dieser Arbeit sollten insbesondere die Themen einheitliche Öffnungszeiten, einheitliches Marketing und Auftreten, gemeinsame Aktionen und Veranstaltungen sowie besondere Serviceleistungen behandelt bzw. vertieft werden.

7.2 Sub- und Nahversorgungszentren

Die Systematik der Grund- und Nahversorgungszentren ist insgesamt als sinnvoll zu bezeichnen, da sie einer räumlich ausgewogenen Versorgungsstruktur dient, und sollte deshalb erhalten bleiben. Dabei sollten die Entwicklungsschwerpunkte insbesondere auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente fokussiert werden. Ergänzungen durch zentrenrelevante Sortimente sind bei kleinen Verkaufsflächengrößen ebenfalls sinnvoll und geboten, um den Branchenmix attraktiver zu gestalten. In den Nahversorgungszentren haben auch kleinere, inhabergeführte oder discountorientierte Geschäfte gute Entwicklungsmöglichkeiten. Dabei soll jedoch in jedem Fall vermieden werden, den Einzelhandelsbesatz in der Altstadt zu gefährden. In den Grund- und Nahversorgungszentren sollten daher solche Sortimente nicht angesiedelt werden, die in der Altstadt Schwächen aufweisen oder unterrepräsentiert sind.

7.2.1 Deisterstraße / Bahnhofstraße

Im zentralen Versorgungsbereich Deisterstraße / Bahnhofstraße ist die Ansiedlung eines Lebensmittel-Vollsortimenters äußerst wünschenswert, auch um hierdurch die Kundenfrequenz am Standort insgesamt zu steigern und ihn auf diese Weise langfristig zu sichern und zu stärken. Um diesbezüglich eine theoretische Möglichkeit zu schaffen, wurde ein Bereich zwischen der Deister- und der Vizelinstraße zusätzlich in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs integriert. Solange kein Vollversorger am Standort angesiedelt werden kann, ist es umso wichtiger, den vorhandenen Discounter in der Bahnhofstraße zu erhalten, da andernfalls der letzte verbliebene Magnet im Quartier wegbricht und eine weitere Abwertung (Trading-Down) im Bereich Deister- und Bahnhofstraße sehr wahrscheinlich ist.

Der besondere Charakter des Versorgungsbereichs bzw. sein Alleinstellungsmerkmal besteht in der kulturellen Vielfalt der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. So besteht ein großer Umfang an internationalen Angeboten vor allem im Lebensmittelsegment, was in dieser Form eine Besonderheit in Hameln darstellt. Diese Qualität sollte in der (gemeinsamen) Außendarstellung gezielt hervorgehoben werden. So wird empfohlen, die in der Bahnhofstraße vorhandene Interessengemeinschaft auf die Deisterstraße auszuweiten und so durch zusätzliche Mitglieder eine stärkere Position zu gewinnen. Ein gemeinsames Marketing könnte

durch die Spezialisierung auf ein Angebot und Image erfolgen, das unter einem Slogan wie bspw. „Speisen um die Welt“ zusammengefasst werden kann. Dadurch könnte sich der Standort selbst interessanter machen, da er auf die vorhandenen Qualitäten und Besonderheiten explizit hinweist. Um das Image aufzuwerten sind allerdings gleichzeitig Maßnahmen wie eine attraktivere Gestaltung der Schaufenster und des Außenraumes (bspw. Möblierung) notwendig. Eine erste Initiative ist im Rahmen des Stadtmarketings in Form eines Quartiersgesprächs und eine Begehung des Standortes geplant, wodurch bestenfalls eine neue Aufbruchstimmung entfacht werden kann.

Die privaten Aufwertungsmaßnahmen sollten unterstützt werden durch eine Aufwertung des öffentlichen Raums und dem intensiven Entgegenwirken der Leerstandsproblematik und dem zunehmenden Verfall mancher Gebäude. Hierbei könnte eine Quartiersinitiative oder der Einsatz eines Quartiersmanagers hilfreich sein. Eine große (perspektivische) Chance bietet der angestrebte Bau einer Südumgehung, durch die die Deisterstraße deutlich entlastet und möglicherweise auch teilweise zurückgebaut werden könnte (eine Fahrspur pro Richtung). In Folge dessen könnten die Fußwege verbreitert, neu gestaltet und auf diese Weise die Aufenthaltsqualität deutlich gesteigert werden.

7.2.2 Hefehof

Im zentralen Versorgungsbereich Hefehof sind die räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten äußerst begrenzt. Die vorhandene Bausubstanz des ehemaligen Industriekomplexes bietet aber ein besonderes Flair, das gut zu einem hochwertigen Angebotsspektrum passt. Für den Hefehof sind zwei Entwicklungslinien vorstellbar.

So könnte der ursprüngliche thematische Schwerpunkt „rund um das Wohnen“ wieder stärker in den Fokus zu rücken. Gerade für kleinere Anbieter mit einem hochwertigen Sortiment könnte eine Warenpräsentation innerhalb der alten und attraktiven Bausubstanz interessant sein. So könnten auch nicht zentrenrelevante Sortimente in einem zentralen Versorgungsbereich angeboten werden, zumal an diesem Standort ein ausreichendes Parkplatzangebot vorhanden ist.

Ergänzt werden könnte diese Entwicklungslinie durch kreative Dienstleistungen, die das Einkaufen mit Herstellung und Gestaltung verbinden, wie Kochkurse mit einem Angebot an Küchenutensilien und stetem Samstagsmittagsmenu, Näh- und Strickwerkstätten mit einem Angebot an fertiger Kleidung und Materialien. Derartige Angebote fügen sich gut in das derzeitige Profil des Hefehofes mit szenischen Veranstaltungen und Parties ein. Wichtig ist ein klares Konzept, das die beiden Prinzipien Qualität und Erlebnisorientierung miteinander verbindet. Neben einem vielfältigen Angebot sind ein einheitlicher (Öffnungszeiten, Werbung, Events etc.) von zentraler Bedeutung.

Unabhängig von diesen Entwicklungslinien ist insgesamt auf eine attraktive Nutzungs- und Branchenmischung Wert zu legen, wobei auch die umliegenden Gebäude mit einzubeziehen sind. Hier finden sich bereits verschiedene Angebote aus den Bereichen Dienstleistungen und Gastronomie, die mit dem Nutzungskonzept des sogenannten Mutterschiffes verknüpft werden sollten. Insbesondere bei der Wiederaufnahme des ursprünglichen Konzepts, aber auch bei der Variante kreatives Stadtteil- und Einkaufszentrum, sind einheitliche Öffnungszeiten und ein gemeinsames Marketing essentiell, um als qualitativ hochwertiges Angebot in einem interessanten Ambiente wahrgenommen zu werden. Diesbezüglich besteht in jedem Fall noch Nachholbedarf.

