



STADTLIBEN

BILDUNG

WOHNEN

**BAUSTRUKTURELLE
STÄDTEBAULICHE
QUALITÄTEN**

KULTUR

INNENSTADT

**ERFAHRBARE
STADTGESCHICHTE**

FREIZEIT

ARBEIT

BEGEGNUNG

HANDEL



OLDENBURG _ INNENSTADTSTRATEGIE

2. Sitzung des AK Bündnis Innenstadt



WILLKOMMEN

Begrüßung und Einführung

Jürgen Krogmann _ Oberbürgermeister der Stadt Oldenburg



ORIENTIERUNG

Bausteine des gemeinsamen Prozesses zur strategischen und räumlichen Programmierung der Oldenburger Innenstadt

Elke Frauns _ büro frauns



WIE WIR ARBEITEN!

„Werde, wer du bist!“





„WERDE, WER DU BIST!“

Wir entwickeln Städte und Standorte
von innen heraus!

Wesentliches Merkmal ist
die gemeinsame Arbeit!



Spencer Karnchee, flickr.com



WORUM ES GEHT!

Innenstadtstrategie Oldenburg.



RICHTSCHNUR MOTIVATION PROGRAMM

- ... eine kluge und gemeinsam getragene Strategie
- ... ein konsequentes und priorisiertes Programm



HEUTE

- ... Statusbestimmung und Handlungsbedarfe
- ... Erkennen und Bewerten von Entwicklungen und Trends
- ... Aufzeigen von Chancen und Risiken



MORGEN

- ... Qualitäten und Profilierungsmerkmale
- ... Perspektiven und Szenarien für die Entwicklung
- ... inhaltliche und räumliche Ziele und Projekte



ORIENTIERUNG

POSITIONIERUNG

ZUKÜNFT

erzählen _ verdichten _ ausbalancieren

ZUKUNFTSAUFGABEN

Ideen für schnelle Erfolge
Ansätze für Konzepte und Planwerke
Wege für neue Steuerungsstrukturen

ZUKUNFTSPROGRAMM

Vereinbarung _ Vertrag



Grundsätzliche Ziele

- Sicherung der **Zukunftsfähigkeit** der Oldenburger Innenstadt bei sich verändernden Ansprüchen und Anforderungen an die Funktion, Gestaltung und Nutzung der Innenstadt.
- Aktive und vorausschauende **Gestaltung** einer positiven Entwicklung der Oldenburger Innenstadt mit Hilfe eines effektiven und systematischen Steuerungsinstrumentes „Innenstadtstrategie“.
- Steigerung der **Wertschätzung** der Oldenburger Innenstadt bei den unterschiedlichen Anspruchsgruppen.
- Eindeutige **Positionierung** im Standortwettbewerb.
- Aufbau von **Vertrauen** gegenüber der Oldenburger Innenstadt als „Ganzes“, weil Zukunftsaufgaben strukturiert und verlässlich angegangen werden müssen.



WIE WIR ES ANPACKEN KÖNNEN!

Der Prozess.



Prozessablauf

3 PHASEN

Phase 1

Grundlagenermittlung _ *gründlich + kompakt*

Wo stehen wir? Was kommt auf uns zu? Was ist denkbar?

Phase 2

Diskussion _ *ambitioniert und realistisch*

Wo wollen wir hin? Was muss(t)en wir tun?

Phase 3

Erarbeitung der Innenstadtstrategie _ *vertrauensvoll + zuverlässig*

Was tun wir wann konkret?



WAS SIE VON UNS BEKOMMEN!
Die gemeinsame Arbeit.



EMPATHIE
LEIDENSCHAFT
DIPLOMATIE
SICHERHEIT
ERFAHRUNG



INNENSTADT OLDENBURG _ HEUTE

**Vorstellung der Ergebnisse und Erkenntnisse
der Grundlagenermittlung (April – Juni 2018)**

Stefan Kruse _ Junker + Kruse



Aktuelle wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen und ihre Bedeutung für die Oldenburger Innenstadt





Rechtliche Rahmenbedingungen – landesrechtliche Vorgaben –

Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP)

(Verordnung über das LROP vom 26. September 2017)

Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP)

¹Nachfolgend werden die Ziele und Grundsätze der Raumordnung im Sinne des § 3 Abs. 1 Nrn. 2 und 3 des Raumordnungsgesetzes (ROG) festgelegt sowie nähere Bestimmungen zu Inhalt, Zweck und Ausmaß einzelner Ziele und Grundsätze der Raumordnung der Regionalen Raumordnungsprogramme in beschreibender Weise getroffen (§ 4 Abs. 1 des Niedersächsischen Raumordnungsgesetzes - NROG -). ²Regelungen mit der Wirkung von Zielen der Raumordnung sind durch Fettdruck gekennzeichnet; die übrigen Regelungen haben die Wirkung von Grundsätzen der Raumordnung.

1. Ziele und Grundsätze zur gesamträumlichen Entwicklung des Landes und seiner Teilräume

1.1. Entwicklung der räumlichen Struktur des Landes

- 01 ¹In Niedersachsen und seinen Teilräumen soll eine nachhaltige räumliche Entwicklung die Voraussetzungen für umweltgerechten Wohlstand auch für kommende Generationen schaffen.
- ²Durch koordiniertes Zusammenwirken des Landes und der Träger der Regionalplanung sollen die regionsspezifischen Entwicklungspotenziale ausgeschöpft und den Besonderheiten der teilträumlichen Entwicklung Rechnung getragen werden.
- 02 ¹Planungen und Maßnahmen zur Entwicklung der räumlichen Struktur des Landes sollen zu nachhaltigem Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit beitragen. ²Es sollen
- die Funktionsfähigkeit der Raum- und Siedlungsstruktur sowie der Infrastruktur gesichert und durch Vernetzung verbessert werden,
 - die Raumansprüche bedarfsorientiert, funktionsgerecht, Kosten sparend und umweltverträglich befriedigt werden,

¹ zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 25. Juni 2014, Nds. GVBl. S. 168

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

September 2017

Arbeitshilfe

zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP

Inhalt

1. Einleitung
2. Regelungsbereich
 - 2.1. Wer ist Adressat dieser Regelung?
 - 2.2. Was ist ein „neues“ Einzelhandelsgroßprojekt?
 - 2.3. Welche Vorhaben fallen unter den Begriff des „Einzelhandelsgroßprojektes“?
 - 2.4. Welche Vorhaben sind keine „Einzelhandelsgroßprojekte“ im Sinne der Raumordnung?
 - 2.5. Wie muss bei atypischen Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO die Widerlegung der Regelvermutung erfolgen?
 - 2.6. Welche Sortimente sind mit Nahversorgung gemeint?
 - 2.7. Wie wird Nahversorgung geregelt?
 - 2.7.1. Nicht- raumbedeutsame Nahversorgung
 - 2.7.2. Raumbedeutsame Nahversorgung
 - 2.8. Warum eine Regelung für Agglomerationen?
 - 2.9. Was ist aus raumordnerischer Sicht eine Agglomeration?
 - 2.10. Was gilt für Agglomerationen?
3. Kongruenzgebot
 - 3.1. Wozu gibt es ein Kongruenzgebot im LROP?
 - 3.2. Gibt es Unterschiede zur Rechtslage gemäß LROP 2008?
 - 3.3. Was ist ein Kongruenzraum?
 - 3.4. Was ist das Einzugsgebiet eines Einzelhandelsgroßprojektes?
 - 3.5. Wie kann die Kaufkraft von Touristen sachgerecht berücksichtigt werden?



