

Leistungsbeschreibung

Einzelhandelskonzept

für das
Mittelzentrum

Clausthal-Zellerfeld

- Stand: 07.04.2009 -

0. Vorbemerkungen

Die Bergstadt Clausthal-Zellerfeld ist Universitätsstandort und Mittelzentrum im Landkreis Goslar. Mit den anderen Mittelzentren im Landkreis - Seesen, Goslar und Bad Harzburg - bildet die Bergstadt einen mittelzentralen Verbund mit den oberzentralen Teilfunktionen Gesundheit und Bildung.

In den letzten Jahren hat sich der Handlungsbedarf in den Kommunen mit zentralörtlichen Funktionen hinsichtlich der Entwicklungen des Einzelhandels sowie der damit verbundenen Fragen zur Zukunft der Innenstädte deutlich verstärkt. Der zunehmende Wettbewerb von Discontnern, Handelsketten und Einkaufszentren erhöht den Anspruch an erfolgreiches Marketing von Einzelhändlern in den traditionellen Einzelhandelslagen, wie es die Adolph-Roemer-Straße und die angrenzende Bereiche Schulstraße und Zellbach sind.

Bereits im „Integrierten Entwicklungs- und Wachstumskonzept (IEWK) für den Ortsteil Clausthal“ (2007) hat die Bergstadt einen prioritären Handlungsbedarf für eine zukunftsfähige Entwicklung der Innenstadt erkannt und hierzu folgendes Ziel formuliert:

Die Innenstadt von Clausthal soll als Einkaufsstandort seine mittelzentrale Versorgungsfunktion ausüben. Dazu sind die innerörtlichen Einzelhandelslagen zu sichern und in ihrer Funktion zu stärken, um Arbeitsplätze zu erhalten und zu schaffen. Die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes soll durch die nachhaltige Stadterneuerung gestärkt werden. Der öffentliche Raum in den Einzelhandelslagen ist zu einem qualitativ hochwertigen Stadtraum zu gestalten, der das Aufsuchen und Verweilen von Einzelhandelskunden fördert. Der öffentliche Raum soll dem Einzelhandel Nutzungsmöglichkeiten für Aktivitäten bieten. In einer Stadt der kurzen Wege minimieren innerstädtische Einzelhandelslagen den motorisierten Verkehr, eine fußgänger- und fahrradfreundliche Stadt trägt damit zur Minderung der Verkehrsemissionen bei. Als weiche Standortfaktoren werden die neuen Qualitäten des öffentlichen Raumes zu einem positiven Image des Einkaufsstandortes Clausthal beitragen. Dadurch kann eine Stärkung des Einzelhandels mit einer erhöhten Kaufkraftbindung erreicht werden. Es sollen nachhaltige Kooperationsstrukturen mit den Einzelhändlern in Clausthal aufgebaut werden.

Bereits im IEWK enthalten und vorstrukturiert ist die „7.2.2 Kooperationspartnerschaft mit der Citygemeinschaft zur Entwicklung eines Geschäftstraßenmanagements“. Aufbauend hierauf hat die Bergstadt gemeinsam mit Vertretern des Einzelhandels (City-Gemeinschaft) und der örtlichen Wirtschaft (Pro-Clausthal) einen Arbeitskreis zur Einzelhandelsentwicklung gebildet. Die Wirtschaftsförderung der Samtgemeindeverwaltung hat als wichtigen Baustein des Geschäftstraßenmanagements bereits ein Leerstand-Management aufgebaut. Wesentliche Aufgabe des Arbeitskreises ist es Empfehlungen auszuarbeiten, wie die Wahrnehmung der zentralörtlichen Versorgungsfunktionen gesichert und nachhaltig entwickelt werden kann.