7.2.3 Ziel-zentraler Versorgungsbereich Lemkestraße

Da am Standort Lemkestraße ohne eine Erweiterung des Angebots mittelfristig die Charakteristik als Nahversorgungszentrum nicht mehr gegeben ist, wird eine Ausweitung des Zentrums nach Osten auf das Gelände des Gundolph-Park bzw. nach Norden auf das bisherige Gelände der britischen Schule empfohlen. Beide Flächen werden derzeit noch von den britischen Streitkräften bzw. deren Angehörigen genutzt. Nach dem Abzug der Briten aus Hameln bis Ende 2014 werden die Flächen jedoch für eine städtebauliche Entwicklung verfügbar sein. Eine Erweiterung der Verkaufsfläche von derzeit rd. 2.700 m² auf 4.000 m² Verkaufsfläche ist an diesem Standort durchaus vorstellbar. Die bestehenden Kaufkraftströme werden dadurch nicht wesentlich beeinflusst und eine Gefährdung der Altstadt ist ebenfalls unwahrscheinlich, wenn eine Sortimentsstruktur entwickelt wird, die nicht in unmittelbarer Konkurrenz zur Altstadt steht. Daher sollten vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente ergänzt und erweitert werden. Schwächen sind dabei insbesondere bei den Sortimenten Drogerie- und Parfümerieartikel, Schnittblumen, Zeitschriften sowie beim Lebensmittelhandwerk festzustellen.

Darüber hinaus sind auch gezielte Ergänzungen durch zentrenrelevante Sortimente in bescheidenem Maße vorstellbar. Insbesondere könnten dies Haushaltwaren, Heimtextilien, Kurzwaren, Geschenkartikel und Spielwaren sein. Auch ein Ausbau von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (bspw. Käse, Fleischer, Bäcker) oder einfachen gastronomischen Angeboten (Imbiss o.ä.). Dies könnte auch in Form von fahrenden Händlern geschehen.

Aufgrund der enormen Flächenpotenziale, die nach dem Abzug der britischen Streitkräfte zur Verfügung stehen, ist im Bereich Lemkestraße auch die Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten mittel- bis langfristig durchaus denkbar. Dafür kommt neben baumarktspezifischen Sortimenten und Einrichtungsgegenständen aller Art vor allem Babybedarf in Frage, da Hameln in diesen Bereichen die vergleichsweise geringsten Zentralitätswerte aufweist. Hinzu kommt, dass diese Sortimente bisher nahezu ausschließlich im Süden und Südwesten der Stadt angeboten werden, weshalb viele Kunden die gesamte Stadt durchqueren müssen, um entsprechende Angebote zu erreichen. Im Rahmen der angestrebten energetischen Quartierssanierung sollte auch der Baumarkt ein entsprechendes Konzept, bspw. als Passivhaus, aufweisen.

Durch die Insolvenz der Baumarktkette Praktiker könnte in Hameln zusätzliches Ansiedlungspotenzial entstehen, das künftig in der Nordstadt ausgeschöpft werden sollte. In jedem Fall sind bei der Ansiedlung großflächiger Märkte mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment die zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche bzw. 800 m² zu begrenzen, um keine ungewollte Konkurrenz zur Altstadt entstehen zu lassen.

Neben der rein quantitativen Erweiterung des Standortes ist zusätzlich auf eine Steigerung der städtebaulichen Qualität hinzuwirken. Dazu gehören in erster Linie eine Durchgrünung der Parkplätze und des Standorts insgesamt sowie die Verbesserung der Fußwegebeziehungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches.

7.3 Sonderstandorte

Die beiden großen Sonderstandorte in Klein Berkel bzw. Wangelist bilden bereits einen recht starken Gegenpol zur Hamelner Altstadt, weshalb eine weitere Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente grundsätzlich zu vermeiden ist. An beiden Standorten regeln Bebauungspläne die Zulässigkeit von weiteren Einzelhandelsansiedlungen und Sortimenten relativ restriktiv.

Für nicht zentrenrelevante Sortimente wurden in den jeweiligen Bebauungsplänen kleine Entwicklungsspielräume für bereits ansässige Betriebe geschaffen. Das Erweiterungspotenzial beschränkt sich auf einen Spielraum für betriebsgestalterische Maßnahmen. Hiervon soll künftig nicht abgewichen werden. Aufgrund des weitgehend gesättigten Markts ist von zusätzlichen Ansiedlungen abzusehen.

7.3.1 Multimarkt

Der Bebauungsplan Nr. 736 Änderung 1 sieht (nur) ein moderates Entwicklungspotenzial für das Einkaufszentrum Multimarkt vor. Bei dem Entwicklungspotenzial handelt es sich um 2.000 m² Verkaufsfläche, das durch die geplante Ansiedlung eines Elektronikfachmarktes nahezu vollständig ausgeschöpft ist. Zudem sind 4.000 m² zusätzliche Verkaufsfläche für das Sortiment Möbel festgesetzt. Diese Festsetzung dient der Erweiterung des Möbelhauses Heinrich – die Arbeiten hierzu haben bereits begonnen. Damit sind die Ansiedlungspotenziale für das Sortiment Möbel ausgeschöpft.

Der vorhandene Branchenmix ist durch den Bebauungsplan festgeschrieben ohne dabei die Betriebsentwicklungsmöglichkeiten gänzlich einzuschränken. Unabhängig von den Festsetzungen sind lediglich punktuelle Ergänzungen in Sortimentsbereichen denkbar, die bisher eher geringere Zentralitätswerte aufweisen. Hierzu gehören vor allem das Sortiment Möbel und ggf. baumarktspezifische Sortimente, wenn eine strikte Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 800 m² bzw. 10% der Gesamtverkaufsfläche erfolgt. Sollten entsprechende Erweiterungen angedacht werden, ist allerdings eine genaue Prüfung der erhöhten Verkehrsbelastung im Kreuzungsbereich mit der Bundesstraße B1 notwendig, da die Belastungsgrenze hier nahezu erreicht sein dürfte.

Das städtebaulich unattraktive Erscheinungsbild trägt zwar dazu bei, dass die Konkurrenz zur Altstadt in Grenzen gehalten wird, aber insbesondere die Neuansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten ist am Standort Multimarkt dennoch unbedingt zu vermeiden. So kann die Konkurrenzsituation auf den Status Quo festgeschrieben werden.

7.3.2 Böcklerstraße

Am Sonderstandort Böcklerstraße werden die Entwicklungsmöglichkeiten für die Einzelhandelsnutzungen über den Bebauungsplan Nr. 738 gesteuert und dabei auf eine qualifizierte Bestandsentwicklung beschränkt. Das am Standort ansässige und prägende SB-Warenhaus wird dabei ein Entwicklungsspielraum von etwa 900 m² Verkaufsfläche eingeräumt, der Baumarkt hat für die nicht zentrenrelevanten Sortimente noch einen Entwicklungsspielraum von rund 1.500 m² Verkaufsfläche und für den Fachmarkt für Unterhaltungselektronik besteht noch eine Entwicklungsmöglichkeit von 250 m² Verkaufsfläche. Die Festsetzungen der Verkaufsflächenobergrenzen sollen strikt eingehalten werden, da keine ausreichenden Potenziale für weitere großflächige Ansiedlungen vorhanden sind.

Problematisch ist die Festsetzung, die in den umliegenden Gewerbeflächen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel als ausnahmsweise zulässig erklärt und somit die Ablehnung entsprechender Ansiedlungswünsche deutlich erschwert. Nicht zentrenrelevante Sortimente besitzen zwar keine unmittelbaren aber dennoch indirekte Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche, weshalb hier jeweils im Einzelfall untersucht bzw. nachgewiesen werden muss, ob die geplante Ansiedlung zentrenverträglich ist oder ob erhebliche Auswirkungen zu erwarten sind.