Rechtliche Rahmenbedingungen

– *landesrechtliche Vorgaben* –

1. Ziele und Grundsätze zur gesamträumlichen Entwicklung des Landes und seiner Teilräume

1.2 Einbindung in die norddeutsche und europäische Entwicklung

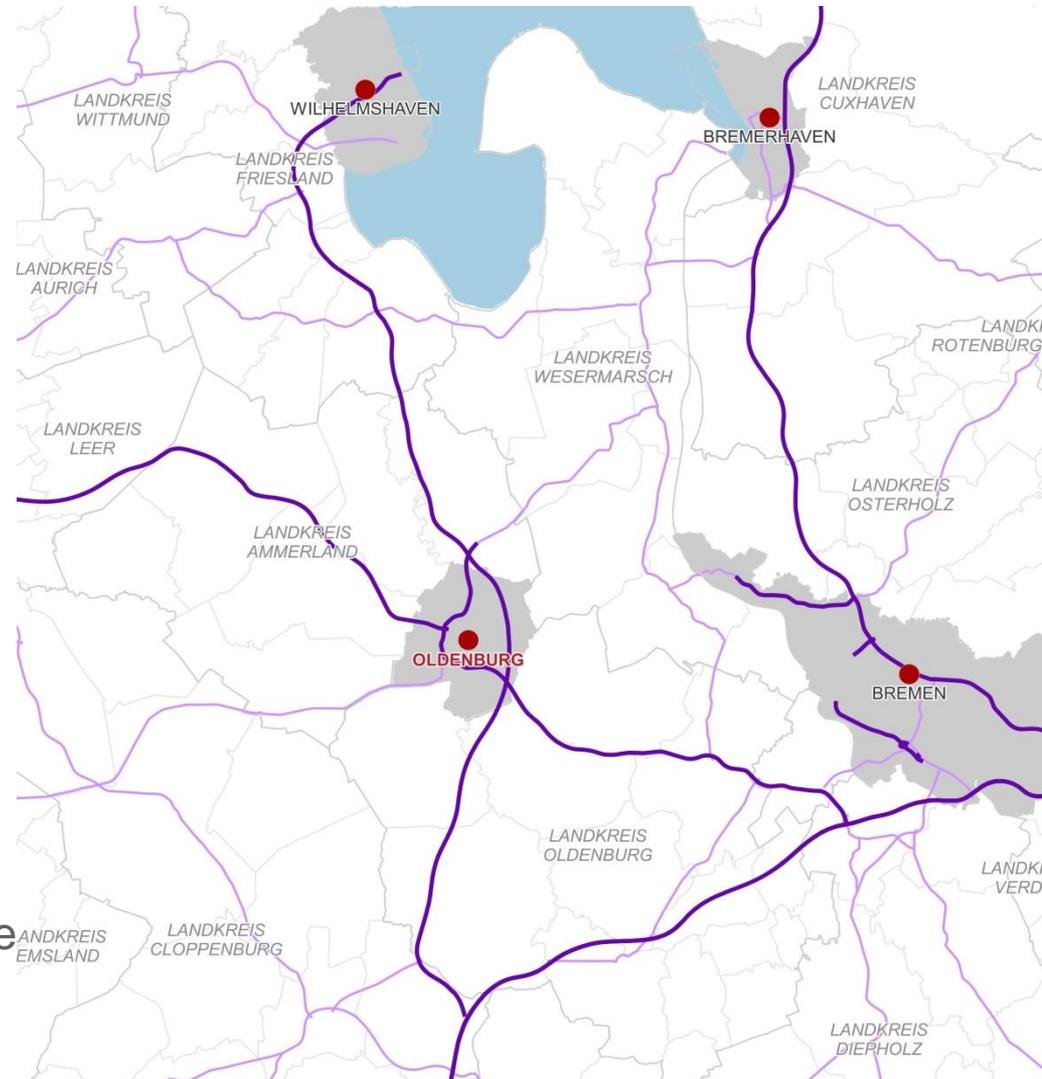
05 ¹In den Metropolregionen Hannover-Braunschweig-Göttingen, Hamburg und **Bremen-Oldenburg** im Nordwesten sollen

- die Innovationsfähigkeit und internationale Wettbewerbsfähigkeit,
- die internationalen Verkehrs- und Kommunikationsknotenpunkte,
- die Arbeitsmarktschwerpunkte und
- die Zentren der Wissenschaft, Bildung und Kultur

gestärkt werden.

Lage und Rolle in der Region

- Mit rund 168.000 Einwohnern **drittgrößte Stadt** in Niedersachsen
- Landesplanerische Versorgungsfunktion als **Oberzentrum**
- Teil der europäischen **Metropolregion Bremen / Oldenburg**
- Nächstgelegene Oberzentren Bremen und Wilhelmshaven in rund 50 km bis 60 km Entfernung
- Umland überwiegend ländlich geprägt
- Sehr gute regionale verkehrliche Anbindung durch die Autobahnen 28 und 29



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende lizenziert gemäß CC BY-SA

Rechtliche Rahmenbedingungen

– landesrechtliche Vorgaben –

2. Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Siedlungs- und Versorgungsstruktur

2.2 Entwicklung der Daseinsvorsorge und zentrale Orte

05 ⁴Es sind zu sichern und zu entwickeln

- in **Oberzentren** zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des spezialisierten höheren Bedarfs [...]

⁵**Oberzentren** haben zugleich die mittel- und grundzentralen Versorgungsaufgaben zu leisten [...]

Rechtliche Rahmenbedingungen

– landesrechtliche Vorgaben –

2. Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Siedlungs- und Versorgungsstruktur

2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels

02 ¹Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn

03 ²In einem Mittel- oder **Oberzentrum** darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot grundzentral**).

³In einem Mittel- oder **Oberzentrum** soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral**).