Bevor verschiedene im IEWK angerissene Aktionen (z.B. Beratungsangebot Schaufensterdekoration) konkret angegangen werden können, ist eine gründliche Analyse der Ist-Situation erforderlich. Am Ort bestehende bzw. an einer Geschäftsgründung interessierte Einzelhandelsunternehmen benötigen Investitionssicherheit hinsichtlich der weiteren städtebaulichen Entwicklung insbesondere der zentralen Versorgungsbe-
reiche. Jedes Jahr erreichen die Verwaltung mehrere Anfragen bzw. Anträge zur Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben außerhalb der Innenstadt. Für jeden einzelnen Fall ergibt sich dann eine Grundsatzdiskussion über die Bedeutung für die Innenstadt, Zielvorstellungen der Bergstadt und Handlungsmöglichkeiten. Die jüngere Erfahrung zeigt, dass ein zielgerichteter Umgang mit diesen Vorhaben (Schutz der Innenstadt, Verbesserung Kaufkraftbindung) nur mit fundierten städtebaulichen Begründungen auf Basis einer individuellen Analyse der örtlichen Situation möglich ist. Ein reines Reagieren und Abarbeiten bauordnungsrechtlicher Verfahren wird der Bedeutung der Einzelhandelsentwicklung für die zentralörtlichen Funktionen der Bergstadt und für die Zukunft der Innenstadt nicht mehr gerecht.

Der Verwaltungsausschuss der Bergstadt Clausthal-Zellerfeld hat daher auf Empfehlung des Stadtentwicklungsausschusses dem Arbeitskreis folgende Aufgaben übertragen:

- a) Bewertung der aktuellen Situation (Einzelhandel in Clausthal-Zellerfeld, Rechtslage) und des sich daraus ergebenden Handlungsbedarfs.
- b) Inhaltliche Vorbereitung der Vergabe von Leistungen an ein Fachbüro, insbesondere Formulierung von Eckpunkten für die Auftragsbeschreibung.
- c) Empfehlungen an den Stadtentwicklungsausschuss zur Auftragsvergabe und den Ablauf einschließlich Öffentlichkeitsarbeit.
- d) Begleitung der Arbeit des Fachbüros.
- e) Abschließender Bericht an den Stadtentwicklungsausschuss und Empfehlung zur Beschlussfassung.

Für eine zielgerichtete und rechtssichere Steuerung der kommunalen Einzelhandelsentwicklung muss ein entsprechendes Konzept bestimmte Anforderungen erfüllen. Dies sind nach derzeitigen Kenntnisstand insbesondere:

- Eine fundiert aufbereitete Datenlage zum Bestand und zur aktuellen Situation. Dabei können natürlich auch die in der Verwaltung oder anderen Institutionen bereits vorliegende Daten herangezogen werden.
- Eine detaillierte städtebauliche Abgrenzung des/der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Verknüpfung der Datenebene mit der räumlichen Festsetzung zentraler Versorgungsbereiche. Hierzu sollten weitere städtebauliche Indikatoren wie Leerstände und sonstige städtebauliche Aspekte, beispielsweise Verkehrsanbindung und Barrierewirkungen herangezogen werden.
- Berücksichtigung der perspektivischen Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche (siehe IEWK). Relevante Daten sind insbesondere die Einwohner- und Kaufkraftentwicklung.
- Die Formulierung von Zielsetzungen zur Stadtentwicklung, aufbauend auf einer Analyse der Bestandsdaten und Verbunden mit der Prüfung konkreter Instrumente und Maßnahmen für eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung.

Eine vollständige und sachgerechte Bearbeitung dieser Aufgabe allein innerhalb der Verwaltung und der Bergstadtgremien ist unter den gegebenen Umständen realistisch nicht möglich (s. dazu die aktuelle OVG-Entscheidung vom 13.10.2008). Daher ist beabsichtigt, für die Erstellung des Konzeptes ein Fachbüro hinzuzuziehen. Für die Erstellung des Konzeptes ab Auftragsvergabe ist ein Zeitraum von 3-4 Monaten eingeplant.

Bei einer Auftragsvergabe ist erfahrungsgemäß eine möglichst klare Vorstrukturierung der Aufgabe (besonders der zentralen Fragen und Ziele) sinnvoll. Dies soll diese Leistungsbeschreibung leisten. Die hierin enthaltenen „Arbeitsthesen“ stellen keine zwingende Arbeitsvorgabe dar, sondern sollen lediglich helfen, die Aufgabenstellung und Zielsetzung zu verdeutlichen. Zudem wird erwartet, dass die potentiellen Auftragnehmer auch schon im Vergabeverfahren eigene Ideen, Erfahrungen einbringen und diese gegebenenfalls bausteinartig als ergänzende Module einschließlich Kostenumfang anbieten.

