



# HAMELN

## Schriften zur Stadtentwicklung



## Märkte- und Zentrenkonzept

## Vorwort des Herausgebers

Die Entwicklung des Einzelhandels befindet sich seit vielen Jahren in einer Umstrukturierung. Über ein übliches Maß der Fortentwicklung hinaus bewirken veränderte Angebots- und Nachfragestrukturen eine ebenso schleichende wie radikale Veränderung gewachsener und gesunder Strukturen des Einzelhandels in Städten auch mittlerer Größe. Für ein lebendiges und attraktives Stadtzentrum und im Interesse einer kontinuierlichen Stadtentwicklung besteht heute dringender Handlungsbedarf, weiteren Verschiebungen der Einzelhandelsschwerpunkte aus den Stadtkernen auf die „grüne Wiese“ entgegenzuwirken.

Die Hamelner Altstadt könnte davon in besonderer Weise betroffen sein. Ihre gesunde und in weiten Teilen vorbildliche Durchmischung von Handel, Dienstleistung und Wohnen, ihr hoher Lebens- und Freizeitwert ist durch den Strukturwandel des Einzelhandels bedroht. Bereits die zunehmende Zahl von Filialisten hat zu nicht immer positiven Auswirkungen im Altstadtbereich geführt, dennoch hat sich die mittelständig geprägte Einzelhandelsstruktur und die damit verbundene Attraktivität in der Hamelner Altstadt gut erhalten.

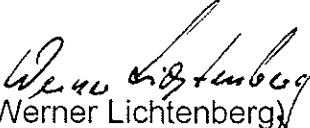
Auf der Grundlage dieses Märkte- und Zentrenkonzept soll in der Stadt Hameln städtebaulichen strukturellen Fehlentwicklungen entgegengewirkt werden. Eine positive Gestaltungsrolle kommt diesem Konzept allein nicht zu; dies muß sicherlich im Rahmen eines zu straffenden Citymarketings in Abstimmung mit den Betroffenen geleistet werden.

Neben der Attraktivitätserhaltung der Hamelner Altstadt soll das Märkte- und Zentrenkonzept auch Hinweise zur Verbesserung der wohnungsnahen Grundversorgung in den Stadtteilen bieten.

Die Bereitstellung von besonderen Ansiedlungsflächen für den Handel an besonderen Einzelstandorten wird dadurch nicht ausgeschlossen.

Als positiver Nebeneffekt soll die Sicherung der bestehenden Gewerbe- und Industriegebiete bewirkt werden, was gerade für die planungsräumlich beengten Verhältnisse der Stadt Hameln von besonderer Bedeutung ist.

So soll das Märkte- und Zentrenkonzept einen Rahmen schaffen, um die Attraktivität der Altstadt zu wahren, ohne gleichzeitig unumgängliche Entwicklungen zu blockieren. Das Konzept soll für die Diskussion politischer Entscheidungen eine Grundlage bieten, ohne gleichzeitig aus statistischen Größen Dogmen zu entwickeln.

  
(Werner Lichtenberg)  
Oberstadtdirektor

# MÄRKTE- UND ZENTRENKONZEPT DER STADT HAMELN

## Inhalt

### Teil I

#### Warum ein Märkte- und Zentrenkonzept?

Strukturwandel des Einzelhandels Seite 1

Ziele des Märkte- und Zentrenkonzeptes Seite 3

- wohnungsnah Grundversorgung
- Altstadt und Citymarketing
- Entwicklungsflächen für den Einzelhandel außerhalb der Altstadt
- Begriffe: Zentrenrelevanz, großflächiger Einzelhandel, Fachmärkte u.a.
- Sicherung Gewerbe- und Industriegebiete
- Regionale Abstimmung

#### Übersicht:

**Aufteilung der Einzelhandelssortimente in zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente**

Seite 13

### Teil II

#### Bestandsaufnahme, Bewertung und Entwicklungsziele

• Wohnungsnah Grundversorgung Seite 14

• Entwicklungsflächen für den großflächigen Einzelhandel - Standorte für Fachmärkte, Sicherung der Gewerbe- und Industriegebiete Seite 21

- zentrenrelevante Sortimente Seite 23

- nicht-zentrenrelevante Sortimente Seite 24

## Teil I

### Warum ein Märkte- und Zentrenkonzept?

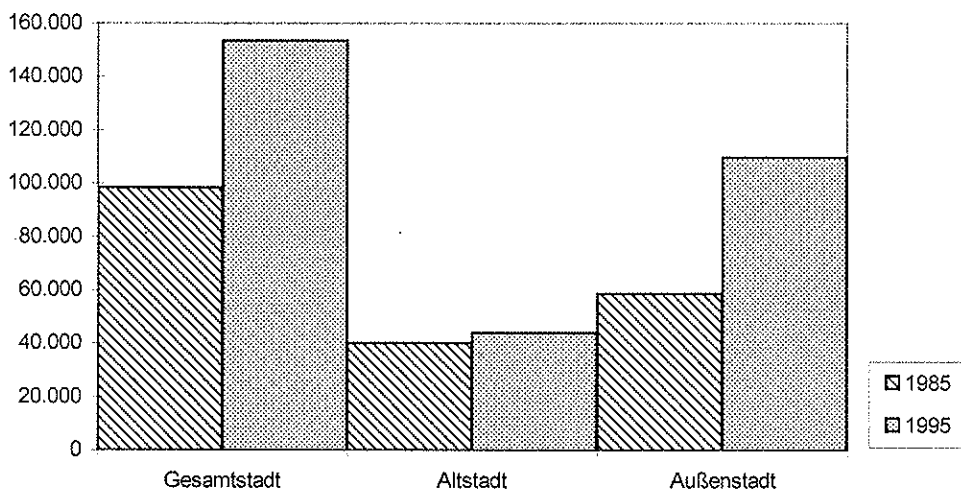
Der allgemeine Strukturwandel im Handel, der durch vielschichtige Konzentrationsprozesse geprägt ist, ist durch seinen wachsenden Konkurrenzdruck auf traditionelle Einkaufslagen (Altstadt) in den letzten Jahren auch in Hameln spürbar geworden.

Obwohl die Hamelner Altstadt auf der Angebots- und auf der Nachfrageseite gleichermaßen ein ausgesprochen positives Standortimage genießt, das sich in erster Linie durch die angenehme Einkaufsatmosphäre und die Angebotsstruktur bzw. -vielfalt begründet, beruht das Verkaufsflächenwachstum der letzten Jahre dem allgemeinen Trend folgend, auf der Expansion großflächiger Handelsbetriebe in Stadtrandlagen.

So hat die Verkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet im Zeitraum 1974 bis 1995 zwar deutlich zugenommen, im gleichen Zeitraum ist jedoch der Verkaufsflächenanteil der Altstadt von 35 % bis auf 28,5 % in '95 gesunken.

**Der Einzelhandel wandelt sich**

**Entwicklung der Verkaufsflächen**



### **Neben den Veränderungen der Angebotsstruktur**

- wie
- neue Betriebsformen
  - Trend zur Filialisierung
  - sowie der Umsatz- und Unternehmenskonzentration

### **und der Nachfragestruktur**

- wie
- veränderte Kaufkraftentwicklung und Einkaufsgewohnheiten
  - steigende Mobilität

### **beruht der Strukturwandel auf einer grundlegend neuen räumlichen Verteilung der Handelsfunktion.**

Waren in der Vergangenheit die standortbestimmenden Kräfte für den Handel weitestgehend zentralisiert und entsprachen somit den zentralörtlichen Entwicklungsprinzipien der Stadtplanung, nehmen seit Mitte der 80er Jahre die dezentralisierenden Kräfte deutlich zu. (Entwicklung von Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern in der Vergangenheit, neue Betriebsform Fachmarkt heute).

In der Tat bieten Einzelhandelsstandorte in **städtebaulich nicht integrierten Lagen** am Stadtrand aus der Sicht der Betreiber erhebliche Vorteile gegenüber zentralen Lagen:

diese beginnen mit niedrigeren Grunderwerbs- und Baukosten, setzen sich fort in den vergleichsweise günstigeren Konditionen für Logistik und Erschließung sowie den in der Regel guten Erweiterungsmöglichkeiten der Betriebe.

Darüber hinaus ist die Erreichbarkeit für den Individualverkehr sowie ein ausreichendes zudem noch kostenloses Parkraumangebot ein wesentlicher Standortvorteil.

### **Städtebauliche Folgen des Strukturwandels**

Die städtebaulichen Folgen dieser Entwicklung zeichnen sich auch in Hameln ab:

- ⇒ die Innenstadt kann zwar absolut betrachtet ihren Stellenwert stabilisieren, im Verhältnis zur Gesamtentwicklung verliert sie jedoch an Bedeutung;

- ⇒ zunehmender Rückgang der Angebotsvielfalt in der Altstadt infolge steigender Mietkosten, die auf den Trend zur Filialisierung zurückzuführen sind, hier insbesondere in der Warengruppe Textil/Bekleidung;
- ⇒ durch Aufgabe von kleineren Einzelhandelsbetrieben in Wohngebietsnähe geht die Versorgung der Bevölkerung mit Artikeln des täglichen Bedarfs im Wohnumfeld verloren ;
- ⇒ Rückzug aus der Versorgung ländlicher Räume, Ortslagen wie Wehrbergen, Unsen, Welliehausen und Klein Hilligsfeld verfügen über keine Versorgungseinrichtungen mehr;
- ⇒ Verdrängung von Gewerbebetrieben durch die Ansiedlung und Expansion der Einzelhandelsbetriebe in Gewerbe- und Industriegebieten;
- ⇒ und als zentrale Folge, die Zunahme des auto-orientierten Einkaufsverkehrs und die damit einhergehende Verkehrsbelastung.

Aus der Sicht der Stadtplanung besitzt der **Strukturwandel** somit erhebliche **Raum- und Planungsrelevanz**. Zwar ist es nicht Aufgabe der Stadtplanung, in den Strukturwandel selbst einzugreifen - wohl aber ist es Aufgabe der Planung, **rechtliche und räumliche Rahmenbedingungen** zu setzen, um die Entwicklung des Einzelhandels in Bezug auf **Stadtverträglichkeit** und **Nahversorgung** zu steuern.

Ein geeignetes Instrument hierfür ist die Aufstellung eines Märkte-und-Zentren-Konzeptes, das **Entwicklungsziele** aufzeigt für:

#### Ziele des Märkte- und Zentrenkonzeptes

- ⇒ **die Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet;**
- ⇒ **die Sicherung des Einzelhandels in der Altstadt und Ausweitung von Entwicklungsmöglichkeiten**

- ⇒ **die stadtverträglichen Entwicklungsmöglichkeiten des (großflächigen) Einzelhandels außerhalb der Altstadt**
- ⇒ **die Sicherung von Flächen für produzierende Gewerbebetriebe in den dafür ausgewiesenen Gewerbe- und Industriegebieten**
- ⇒ **die Abstimmung mit den Nachbargemeinden, um eine geordnete Entwicklung des Einzelhandels entsprechend den Grundsätzen des Landesraumordnungsprogrammes zu gewährleisten.**

Der Bewahrung und Entwicklung einer lebendigen, attraktiven, erlebbaren Altstadt kommt hierbei eine besondere Rolle zu, denn „Die Stadt lebt von der City. Die City ist Anlaufpunkt, Identifikationspunkt und Visitenkarte der Stadt. Die Hamelner Altstadt verfügt in ihrem Stadtbild über unverwechselbare, identitätsstiftende Qualitäten und über eine angenehme Einkaufsatmosphäre und Angebotsvielfalt. Diese Standortstärken zu pflegen und kundenorientiert auszubauen, die Altstadt zu einem Erlebnisraum zu entwickeln und über positives Image und Leistungsangebot die Attraktivität und Wettbewerbsposition der Altstadt zu verbessern, sollte Ziel des in Hameln bereits initiierten Entwicklungsprozesses Citymarketing sein.“ (aus der Studie „Einzelhandel und Citymarketing“ Forschungsbericht der Georg-August-Universität Göttingen, 1996)

## Entwicklungsziele und Steuerungsinstrumente

Entwicklungsziel für die wohnungsnahen Grundversorgung ist zum einen die Versorgung der weniger mobilen Bevölkerungsgruppen zu sichern, zum anderen soll durch ein entsprechend attraktives Angebot der Pkw-orientierte Einkaufsverkehr soweit möglich reduziert werden. Vorbild hierfür ist das **Leitbild der „Stadt der kurzen Wege“**.