Rechtliche Rahmenbedingungen

– landesrechtliche Vorgaben –

2. Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Siedlungs- und Versorgungsstruktur

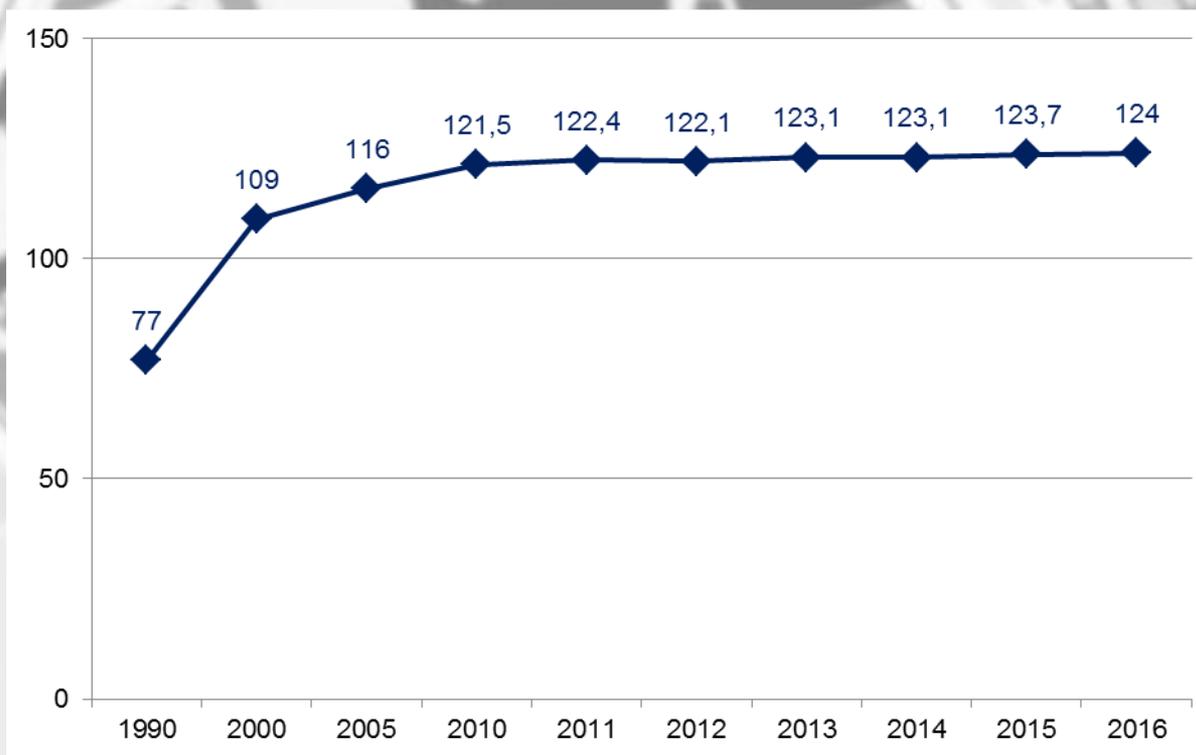
2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels

- 04 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (**Konzentrationsgebot**).
- 05 ¹Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (**Integrationsgebot**).
- ²Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.

Trends und Entwicklungen im Einzelhandel

– Verkaufsflächenwachstum –

Verkaufsfläche in Mio. m² in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung nach Statista (2018): Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2016 (in Millionen Quadratmeter), abrufbar unter www.statista.com, zuletzt zugegriffen am 18.05.2018



Trends und Entwicklungen im Einzelhandel

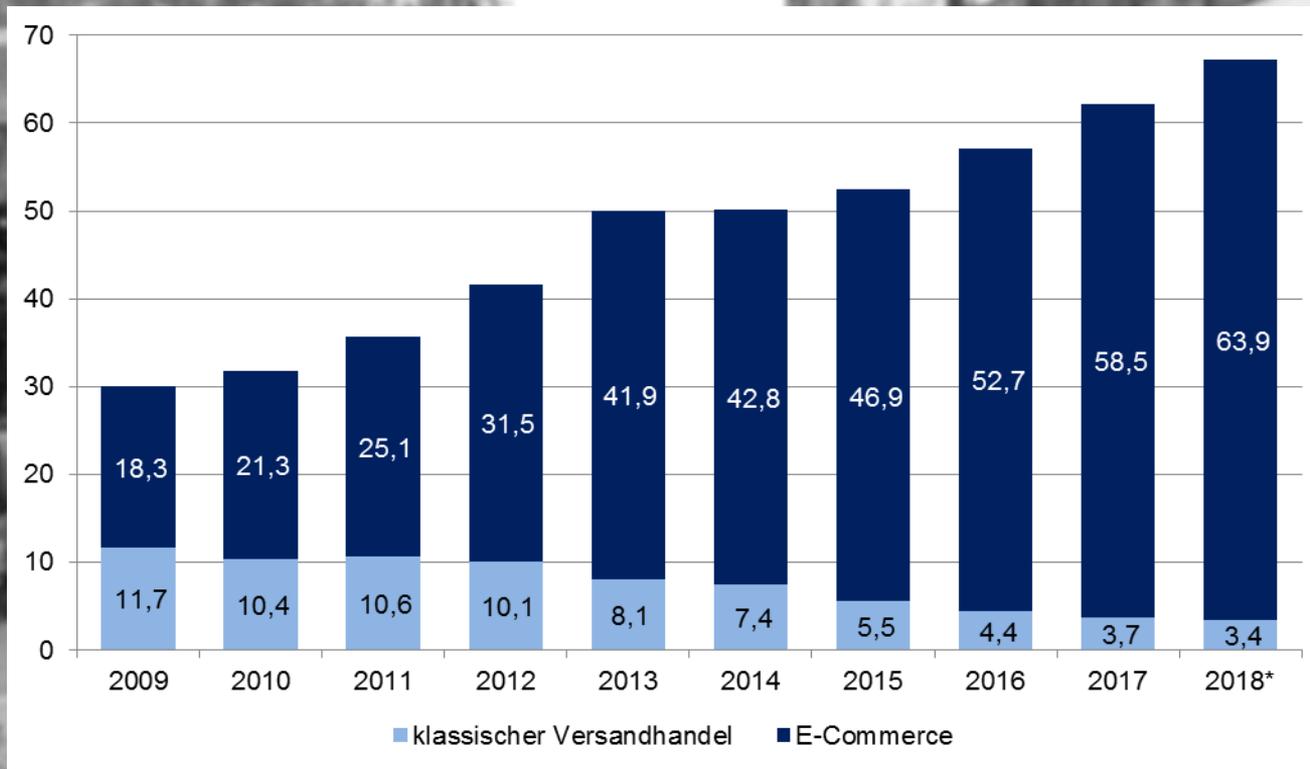
– Betriebsformen und Betreiber –

- Massiver Rückgang des inhabergeführten Einzelhandels!
- Krise der Warenhäuser!
- Erfolg der Einkaufscenter!
- Starke Fachmärkte auf der Grünen und Grauen Wiese!
- FOC als neueres Betriebskonzept!
- Neue Marken!
- Steigende Flächenanforderungen!
- Zunahme des Internethandels!