1. Bestandsaufnahme

1.1 Räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Der oder die zentrale/n Versorgungsbereich/e sind rechtssicher parzellenscharf abzugrenzen.

Arbeitsthese zu möglichen Kriterien, Datenquellen:

Kriterien für „zentralen Versorgungsbereich“, vorhandene „Versorgungsfunktionen“:

- Vorhandene Standorte des Einzelhandels
- Bestehende Dienstleistungseinrichtungen
- Gastronomische Angebote
- Öffentliche Verwaltungen

Datenquellen

- Nutzungsinformationen aus dem Amtlichen Liegenschaftsbuch (GIS-Daten zu ALK/ALB liegen vor)
- Bisher genehmigte Verkaufsflächen (aus den Hausakten des Bauamtes)
- Gewerberegister des Ordnungsamtes (Excel-Tabelle liegt vor)

1.2 Leistungsdaten Einzelhandel

Die CIMA hat im Auftrag des Zweckverbandes Großraum Braunschweig in 2008 die aktuellen Leistungsdaten des Einzelhandels in Relation zur vorherigen Untersuchung in 2003 aus regionaler Sicht zusammengestellt.

Arbeitsthese: Für ein örtliches Einzelhandelskonzept ist eine stärkere Differenzierung der Daten und Berücksichtigung der örtlichen Situation als im regionalen Konzept erforderlich:

- a) Räumlich: D.h. die Daten sind separat zu erfassen für die kleineren Mitgliedsgemeinden, das Mittelzentrum Clausthal-Zellerfeld sowie innerhalb Clausthal-Zellerfelds getrennt für die zentralen Versorgungsbereiche und das sonstige Stadtgebiet.
- b) Inhaltlich bezüglich der Sortimente: was ist Innenstadt-relevant, wo genau bestehen Defizite im Angebot (bisheriger Kaufkraftabfluss) und welche davon können realistisch (z.B. Flächenbedarf) in der Innenstadt untergebracht werden.
- c) Einfluss von Touristen (z.B. Auswertung KBG-Statistik, Tourismusbarometer der Sparkassen) auf die Nachfrage/Kaufkraft.
- d) Einfluss von Studenten (Zweitwohnsitze, interne Ermittlung TUC) auf die Nachfrage/Kaufkraft.
- e) Einfluss des Internets, Onlinehandels auf das Maß der möglichen Kaufkraftbindung.

Zum Abgleich verwendeter statistischer Daten, Kennwerten und darauf basierender Hochrechnungen mit der speziellen örtlichen Situation soll eine Haushaltsbefragung durchgeführt werden

2. Analyse

Auswertung der ermittelten Daten, Herausarbeitung von Stärken und Schwächen des Mittelzentrums insgesamt sowie der Innenstadt Clausthal speziell.

Als Arbeitsthesen hier beispielsweise die Analyse aus dem Arbeitskreis zu den Leistungsdaten der Samtgemeinde Oberharz aus der regionalen Untersuchung (ZGB / Cima):

- Das Nachfragepotential (Kaufkraft) ist von 2003 – 2008 geschrumpft. Ursache hierfür ist mit großer Wahrscheinlichkeit hauptsächlich die zurückgegangene Einwohnerzahl.
- Der Kaufkraftabfluss nach außerhalb ist 2008 etwas geringer als 2003, der Zufluss konnte im selben Zeitraum leicht gesteigert werden.