Die richtige Lage im Stadtteil (fußläufig und mit dem Fahrrad zu erreichen) aber auch die Attraktivität des Angebots selbst entscheiden somit über Akzeptanz und Erfolg. Insofern geht es hier nicht ausschließlich um die ausreichende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen und zum Teil des persönlichen Bedarfs, sondern auch um die Entwicklung bzw. den Erhalt von Dienstleistungsangeboten (Ärzte, Banken, Postdienste etc.) in den Stadtbezirken.

Zum Aspekt wohnungsnahen Grundversorgung erfolgt im zweiten Teil des Märkte- und Zentrenkonzeptes eine Bestandsaufnahme und -bewertung. Darüber hinaus werden städtebaulich geeignete Entwicklungsflächen für die Bereiche mit Versorgungsdefiziten aufgezeigt.

### **Gesteuert werden können diese Ziele**

im Rahmen der Bauleitplanung bei der Entwicklung neuer Wohngebiete durch die Bereitstellung eines Flächenangebotes für Einzelhandel, Dienstleistungen etc. an städtebaulich richtig zugeordneten Standorten. Da die Flächenbereitstellung allein wenig bewirkt, sollten geeignete städtische Flächen in neuen Wohngebieten mit entsprechenden Auflagen (Nutzungsmischungen) vergeben werden.

Darüber hinaus wird im Einzelfall zu prüfen sein, ob in bestehenden Wohngebieten durch eine Überplanung unter Ausschöpfung der Regelungsmöglichkeiten der Baunutzungsverordnung bestehende Strukturen (Nutzungsmischungen: Wohnen, Einzelhandel und Dienstleistungen) gestärkt werden können: z.B. Festsetzung von Einzelhandel u.a. in der Erdgeschoßzone.

**Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung**



## Sicherung des Einkaufsstandortes Altstadt

Im Rahmen des Märkte- und Zentrenkonzeptes werden hier keine eigenständigen Ziele entwickelt. Vielmehr werden die **Ziele der Altstadtsanierung** zur Stärkung des Einkaufsstandortes „Altstadt“ in der Region und des derzeit in Entwicklung befindlichen **Citymarketing-Konzeptes** noch einmal ausdrücklich benannt.

Stärkung der Innenstadt bedeutet demnach, die herausragenden Standortqualitäten des gewachsenen multifunktionalen Zentrums zu sichern. Neben dem Aspekt Einzelhandel, dessen herausragende Qualitäten die angenehme Einkaufsatmosphäre und die Angebotsvielfalt und -struktur sind, wird in der Studie „Einzelhandel und Citymarketing“ (Forschungsarbeit s.o.) empfohlen, **Nutzungen und Aktivitäten zu stärken bzw. zu entwickeln, die nicht auf Handel bezogen sind.**

Wichtige **Maßnahmen** hierfür sind:

- ⇒ die Förderung kultureller Aktivitäten und Aktionen;
- ⇒ die Modernisierung des Erscheinungsbildes der Fußgängerzone und als Ergänzung die Gestaltung der Weserpromenade;
- ⇒ die Entwicklung eines integrierten Konzeptes von Einzelhandel, Dienstleistungen und Tourismus;
- ⇒ die bessere Erreichbarkeit der Altstadt durch ein Parkleitsystem.

Wichtige **Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsstruktur** sind:

- ⇒ der Erhalt und die Stärkung der Angebotsvielfalt in der Altstadt;
- ⇒ Diversifikation der Branchenangebote durch u.a. Ausweitung in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Foto und Spielwaren;
- ⇒ Gestaltung der Schaufenster entsprechend den ästhetischen Qualitäten des Stadtbildes (hier insbesondere der Filialisten);
- ⇒ flexible Handhabung bei Erweiterungswünschen bestehender Einzelhandelsbetriebe.

Ergänzend zu diesen Maßnahmen „im Bestand“, die einen breiten Konsens zwischen Handel, Verwaltung, Politik und Bürgern erfordern, werden im 2. Teil des Märkte- und Zentrenkonzeptes **Entwicklungsmöglichkeiten in der Altstadt** aufgezeigt

Da auch künftig nicht alle Einzelhandelsformen in der Altstadt angesiedelt werden können, werden im Rahmen des 2. Teils des Märkte- und Zentrenkonzeptes auch **Entwicklungsflächen - insbesondere für den großflächigen Einzelhandel - in anderen Lagen aufgezeigt**. Ausgangspunkt hierfür ist die Überlegung, welche Warensortimente für die Attraktivität und Funktion der Altstadt unabdingbar sind und welche Angebote aufgrund ihres Flächenbedarfes aber auch hinsichtlich der Kundenwünsche am Stadtrand verbleiben bzw. angesiedelt werden sollten, wie z.B. Baumärkte, Gartencenter, Möbelhäuser.

**Entwicklungsflächen außerhalb der Altstadt**

**Infolge dessen wurden die Einzelhandelssortimente in zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante aufgeteilt.**

Diese Aufteilung der Einzelhandelssortimente in zentren- bzw. nicht-zentrenrelevante Sortimente soll eine stadtverträgliche Einzelhandelsentwicklung sicherstellen. Demzufolge sollen zentrenrelevante Sortimente künftig nur noch in städtebaulich integrierter Lage zulässig sein. Vorrangiger Ansiedlungsraum ist hierbei die Altstadt. Zur Vermeidung von Funktionsverlusten in der Altstadt sollen daher klare Vorgaben hinsichtlich der zentrenrelevanten Sortimente an anderen Standorten erfolgen. Nicht-zentrenrelevante Sortimente sollen künftig bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> in integrierten Lagen zugelassen werden. Darüber hinaus sollen diese Sortimente/Betriebe - unabhängig von der Verkaufsfläche - künftig nur noch in vorgeprägten Handelsschwerpunkten in Gewerbe- und Industriegebieten und in Sondergebieten zulässig sein. Durch diese Regelung sollen bestehende Gewerbe- und Industriegebiete für das produzierende Gewerbe und andere Dienstleistungs- sowie Großhandelsunternehmen (Einzelhandelsausschluß) gesichert werden.

### **Gesteuert werden können diese Ziele:**

ausschließlich im Rahmen der Bauleitplanung - das Märkte- und Zentrenkonzept setzt hierfür lediglich den Entwicklungsrahmen, kann aus sich heraus keine Fehlentwicklungen verhindern. So wurden für die bestehenden Gewerbe- und Industriegebiete bereits Änderungsbeschlüsse bzw. für städtebaulich empfindliche Bereiche, in denen Nutzungsänderungen zu erwarten sind, (ehemals bzw. noch gewerblich/industriell genutzte Bereiche) Aufstellungsbeschlüsse gefaßt, um Fehlentwicklungen zu verhindern. Diese Beschlüsse sind bei Bedarf (absehbare Fehlentwicklungen) zu ergänzen.

### **Begriffe: Zentrenrelevanz, großflächiger Einzelhandel, Fachmärkte u.a.**

#### **zentrenrelevante Sortimente**

**Zentrenrelevante Sortimente** sind dabei all die Sortimente, die in hohem Maße zur Attraktivität und zum Einkaufserlebnis von Stadt- oder Stadtteilzentren beitragen. Das sind beispielsweise Güter des kurzfristigen und periodischen Bedarfs wie z.B. Lebensmittel, Textilien/ Bekleidung und Schuhe. Ergänzend zu dieser ersten Kategorie sollen Sortimente gestützt werden, die, um wirtschaftlich existieren zu können, in ihrer Nachbarschaft die o.g. „Magnetbetriebe“ benötigen wie z.B. Drogeriewaren und Pharmazeutika.

#### **nicht-zentrenrelevante Sortimente**

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente** sind in erster Linie Güter des langfristigen Bedarfs, die zudem einen hohen Flächenbedarf haben wie beispielsweise Baumarktartikel, Möbel, Kfz-Zubehör.

#### **Randsortimente**

### **Übersicht zur Aufteilung der Handelssortimente (s. Seite 13)**

Einzelhandelsbetriebe für nicht-zentrenrelevante Sortimente bieten zunehmend zur Attraktivitätssteigerung ihres Angebotes branchennahe bzw. -fremde Sortimente an. Diese Randsortimente können zentrenrelevant sein, z.B. Wohnaccessoires oder Haushaltswaren in Möbelmärkten, Unterhaltungselektronik oder Fahrräder in Baumärkten, so daß im Sinne der o.g. Zielsetzung auch hierfür ein Regelungsbedarf besteht.

Betriebe mit einem Warenangebot auf einer Geschößfläche von über 1.200 m<sup>2</sup> bzw. einer Verkaufsfläche über 800 m<sup>2</sup> sind nach derzeitigem Baurecht als großflächige Einzelhandelsbetriebe einzustufen und infolge dessen nur in Kern- oder Sondergebieten zulässig, wenn sie sich auf die städtebauliche Entwicklung und die Ziele der Raumordnung und Landesplanung nicht nur unwesentlich auswirken.

## Großflächiger Einzelhandel

Diese Vermutungsregel kann z.B. durch betriebsbezogene Gutachten widerlegt werden. So hat die Praxis in der Vergangenheit (Beispiel: Media-Markt) gezeigt, daß diese Regelung allein nicht ausreicht, um eine geordnete städtebauliche Entwicklung zu gewährleisten. Denn großflächige Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbe- und Industriegebieten konnten mit dem geltenden Baurecht in der Stadt Hameln nicht verhindert werden. Beispiele für großflächige Angebotsformen: Verbrauchermärkte oder SB-Warenhäuser.

Der Betriebstyp Fachmarkt ist die jüngste Entwicklung des Strukturwandels im Einzelhandel. Hierfür wurde das in SB-Warenhäusern und Verbrauchermärkten erprobte Prinzip des rationellen Warenvertriebes auf fachspezifische Sortimente übertragen. Fachmärkte bieten somit für einen begrenzten Sortimentsbereich eine große Angebots-tiefe, Fachkompetenz und Preisattraktivität.

## Fachmärkte

Beispiele: Media-Markt (Unterhaltungselektronik und Tonträger), Toys 'R Us (Spielwaren).

Die Größenordnung der Verkaufsfläche reicht von kleinen Betrieben (u.a. Drogeriefachmärkte) über mittlere Betriebe (u.a. Sportartikel, Spielwaren, Schuhe) bis zu großen Betrieben (u.a. Unterhaltungselektronik und/oder Elektrogroßgeräte, Bekleidung, Spielwaren).

Je nach Sortiment besitzen sie eine erhebliche Zentrenrelevanz und einen sehr großen Einzugsbereich.

Eine weitere neue Entwicklung des Einzelhandels sind die stark expandierenden Sonderpostenmärkte. Diese bieten auf einer relativ kleinen Verkaufsfläche (400 bis 800 m<sup>2</sup>) ein breites Warensortiment, das Güter des kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittel), des mittelfristigen bzw.

## Sonderpostenmärkte

### **Sicherung bestehender und künftiger Gewerbe- und Industriegebiete**

periodischen Bedarfs (u.a. Bekleidung, Haushaltswaren und -wäsche) und langfristigen Bedarfs (u.a. Elektrogeräte) umfassen kann.

Die Betriebskonzepte dieser Sonderverkaufsform setzen in der Regel auf Standorte, die ausschließlich vom Individualverkehr erschlossen sind und haben große Einzugsbereiche.

Ansiedlungsflächen für produzierende Gewerbe- und Industriebetriebe vorzuhalten bzw. bestehende Gebiete zu sichern ist für die wirtschaftliche Zukunft der Stadt unabdingbar.

Das Ausdehnen der Einzelhandelsflächen in Gewerbe- und Industriegebiete hat nicht nur zu einer Verknappung gewerblicher Bauflächen geführt, sondern auch zu einem Ansteigen der Bodenpreise und infolge dessen zu einer weiteren Verdrängung produzierender Gewerbebetriebe.