Trends und Entwicklungen im Einzelhandel

– Online-Handel –

Umsatz im interaktiven Handel in Deutschland (in Milliarden Euro)

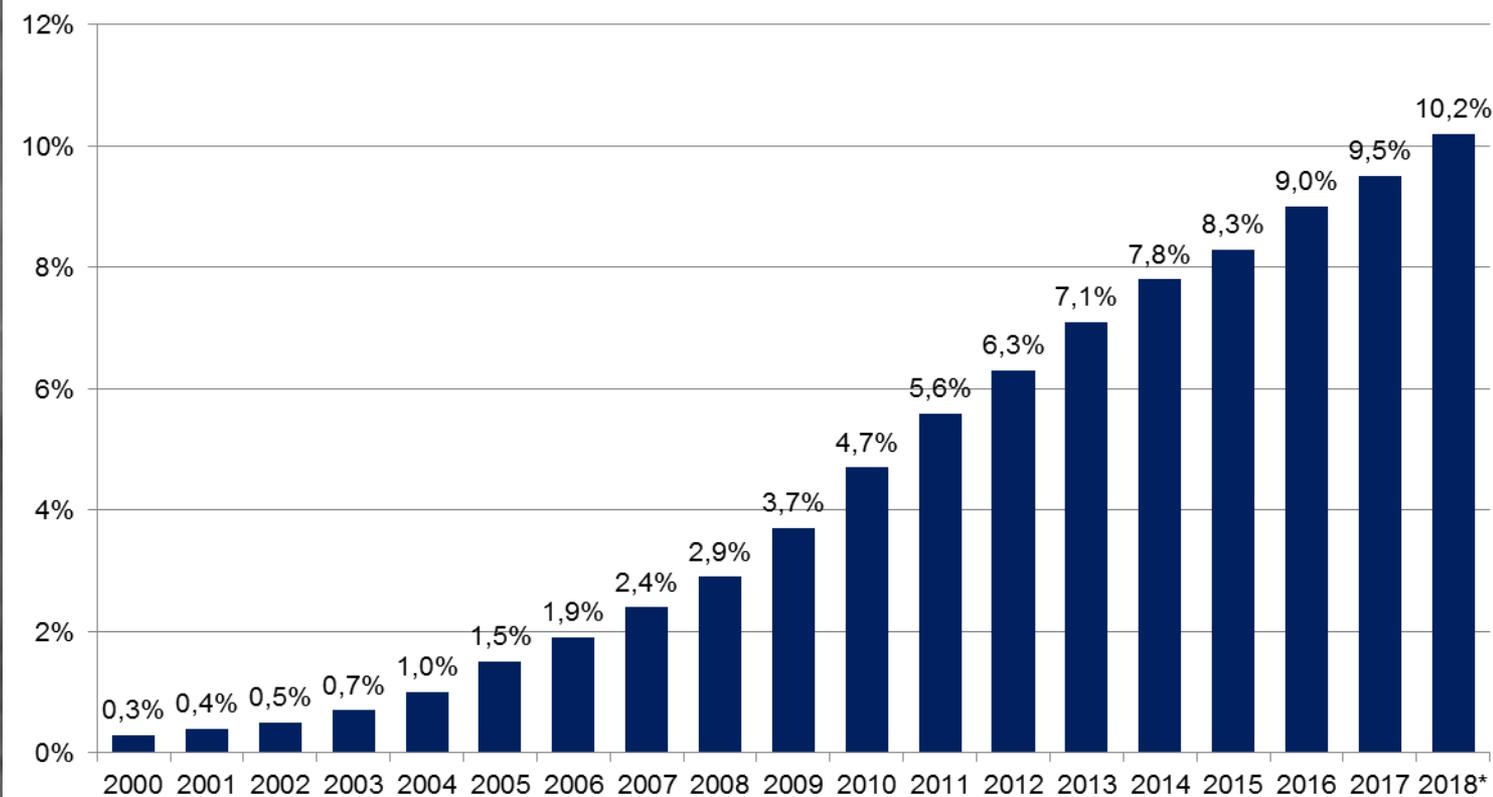


Quelle: eigene Darstellung nach EHI (2018): Gesamtumsatz im interaktiven Handel mit Waren in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2017 mit Prognose für 2018 (in Milliarden Euro), abrufbar unter www.handelsdaten.de, zuletzt zugegriffen am 18.05.2018

Trends und Entwicklungen im Einzelhandel

– Online-Handel –

Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland (in %)

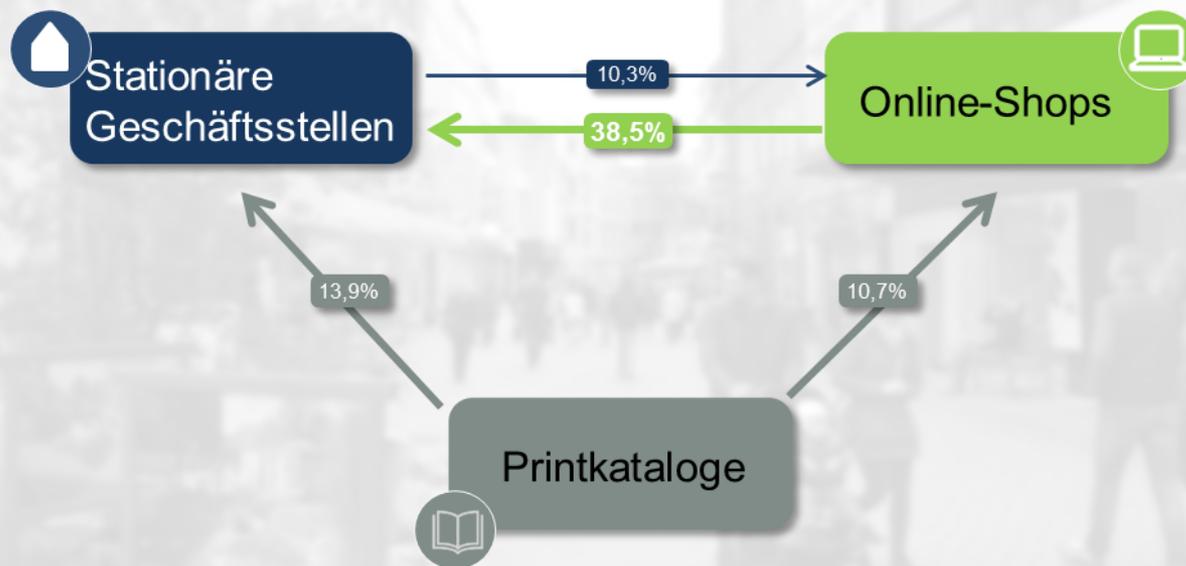


Quelle: eigene Darstellung nach EHI (2018): Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2017 mit Prognose für 2018 (in Prozent), abrufbar unter www.handelsdaten.de, zuletzt zugegriffen am 18.05.2018

Trends und Entwicklungen im Einzelhandel

– Kundenverhalten –

Cross-Channel Commerce wird Regelfall



Quelle: ECC Köln Studie, „Cross-Chanel im Umbruch – Das Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten Vol.7“

Trends und Entwicklungen im Einzelhandel

– Nachfrageseite –

- Wachstum der Bevölkerung > ausschließlich durch Wanderungsgewinne
- Wachsender Anteil älterer Menschen
- Preisbewusstsein („Geiz-ist-geil-Mentalität“) weicht einem zunehmenden Qualitätsbewusstsein
- Gezielte Unterscheidung zwischen Versorgungs- und Erlebniseinkäufen