Empfehlenswert wäre für diese Flächen ein grundsätzlicher Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen, abgesehen von solchen Verkaufsstätten, die zu einer Produktion am Standort gehören aber deutlich untergeordnet sind. Eine solche Regelung würde weitere Entwicklungen am Standort und somit eine Verschärfung der Konkurrenzsituation zu den zentralen Versorgungsbereichen verhindern. Die Festschreibung auf den Status Quo ist zudem geboten, da es bereits jetzt zu sehr hohen Verkehrsbelastungen auf der Böcklerstraße kommt. Bei Neuansiedlungen sind also entsprechende Nachweise zu führen, dass der zusätzliche Verkehr die vorhandenen Kapazitäten nicht überschreitet.

Noch in größerem Maße als für den Multimarkt gilt für den Sonderstandort Böcklerstraße, dass die städtebaulich unattraktive Gestaltung eine stärkere Konkurrenz zur Altstadt vermeidet. Zusätzliche Ansiedlungen könnten die Situation dennoch verschärfen.

7.4 Einzelhandelsagglomerationen ohne Zentrencharakter

Für die Einzelhandelsagglomerationen ohne Zentrencharakter sollen im vorliegenden Konzept keine vertieften Entwicklungsziele definiert werden, während dennoch einige grundsätzliche Aussagen zu den einzelnen Standorten getroffen werden.

7.4.1 Fischbecker Landstraße

Für die Einzelhandelsagglomeration Fischbecker Landstraße wurde 2007/2008 ein Bebauungsplan aufgestellt, der am 20. Mai 2008 als Satzung beschlossen wurde und ein Sondergebiet für nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel festsetzt. Über den Bestand hinausgehende zentrenrelevante Sortimente wurden ausgeschlossen. Ziel des Bebauungsplans ist zum einen den vorhandenen Einzelhandel als Nahversorgungsstandort für die Nordstadt zu sichern und zum anderen negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere die Altstadt, auszuschließen. So ist es das erklärte Ziel, die drei am Standort vorhandenen Nahversorger zu erhalten, da sie eine wichtige Versorgungsfunktion für die Hamelner Nordstadt übernehmen.

Weitere Ansiedlungen sind allerdings in allen Sortimentsbereichen zu vermeiden, da andernfalls die Entwicklung des Ziel-zentralen Versorgungsbereichs Lemkestraße verhindert bzw. zumindest deutlich erschwert würde. Zudem könnte dies räumlich unausgewogene Versorgungsstrukturen zementieren. Lediglich die Ansiedlung eines kleineren Betriebs (maximal etwa 100 m²) aus dem Bereich Drogerie- und Reformwaren könnte die Nahversorgungsfunktion des Standortes sinnvoll ergänzen.

7.4.2 Berliner Platz

Im Umfeld des Berliner Platzes ist bereits ein großer Umfang an Verkaufsflächen vorhanden, der insbesondere nahversorgungsrelevante (zwei Discounter) sowie nicht zentrenrelevante (insbesondere Fahrräder) Sortimente umfasst. Um den benachbarten zentralen Versorgungsbereich Deisterstraße / Bahnhofstraße, der bereits mit Trading-Down Prozessen zu kämpfen hat, nicht weiter zu gefährden, sollten hier keine zusätzlichen Verkaufsflächen mehr geschaffen werden. Ausschließlich die Nachnutzung von leerstehenden Ladenlokalen wird befürwortet bzw. sollte forciert werden, wobei hier möglichst nicht zentrenrelevante Sortimente angesiedelt werden sollten, die keine unmittelbaren Auswirkungen auf den benachbarten zentralen Versorgungs-

bereich besitzen.

Um weitere negative Auswirkungen auf den benachbarten Standort Deisterstraße / Bahnhofstraße zu vermeiden, ist zu prüfen, ob für den Bereich Berliner Platz ein Bebauungsplan zur Steuerung des Einzelhandels aufgestellt werden soll. Für bereits vorhandene Bebauungspläne sollte zudem die Einleitung eines Änderungsverfahrens angestrebt werden.

7.4.3 Hastenbecker Weg / Marienthaler Straße

Aufgrund der Ansiedlung eines Magnetbetriebs aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik ist zu befürchten, dass indirekt Kaufkraft aus dem Hauptgeschäftszentrum Altstadt abfließt und an dem nicht integrierten Standort am Hastenbecker Weg gebunden wird. Aus diesem Grund sollten weitere Ansiedlungen in diesem Bereich zukünftig unbedingt vermieden werden, damit der Standort keine derart hohe Attraktivität erreicht, die ihn zu einer unmittelbaren Konkurrenz der Hamelner Altstadt macht und weitere Kaufkraftabflüsse hervorruft. Dies gilt auch für Dienstleistungsbetriebe aller Art, die eine höhere Kundenfrequenz hervorrufen. Die einzige Ausnahme soll hinsichtlich eines Aldi-Marktes gemacht werden. Diese möchte sich aus der Tunnelstraße an den Hastenbecker Weg verlagern. Aldi wird dort eine bereits vorhandene Immobilie beziehen, die auch derzeit von einem Lebensmittelmarkt genutzt wird.

Zur weiteren Steuerung des Einzelhandels soll neben den bestehenden Plänen ein weiteres Bauleitplanverfahren für den Bereich Marienthaler Straße durchgeführt werden. Der Aufstellungsbeschluss mit dem Ziel, das vorhandene Gewerbe zu schützen und Festsetzungen zum Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen zu treffen, wurde bereits 2012 gefasst.

7.4.4 Nienstedter Weg / TÜV- Dreieck

Für den Bereich des sogenannten TÜV-Dreiecks wurde die Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen mit dem Bebauungsplan Nummer 739 - „TÜV-Dreieck“ abschließend geregelt. Nach Ansiedlung des Lidl-Markts ist das Entwicklungspotenzial an diesem Standort ausgeschöpft. Die Festsetzungen des Bebauungsplans sollen strikt durchgeführt werden und somit der Status Quo erhalten werden.

7.5 Nahversorgung

Wie in Abschnitt 6.6 dargestellt, ist die Nahversorgungssituation in Hameln insgesamt zufriedenstellend. Im Folgenden sollen daher für die erkannten Schwächen, die vor allem in den Ortschaften verortet sind, Handlungsempfehlungen gegeben werden, um die Nahversorgung mittel- bis langfristig zu sichern bzw. aufzuwerten, wo dies notwendig erscheint.

7.5.1 Kernstadt

Insgesamt ist in der Hamelner Kernstadt, abgesehen von drei bis vier kleineren Versorgungslücken, eine gute räumliche und qualitative Angebotsstruktur vorhanden. Eine wichtige Institution zur Nahversorgung ist der Wochenmarkt auf dem Rathausplatz, der mittwochs und samstags stattfindet. Dieser sollte in der Form und Angebotsvielfalt erhalten bleiben und weiterentwickelt werden. So kann die Attraktivität insbesondere durch eine neue Platzgestaltung mit einem einheitlichen Freiraum-, Grün- und Beleuchtungskonzept deutlich gesteigert und in diesem Zusammenhang auch Position des Wochenmarktes als Institution für die Nahversorgung und die Kommunikation gestärkt werden.

Ebenfalls von besonderer Bedeutung ist das große real.- SB-Warenhaus in der Stadtgalerie, das in seiner Funktion durch den Bebauungsplan Nummer 727 - „Stadtgalerie Hameln“ gesichert ist und eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Altstadt und die erweiterte Innenstadt übernimmt.