Neuausweisungen von Gewerbe- und Industriegebieten sind im Stadtgebiet nur begrenzt möglich. In Ortsrandlagen werden sie zudem erfahrungsgemäß aufgrund ihrer ungünstigeren Standortbedingungen weniger angenommen (Beispiel: Hastenbeck). Durch diese Flächenknappheit für Gewerbe- und Industriegebieten ausweisungen im Stadtgebiet verstärkt sich der Druck, vorhandene Gebiete für produzierende Gewerbebetriebe und andere Betriebsformen - ausgenommen Einzelhandel - zu sichern, zunehmend.

Infolge dessen sollen Einzelhandelsnutzungen künftig in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung weitestgehend ausgeschlossen werden. Zielsetzungen hierfür sind:

- ⇒ faktische Sondergebiete für zentrenrelevante Sortimente sollen als solche ausgewiesen werden
- ⇒ vorgeprägte Handelsschwerpunkte sollen - sofern städtebaulich vertretbar - Entwicklungspotentiale für nicht zentrenrelevante Sortimente bieten (Beurteilung der städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO)
- ⇒ vorhandene Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich problematischen Lagen sollen lediglich Bestandsschutz erfahren

⇒ Einzelhandelsnutzungen, die in engem Verbund zum produzierenden Gewerbe stehen, sollen auch künftig ermöglicht werden.

**Gesteuert werden** können diese Zielsetzungen ausschließlich im Rahmen der Bauleitplanung.

Die vorgenannte planerische Steuerung wird langfristig nur dann Erfolg haben, wenn auch ein **tatsächliches Kosten-Gleichheit zwischen zentralen und dezentralen Standorten** erreicht werden kann.

**Weitergehende Maßnahmen zur Gleichstellung zentraler und dezentraler Standorte**

Ein wichtiger Ansatz für die Gleichstellung liegt beispielsweise „in der Anrechnung der tatsächlich entstehenden Kosten der dezentralen Standorte. Die aktuelle Verfahrensweise im Bereich der Ökologie könnte dazu ein Modell abgeben. Ansatzpunkte für die Gleichstellung dezentraler Einzelhandelsstandorte sind u.a.:

- ⇒ verbindliche Einführung von Stellplatzbewirtschaftung;
- ⇒ Einführung eines Freiraumverbrauchs - oder Versiegelungsabgabe;
- ⇒ Infrastrukturabgaben;
- ⇒ zeitliche Begrenzung von Nutzungsrechten („Baurecht auf Zeit“);
- ⇒ Kautions zur Sicherung der Wiederherstellung des ursprünglichen Zustandes;
- ⇒ Auflagen zu Schaffung „städtischer Strukturen“  
(Nutzungsmischung, mehrgeschossiges Bauen ...);
- ⇒ Bindung an die Linien des ÖPNV etc.“  
(aus „Standortfragen des Handels“, „City und Grüne Wiese“,  
Dr. Ulrich Hatzfeld, herausgegeben 1995 von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V.)

Diese Maßnahmen zur Gleichstellung von zentralen und dezentralen Einzelhandelsstandorten sind auf kommunaler Ebene mit den herkömmlichen Planungs- und Abgabeargumenten kaum umsetzbar. Hierzu sind vom Gesetzgeber weitgehende Veränderungen des bestehenden Bau- und Abgaberechtes erforderlich. Ein mögliches Steuerungsinstrument für die Zukunft könnte der „Städtebauliche Vertrag“ sein.

Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, müssen Maßnahmen zur Gleichstellung von zentralen und dezentralen Standorten immer für das gesamte Stadtgebiet eingeführt werden.

Darüber hinaus müssen etwaige Festlegungen zur Gleichstellung regional verankert sein. Ein Alleingang der Stadt Hameln in dieser Beziehung würde sonst lediglich zu einer Verlagerung künftiger Einzelhandelsstandorte in benachbarte Grundzentren führen, wenn dort die Ansiedlungsvorteile für Betriebe „auf der grünen Wiese“ erhalten bleiben.

#### **Abstimmung mit den Nachbargemeinden**

Die Abstimmung mit den Nachbargemeinden ist ein wichtiger Aspekt, um das Ziel „räumliche und rechtliche Steuerung des Einzelhandels“ auch regional zu sichern.

Vorrangiges Ziel ist hierbei aus Sicht der Stadt Hameln, einer unkoordinierte Einzelhandelsentwicklung „vor den Toren“ der Stadt entgegenzuwirken. Hierzu ist eine interkommunale Abstimmung erforderlich, die jeder Gemeinde in der Region ausreichende Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel bietet. Anhaltspunkt hierfür ist aus Hamelner Sicht das im Landesraumordnungsprogramm festgelegte Prinzip der zentralen Orte.

## Aufteilung der Einzelhandelssortimente

zentrenrelevante Sortimente	nicht-zentrenrelevante Sortimente
Bekleidung/Textilien	Garten- und Baubedarf
Buchhandel und Schreibwaren	Heimtextilien
Computer	Kfz und Zubehör
Drogerieartikel und Pharmazeutika	Möbel und Einrichtungen
Elektrogroßgeräte (weiße Ware)	(großteilige) Sportgeräte (z.B. Boote)
Foto/optische Erzeugnisse	Wohnwagen und Campingfahrzeuge
(sonstige) Elektrokleingeräte	...
Haushaltswaren	
Kurzwaren und Handarbeiten	
Lebensmittel und Getränke, Genußmittel	
Schuhe und Lederwaren	
Spiel- und Sportartikel/Fahrräder etc.	
Uhren/Schmuck	
Unterhaltungselektronik (braune Ware), Tonträger	
Zoobedarf	

### Zulässigkeit Sortimentstyp

zentrenrelevant		nicht-zentrenrelevant	
kleiner als 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	größer als 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	kleiner als 800 m <sup>2</sup> Ver- kaufsfläche	ohne Größenbeschränkung
<b>Entwicklungsziel:</b>			
integrierte Standorte wie Altstadt, Ein- kaufszentren in Bezirken	nur in Altstadt und andere integrierte Standorte (Einkaufszentren)	in integrierten Standorten	in Sondergebieten und vorgeprägten Handels- schwerpunkten Ge- werbe- und Industrie- gebieten
<b>Gebietskategorien BauNVO</b>			
MK, SO, MI, WA, WB	MK, SO	MK, SO, MI	GE/GI, SO mit Begrenzung der Randsortimente



## Teil II

### Wohnungnahe Grundversorgung - Karten 1 bis 3 -

#### Probleme der wohnungsnahen Grundversorgung

Der Maßstabsprung des Einzelhandels in Form wachsender Verkaufsflächenmindestgrößen, hat in den letzten Jahren zu erheblichen Problemen der wohnungsnahen Grundversorgung geführt, da kleinere Verkaufsstellen (Märkte und Betriebe des Lebensmittelhandwerkes) in der Regel nicht mehr konkurrenzfähig waren oder sind. Diese Auswirkungen des Strukturwandels des Einzelhandels ist aus städtebaulicher Sicht problematisch, da hiervon einerseits weniger mobile Bevölkerungsgruppen wie z.B. alte Menschen besonders betroffen sind. Andererseits ist das Einkaufen für den täglichen Bedarf zunehmend nur noch mit dem Pkw bewältigbar, woraus ein stetig steigendes Verkehrsaufkommen resultiert. Auch hieran lassen sich die Probleme der Verkehrsentwicklung der letzten Jahre verdeutlichen - nicht die Anzahl der Zielbewegungen ist mit der zunehmenden Mobilisierung gestiegen, sondern in der Regel die Entfernungen, die heute oft nur noch mit dem Pkw zu bewältigen sind.

#### Datenerhebung Verkaufsfläche Grundlagenstudie „Einzelhandel und Citymarketing“

#### Grundlagenstudie „Einzelhandel und Citymarketing“

Die Situation der wohnungsnahen Versorgung in der Stadt Hameln wurde in der Studie „Einzelhandel und Citymarketing“ (Forschungsarbeit der Georg-August-Universität Göttingen, Abt. Wirtschaftsgeographie, 1996) für die Gesamtstadt mit Hilfe des geographischen Informationssystems in ihren Grundzügen erfaßt. Diese Beschreibung stützt sich auf die Ermittlung der Flächendichte, das heißt das Verhältnis der Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genußmittel je 1.000 Einwohner innerhalb der statistischen Bezirke. Die Erhebung wurde 1995 durchgeführt.

Entsprechend dieser Auswertung ergibt sich eine Flächendichte von 435 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genußmittel je 1.000 Einwohner im gesamten Stadtgebiet. Ausgewertet für die statistischen Bezirke sind bereits durch diese Erfassung für einzelne Bezirke Defizite erkennbar:

Während die vier Bereiche: Altstadt, Klein Berkel, Mitte und Wehl eine überdurchschnittliche bzw. durchschnittliche Versorgung aufweisen, zeigen die statistischen Bezirke West, Nord und Wangelist Versorgungsdefizite auf, hier liegt die Verkaufsfläche zwischen 111 m<sup>2</sup> und weniger als 50 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner.

Die Situation in den Ortsteilen Tündern, Afferde, Holtensen und Groß Hilligsfeld stellt sich noch relativ positiv dar, hier liegen die Flächen-dichten zwischen 155 m<sup>2</sup> bis 262 m<sup>2</sup>. In anderen Ortsteilen ist eine wohnungsnaher Versorgung nur sehr eingeschränkt möglich, in den Ortsteilen Klein Hilligsfeld, Unsen, Welliehausen und Wehrbergen ist überhaupt keine Versorgung vorhanden.

### **Ergänzende Betrachtung**

Ergänzend zu diesen Erhebungen wurde die bestehende wohnungsnaher Versorgungsstruktur im Rahmen des Märkte- und Zentrenkonzeptes in Bezug auf Qualität und Erreichbarkeit untersucht. Hierzu wurden folgende Kriterien zugrunde gelegt:

**Qualitative und räumliche  
Aspekte der wohnungsnaher  
Grundversorgung**

#### **1. Qualität der Angebote:**

Zur Qualität des Angebotes wurden drei Kategorien unterschieden:

1. SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt - qualitativ gute Versorgung mit Gütern des täglichen und periodischen Bedarfs **über 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche \***
2. Vollversorger Lebensmittel - qualitativ gutes Lebensmittelangebot mit eingeschränkten Randsortimenten, z.B. Haushaltswaren, Zeitschriften etc. - in der Regel mit Frischeabteilungen für Gemüse und Fleischwaren **zwischen 800 bis 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.**
3. Lebensmittel-Discounter - eingeschränktes Warenangebot, das jedoch eine Grundversorgung sicherstellt - in der Regel keine Frischfleischabteilungen **in der Regel bis 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.**

(\* Abgrenzung entsprechend dem Europäischen Handelsinstitut)

Die Lebensmitteldiscounter bilden im Rahmen des Märkte und Zentren-Konzeptes die kleinsten erfaßten Verkaufseinheiten. Infolge werden kleinere Verkaufsstellen sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks in der Bestandsauswertung nicht berücksichtigt, da sie in der Regel keine Vollversorgung des Gebietes übernehmen.

Eine Ausnahme hiervon bildet der Bereich Breiter Weg - der durch ein vielfältiges Angebot an Betrieben des Lebensmittelhandwerks sowie anderen kleineren Verkaufsstellen in Ansätzen ein Wohngebietszentrum darstellt.

Diese Einschränkung in der Bestandsaufnahme begründet sich im wesentlichen mit der gewandelten Nachfragesituation: auch zur Grundversorgung werden in der Regel erhöhte Ansprüche an die Sortimentsbreite und -tiefe gestellt, die eine Verkaufsfläche von mind. 400 m<sup>2</sup>, besser 800 m<sup>2</sup> voraussetzen. Diese Annahme wird durch die Ansiedlungswünsche von Gebietsversorgern in den Jahren 1996/97 bestätigt. Durchschnittlich wird ein Verkaufsflächenbedarf von rd. 800 m<sup>2</sup> für Lebensmittel und Randsortimente wie Drogerieartikel/Zeitschriften/Haushaltswaren des kurzfristigen Bedarfs zzgl. 300 m<sup>2</sup> für Getränke (Mehrwegsysteme) geäußert.

## **2. Gute fußläufige Erreichbarkeit:**

Angesetzt wurde hierbei ein Radius von 600 m, darüber hinaus wurden vorhandene Barrierewirkungen wie Bahnlinien, Hauptverkehrsstraßen mit wenig Querungsmöglichkeiten sowie die Weser berücksichtigt.