Erhebung und dezidierte Untersuchung
der Situation des Einzelhandels und der
weiteren zentrenbedeutsamen Funktionen



Methodische Vorgehensweise

– Einzelhandelserhebung –

- Erhebungsdaten der Stadt Oldenburg für die gesamte Stadt aus dem Jahr 2012
- Eigene Erhebung des Einzelhandels in der Innenstadt im April / Mai 2018
- Sortimentsgenaue Erfassung der Einzelhandelsbetriebe
 - Basis: 50 Sortimentsgruppen
 - zusammengefasst in
 - 17 Warengruppen
 - 3 Bedarfsstufen

kurzfristiger
Bedarf

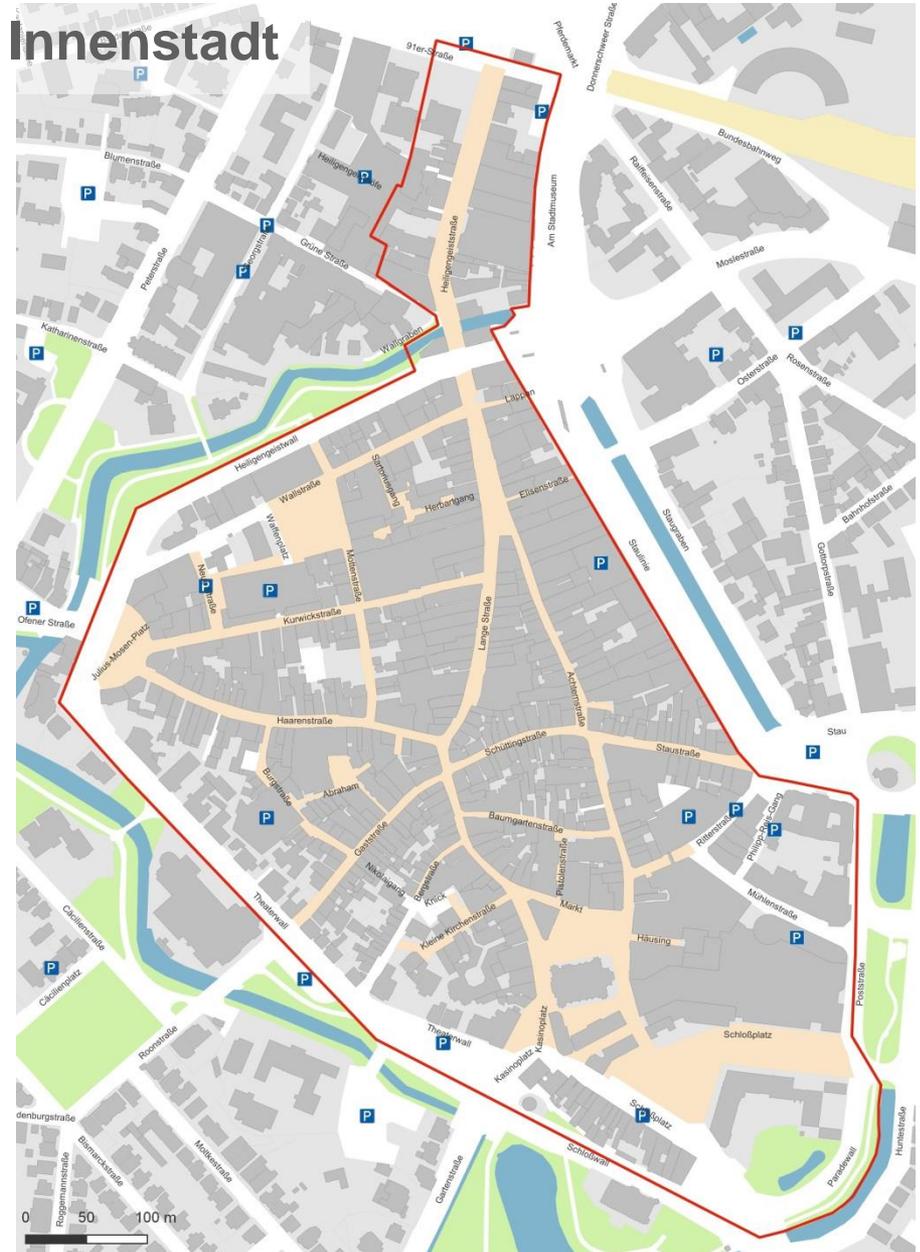
mittelfristiger
Bedarf

langfristiger
Bedarf

Hauptwarengruppen
Nahrungs- und Genussmittel
Blumen (Indoor) / Zoo
Gesundheit und Körperpflege
Papier/Büroartikel/Schreibwaren (PBS) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher
<i>überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>
Bekleidung / Textilien
Schuhe / Lederwaren
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel
Sport und Freizeit
<i>überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>
Wohneinrichtung
Möbel
Elektro / Leuchten
Elektronik / Multimedia
medizinische und orthopädische Artikel
Uhren /Schmuck
Baumarktsortimente
Gartenmarktsortimente
<i>überwiegend langfristiger Bedarf</i>
Sonstige

Abgrenzung der Oldenburger Innenstadt

Innenstadt = zentraler Versorgungsbereich Typ A (rote Abgrenzung) gemäß Einzelhandelsentwicklungskonzept 2015



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LCLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung



Analyse Oldenburger Innenstadt

– Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen –

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	52	4.500	7 %
Blumen (Indoor) / Zoo	6	600	6 %
Gesundheit und Körperpflege	24	5.250	35 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	14	4.800	44 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	96	15.150	14 %
Bekleidung	107	47.600	68 %
Schuhe / Lederwaren	29	10.450	59 %
GPK / Haushaltswaren	15	3.400	16 %
Spielwaren / Hobbyartikel	14	3.900	38 %
Sport und Freizeit	14	5.600	37 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	179	70.950	53 %
Wohn Einrichtung	14	4.450	27 %
Möbel	7	1.500	2 %
Elektro / Leuchten	2	1.000	10 %
Elektronik / Multimedia	20	2.750	22 %
Medizinische und orthopädische Art.	16	1.500	53 %
Uhren / Schmuck	32	1.950	69 %
Baumarktsortimente	-	<100	<1 %
Gartenmarktsortimente	-	<100	<1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	91	13.350	7 %
Sonstiges	-	200	3 %
Gesamtsumme	366	99.650	22 %

Quelle: eigene Erhebungen (April / Mai 2018) und Dr. Donato Accocella 2015; eigene Berechnung; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Analyse Oldenburger Innenstadt

– Vergleichsstädte –

	Oldenburg	Darmstadt	Erfurt	Göttingen	Saarbrücken	Ø Städte 100 - 250 Tsd. Ew.
zentralörtliche Funktion	OZ	OZ	OZ	OZ	OZ	-
Einwohnerzahl	168.100	160.700	213.400	134.800	183.300	183.400
Gesamtverkaufs- fläche	443.900 m ²	281.000 m ²	424.400 m ²	268.600 m ²	398.800 m ²	337.100 m ²
<i>davon in der Innenstadt</i>	99.600 m ²	118.900 m ²	93.800 m ²	84.300 m ²	126.400 m ²	85.700 m ²
<i>in %</i>	22 %	42 %	22 %	31 %	32 %	25 %