Im Basbergviertel ist zu prüfen, ob die Ansiedlung eines Nahversorgers nach dem Abzug der britischen Streitkräfte im (nördlichen) Bereich der Linsingenkaserne in Frage kommt, um eine Versorgungslücke im Bereich des Apenberges und des Schöts zu schließen. Nachdem bereits einer der beiden kleinen Betriebe im Wohngebiet des Basbergviertels geschlossen hat, sollte der zweite Standort erhalten bleiben. Daher wäre hier eine kleinere Verkaufsfläche optimal. Ein großflächiger Betrieb sollte vermieden werden, es sei denn, der noch verbliebene kleine Betrieb im Wohngebiet bricht zwischenzeitlich ebenfalls weg.

Eine weitere Versorgungslücke zeigt sich im Bereich des Klütviertels, wo die Ansiedlung eines Nahversorgers jedoch als unwahrscheinlich bewertet wird, da vormals vorhandene Angebote aufgegeben werden mussten. Dies ist insbesondere auf die Ansiedlung eines Vollversorgers und eines Discounters an der Klütstraße zurückzuführen. Eine Wiederbelebung erscheint daher wirtschaftlich nicht wahrscheinlich. Dennoch ist entlang des Breiten Wegs die Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten und durchaus auch kleinflächigen zentrenrelevanten Sortimenten sowie Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben zu begrüßen. Insbesondere eine Nachnutzung des leerstehenden Drogeriemarktes mit einer Verkaufsfläche von 265 m² könnte für eine deutliche Verbesserung der fußläufig erreichbaren Grundversorgung im Bereich des Breiten Wegs bzw. des gesamten Klütviertels beitragen.

Weitere unbefriedigende Situationen sind am Klüt-Südhang und im Ortsteil Klein Berkel zu konstatieren. Wegen der räumlichen Strukturen, des unzureichenden Nachfragepotenzials und der unmittelbaren Nähe zu den beiden großen Sonderstandorten ist in beiden Bereichen eine Einzelhandelsentwicklung kaum möglich. Begrüßenswert wären am Klüt-Südhang kleinere

Fachbetriebe, wie bspw. Bäcker oder Fleischer, die in Klein Berkel teilweise noch vorhanden sind und auch hier zumindest eine grundlegende Nahversorgung sichern könnten.

Außer im Bereich der beschriebenen Versorgungslücken besteht kein weiterer Handlungsbedarf. Grundsätzlich sollte jedoch allen Betrieben ermöglicht werden, Maßnahmen zur Marktanpassung und Standortsicherung durchzuführen, ohne dabei maßgebliche Verkaufsflächen-erweiterungen vorzunehmen. Für Neuansiedlungsvorhaben sollte die Maxime gelten, diese grundsätzlich in integrierten Lagen und vorzugsweise im Bereich der Versorgungslücken oder zumindest mit direktem Bezug zu den bestehenden Wohngebieten zu verorten. Wichtig ist in diesem Zusammenhang aber auch die Abwägung, ob durch Neuansiedlungen ggf. der Wegfall bestehender Nahversorger bedingt wird und so neue Versorgungslücken entstehen. Dies gilt insbesondere für den letzten verbliebenen Nachbarschaftsladen im Basbergviertel sowie für die Discounter in der Bahnhofstraße und in der Süntelstraße. Der deutlich ausgeprägte Trend zu linearen Versorgungsstrukturen an den Ausfallstraßen (Klütstraße, B1, Hastenbecker Weg) sollte gleichzeitig nicht weiter fortgesetzt werden, da er nahezu ausschließlich das Pkw-orientierte Einkaufsverhalten unterstützt. Zudem werden wohnortnahe Standorte und somit die eigentlich Nahversorgung durch diesen Trend gefährdet.

7.5.2 Ortsteile

Konzentrationsprozesse im Einzelhandel, der demographische Wandel und stetig steigende Mobilitätskosten erschweren die persönliche Versorgungssituation der Menschen im ländlichen Raum. Dadurch gewinnt eine wohnortnahe Versorgung zwangsläufig an Bedeutung. Daher gilt es zunächst die Angebote in den größeren Ortsteilen zu sichern und nach Möglichkeit zu ergänzen. Dies geschieht derzeit in Afferde in einem sinnvollen räumlichen Kontext, aber auch in Hastenbeck ist eine standortgebundene Nahversorgung aufgrund der Einwohnerzahlen durchaus denkbar. In Tündern und den Sünteldörfern ist jeweils ein rudimentäres Angebot vorhanden, wobei das Kaufkraftpotenzial vor Ort auch kleinere Ergänzungen ermöglichen sollte.

Für die Ortsteile ohne stationären Einzelhandel und ohne ein ausreichendes ÖPNV-Angebot stellt der mobile Einzelhandel eine Alternative dar. In nahezu allen Ortschaften ist zwar bereits ein solches Angebot vorhanden, dieses deckt jedoch nur einen kleinen Teilbereich (Backwaren) der Grundversorgung ab. Der mobile Einzelhandel ermöglicht eine bedarfsbezogene Versorgung, ist jedoch so flexibel, dass eine direkte Einflussnahme durch die Stadt kaum möglich ist. Lediglich über die Bereitstellung von geeigneten Flächen zur Aufstellung der Verkaufswagen kann eine indirekte Förderung erfolgen (vgl. NETZWERK EWH, 2012: 13-15).

Eine weitere Alternative stellen Dorfgemeinschaftsläden dar, die nicht nur als Grundversorger sondern auch als sozialer, gesellschaftlicher Treffpunkt fungieren (vgl. NIEDERSÄCHSISCHE STAATSKANZLEI, 2013: 7). Die Installation von Dorfgemeinschaftsläden kann durch Initiativen vor Ort ermöglicht werden, um gemeinsam die Nahversorgung vor Ort sicherzustellen. Hierfür bedarf es allerdings einer intakten, starken Dorfgemeinschaft. Ein solches Modell bietet sich insbesondere für Hastenbeck, Haverbeck und Halvestorf an.

In Hilligsfeld ist vor kurzer Zeit bereits eine Art Dorfladen entstanden. Dieser hat weder Subventionen noch eine sonstige Form der Unterstützung durch die öffentliche Hand erfahren. Vielmehr wurde ein ehemaliges Feuerwehrgerätehaus erworben, mit privaten Mitteln saniert und anschließend verpachtet. Die Pächterin betreibt dort inzwischen einen kleinen Laden, der die Nahversorgungssituation in Hilligsfeld verbessern konnte.

In Rohrsen ist zwar ein Discounter vorhanden, der statistisch betrachtet einen Großteil der

Nachfrage abdeckt, jedoch ungünstig zum ursprünglichen Dorfkern und zum Bevölkerungsschwerpunkt liegt. Daher ist ein zusätzliches Angebot im Ortskern wünschenswert.

Ähnliche Projekte in den anderen Ortschaften sind somit in jedem Fall unterstützenswert. Die Stadtverwaltung könnte hier ebenfalls beratend zur Seite stehen und auf Fördermöglichkeiten für Dorfgemeinschaftsläden hinweisen. Möglichkeiten bieten unter anderem Förderprogramme wie LEADER oder ILE (vgl. NETZWERK EWH, 2012: 15).