Die darüber hinaus städtebaulich relevanten Aspekte ÖPNV-Anbindung, ausreichendes Parkangebot und wohngebietsverträgliche Abwicklung des Zulieferverkehrs wurden für die bestehenden Versorgungsstrukturen nicht weiter untersucht. Sie sind jedoch bei der Neuausweisung von Gebietsversorgern zu berücksichtigen.

Als Ergebnis aus der Bestandsaufnahme und Bewertung ist festzustellen, daß große Teile der Kernstadt über eine ausreichende bis gute Versorgungsstruktur verfügen. Diese gute Versorgungsstruktur stützt sich zum einen auf die Marktbereiche Altstadt sowie Deister- und Bahnhofstraße, zum anderen auf die räumliche Verteilung von Verbraucher- bzw. SB-Märkten im Stadtgebiet. Einen besonderen Fall stellt hierbei der Bereich Hohes Feld/Lemkestraße dar, der aufgrund ergänzender Angebote (Apotheke, Bank u.a.) und der Lage im Stadtteil Zentrenqualität erreicht.

Die günstige räumliche Lage der Verbraucher- und SB-Märkte an den Ausfallstraßen Fischbecker Landstraße/Hastenbecker Weg/Wangelister Straße usw. ermöglicht darüber hinaus den Pendlerverkehren aus/in die Ortsteile eine gute Versorgung, hat aber im Umkehrschluß auch zu Geschäftsaufgaben von Nachbarschaftsläden in den Ortschaften geführt.

#### **Bestandsbewertung im einzelnen:**

Als unterversorgt sind im Hinblick auf die o.g. Kriterien und das vorhandene Verkaufsflächenangebot vier Bereiche in der Kernstadt zu bezeichnen. Bei den rechnerischen Ermittlungen des zusätzlichen Verkaufsflächenbedarfs wurde hierbei ein Verkaufsflächenbedarf von 0,35 m<sup>2</sup> je Einwohner zugrunde gelegt. Dieser Wert wird üblicherweise von Lebensmittel-Einzelhandelsbetrieben zur Berechnung des Einzugsbereiches zugrunde gelegt. Der Wert liegt unter dem vorhandenen Durchschnittswert der tatsächlich vorhandenen Flächendichte von 435 m<sup>2</sup>/1.000 Einwohner (= 0,435 m<sup>2</sup>) im Stadtgebiet.

#### **Bereich 1: Oststadt**

In dem Bereich besteht rechnerisch ein zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf von ca. 1.900 m<sup>2</sup>. Infolge der Barrierewirkung der Basbergstraße und der Springer Landstraße bzw. der räumlichen Entfernung (über 600 m) ergibt sich für die östlich bzw. nördlich gelegenen Bereiche der o.g. Straßen sowie Teile westlich der Basbergstraße bis zur Bahnlinie auch unter räumlichen Kriterien ein Versorgungsdefizit.

### **Entwicklungsziel/Bauleitplanung:**

Bei der Entwicklung des Wohngebietes Apenberg/Schillings Grund ist die Ansiedlung eines Gebietsversorgers zur Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung ein wichtiges Entwicklungsziel. Als weiterer Standort zur Ansiedlung eines Gebietsversorgers in dem Bereich Oststadt ist der Hartplatz Nord (Fahlte/Süntelstraße) geeignet. Die vorgeannten Standorte sind alternativ zu verstehen.

Zur kurzfristigen Verbesserung der Anbindung an bestehende Marktbereiche sollte an der Basbergstraße im Bereich zwischen Schulzentrum Nord und Hammelsteinstraße nach Abstimmung in der Verkehrsbesprechung eine zusätzliche Querungshilfe eingerichtet werden.

### **Bereich 2: Nordstadt**

Für die Nordstadt ergibt sich rechnerisch ein zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf von rd. 1.500 m<sup>2</sup>. Zudem wirkt die Bahnlinie als Barriere zu bestehenden Einkaufsmöglichkeiten, da nur wenige Querungsmöglichkeiten vorhanden sind.

### **Entwicklungsziel/Bauleitplanung:**

Als Standort für einen Gebietsversorger wäre hier insbesondere der Bereich der Baumschule Krohne (Reimerdeskamp), der Hartplatz Nord (Fahlte/Süntelstraße) sowie der Gebäudebestand im Fischerhof geeignet. Mit der Entwicklung von weiteren Wohngebieten in der Nordstadt sollten Flächen für einen Gebietsversorger eingeplant werden.

### **Bereich 3: Klütviertel**

Für das Klütviertel ergibt sich ebenfalls ein zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf von rd. 1.500 m<sup>2</sup>. Hier wirkt zudem die Weser als starke räumliche Barriere, so daß trotz der teilräumlichen Überschneidung mit dem Einkaufszentrum Altstadt (600 m-Radius) das Versorgungsdefizit nicht ausgeglichen werden kann. Somit ist der Bereich trotz des vorhandenen Marktbereiches am Breiten Weg, der eher durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und kleinere Verkaufsstellen geprägt ist, als unversorgt zu bezeichnen.

#### **Entwicklungsziel/Bauleitplanung:**

Um die bestehende Versorgungsstruktur im Marktbereich Breiter Weg nicht zu gefährden, sind künftige Entwicklungen trotz des vorgenannten Defizits zunächst auf diesen Bereich zu beschränken. Ergänzend zu der kleinteiligen Handelsstruktur in diesem Bereich ist aus städtebaulicher Sicht lediglich eine Entwicklung im Bereich des Breckege-ländes vertretbar. Auf eine Ausweisung weiterer Entwicklungsflächen soll demzufolge zunächst verzichtet werden, z.B. Gebietsversorger im Bereich Ludwigsee. Erst bei der Entwicklung weiterer größerer Wohngebiete im Klütviertel soll darüber hinaus eine Entwicklungsfläche in diesem Gebiet ausgewiesen werden.

#### **Bereich 4: Klütsüdhang/Wangelist**

Für den Bereich Klütsüdhang/Wangelist ergibt sich ein rechnerischer Verkaufsflächenbedarf von mindestens 800 m<sup>2</sup>. Der Stadtteil ist trotz räumlicher Nähe zu den bestehenden Verbrauchermärkten bzw. dem Einkaufszentrum Multimarkt in Klein Berkel unter dem Gesichtspunkt wohnungsnaher Versorgung als unterversorgt zu bezeichnen, da hier die B 1 als starke räumliche Barriere wirkt.

#### **Entwicklungsziel/Bauleitplanung:**

Im Rahmen der Entwicklung eines Wohngebietes Wangelister Feld II ist die Ansiedlung eines Gebietsversorgers zur Verbesserung der gegenwärtigen Situation ein wichtiges Entwicklungsziel. Auch die Ansiedlung von Verkaufsstellen des Lebensmittelhandwerks sollte unterstützt werden. Wichtig für die Auswahl eines Standortes zur Neuansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht, daß eine fußläufige Erreichbarkeit aus den bestehenden Gebieten am Klütsüdhang/Wangelist gesichert wird.

#### **Zur Situation in den Ortschaften**

Wie im ersten Abschnitt Bestandsaufnahme und Bewertung bereits dargelegt, stellt sich die Versorgungssituation für die Ortschaften Klein Berkel, Afferde (nach Ansiedlung des Edeka-Marktes in der Leipziger Straße), Holtensen und Tündern als gut oder zumindest als ausgeglichen dar. Dies gilt auch in Bezug auf die räumlichen Entfernungen.

Demgegenüber ist die Grundversorgung in den Ortschaften Rohrsen und Hastenbeck als unzureichend zu bewerten und in den Ortschaften Welliehausen, Unsen, Halvestorf, Hope, Haverbeck ist keine wohnungsnahе Versorgung vorhanden.

Da die städtebaulich wünschenswerte Ansiedlung von Gebietsversorgern oder kleineren Verkaufsstellen in diesen Ortsteilen infolge der geringen Einzugsbereiche eher unwahrscheinlich ist, werden im Rahmen des Märkte- und Zentrenkonzeptes lediglich Obergrenzen für die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben wie folgt geregelt:

**Für die Warenangebote Lebensmittel und Getränke ist eine Verkaufsfläche von max. 800 m<sup>2</sup> zulässig. Eine Ausnahme bilden hierbei vorhandene Einzelhandelsbetriebe, z.B. der V-Markt in Klein Berkel sowie das Einkaufszentrum Multimarkt, ebenda.**

Aus Sicht der Stadtplanung wäre zur Verbesserung der Grundversorgung in den Ortschaften die Entwicklung **innovativer Betriebsformen** (z.B. mobile Versorgungseinrichtungen, erweiterte „Kioske“ oder „Kleinstläden“, die insbesondere Frauen, die vorübergehend nicht voll erwerbstätig sein wollen, eine Beschäftigung sichern könnte) an wünschenswert, um die Versorgungssituation der weniger mobilen Bevölkerungsgruppen zu verbessern. Diese könnten neben einem eingeschränkten Warenangebot auch **Serviceleistungen** anbieten - Postshop sowie ein Bestell- bzw. Lieferservice für Reinigung, Arzneimittel, besondere Lebensmittel (frische Ware) etc.. Neben diesem besonderen Serviceangebot könnten auch die **Öffnungszeiten** dieser Betriebsformen dem tatsächlichen Bedarf oder dem Aspekt „Nebenbeschäftigung“ angepaßt werden. Um diese Betriebsformen zu initiieren, sollten in Zusammenarbeit mit den Ortsräten Informationsveranstaltungen zur Klärung der Interessenlage durchgeführt werden.

## Entwicklungsflächen für den großflächigen Einzelhandel - Standorte für Fachmärkte

### Sicherung der GE-/GI-Gebiete

Die Stadt Hameln übernimmt als Mittelzentrum der Weserberglandregion für Stadtgebiet und Region auch Versorgungsfunktion für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs.

Um dieser Versorgungsfunktion auch zukünftig gerecht zu werden, sind in Hameln Entwicklungsflächen für zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente vorzuhalten, da die Ursachen für den Strukturwandel im Einzelhandel fortwirken und künftig mit einem weiteren Flächenbedarf, insbesondere für den großflächigen Einzelhandel und die neuen Betriebsformen Fach- und Sonderpostenmarkt zu rechnen ist.

Aus der Grundlagenermittlung der Studie „Einzelhandel und Citymarketing“ ergeben sich derzeit für die vorgenannten Betriebsformen und darüber hinaus folgende Entwicklungsspielräume:

- ⇒ Im Bereich der Warengruppen **Foto/optische Erzeugnisse** und **Spielwaren** besteht ein **Flächendefizit von 1.800 bis 2.000 m<sup>2</sup>** - infolge wird das vorhandene Kaufkraftpotential in der Region nicht ausgeschöpft.
- ⇒ In den Warengruppen **Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik** ist eine Steigerung der Attraktivität wünschenswert - empfohlen wird die Ansiedlung eines Fachmarktes mit **ca. 1.200 bis 1.500 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche - nicht berücksichtigt wurde infolge des Erhebungszeitraumes die Ansiedlung des **Media-Marktes** an der Böcklerstraße mit rd. 2.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. **Der Bedarf ist somit derzeit gedeckt.**
- ⇒ Für den Bereich **Nahrungs- und Genußmittel** besteht ein rechnerisches Defizit von mind. **3.000 m<sup>2</sup>**, das jedoch kleinteilig in den Stadtteilen umgesetzt werden soll (siehe wohnungsnaher Grundversorgung).
- ⇒ Trotz des bestehenden rechnerischen Verkaufsflächenüberhangs von rd. 5.000 m<sup>2</sup> in den Warengruppen Baumarktwaren, Möbeln, Heimtextilien und Gartenbedarf besteht nach Meinung der

### Aufgaben des Mittelzentrums Hameln

### Derzeitige Bedarfslage



⇒ Kunden ein deutliches Attraktivitätsdefizit für den Bereich **Möbel**.  
(Der Überhang ist in erster Linie auf die vorhandenen Baumärkte zurückzuführen).

Neben dieser im Rahmen der Studie „Citymarketing und Einzelhandel“ ermittelten Bedarfslage ist aus städtebaulicher Sicht die Ansiedlung von weiteren Fachmärkten in den Warengruppen Sportartikel und Fahrräder, Textilien - insbesondere in den unteren Preissegmenten - Elektronikzubehör, Tonträger u.a., Hobby- und Bastelbedarf sowie Baby- und Kleinkinderbedarf wünschenswert. Aus städtebaulicher Sicht ist eine entsprechende Angebotsplanung für weitere Einzelhandelsansiedlungen unerlässlich, um der Funktion als Mittelzentrum in der Region auch in Zukunft gerecht werden zu können..