- Der Umsatz ist trotz rückläufiger Kaufkraft leicht gestiegen.
- Die Kaufkraftbindung im Bereich der periodischen Warengruppen (Lebensmittel, Körperpflege etc.) ist leicht von 102 % auf 103% gestiegen. Für Clausthal-Zellerfeld als Mittelzentrum mit Versorgungsfunktion auch für das Umland ist diese Zahl allerdings relativ gering. Vitale Mittelzentren kommen hier eher auf Werte um die 120%.
- Die Kaufkraftdeckung im aperiodischen Bedarf (Bekleidung, Medien, Technik, Sport, Einrichtungsbedarf etc.) hat sich zwar von 2003 bis 2008 um 7 Prozentpunkte verbessert, ist allerdings mit 67% für ein Mittelzentrum erschreckend gering. Vitale Mittelzentren belegen ihre zentralörtliche Bedeutung und damit zutreffende Einordnung in der Raumordnung mit Werten weit über 100%, im Regelfall dabei deutlich höher als die jeweilige Abdeckung beim periodischen Bedarf. Ohne wesentliche Steigerung im aperiodischen Bereich kann hieraus eine Gefährdung des zentralörtlichen Status erwachsen.
- Aus den Leistungsdaten und ihrer Entwicklung von 2003 bis 2008 lassen sich hinsichtlich bisheriger Ansiedlungsentscheidungen bzw. aktueller -absichten zwei Thesen ableiten: Erstens hätte ohne die Entscheidungen für den Marktkauf am Ostbahnhof und das Nahversorgungsprojekt in Zellerfeld eine Kaufkraftbindung von knapp über 100% im periodischen Bedarf sehr wahrscheinlich nicht gehalten werden können. Zweitens sind zusätzliche Angebote für den aperiodischen Bedarf wie z.B. der aktuell diskutierte Technikmarkt dringend nötig um bisher abfließende Kaufkraft am Ort zu binden und den zentralörtlichen Status von Clausthal-Zellerfeld zu stützen.

Weiterer Klärungsbedarf wird besonders bei folgenden Punkten gesehen:

- Hat der Rückgang der Kaufkraft - unter Berücksichtigung der bundesweit durchschnittlich gesunkenen Kaufkraft - proportional zum Rückgang der Bevölkerung stattgefunden? Ein unterproportionaler Rückgang wäre ja trotz allem positiv zu bewerten, ein überproportionaler verschärft die Notwendigkeit weiteren Handelns.
- Bezogen auf die Mittelzentrumsfunktion hebt das regionalen Einzelhandelskonzept hervor, dass Clausthal-Zellerfeld wegen seiner topografischen Situation und weniger wegen seiner Größe als Mittelzentrum angesehen wird. Dass Umland aus dem Kaufkraft dazu gewonnen werden kann, wird im Vergleich zu anderen Mittelzentren als relativ klein eingeschätzt. Aus welchen Orten des Umlandes könnte ggf. in welchen Sortimenten ein Kaufkraftzugewinn für Clausthal-Zellerfeld erreicht werden?
- Ziel ist u. a. auch eine eindeutige Verbesserung der Kaufkraftbindung des aperiodischen Bedarfs (z.B. Technikmarkt, Schuhe). Welche Flächengrößenordnungen werden hierfür benötigt, um ein ausreichendes Angebot sicher zu stellen und die Kunden vor Ort zu binden? Dabei ist zu berücksichtigen, dass eine sog. "gesunde Konkurrenz" durchaus im Interesse der Stadtentwicklung liegt. Es besteht bei einem alleiniger Anbieter die Gefahr, dass sich bei der Weiterentwicklung der Angebote zu stark auf das örtliche Monopol verlassen wird. Das gilt auch für Warengruppen, die zurzeit fast gänzlich fehlen - wie Herrenoberbekleidung.

3. Handlungsbedarf

Ausgehend von der Stärken/Schwächen Analyse sind die Schwerpunkte mit besonderem Handlungsbedarf herauszuarbeiten. Dabei ist insbesondere zwischen der Innenstadt / den zentralen Versorgungsbereichen und dem sonstigen Stadtgebiet zu unterscheiden.

Arbeitsthese:

- Anzustreben ist eine leichte Steigerung der Kaufkraftbindung im periodischen Bereich (unter anderem auch Lebensmittel).
- Es besteht ein erheblicher Steigerungsbedarf der Kaufkraftbindung im aperiodischen Bereich (Zentralität sichern).
- Das Marketing im/für den Innenstadtbereich ist zu optimieren.

4. Handlungsmöglichkeiten / Empfehlungen

4.1 Was, wo, wie ?

Welche Sortimente sind in Clausthal-Zellerfeld innenstadtrelevant. Welche Waren können aufgrund der Rahmenbedingungen (Zuschnitt Verkaufsflächen, Gebäude, Platzbedarf etc.) realistisch in Zukunft nicht (mehr) oder ausschließlich in der Innenstadt angeboten werden. Um die entsprechende Kaufkraft nicht zu verlieren bzw. Abflüsse zurück zu gewinnen sind für diese Warensortimente Standorte außerhalb der Innenstadt erforderlich. Andererseits stellt die Frage, ob es für die Innenstadt empfehlenswert ist bestimmte Bereiche wie die Adolph-Roemer-Straße auf ein Thema (z.B. „Schlemmermeile“) zu spezialisieren?