Das Angebot an Initiativen, die bei der Gründung eines Dorfgemeinschaftsladens unterstützend tätig werden, ist dabei relativ breit gefächert:

- Projekt ZukunftNAH: Ein Projekt der Leibniz Universität Hannover unterstützt bei der Initiierung entsprechender Vorhaben in LEADER- und ILE-Regionen (www.igt-arch.uni-hannover.de).
- Dorfladen-Netzwerk im Landkreis Verden: Das Netzwerk agiert deutschlandweit und bietet Beratung zum Thema Dorfläden an, bspw. in Form des Dorfladen-Handbuchs (www.dorfladen-netzwerk.de).
- Netzwerk Erweiterter Wirtschaftsraum Hannover: Das Netzwerk hat einen Praxisbericht erstellt, in dem Beispiele für eine zukunftsfähige Nahversorgung im ländlichen Raum vorgestellt werden (www.netzwerk-ewh.de).
- DORV-Konzept: Hierbei handelt es sich nicht direkt um eine Initiative sondern um ein in Nordrhein-Westfalen entwickeltes Modellkonzept, das unter dem Titel „Dienstleistung und Ortsnahe Rundum Versorgung“ (DORV) eine multifunktionale Nahversorgung im ländlichen Raum zu schaffen (www.dorv.de). Dabei werden insgesamt fünf Säulen der Nahversorgung unter einem Dach zusammengebracht, nämlich Lebensmittel, Dienstleistungen, Sozial-medizinische Versorgung sowie Kommunikation und Kultur (vgl. FREY, 2013: 207 ff.)

Da es aufgrund der mangelnden Wirtschaftlichkeit unwahrscheinlich ist, künftig neue marktübliche, stationäre Einzelhandelsangebote in den kleineren Ortschaften anzusiedeln, sollte über alternative Lösungsmöglichkeiten intensiv nachgedacht und von Seiten der Stadt Hameln entsprechende Unterstützung angeboten werden. Denn im Zuge des demographischen Wandels wird die Versorgung im ländlichen Raum für Teile der Bevölkerung in Zukunft immer problematischer werden.

8 | Fazit und Ausblick

Durch das vorliegende Einzelhandelskonzept der Stadt Hameln wurden die bisherigen Konzepte zusammengefasst und hinsichtlich der zwischenzeitlichen Entwicklungen und geänderten Gesetzeslagen fortgeschrieben. Im Rahmen des Prozesses wurde die Erhebung des Einzelhandels aktualisiert und auf eine neu entwickelte analytische Grundlage gestellt, die nunmehr eine exaktere Auswertung bspw. nach Sortimenten und zentralen Versorgungsbereichen ermöglicht.

Die Auswertung dieser Erhebung hat die bereits im Jahr 2005 festgelegten zentralen Versorgungsbereiche insgesamt bestätigt. Lediglich einzelne Anpassungen im Bereich Deisterstraße / Bahnhofstraße sowie hinsichtlich des bisherigen Sonderstandorts TÜV-Dreieck erschienen notwendig.

Das nun vorgelegte Einzelhandelskonzept stellt nach erfolgtem Beschluss durch den Rat der Stadt Hameln ein Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar und besitzt daher für weitere Planungen (insbesondere die Bauleitplanung) im Rahmen der Abwägung Bindungswirkung. Abweichungen von diesem Konzept bedürfen einer entsprechenden Begründung.

Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzepts durch den Rat der Stadt wird somit eine erhöhte Planungs- und Rechtssicherheit hergestellt. Es kann Entscheidungen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben und bei der Weiterentwicklung der verschiedenen Einzelhandelslagen erleichtern. Zudem bietet das Konzept eine einheitliche Grundlage für den Interessenausgleich zwischen Grundstückseigentümern, Investoren, Betreibern und der öffentlichen Hand.

Obwohl das Konzept in erster Linie ein informelles stadtplanerisches Instrument darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen einen Beitrag zur Weiterentwicklung des Handelsstandortes Hameln leisten. In diesem Zusammenhang ist zum Beispiel an eine gezielte Wirtschaftsförderung im Bereich des Einzelhandels zu denken. Zudem werden Anknüpfungspunkte für die Entwicklung von Detailkonzepten für einzelne Standorte oder kleinere Entwicklungsvorhaben geboten, auf deren Grundlage sich die verschiedenen Akteure verständigen können.

Im Ergebnis ist festzustellen, dass sich Hameln insgesamt einer abwechslungsreichen, lebendigen und überwiegend ausgewogenen Einzelhandelsstruktur erfreuen kann. Hohe Zentralitätswerte untermauern die Bedeutung der Stadt bei der Versorgung der gesamten Region und rechtfertigen die landesplanerisch zugewiesene oberzentrale Teilfunktion im Bereich Einzelhandel. Das Konzept legt daher insbesondere Wert auf den Erhalt der bestehenden Strukturen und deren gezielte, punktuelle Weiterentwicklung. Dabei wird der Schwerpunkt auf den Schutz der attraktiven Altstadt gelegt, um deren herausragende Bedeutung und Funktion nachhaltig zu sichern.

An wenig integrierten Standorten, wie bspw. den Sonderstandorten Multimarkt und Böcklerstraße, werden deshalb zusätzliche Erweiterungen, die über den Bestandsschutz und die Bestandsentwicklung hinausgehen, ausgeschlossen. Für die Grund- und Nahversorgungszentren hingegen werden konkrete Entwicklungsperspektiven aufgezeigt, die diese Standorte mit wichtigen teilräumlichen Funktionen erhalten und weiterentwickeln sollen.

Aufgrund des in Kapitel 2 bereits beschriebenen, stetigen Wandels des Einzelhandels (insbesondere Betriebsformen und –größen sowie Kundenverhalten) ist das vorliegende Konzept nicht auf unbestimmte Zeit zu beschließen. Vielmehr ist eine Überprüfung und Fortschreibung regelmäßig erforderlich. Die Erhebung des Einzelhandels sollte wie bisher alle zwei Jahre durchgeführt werden, da in räumlichen Teilbereichen des Hamelner Einzelhandels eine

beachtliche Fluktuation festzustellen ist. Sollte auf dieser Grundlage eine frühzeitigere Fortschreibung des vorliegenden Konzepts angezeigt sein, so sollten die entsprechenden Anpassungen vorgenommen werden. Von den Grundsätzen des Zentrumschutzes sollte dabei allerdings nicht abgewichen werden.