Das vorhandene Flächenangebot in der Hamelner Altstadt für zentrenrelevante Güter sowie in bestehenden Einzelhandelsbetrieben für zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente an peripheren Standorten ist in Anbetracht der geänderten Marktbedingungen nicht ausreichend. Ein Verzicht auf entsprechende Entwicklungsflächen wird zwangsläufig bei Ansiedlungswünschen neuer Betriebsformen im Landkreis Hameln-Pyrmont zu einer Verlagerung des Angebotes in die benachbarten Grundzentren führen. Diese Entwicklung ist - wie das Beispiel der Neuansiedlung des Textilfachmarktes Bessmann mit ca. 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Grundzentrum Hessisch Oldendorf zeigt - infolge städtebaulicher und raumordnerischer Bedenken der Stadt Hameln kaum zu verhindern (Normenkontrolle).

Der städtebauliche Rahmen für die Entwicklungsplanung muß Wettbewerb ermöglichen und flexibel für die Marktbedingungen sein, zugleich aber helfen, Fehlentwicklungen zu vermeiden. Grundlegende städtebauliche Zielsetzung für die Ausweisung von Entwicklungsflächen ist die Vermeidung von Funktionsverlusten für die Altstadt. Darüber hinaus sollen die bestehenden Gewerbe-

und Industriegebiete für das produzierende Gewerbe sowie Dienstleistungsbetriebe gesichert werden.

Der folgenden Ausweisung städtebaulich geeigneter Entwicklungsflächen wurde die Aufteilung der Handelssortimente zugrunde gelegt:

### Städtebaulicher Rahmen zur Ausweisung von Entwicklungsflächen

#### **Zentrenrelevante Sortimente**

sollen künftig nur noch in integrierten Lage zugelassen werden.

Die Flächen sind vorrangig für Sortimente vorzuhalten, die nicht zu den Hauptumsatzgruppen der Altstadt zählen: Textilien/Bekleidung, Schuhe und Lederwaren, Schmuck/Uhren.

Diese Hauptumsatzgruppen sollen - sofern sie nicht gänzlich ausgeschlossen werden - Flächenbeschränkungen erhalten. Mit der Ausweisung sollen in erster Linie den neuen Betriebsformen „Fachmarkt“ und „Sonderpostenmarkt“ Ansiedlungsmöglichkeiten in unterschiedlicher Größe angeboten werden.

Die Ansiedlung eines voll sortierten SB-Warenhauses außerhalb der Altstadt soll ausgeschlossen werden, um den vorhandenen Standort in der Altstadt dauerhaft zu sichern.

#### **1. Integrierte Standorte:**

Altstadt und andere geeignete Standorte in der Kernstadt, die infolge ihrer Lage geeignet sind,

- ⇨ das vorhandene Flächen- und Warenangebot in der Altstadt zu ergänzen,
- ⇨ keine Beeinträchtigung anderer Nutzungen (Wohnen) nach sich ziehen
- ⇨ und über eine gute Anbindung (ÖPNV und Individualverkehr, Ausnutzung vorhandener Parkraumangebote) verfügen.

Ausweisung als Kerngebiete oder Sondergebiete.

#### **2. Teilintegrierte Standorte:**

Stadtnahe Bereiche, die über eine gute Anbindung (ÖPNV und Individualverkehr) verfügen.

Hierbei handelt es sich um bestehende Einkaufszentren, denen auch künftig stadtverträgliche Entwicklungen ermöglicht werden sollen (Multimarkt, Böcklerstraße).

Eine weitere Ausweisung von Einkaufszentren für zentrenrelevante Sortimente ist nicht erforderlich.

**Anmerkung:**

Die vorgenannten Standorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung sind hiervon unabhängig zu betrachten.

Die o.g. Entwicklungsziele und -flächen sollen als städtebauliche Leitlinie auch für die unbeplanten Innenbereiche eine Ausschlußwirkung von zentrenrelevanten Sortimenten ermöglichen, beispielsweise bei der Aufgabe eines bestehenden großflächigen Verbrauchermarktes und einer geplanten Umnutzung als Fachmarkt in städtebaulich nicht integrierter Lage (z.B. Wohngebiet), so daß in Zukunft auch durch gebietsbezogene Gutachten eine negative Auswirkung für die geordnete städtebauliche Entwicklung nicht widerlegt werden kann.

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente**

sollen künftig nur noch

1. als Handelsschwerpunkt in vorgeprägten Gewerbe- und Industriegebieten und
  2. in Sondergebieten
- zulässig sein.

Vorgeprägte Bereiche sind beispielsweise die vorhandenen Baumärkte oder Möbelhäuser sowie auch der Bereich Böcklerstraße, in dem eine Vielzahl nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe besteht. Die Zulässigkeit nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist im Rahmen des geltenden Baurechts (Anpassung an die BauNVO 1990) regelbar, da von ihnen in der Regel keine negativen Auswirkungen auf die Stadtentwicklung und die Ziele der Raumordnung ausgehen. Die vorhandenen Flächenreserven in den o.g. Bereichen sind derzeit als ausreichend einzustufen, so daß eine darüber hinaus gehende Neuausweisung für diese Betriebsformen nicht erforderlich ist.

# Entwicklungsflächen für zentrenrelevante Sortimente

## - Karte 4 -

### 1. Am Pferdemarkt/Zehnthofstraße/ZOH

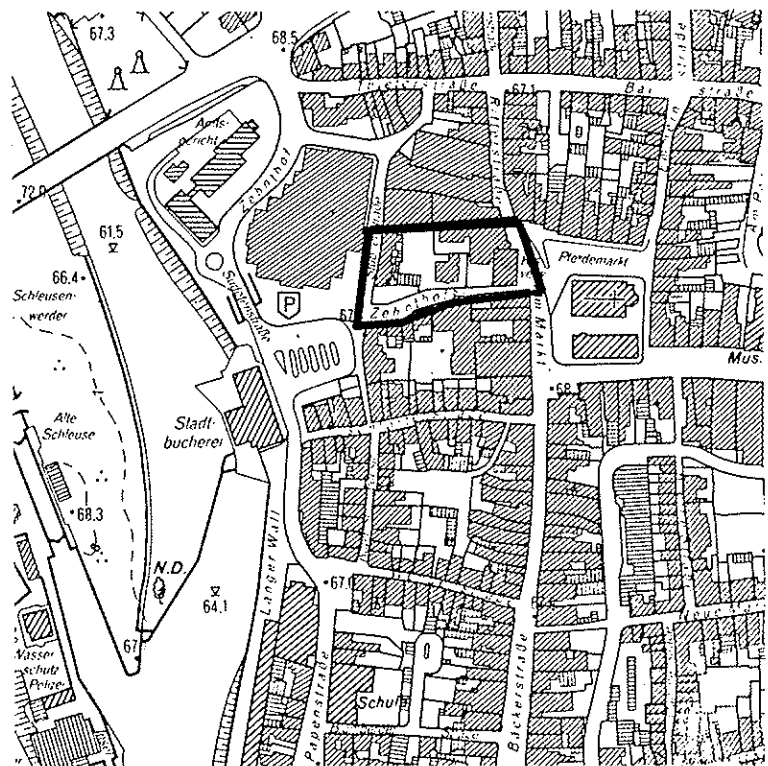
Integrierte Standorte

#### Zustand:

Der Bereich wird derzeit für Teile der Landkreisverwaltung genutzt. Mit der beabsichtigten räumlichen Zusammenfassung sämtlicher Landkreis-Abteilungen an einen Standort wird diese Fläche mittelfristig frei.

#### Entwicklungsziel

Vorrangiger Standort zur Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten, die aufgrund ihrer „relativen Seltenheit“ des Angebotes über eine hohe Ausstrahlungskraft verfügen; Ansiedlung von ein bis zwei Fachmärkten und Entwicklung einer Einkaufspassage „Zehnthofstraße“ sowie als Ergänzung gastronomische Angebote.



#### Warengruppen

Vorrangig Textilien/ Bekleidung, Spielwaren, Sportartikel, Unterhaltungselektronik und Tonträger, Fotobedarf/optische Erzeugnisse - andere zentrenrelevante Sortimente.

#### Entwicklungsfläche (BGF)

auf zwei Ebenen ca. 6.000 m<sup>2</sup>

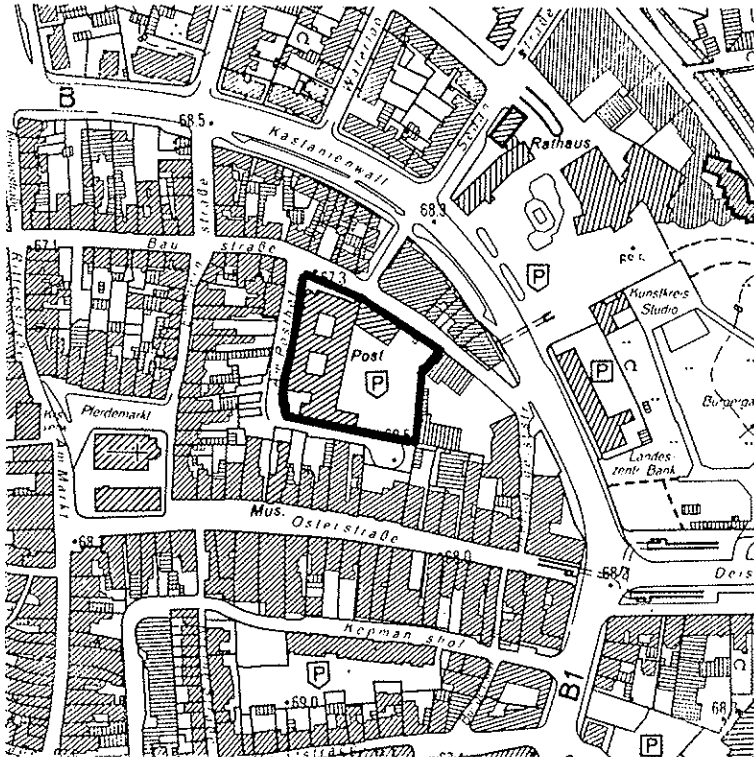
#### Verfügbarkeit:

in Abhängigkeit zur Verlagerung der Landkreisverwaltung, Änderung des Bebauungsplanes erforderlich.

## 2. Postgelände

### Zustand:

Der Bereich wird derzeit noch als Hauptpost mit entsprechendem Betriebsgelände genutzt. Mit der geplanten Verlagerung des Postbetriebes kann in diesem städtebaulich sehr günstig zur Altstadt gelegenen Bereich eine weitere Einzelhandelsfläche entwickelt werden.



### Entwicklungsziel:

Vorrangiger Standort zur Entwicklung von zentrenrelevanten Sortimenten, die aufgrund ihrer „relativen“ Seltenheit über eine hohe Ausstrahlungskraft verfügen; Ansiedlung von kleineren bis mittleren Fachmärkten in Kombination mit einer Markthalle sowie Dienstleistungen und Büronutzungen durch Umnutzung des Gebäudebestandes, z.B. durch Einbeziehung der Innenhöfe oder Erweiterungen im rückwärtigen Bereich.

### Warengruppen:

Vorrangig Textilien/ Bekleidung, Spielwaren, Sportartikel, Unterhaltungselektronik und Tonträger, Fotobedarf/optische Erzeugnisse - andere zentrenrelevante Sortimente.

**Entwicklungsfläche BGF:** Einzelhandel ca. 2.500 m<sup>2</sup>

### Verfügbarkeit

In Abhängigkeit zur Verlagerung des Postbetriebes, Änderung des Bebauungsplanes ist erforderlich.