In diesen Zusammenhang muss nicht nur die Clausthaler sondern auch die Zellerfelder Innenstadt berücksichtigt werden. In früheren Jahren existierten auch in Zellerfeld gut gehende Modegeschäfte (insbesondere das Modehaus Kempa) sowie Schmuck- und Uhrengeschäfte und Schuhgeschäfte, ganz früher auch mit Hottenrott (im heutigen Schlecker) ein Haushaltswarengeschäft. Traditionell ist somit zumindest früher auch die Goslarsche Str. eine Einzelhandelslage gewesen. Es sollte daher geprüft werden, ob dieser Bereich ebenfalls wiederbelebt werden kann, oder ob er als "tot" anzusehen ist. Das Standort-Potential erscheint durchaus interessant (meist größere Verkaufsflächen und fußläufig bessere Anbindung zu den Eschenbacher Teichen und Am Bache – mit entsprechender Kaufkraft). In jedem Fall sind die möglichen Wechselwirkungen mit der Clausthaler Innenstadt um die Adolph-Roemer-Straße zu berücksichtigen.

4.2 Prüfsteine Innenstadt-Verträglichkeit

Ausgehend von der Analyse, Handlungsbedarf und –empfehlungen sind rechtssichere Kriterien für eine „Verträglichkeitsprüfung“ bei zukünftigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb der Innenstadt auszuarbeiten. Dabei ist auch die Frage zu beantworten, ob ein weiterer großer Lebensmittelmarkt förderlich oder hinderlich ist und ob dieser unbedingt in der Innenstadt oder woanders angesiedelt werden sollte und wenn ja, wo genau.

4.3 Kriterien Innenstadtzuweisung

Ausgehend von der Analyse, Handlungsbedarf und –empfehlungen sind bestimmte Sortimente rechtssicher für eine ausschließliche Innenstadt-Zuweisung vorzusehen

4.4 Ordnungsrechtliche Maßnahmen (Satzungen)

Beispielsweise:

- einfacher Bebauungsplan nach § 9 Abs. (2a) BauGB
- Sortimentsbeschränkungen in Bebauungsplänen mit SO-Einzelhandel außerhalb der Innenstadt.

4.5 Kooperative Maßnahmen (Vermittlung Interessen, Beratung)

Empfehlungen und Hinweise zum Beispiel für:

- die weitere Zusammenarbeit im Arbeitskreis,
- gemeinsame Aktionen/Veranstaltungen
- Absprachen zu Öffnungszeiten
- Schaufenstergestaltung
- Leerstand-Management
- Anforderungen an den öffentlichen Raum
- Investitionsanforderungen im privaten Bereich; z.B. Schaffen größerer Verkaufsflächen in der Roe, Ausstattungsstandards (ebenerdig, Schaufensterflächen, WC u. ä.). Eine konkrete Beschreibung der notwendigen Investitionen könnte sowohl den Investoren / Eigentümern helfen, die ggf. jetzt den Bedarf nicht kennen und auch den Banken helfen, die Kreditvergabe besser zu beurteilen (Vermietungsaussichten nach den Investitionen); vielleicht hilft es auch bei der Einschätzung der Förderfähigkeit durch den Landkreis.

Anlagen auf CD

1. Vergabebekanntmachung
2. Leistungsbeschreibung EHK
3. Integriertes Entwicklungs- und Wachstumskonzept (IEWK) Clausthal, Clausthal-Zellerfeld 2007
4. Stellungnahme Kommunalaufsicht des LK Goslar zur Erstellung IHK als Teil der IEWK Maßnahme 7.2.2 vom 3. März 2009.
5. Zuwendungsbescheid NBank vom 3. April 2009.
6. Leistungsdaten SG Oberharz 2008 (aus Regionaluntersuchung CIMA im Auftrag ZGB)
7. Innenstadt- und Handelskonzept 2000
8. Leitbild Bergstadt Clausthal-Zellerfeld 2000
9. Lokale Agenda21 Abschlussbericht 2000
10. Info-Broschüre Samtgemeinde Oberharz