Glossar

Agglomerations-effekte	Als Agglomerationseffekte werden die Effekte bezeichnet, die aus der Ansammlung von Unternehmen in einem Verdichtungsgebiet entstehen können. Diese können sowohl positiv als auch negativ sein. In Bezug auf den Handel werden in der Regel die Attraktivitätssteigerung eines Standortes und die sich daraus ergebenden Umsatzsteigerungen der jeweiligen Betriebe durch die Nachbarschaft zu anderen Betrieben mit ähnlichem Sortiment verstanden.
1a-Lage	Attraktivste Einkaufslage einer Stadt. Sie zeichnet sich durch die höchste Passantenfrequenz und den dichtesten Geschäftsbesatz aus. Ergänzende Funktionen wie Gastronomie und endverbraucherbezogene Dienstleistungen sind ebenfalls vorhanden.
1b-Lage	Eine attraktive Einkaufslage im Hauptgeschäftsbereich einer Stadt. Sie zeichnet sich durch eine hohe Geschäftsdichte und eine gute Passantenfrequenz aus. In 1b-Lagen finden sich auch nicht handelsbezogene Nutzungen, die die Attraktivität im Vergleich zu den A-Lagen verringern.
2b-Lage / Nebenlage	In 2b-Lagen bzw. Nebenanlagen nehmen die Dichte der Einzelhandelsbetriebe, das Mietniveau und die Attraktivität ab. Häufig finden sich deshalb allerdings auch spezialisierte Fachgeschäfte, die zu einer sinnvollen Abrundung des Einzelhandels in Hauptgeschäftsbereichen beitragen.
Branchenmix	Als Branchenmix wird die Art, Anordnung und Durchmischung von Betrieben mit unterschiedlichen Sortimenten an einem Standort (bspw. in einem zentralen Versorgungsbereich) oder in einer Immobilie (bspw. in einem Einkaufszentrum) bezeichnet. Allgemeingültige Regelungen für einen geeigneten bzw. optimalen Branchenmix gibt es allerdings nicht.
Einkaufszentrum	Bei einem Einkaufszentrum handelt es sich um eine räumliche und organisatorische Konzentration von Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Branchen (zumeist) in einer Immobilie. Häufig wird der Einzelhandel durch Angebote aus den Bereichen Gastronomie und Dienstleistungen ergänzt.
Einzelhandels-agglomeration	Eine Einzelhandelsagglomeration ist eine Ansammlung verschiedener Unternehmen an einem Standort. Dabei können sowohl Betriebe mit unterschiedlichen als auch Betriebe mit gleichen oder ähnlichen Sortimenten eine Agglomeration bilden, um von den Agglomerationsvorteilen zu profitieren (siehe auch: Agglomerationseffekte).
Fachmarktzentrum	Als Fachmarktzentrum wird eine Ansammlung mehrerer, in der Regel großflächiger Fachmärkte verschiedener Branchen verstanden. Von der räumlichen Nachbarschaft versprechen sich die Betriebe, von Agglomerationsvorteilen zu profitieren (siehe auch: Agglomerationseffekte).

Factory-Outlet-Center (FOC)

Ins Deutsche übertragen, wird häufig auch der Begriff Fabrikverkaufszentrum (FVZ) verwendet. Bei dieser Betriebsform werden die Markenartikel mehrerer Hersteller an einer gemeinsamen Verkaufsstätte verbilligt angeboten. Als besondere Form des großflächigen Einzelhandels, werden in Factory-Outlet-Centern in der Regel zentrenrelevante Waren mit kleineren Mängeln oder Restbestände (aus dem Vorjahr) angeboten. Sie können somit eine starke Konkurrenz zu zentralen Versorgungsbereichen darstellen.

Fahrender Händler

Bei fahrenden Händlern handelt es sich um Geschäfte, die nicht stationär betrieben werden, sondern zu ihren Kunden kommen. Dies kann bspw. über Wochenmärkte geschehen. Inzwischen gibt es allerdings, insbesondere im ländlichen Raum, auch solche fahrenden Händler, die kleiner Ortschaften direkt anfahren, um dort ein- bis zweimal pro Woche ihre Waren anzubieten (häufig handelt es sich um Bäckerwagen).

Flächenertrag / Flächenproduktivität

Im Einzelhandel wird der Flächenertrag bzw. die Flächenproduktivität an den Umsätzen pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Jahr gemessen. Der Flächenertrag ist stark abhängig von der Lage, der Branche und der Fläche eines Betriebs abhängig. In Deutschland ist der Flächenertrag aufgrund einer stetigen Zunahme an verfügbaren Verkaufsflächen seit Jahren rückläufig.

Fluktuation

Die Fluktuation beschreibt die Veränderung von Gegebenheiten und Zuständen. Im Bereich des Einzelhandels wird darunter die Veränderung von Mietern in einem Objekt oder in einem räumlich zusammenhängenden Bereich verstanden. Die Fluktuation von Einzelhandelsbetrieben kann je nach Lage ganz unterschiedlich ausgeprägt und auf mehrere Gründe zurückzuführen sein (Bsp. Mietsteigerungen oder Trading-Down-Prozesse).

Franchise-Strukturen

Im Deutschen häufig auch Konzessionsverkauf genannt. Von Franchise-Strukturen wird gesprochen, wenn das Geschäftskonzept eines Unternehmens gegen ein Entgelt einem Betreiber zur Verfügung gestellt wird, der die Waren des Unternehmens vor Ort in seiner Filiale anbietet. Die Einheitlichkeit des Geschäftskonzeptes bewirkt einen hohen Wiedererkennungswert. Zudem werden durch gemeinsames Marketing, Lieferverträge und Vermittlung von Know-How Kostenvorteile erzielt, die dazu führen, dass in den Innenstadtlagen ein immer stärkerer Anteil an Filialen großer Ketten mit Franchise-Strukturen entsteht.

Gehobener Bedarf

Von gehobenem Bedarf ist bei solchen Warengruppen die Rede, die bereits vergleichsweise spezialisiert sind, einen gewissen Luxus darstellen und vergleichsweise selten nachgefragt werden. Für Waren des gehobenen Bedarfs werden bereits relativ weite Anfahrtswege akzeptiert, da sie überwiegend in Oberzentren angeboten werden. Dem gehobenen Bedarf sind bspw. Uhren und Schmuck sowie besonders hochwertige Bekleidung, Schuhe und Lederwaren.

Großflächigkeit / großflächige Betriebe	Häufig auch allgemein als großflächiger Einzelhandel bezeichnet. Dabei handelt es sich um Betriebe, die über 1.200 m ² Geschossfläche bzw. 800 m ² Verkaufsfläche verfügen. Der Schwellenwert hinsichtlich der Geschossfläche wird in § 11 Abs. 3 BauNVO definiert, während die Verkaufsflächengröße von 800 m ² auf ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts zurückzuführen ist. Ab beiden Schwellenwerten werden regelmäßig negative Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung vermutet werden können. Daher sind großflächige Einzelhandelsbetriebe planungsrechtlich ausschließlich in Kern- und Sondergebieten zulässig.
Grundzentrum	Bei einem Grundzentrum handelt es sich um einen zentralen Ort der unteren Stufe nach dem System der zentralen Orte in der Raumplanung. Grundzentren übernehmen, bezogen auf den Einzelhandel, Versorgungsfunktionen im Bereich des kurzfristigen Bedarfs.
Internet-Handel	Internet-Handel wird auch als elektronischer- bzw. Online-Handel bezeichnet. Es beschreibt den Einkaufsvorgang über das Internet, bei dem Waren online bestellt und wie im Versand-Handel auf postalischem Weg geliefert wird. Der Umsatzanteil am gesamten Einzelhandel ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen.
Kurzfristiger Bedarf	Zum kurzfristigen Bedarf zählen alle Waren, die in der Regel unmittelbar nach dem Kauf verbraucht werden. Darunter fallen insbesondere Sortimente wie Nahrungs- und Genussmittel, Blumen oder Zeitungen und Zeitschriften.
Langfristiger Bedarf	Die Waren des langfristigen Bedarfs werden von den Verbrauchern in der Regel für einen längeren Nutzungszeitraum angeschafft. Hinzu zählen insbesondere Sortimente wie Möbel, Teppiche oder Uhren und Schmuck.
Nahversorgung / Nahversorger	Als Nahversorgung wird die Versorgung der Bevölkerung mit Waren (und auch Dienstleistungen) des kurz- und mittelfristigen Bedarfs im fußläufigen Umfeld der Wohnlagen bezeichnet. Häufig wird der Begriff allerdings auf die Versorgung mit Lebensmitteln beschränkt. Ein Nahversorger ist dementsprechend ein Betrieb, der Sortimente des kurz- und mittelfristigen Bedarfs anbietet.
Nahversorgungsrelevante Sortimente	Häufig wird auch die Bezeichnung periodischer Bedarf verwendet. Hierbei handelt es sich um eine Sortimentskategorie, die alle Waren des kurz- und teilweise des mittelfristigen Bedarfs umfasst. Nahversorgungsrelevante Sortimente werden täglich oder zumindest wöchentliche nachgefragt werden. Sie umfassen nach der Hamelner Liste Lebensmittel und Getränke, Drogerie-, Reformwaren und Parfümerieartikel, Schnittblumen und Zeitschriften.