**Weitere Standorte zur Ansiedlung von Fachmärkten in der Altstadt sind derzeit nicht vorhanden. Hinzuweisen ist an dieser Stelle jedoch auf das Entwicklungspotential im Bereich C & A (Aufstockung des Textilgeschäftes).**

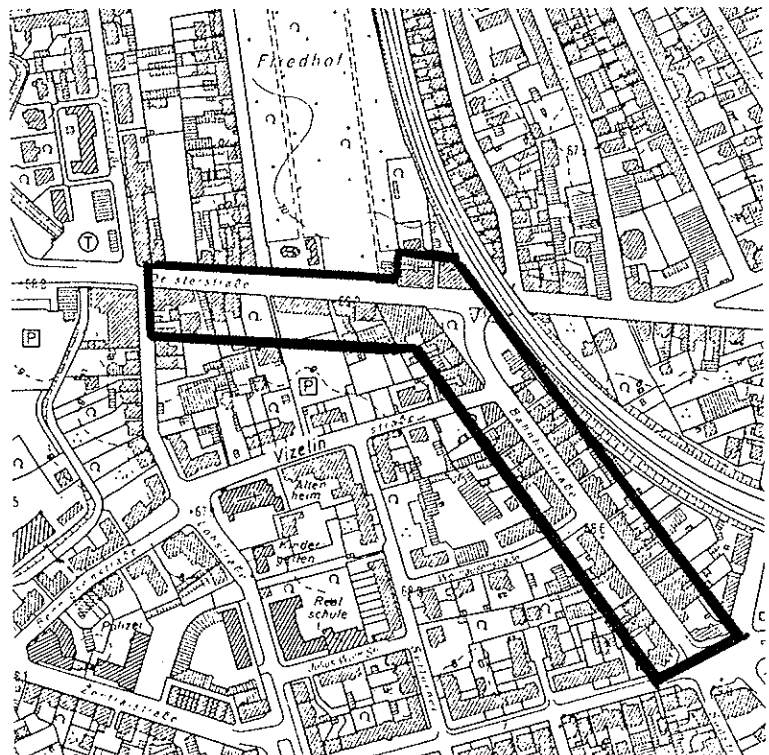
### 3. Deisterstraße/Bahnhofstraße

#### Zustand:

Im Bereich Deisterstraße/Bahnhofstraße besteht in vielfältiges Einzelhandelsangebot, das als Ergänzung zur Altstadt positiv zu bewerten ist. Derzeit sind alle Grundstücke (unter anderem Bahnhofstraße Nrn. 22 bis 26, Deisterstraße Nrn. 32 bis 38) in dem Bereich bebaut, jedoch ist die Ausnutzung für einzelne Grundstücke aufgrund der vorhandenen eingeschossigen Bebauung als „untergenutzt“ einzustufen.

#### Entwicklungsziel:

Die o.g. Bereiche bilden aus städtebaulicher Sicht Möglichkeiten einer ein- bis zweigeschossigen Einzelhandelsnutzung für Fach- und Sonderpostenmärkte und darüber hinaus Entwicklungsmöglichkeiten für Wohnflächen.



#### Warengruppen

Spielwaren, Sportartikel, HiFi-Bedarf und Unterhaltungselektronik, Fotobedarf/optische Erzeugnisse und andere zentrenrelevante Sortimente.

#### Entwicklungsfläche

Zusätzlich zum Bestand ca. 2.000 m<sup>2</sup>

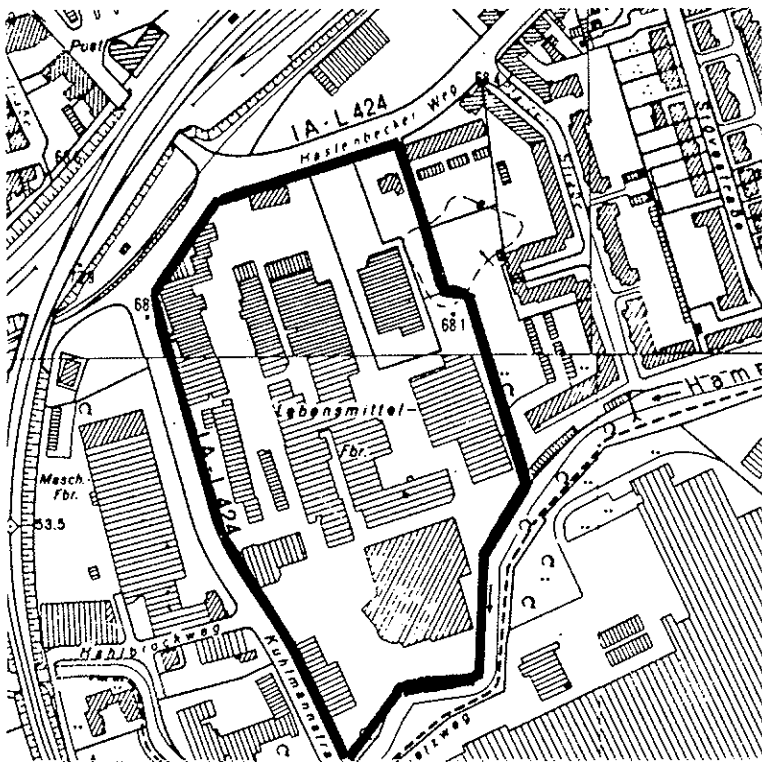
#### Verfügbarkeit

In Abhängigkeit von den Eigentümern, BauGB § 34

#### 4. Hefe- und Spritzgelände

##### Zustand:

Im Bereich des ehemaligen Industriegeländes sind bereits heute in Teilen Einzelhandelsnutzungen vorhanden: Extra-Markt, Garten-center, Peugeot-Händler. Ergänzt wird das Angebot durch Freizeiteinrichtungen (Sport-Box) sowie das Technologiezentrum Hameln und die Jugendwerkstatt. Das ehemalige unter Denkmalschutz stehende Fabrikgebäude ist weitestgehend ungenutzt.



##### Entwicklungsziel

Standort in rd. 2 km zur Altstadt mit guter verkehrlicher Anbindung zur Entwicklung von Fachmärkten geeignet, Parkhaus oder Tiefgarage erforderlich. Die städtebaulich interessante Nutzungsvielfalt: Einzelhandel, Freizeit und Beschäftigung sollte langfristig gefördert werden: z.B. Entwicklung eines Handwerkerhofes kombiniert mit Einzelhandel.

##### Warengruppen

Spielwaren, Sportartikel, HiFi-Bedarf und Unterhaltungselektronik, Fotobedarf/optische Erzeugnisse und andere zentrenrelevante Sortimente.

##### Entwicklungsfläche (BGF)

auf mindestens zwei Ebenen ca. 2.500 m<sup>2</sup>.

##### Verfügbarkeit

In Abhängigkeit vom Eigentümer, Bebauungsplan erforderlich.

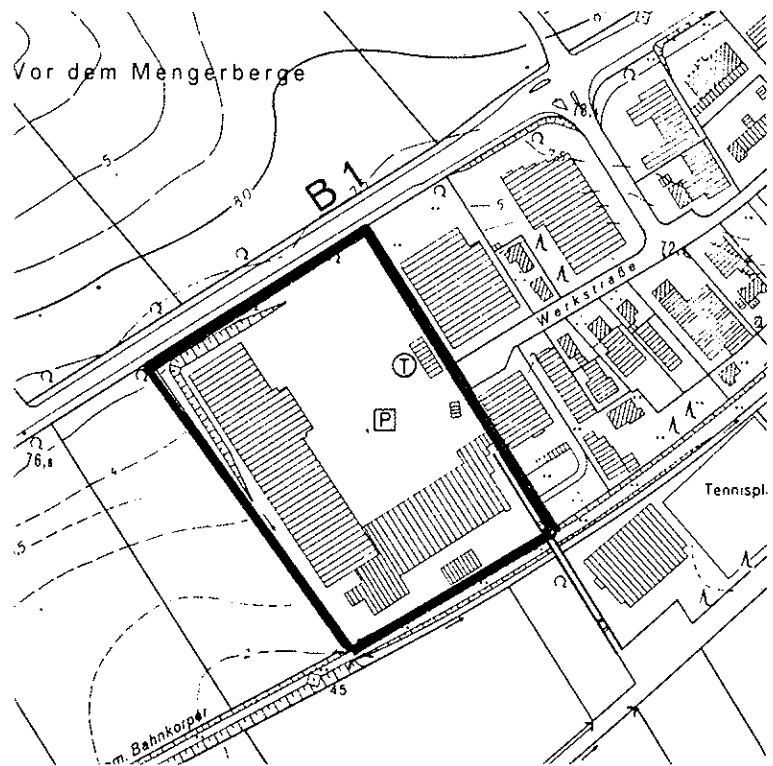
## 5. Einkaufszentrum Multimarkt

### Zustand:

Das Einkaufszentrum Multimarkt ist Ende der 60er Jahre errichtet worden und infolge dessen sowohl baulich als auch konzeptionell in die Jahre gekommen. Mit den dringend notwendigen baulichen Sanierungen mit entsprechenden Anpassungen an die heutigen Marktbedingungen wurde im Sommer '97 begonnen. Das Einkaufszentrum hat trotz der o.g. Defizite eine wichtige Versorgungsfunktion für die südwestlichen Stadtbezirke. Darüber hinaus hat das Einkaufszentrum infolge der bestehenden Angebotsstruktur: Grundversorgung Lebensmittel und Fachmärkte für Güter des periodischen Bedarfs eine hohe Ausstrahlung in die Region.

### Entwicklungsziel

Die hohe Attraktivität des Einkaufszentrums durch die Kombination Grundversorgung und Güter des periodischen Bedarfs für das Stadtgebiet und die Region soll für die Zukunft gesichert werden. Erweiterungen sollen bis zu der raumordnerisch relevanten Größe von 30 % ermöglicht werden.



### teilintegrierte Standorte

### Warengruppen

Alle zentrenrelevanten Sortimente sowie in den angrenzenden Bereichen nicht-zentrenrelevante Sortimente und Sonderpostenmärkte. Die Sortimente Textil/Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren und Uhren/ Schmuck sollen bei der geplanten Revitalisierung nicht expandieren. Diese Beschränkung der innen-



stadtrelevanten Sortimente begründet sich in erster Linie darin, künftig negative Auswirkungen für diese Hauptumsatzgruppen in der Altstadt zu vermeiden.

### **Entwicklungsfläche**

vorhandene Verkaufsfläche ca. 10.000 m<sup>2</sup>, zusätzliche Erweiterungsmöglichkeiten 2.500 m<sup>2</sup> im Bereich des Einkaufszentrums Multimarkt, - angrenzend weitere Entwicklungsflächen für nicht-zentrenrelevante Sortimente.

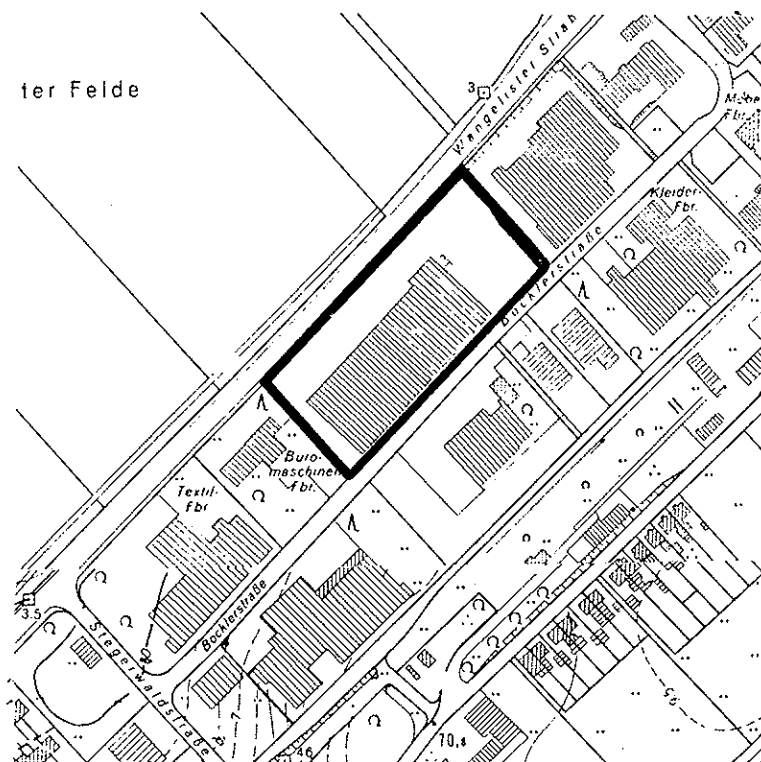
### **Verfügbarkeit**

In Abhängigkeit von den Eigentümern, Aufstellungsbeschluß zur Anpassung des vorhandenen Bebauungsplanes gefaßt.