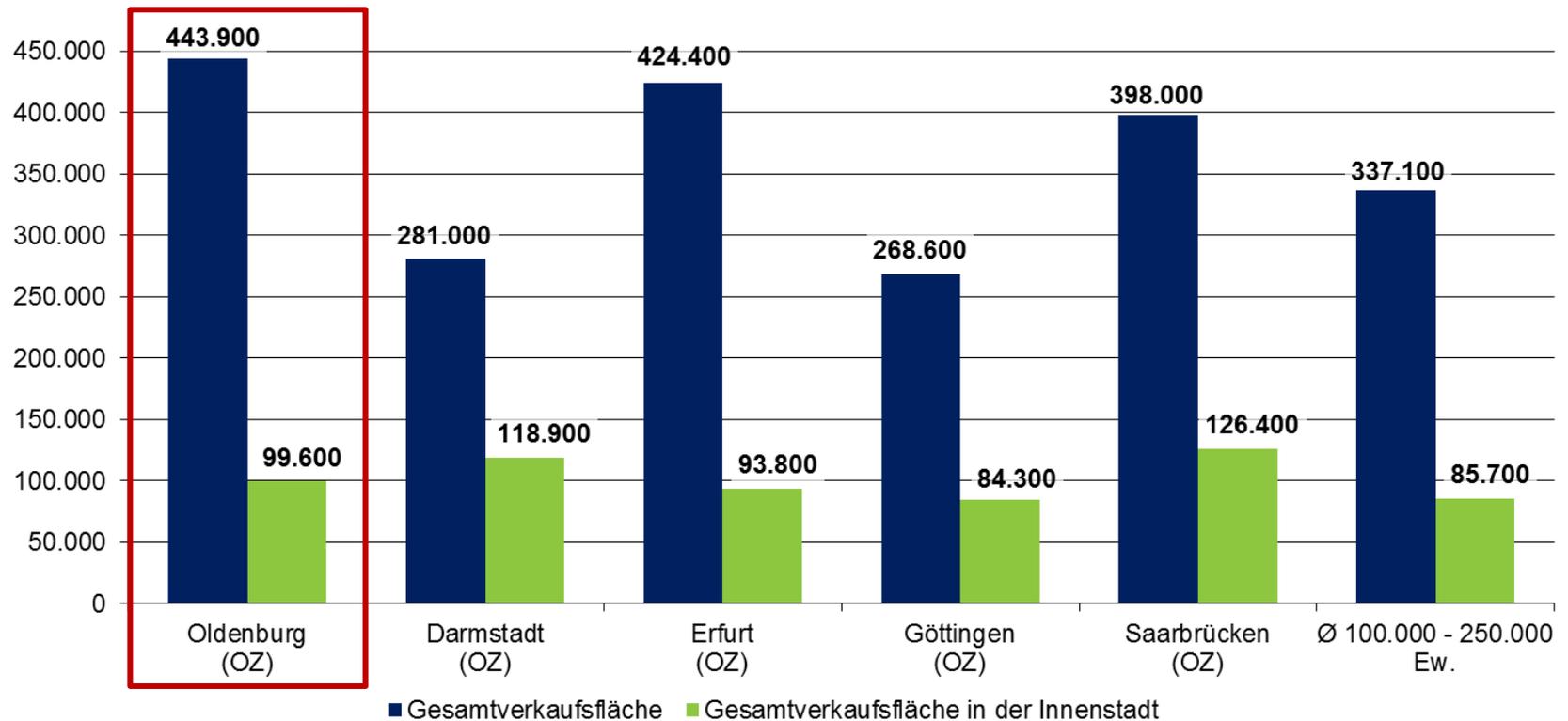
OZ = Oberzentrum

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der eigenen Erhebungen (April / Mai 2018) und Dr. Donato Accocella 2015 : übrige Städte: eigene Erhebungen sowie Einwohnerzahlen: gemäß Angaben auf Internetpräsenzen der Städte