Nicht zentrenrelevante Sortimente	Als nicht zentrenrelevante Sortimente werden solche Waren bezeichnet, die aufgrund des hohen Flächenbedarfs nicht an zentralen Standorten angeboten werden (können). Sie sind zumeist schwer zu transportieren, werden in der Regel für einen längeren Nutzungszeitraum angeschafft (siehe auch: Langfristiger Bedarf) und weisen eine eher geringe Flächenproduktivität aus. Hierzu zählen insbesondere Möbel, Baustoffe, Werkzeuge oder Fahrräder.
Marktgebiet	Als Marktgebiet wird der räumliche Bereich bezeichnet, auf das der Einzelhandel einer Stadt ausstrahlt (Verflechtungsbereich). Es umfasst somit den Raum, aus dem die Kunden eines Betriebs oder eines Standortes kommen. Das Marktgebiet ist relevant zur Ermittlung der insgesamt verfügbaren Kaufkraft einer Stadt, eines Standortes oder eines Betriebs.
Mittelfristiger Bedarf	Als mittelfristiger Bedarf werden alle Waren bezeichnet, die der Verbraucher zwar nicht unmittelbar nach dem Kauf verbraucht, aber andererseits auch nicht dauerhaft nutzt. Beispiele für den mittelfristigen Bedarf sind Sortimente wie Bekleidung, Schuhe oder Lederwaren.
Mittelzentrum	Bei einem Mittelzentrum handelt es sich um einen zentralen Ort der mittleren Stufe nach dem System der zentralen Orte in der Raumplanung. Die Bedeutung ergibt sich dabei weniger aus der Bevölkerungszahl als vielmehr aus der vorhandenen (Versorgungs-)Infrastruktur. Mittelzentren übernehmen, bezogen auf den Einzelhandel, Versorgungsfunktionen im Bereich des kurz- und mittelfristigen Bedarfs.
Oberzentrum	Bei einem Oberzentrum handelt es sich um einen zentralen Ort der höchsten Stufe nach dem System der zentralen Orte in der Raumplanung. Die Bedeutung ergibt sich dabei weniger aus der Bevölkerungszahl als vielmehr aus der vorhandenen (Versorgungs-)Infrastruktur. Oberzentren übernehmen, bezogen auf den Einzelhandel, Versorgungsfunktionen aller Bedarfsbereiche, zum Teil weit über das eigene Stadtgebiet hinaus.
SB-Warenhaus	Als SB-Warenhaus werden Selbstbedienungs-Warenhäuser bezeichnet, die hinsichtlich ihrer Aufmachung einem Supermarkt ähneln. Sie haben in der Regel über 2.000 m ² Verkaufsfläche (siehe auch: Großflächigkeit) und bieten neben Lebensmitteln auch große Non-Food-Abteilungen, in denen zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung, Spielwaren oder Unterhaltungselektronik angeboten werden.
Shopping-Center	Siehe unter Einkaufszentrum.
Sonderstandort	Siehe unter Fachmarktzentrum.
Streulage	Unter dem Begriff Streulage werden alle solitären Einzelhandelsstandorte in einer Stadt zusammengefasst. Sie liegen ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Betriebe in Streulage sind häufig einzelne Supermärkte in Wohngebieten, die der Versorgung der umliegenden Quartiere dienen.

Trading-Down-Prozess	Bezeichnung einer negativen Entwicklungsdynamik einer Einkaufslage oder kompletten Innenstädten. Der Prozess ist häufig dadurch gekennzeichnet, dass höherwertige und höherpreisige durch niedrigpreisige Anbieter (Ein-Euro-Läden) oder banale Nutzungen (Vergnügungsstätten, Imbisse etc.) ersetzt werden. Häufig einhergehend mit dem Trading-Down hinsichtlich der Nutzungen ist die Zunahme gestalterischer und baulicher Mängel festzustellen.
Urban-Entertainment-Center (UEC)	Von einem Urban-Entertainment-Center wird bei der Kombination eines Einkaufszentrums (häufig mit großflächigen Betrieben) mit thematisch integrierten Freizeit- und Unterhaltungsangeboten (bspw. Kino, Bowling, Erlebnisgastronomie) gesprochen.
Versandhandel	Der Versandhandel ist eine Betriebsform des Einzelhandels, bei der dem Kunden die Waren per Katalog, Prospekt oder Inserat angeboten und nach der (telefonischen) Bestellung per Post oder Kurierdienst geliefert werden. Große Anbieter haben dabei häufig ein sehr breites Sortiment an Waren im Angebot, während Spezialversender einzelne Sortimentsausschnitte anbieten. Der traditionelle Versandhandel erfährt insbesondere durch den Aufschwung des Internet-Handels eine starke Konkurrenz.
Zentraler Versorgungsbereich	Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein abgrenzbarer Raum in einer Stadt, dem eine besondere Versorgungsfunktion für die Region, die Stadt oder einzelne Stadtquartiere zukommen. Neben der Versorgung mit Waren durch den Einzelhandel, sind auch ergänzende Nutzungen, wie Dienstleistungen und gastronomische Angebote, von Bedeutung.
Zentralität / Zentralitätswert	Die (Einzelhandels-)Zentralität bzw. der Zentralitätswert stellt eine aussagekräftige Kennziffer über die Attraktivität des Einzelhandelsangebots in einer Stadt. Er wird aus dem Verhältnis des Umsatzes zur vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ermittelt. Werte über 100 % deute auf die Anziehungskraft einer Stadt hin, die sie auf ihre Umlandgemeinden ausübt, also Kaufkraft von außerhalb bindet. Umgekehrt weisen Werte unter 100 % auf einen Kaufkraftabfluss hin.
Zentrenrelevante Sortimente	Die zentrenrelevanten Sortimente sind insbesondere solche Warengruppen, die aufgrund ihres geringen Flächenbedarfs und der hohen Flächenproduktivität in zentralen Lagen angeboten werden. Sie sind in der Regel leicht zu transportieren und benötigen Agglomerationseffekte, die sie vornehmlich in den Stadt- und Fachmarktzentren finden. Zu den zentrenrelevanten Sortimenten zählen insbesondere Bekleidung, Schuhe und Lederwaren, Bücher und Spielwaren.
Zweites Versorgungsnetz	Als zweites Versorgungsnetz wird der an peripheren Standorten, häufig an größeren Ausfallstraßen entstandenen Lebensmitteleinzelhandel bezeichnet. Es bedient damit vor allem Pkw-orientierte Kunden und Pendler. Damit tritt das zweite Versorgungsnetz in Konkurrenz zur fußläufigen Nahversorgung und hat diese bereits stark zurückgedrängt.