## **6. Böcklerstraße (Marktkauf)**

### **Zustand:**

Bestehender Verbrauchermarkt mit rd. 6.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente und angegliedertem Baumarkt im GE-/GI-Gebiet Böcklerstraße mit Ausstrahlung in die benachbarten Grundzentren.



### **Entwicklungsziel:**

Dem Verbrauchermarkt soll künftig eine Entwicklung bis zu der räumordnerisch relevanten Grenze von max. 30 % der bestehenden Verkaufsfläche ermöglicht werden. Es erfolgt eine Ausweisung als Sondergebiet Einkaufszentrum

## Warengruppen

Alle zentrenrelevanten Sortimente. Begrenzung der Warengruppen Textil/Schuhe und Schmuck/Uhren auf 20 % der Verkaufsfläche. Begrenzung der Sortimente Textil/Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren und Uhren/Schmuck auf max. 20 % der Verkaufsfläche. Diese Beschränkung der innenstadtrelevanten Sortimente entspricht der städtebaulichen Zielsetzung, Funktionsverluste für die Altstadt zu vermeiden.

## Entwicklungsfläche

max. 30 % der derzeitigen Verkaufsfläche

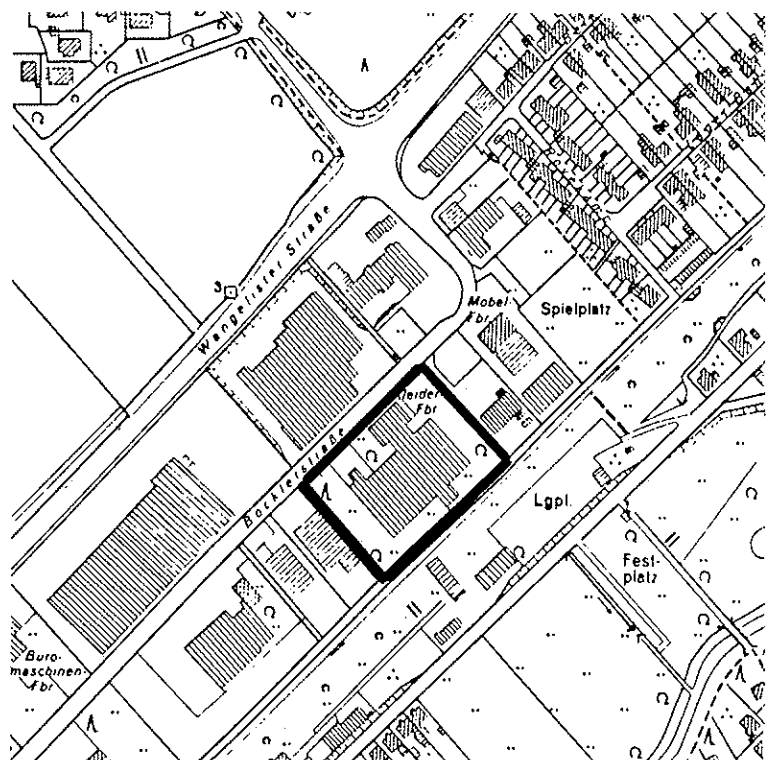
## 7. Standort Mediamarkt

### Zustand:

Der Mediamarkt liegt im Gewerbe- und Industriegebiet Böcklerstraße. Die Baugenehmigung für die Umnutzung des ehemaligen Gewerbebetriebes erfolgte in '96 und hat seinerzeit heftige Diskussionen ausgelöst: Bezüglich des Sortimentes wurde die Ansiedlung im Stadtgebiet (Bedarfsanalyse Citymarketing & Einzelhandel) ausdrücklich befürwortet - demgegenüber wurde die Lage selbst als städtebaulich problematisch angesehen.

### Entwicklungsziel:

Der Bereich soll angegliedert an den Verbrauchermarkt Marktkauf - als Sondergebiet für zentrenrelevante Sortimente ausgewiesen werden. Neben der Verkaufsfläche Mediamarkt besteht die Möglichkeit einer weiteren Verkaufsfläche von rd. 400m<sup>2</sup> in dem vorhandenen Gebäude.





## Nicht-zentrenrelevante Sortimente

### - Karte 5 -

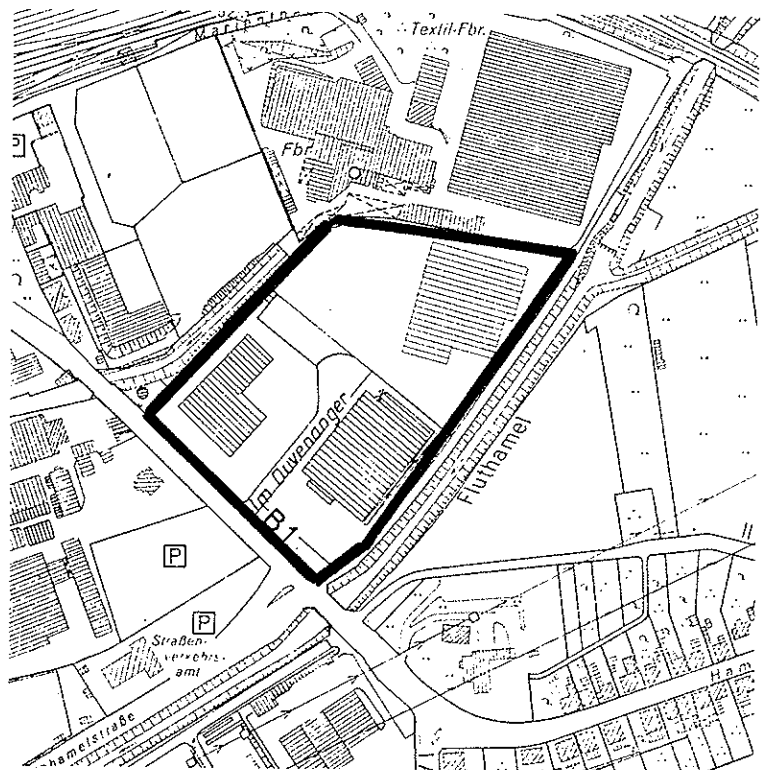
#### 1. Bebauungsplangebiet Nr. 585 Hastenbecker Weg

##### Zustand:

In dem Gebiet befinden sich ein Möbelgeschäft, das als Randsortimente Heimtextilien anbietet, ein Baumarkt mit den typischen breiten Randsortimenten und ein Teppichhersteller.

##### Entwicklungsziel/Warenangebot

Sicherung der GI-Nutzung durch Einzelhandelsausschluß. Ausweisung der vorhandenen Einzelhandelsnutzungen als Sondergebiet für die Sortimente Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Gartenbedarf mit der Beschränkung der Randsortimente (Elektro, Unterhaltungselektronik, Zweirad- und Sportartikel) auf max. 15 % der Verkaufsflächen.



##### Rechtliche Situation:

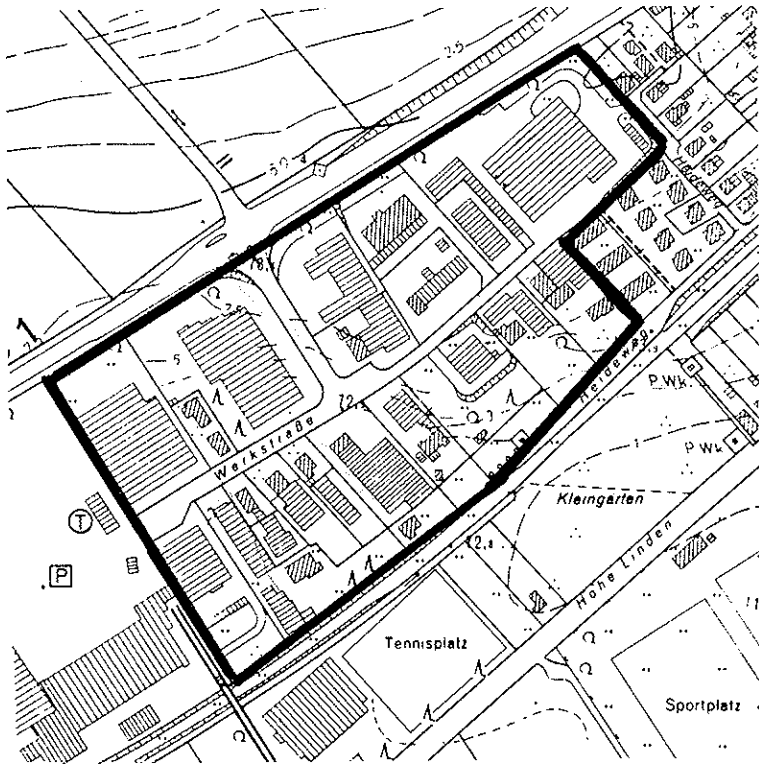
Änderungsbeschluß gefaßt

#### 2. Bebauungsplangebiet Nr. 663 (Werkstraße)

##### Zustand:

Das Gebiet grenzt an das Einkaufszentrum Multimarkt (für zen-

trenrelevante Sortimente) und angrenzend einige Einzelhandelsbetriebe, die sowohl zentrenrelevante Sortimente (u.a. Unterhaltungselektronik, Sportartikel, Sonderpostenmarkt) als auch nicht-zentrenrelevante Sortimente (u.a. Möbel, Innenausstattung) anbieten.



**Entwicklungsziel/Warenangebot:**

Das Einkaufszentrum Multimarkt soll als Sondergebiet für alle Sortimente ausgewiesen werden (Entwicklungsfläche für zentrenrelevante Sortimente, siehe Seite 26). Angrenzend soll im Bereich des bestehenden Einzelhandels ebenfalls eine Ausweisung als Sondergebiet für nicht-zentrenrelevante Sortimente der Warengruppen Möbel, Heimtextilien u.a. mit entsprechender Beschränkung der Randsortimente erfolgen. In den übrigen Bereichen sollen Einzelhandelnutzungen, die nicht im Zusammenhang mit einer gewerblichen

Nutzung stehen, künftig ausgeschlossen werden und Entwicklungsmöglichkeiten bestehender Betriebe auf den Rahmen des Bestandsschutzes beschränkt werden.

**Rechtliche Situation:**

Aufstellungsbeschluß gefaßt.

### 3. Bebauungsplan Nr. 392 A

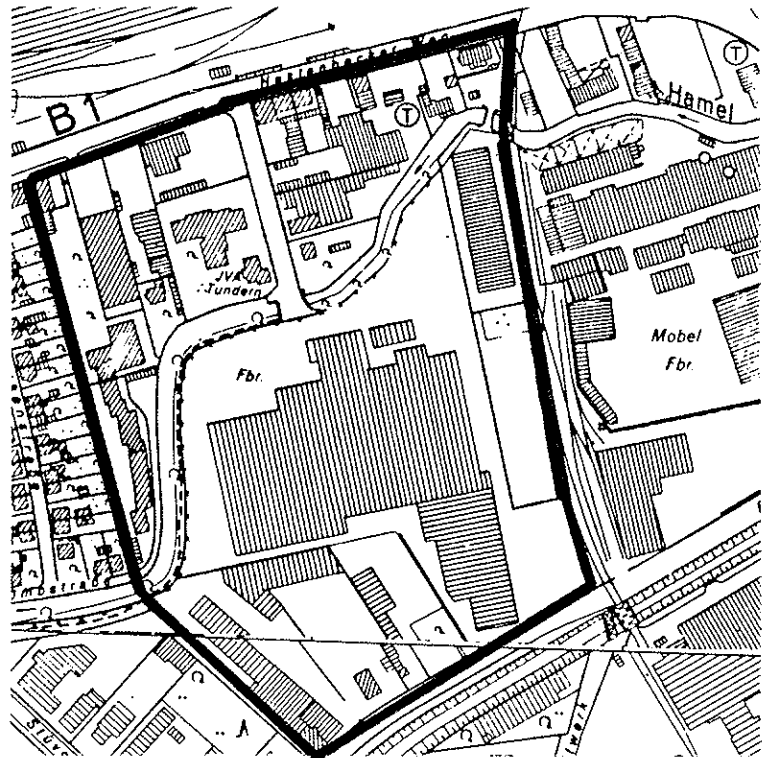
#### Hastenbecker Weg/Fluthamelstraße

##### Zustand:

In dem Bereich befinden sich zum überwiegenden Teil gewerbliche Nutzungen. Ausnahmen hiervon bilden ein vorhandener Minimalmarkt (Gebietsversorger) und ein Baustoffhandel bzw. Baumarkt jeweils in Randlage.