Analyse Oldenburger Innenstadt

– Verkaufsfläche Gesamt- und Innenstadt in m² im Vergleich –

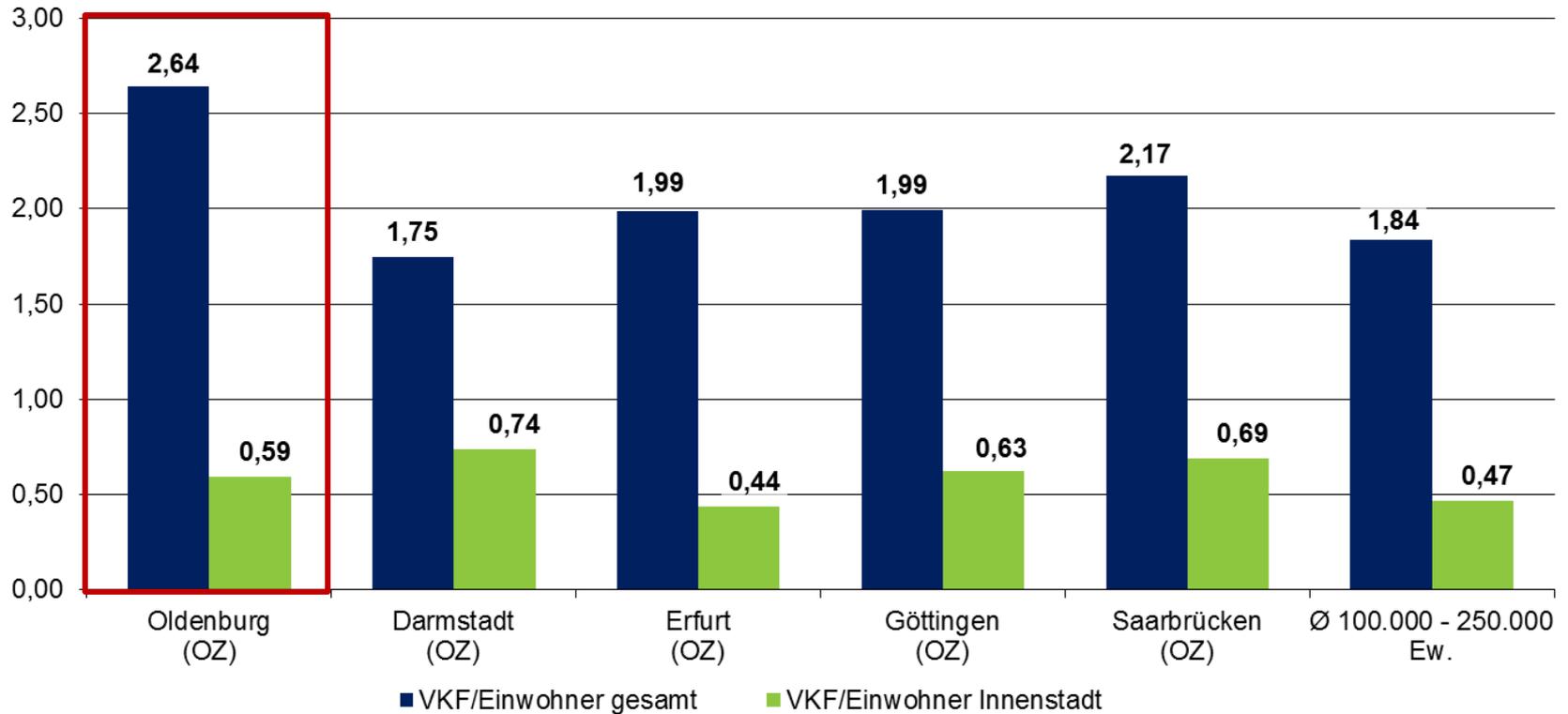


Quelle: eigene Darstellung auf Basis der eigenen Erhebungen (April / Mai 2018) und Dr. Donato Accocella 2015 : übrige Städte: eigene Erhebungen sowie Einwohnerzahlen: gemäß Angaben auf Internetpräsenzen der Städte



Analyse Oldenburger Innenstadt

– Verkaufsfläche Gesamt- und Innenstadt pro Einwohner in m² im Vergleich –



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der eigenen Erhebungen (April / Mai 2018) und Dr. Donato Accocella 2015 : übrige Städte: eigene Erhebungen sowie Einwohnerzahlen: gemäß Angaben auf Internetpräsenzen der Städte



Analyse Oldenburger Innenstadt

– Anteile der Innenstadt an den Verkaufsflächen der Gesamtstadt im Vergleich (ausgewählte Warengruppen) –

Warengruppe	Oldenburg	Darmstadt	Erfurt	Göttingen	Saarbrücken	Ø Städte 100 - 250 Tsd. Ew.
Nahrungs- und Genussmittel	7%	16%	8%	19%	7%	9%
Blumen (Indoor) / Zoo	6%	13%	7%	7%	3%	5%
Gesundheit und Körperpflege	35%	44%	29%	39%	32%	28%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	44%	60%	50%	67%	46%	51%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	14%	25%	14%	24%	14%	15%
Bekleidung	68%	91%	64%	79%	78%	70%
Schuhe / Lederwaren	59%	93%	61%	69%	71%	63%
GPK / Haushaltswaren	16%	49%	24%	41%	45%	32%
Spielwaren / Hobbyartikel	38%	52%	35%	32%	40%	46%
Sport und Freizeit	37%	67%	46%	31%	54%	42%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	53%	82%	55%	61%	71%	60%
Wohneinrichtung	27%	34%	18%	40%	32%	27%
Möbel	2%	25%	1%	4%	2%	6%
Elektro / Leuchten	10%	35%	10%	17%	19%	24%
Elektronik / Multimedia	22%	75%	30%	38%	46%	43%
Medizin. und orthopäd. Art.	54%	64%	57%	80%	36%	37%
Uhren / Schmuck	69%	87%	70%	91%	74%	71%
Bau- und Gartenmarktsortimente	<1%	<1%	<1%	1%	1%	1%
Überwiegend langfristiger Bedarf	7%	22%	7%	15%	12%	12%
Sonstiges	3%	43%	13%	18%	35%	17%
Gesamtsumme	22%	42%	22%	31%	32%	25%



Analyse Oldenburger Innenstadt

– innerstädtische Verkaufsfläche ausgewählter Sortimente pro Einwohner in m² im Vergleich –

Warengruppe	Oldenburg	Darmstadt	Erfurt	Göttingen	Saarbrücken	Ø Städte 100 - 250 Tsd. Ew.
Nahrungs- und Genussmittel	0,03	0,06	0,03	0,09	0,03	0,03
Blumen (Indoor) / Zoo	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01
Gesundheit und Körperpflege	0,03	0,03	0,02	0,03	0,03	0,02
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	0,03	0,04	0,02	0,04	0,03	0,03
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	0,09	0,14	0,08	0,17	0,09	0,09
Bekleidung	0,28	0,31	0,20	0,23	0,37	0,20
Schuhe / Lederwaren	0,06	0,06	0,04	0,05	0,06	0,04
GPK / Haushaltswaren	0,02	0,03	0,02	0,03	0,03	0,02
Spielwaren / Hobbyartikel	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01
Sport und Freizeit	0,03	0,04	0,02	0,03	0,02	0,02
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	0,42	0,46	0,29	0,34	0,50	0,29
Wohneinrichtung	0,03	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02
Möbel	<0,01	0,03	<0,01	0,01	<0,01	0,01
Elektro / Leuchten	<0,01	0,02	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01
Elektronik / Multimedia	0,02	0,05	0,02	0,03	0,03	0,03
Medizin. und orthopäd. Art.	<0,01	<0,01	<0,01	0,01	<0,01	<0,01
Uhren / Schmuck	0,01	0,01	<0,01	0,01	0,02	<0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01
Überwiegend langfristiger Bedarf	0,08	0,14	0,06	0,11	0,09	0,09
Sonstiges	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01
Gesamtsumme	0,59	0,74	0,44	0,63	0,69	0,47

Quelle: eigene Berechnung auf Basis der eigenen Erhebungen (April / Mai 2018) und Dr. Donato Accocella 2015; übrige Städte: eigene Erhebungen; sowie Einwohnerzahlen; gemäß Angaben auf Internetpräsenzen der Städte

Analyse Oldenburger Innenstadt

– Einzelhandelsbesatz –

- 366 Einzelhandelsbetriebe mit rund 99.700 m² Verkaufsfläche
- 18 großflächige Einzelhandelsbetriebe
- Strukturprägende Anbieter v.a. aus dem Textilbereich; Magnetbetriebe u.a. Leffers, Galeria Kaufhof, C&A, Bruns Männermode
- Innerstädtisches Shopping-Center (Schloss Höfe, ECE)

Großflächiger Einzelhandel (> 800 m²)