Quellenverzeichnis

BAHN (2001)	Bahn, Christopher: Der Einzelhandel als Ressource der Stadtentwicklung in Deutschland und Großbritannien: ein Vergleich mit den USA, in: Rudolph, Hedwig (2001 / Hrsg.): Aldi oder Arkaden? Unternehmen und Arbeit im europäischen Einzelhandel, erschienen am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung / Abteilung Organisation und Beschäftigung in Berlin, 2001
BauGB	Baugesetzbuch vom 23.09.2004 (BGBl. I Seite 2414) in der zurzeit gültigen Fassung
BERKEMANN / HALAMA (2005)	Berkemann, Jörg / Halama, Ulrich: Erstkommentierung zum BauGB, erschienen beim vhw – Verlag Dienstleistung GmbH in Bonn, 2004
BIENEK / KRAUTZBERGER (2008)	Bienek, Heinz / Krautzberger, Michael: Aktuelle Fragen zum städtebaulichen Innenbereich nach § 34 BauGB und zum Außenbereich nach § 35 BauGB, in: UPR – Umwelt- und Planungsrecht, Heft 28/2008: S.81 ff.
BIRK ET AL (1998)	Birk, Hansjörg / Holl, Stefan / Vogels, Paul-Heinz: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, erschienen beim Birkhäuser Verlag in Basel, 1998
BLATT / VON RACZECK (1998)	Blatt, Lothar / von Raczeck, Gisela: Wirtschaftsstandort Innenstadt und „Grüne Wiese“: europäische Fakten und Erfahrungen, erschienen beim Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. in Bonn, 1998
BLEYER (1999)	Bleyer, Burkhard: Standort- und Flächentrends bei Einzelhandelsgroßprojekten, in: Raumforschung und Raumordnung, Heft 2.1999: 132-142
BRUNKE ET AL (2006)	Brunke, Walter / Junker, Rolf / Pump-Uhlmann, Holger (2206 / Hrsg.): Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen, erschienen beim Droste Verlag in Düsseldorf, 2006
BVerwG (2007)	Bundesverwaltungsgericht: Urteil vom 11. Oktober 2007, Aktenzeichen 4 C 7.07
CIMA (2007)	CIMA Stadtmarketing – Gesellschaft für gewerbliches und kommunales Marketing: Leistungsdaten des Einzelhandels in Hameln und Hamelner Sortimentsliste. Bericht für den Auftraggeber, unveröffentlicht, Lübeck, 2007
CIMA (2012)	CIMA Stadtmarketing – Gesellschaft für gewerbliches und kommunales Marketing: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover. Analysebericht Landkreis Hameln-Pyrmont - Fortschreibung 2011, Lübeck, 2012

EIGENE ERHEBUNG (2012)	Vollerhebung des Hamelner Einzelhandels, unveröffentlicht, Hameln, 2012	OVG NRW (2002)	Oberverwaltungsgericht des Landes Nordrhein-Westfalen: Urteil vom 3. Juni 2002, Aktenzeichen 7a D 92/99.NE
FREY (2013)	Nahv@rsorge – das DORV-Konzept als Multifunktionale Nahversorgung, in: Flächenmanagement und Bodenordnung, Heft 5/2013: 207-213	OVG NRW (2004)	Oberverwaltungsgericht des Landes Nordrhein-Westfalen: Urteil vom 22. April 2004, Aktenzeichen 7a D 142/02.NE
FÜRST / KUJATH (2004)	Fürst, Dietrich / Kujath, Hans Joachim (Hrsg.): Raumplanerische Herausforderungen durch Veränderungen in Handel, Logistik und Tourismus, erschienen bei der ARL in Hannover, 2004	OVG NRW (2005)	Oberverwaltungsgericht des Landes Nordrhein-Westfalen: Urteil vom 6. Juni 2005, Aktenzeichen 10 D 145
GFK (2011)	Gesellschaft für Konsumforschung: GfK Einzelhandelskaufkraft 2011: Im Schnitt 5.329 € pro Kopf, erschienen unter http://www.gfk-geomarketing.de , 2011	OVG NRW (2006)	Oberverwaltungsgericht des Landes Nordrhein-Westfalen: Urteil vom 11. Dezember 2006, Aktenzeichen 7 A 964/05
KAAPKE (2012)	Kaapke, Andreas: Aktuelle Trends im Einzelhandel, in: Kruse, Stefan (Hrsg.): Handbuch Einzelhandel, erschienen beim vhw Dienstleistung GmbH Verlag in Bonn, 2012	REIDT (2007)	Reidt, Olaf: Die Sicherung zentraler Versorgungsbereiche durch aktive Bauleitplanung. § 9 Abs. 2a BauGB und andere Möglichkeiten, in: BauR – Zeitschrift für das gesamte öffentliche und zivile Baurecht, Heft 38/2007: S.2001-2012
KRÜGER ET AL (2013)	Krüger, Thomas / Klein, Kurt / Anders, Sascha / Walther, Monika / Segerer, Matthias (2013): Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. Kurzfassung des Endberichts, erschienen in Hamburg / Regensburg, 2013	RUDOLPH (2001)	Rudolph, Hedwig (Hrsg.): Aldi oder Arkaden? Unternehmen und Arbeit im europäischen Einzelhandel, erschienen am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung / Abteilung Organisation und Beschäftigung in Berlin, 2001
KRUSE (2012)	Kruse, Stefan (Hrsg.): Handbuch Einzelhandel, erschienen beim vhw Dienstleistung GmbH Verlag in Bonn, 2012	SCHULTE (2007)	Schulte, Thomas: Zentrenkonzepte und Zentrale Versorgungsbereiche. Handlungsbedarf, Grundlagen und Anforderungen am Beispiel Nordrhein-Westfalens. In: RaumPlanung 132/133.2007, S.135-138
KÜHN (2006)	Kühn, Gerd: Innerstädtische Einkaufszentren: Entwicklungen – Strukturen – Perspektiven, in: Brunke, Walter / Junker, Rolf / Pump-Uhlmann, Holger (2006 / Hrsg.): Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen, erschienen beim Droste Verlag in Düsseldorf, 2006	VGH BW (2005)	Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg: Urteil vom 2. Mai 2005, Aktenzeichen 8 S 1848/04
KUSCHNERUS (2007)	Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, erschienen beim vhw – Verlag Dienstleistung GmbH in Bonn, 2007	VGH BW (2006)	Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg: Urteil vom 30. Januar 2006, Aktenzeichen 3 S 1259/05
ND OVG (2002)	Niedersächsisches Oberverwaltungsgericht: Erlass vom 21. Februar 2002, Aktenzeichen 1 MN 4128/01		
ND OVG (2006)	Niedersächsisches Oberverwaltungsgericht: Urteil vom 14. Juni 2006, Aktenzeichen 1 KN 155/05		
ND OVG (2007)	Niedersächsisches Oberverwaltungsgericht: Urteil vom 12. November 2007, Aktenzeichen 1 ME 276/07		
NETZWERK EWH (2012)	Netzwerk Erweiterter Wirtschaftsraum Hannover: Perspektiven der Nahversorgung. Berichte zum Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover, Heft Nr. 1 / Mai 2012, Hannover		
NIEDERSÄCHSISCHE STAATSKANZLEI (2013)	Niedersächsische Staatskanzlei: RegioNet Niedersachsen, Ausgaben Nr. 23 / Juni 2013, Hannover		