##### Entwicklungsziel:

Die zuletzt genannten Bereiche sollen aus dem Bebauungsplangebiet herausgenommen werden. Darüber hinaus sollen in dem gesamten Bereich Einzelhandelsnutzungen die nicht im Zusammenhang mit einer gewerblichen Nutzung stehen, künftig ausgeschlossen werden und Entwicklungsmöglichkeiten bestehender Betriebe auf den Rahmen des Bestandsschutzes beschränkt werden.



##### Rechtliche Situation:

Änderungsbeschluß gefaßt.

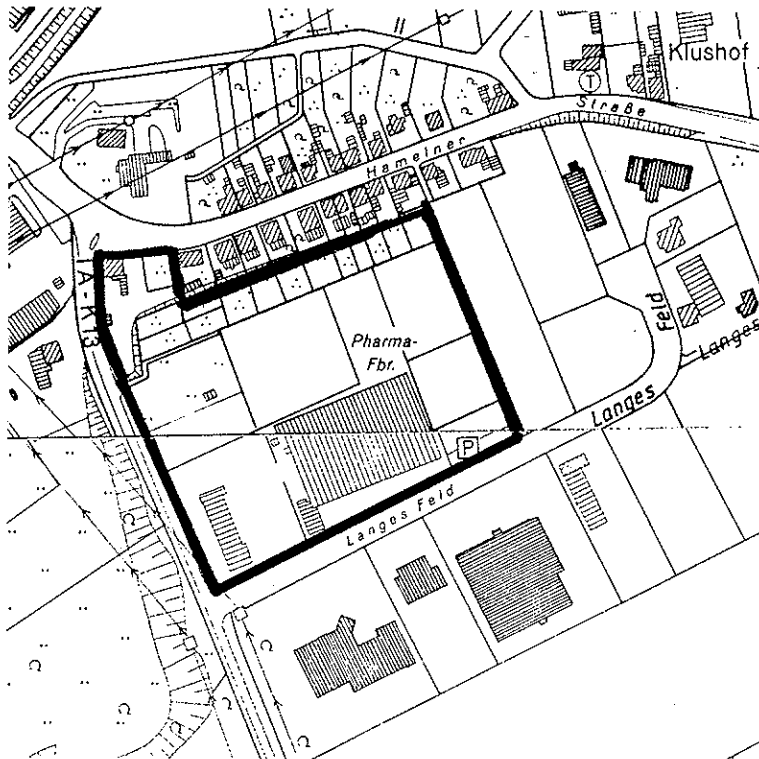
### 4. Bebauungsplan Nr. 560 zwischen der Hamelner Straße und dem Langen Feld

##### Zustand:

Der Bereich ist faktisch entlang der Straße Langes Feld ein Gewerbegebiet ohne Einzelhandelsnutzungen und entlang der Hamelner Stra-

ße überwiegend wohnbaulich genutzt. In diesem Bereich liegt auch ein Markt für Heimtextilien, Farben und Tapeten.

Im Bereich des angrenzenden Gewerbegebietes „Langes Feld“ sind Einzelhandelsnutzungen ausgeschlossen.



**Entwicklungsziel:**

Der faktischen Trennung des Gebiets entsprechend, sollen in dem südlichen Bereich zur Straße Langes Feld künftig Einzelhandelsnutzungen ausgeschlossen werden - entsprechend dem Bebauungsplan Nr. 701 Langes Feld selbst.

Änderungsbeschluß gefaßt.

**5. Bebauungspläne Nr. 355 und Nr. 457**

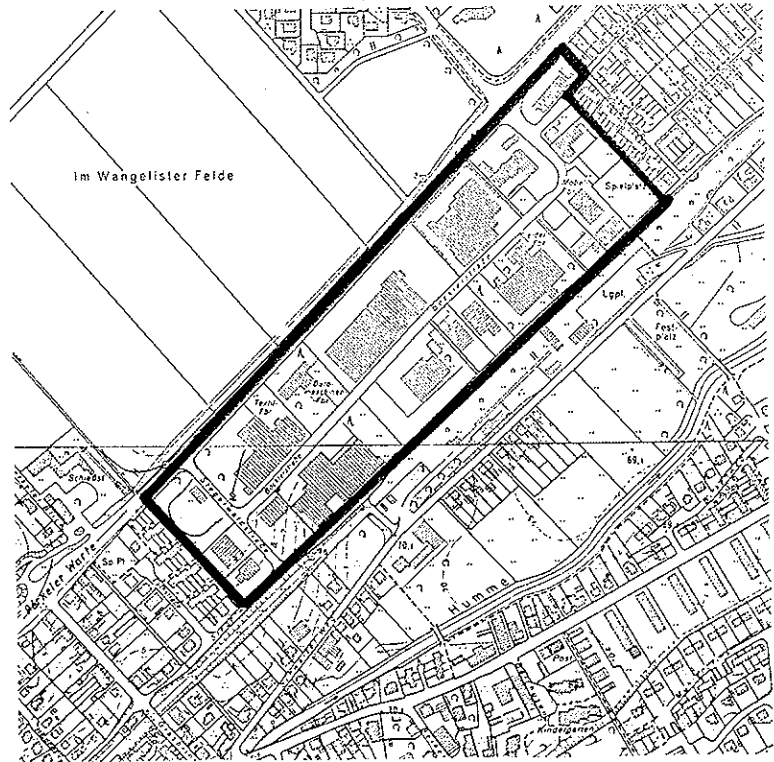
**(Böcklerstraße)**

**Zustand:**

In dem Gebiet befinden sich neben industriellen (Druckerei) und gewerblichen (Großbäckerei, Reifencenter, Kfz-Handel/-Werkstatt u.a.) Nutzungen auch Einzelhandelsnutzungen für zentrenrelevante Sortimente (Marktkauf, Mediamarkt, Erdmann Bekleidung [II. Wahlverkauf]) und nicht-zentrenrelevante Sortimente (Kfz-Händler, Camping, Marktkauf-Baumarkt u.a.). Insbesondere der Media-Markt dürfte künftig eine überregionale Ausstrahlung haben.

### Entwicklungsziel:

Die Bereiche Marktkauf (Verbrauchermarkt) und Mediamarkt sollen als Sondergebiet für zentrenrelevante Sortimente ausgewiesen werden (siehe Seite 26/27). In den übrigen Bereichen soll zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden bzw. für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe als Randsortiment auf max. 15 % der Verkaufsfläche beschränkt werden. Ein genereller Ausschluß von Einzelhandel ist nicht vorgesehen, um für die Ansiedlung von nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben in diesem Bereich Entwicklungsmöglichkeiten offen zu halten.



So kann eine **städtebaulich wünschenswerte räumliche Konzentration dieser Betriebsformen an der B 1 erreicht werden (Werkstraße und Böcklerstraße).**

Da die Bebauungspläne bereits an die BauNVO 1990 angepaßt sind, beschränkt sich die Zulässigkeit auf Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung und die städtebauliche Entwicklung nicht wesentlich auswirken.

### Rechtliche Situation:

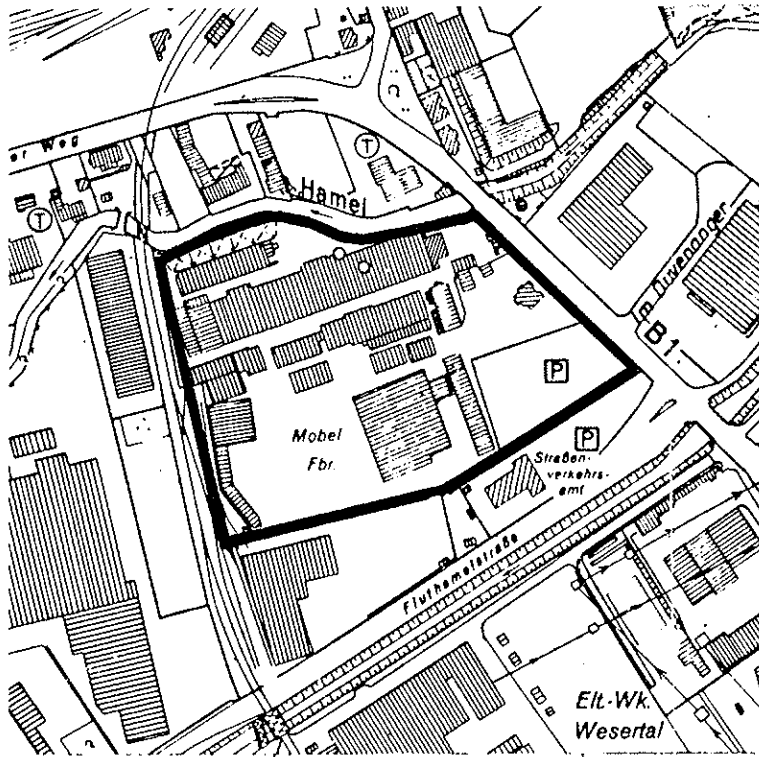
Änderungsbeschluß gefaßt.



## 6. Grundstück Sinram & Wendt

### Zustand:

Das Grundstück wird derzeit noch industriell genutzt.



### Entwicklungsziel:

Der Bereich soll künftig für eine gewerbliche oder industrielle Nutzung gesichert werden - dementsprechend soll ein Ausschluß von Einzelhandel erfolgen, sofern er nicht im Zusammenhang mit einer gewerblichen Nutzung steht und sich dieser eindeutig unterordnet.

### Rechtliche Situation:

Aufstellungsbeschluß gefaßt.

**7. Bebauungspläne** Nr. 313 Stüvestraße,  
Nr. 321 A Reichardstraße,  
Nr. 349 GWS/Postbetriebshof,  
Nr. 465 Hastenbecker Weg,  
Nr. 509 Am Frettholz,  
Nr. 586 Kuhlmannstraße

### Zustand:

Die Bereiche sind durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Einzelhandelsnutzungen stehen - sofern vorhanden - in eindeutigem Zusammenhang mit der gewerblichen Nutzung. Diese Nutzungen sollen auch künftig sichergestellt werden.

Ausnahmen bilden ein Sonderpostenmarkt und ein Markt für Teppichboden und Farbe (im Bebauungsplangebiet Nr. 313 sowie ein Getränkemarkt im Bebauungsplangebiet Nr. 321 A)

**Entwicklungsziel:**

In allen Gebieten sollen künftig Einzelhandelsnutzungen nur in Zusammenhang mit der gewerblichen Nutzung zulässig sein. Vorhandene Einzelhandelsnutzungen erhalten lediglich Entwicklungsmöglichkeiten, die im Rahmen des Bestandsschutzes möglich sind.

**Abschließende Bemerkung:**

In den übrigen GE-/GI-Gebieten der Stadt Hameln sind Einzelhandelsnutzungen bereits ausgeschlossen bzw. nur im Zusammenhang mit einer anderen gewerblichen Nutzung zulässig (u.a. GE-/GI-Gebiete Langes Feld, Afferde-Scheckfeldweg, Hastenbeck-Nord, Industriegebiet Süd und Erweiterung sowie geplantes Gebiet Ludwigsee).

## Literatur

- **Einzelhandel & Citymarketing**, Schriftenreihe zur Stadtentwicklung, Heft 1, Stadt Hameln, Forschungsarbeit der Georg-August-Universität Göttingen, Abteilung für Wirtschaftsgeographie, Göttingen/Hamel, Februar 1995
- **Standortfragen des Handels**, Schriftenreihe der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. (BAG), erstellt vom Ausschuss Städtebau und Verkehr der BAG, Köln, 5. Auflage 1995
- ExWoSt-Informationen zum Forschungsfeld „**Zentren**“ (Nrn. 20.1 u. 20.2), Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung, Bonn, Auslieferung Juli 1996
- Begleitforschung: **Nachbarschaftsläden 2000 als Dienstleistungszentrum für den ländlichen Raum**, Zusammenfassung, PLANCO Consulting GmbH, Essen, Januar 1996