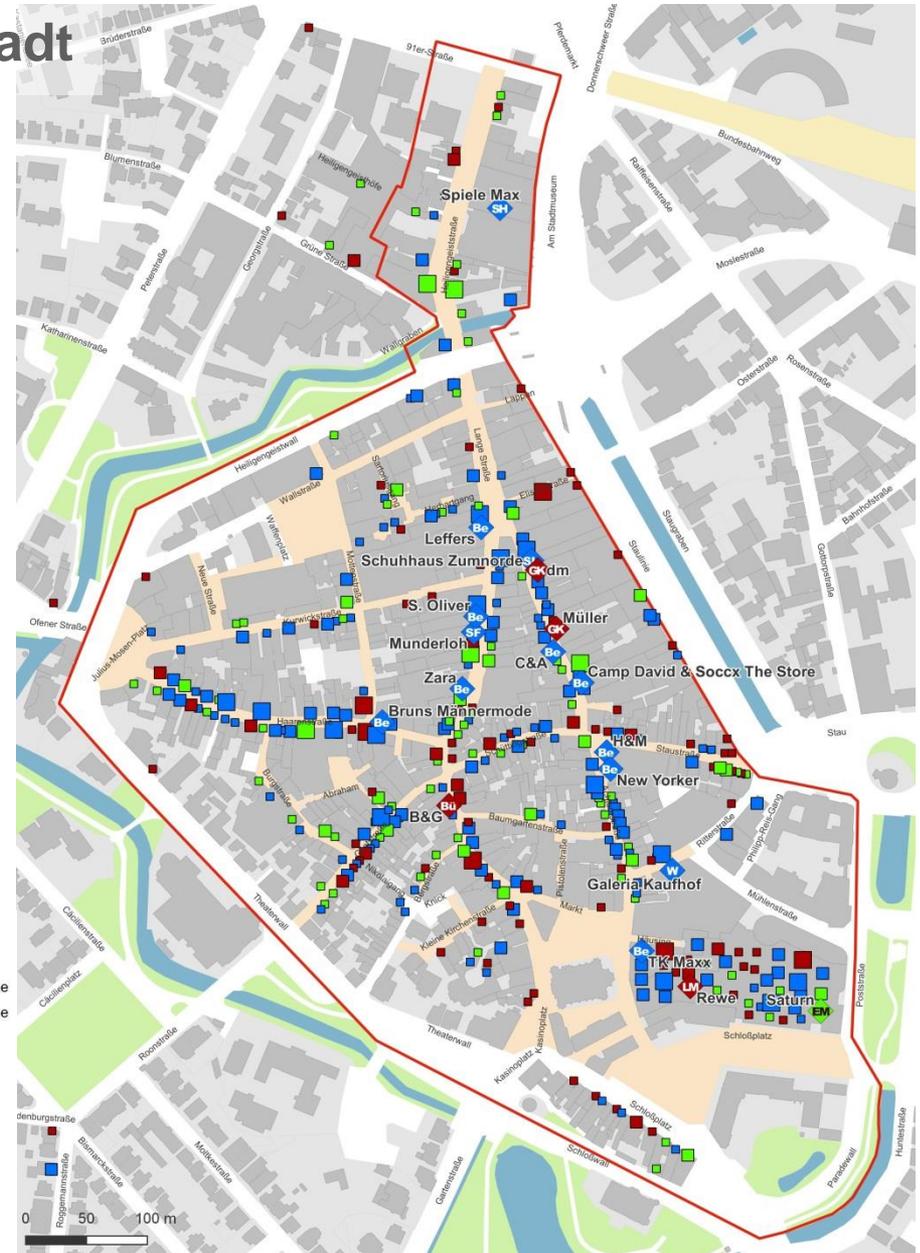
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit und Körperpflege
- PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher
- Bekleidung
- Schuhe / Lederwaren
- Spielwaren / Hobbyartikel
- Sport und Freizeit
- Warenhaus
- Elektronik / Multimedia

Sonstiger Einzelhandel (≤ 800 m²)

- < 100 m² Gesamtverkaufsfläche
- 100 - 399 m² Gesamtverkaufsfläche
- 400 - 800 m² Gesamtverkaufsfläche

Darstellung der Bedarfsstufen

- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf



Analyse Oldenburger Innenstadt

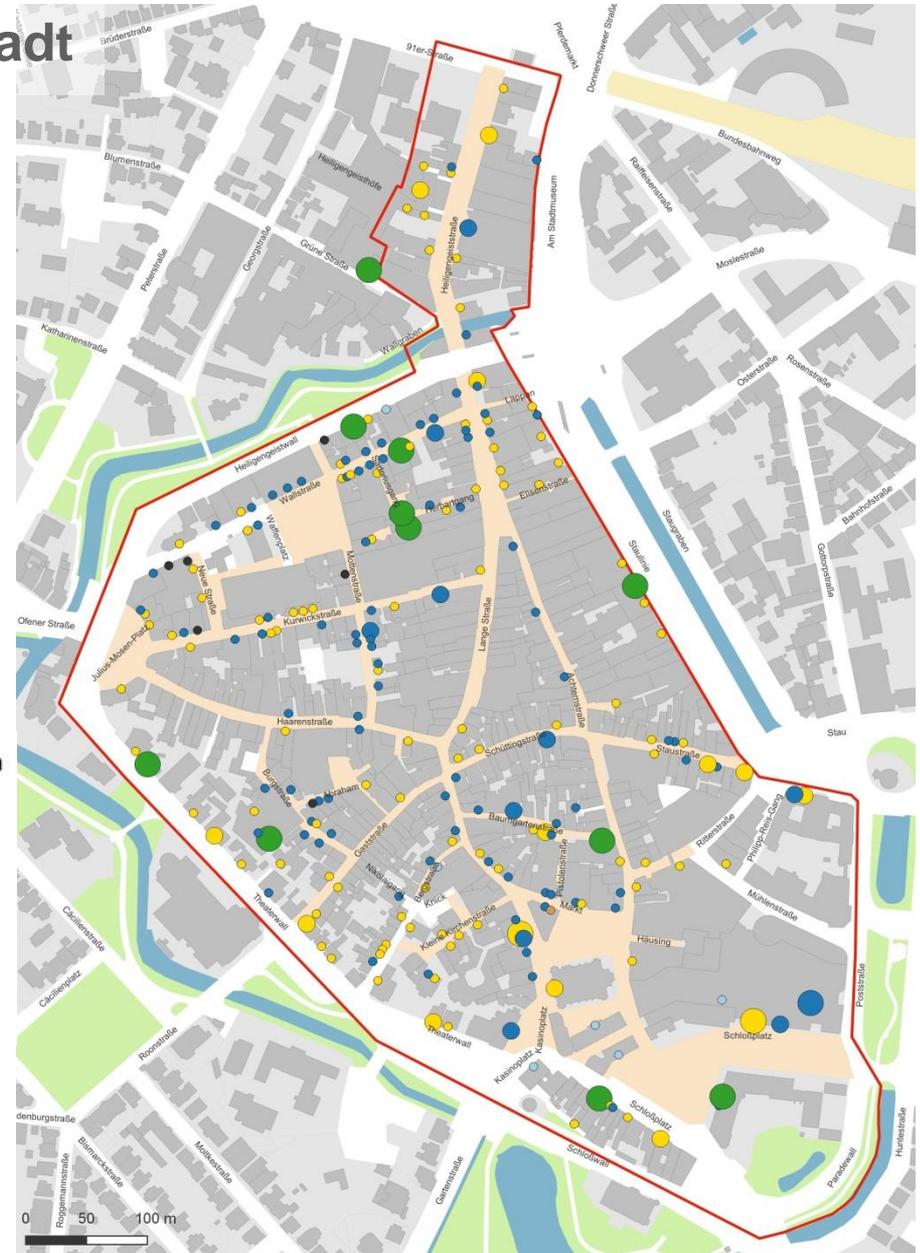
– sonstige Nutzungen –

Sonstige Nutzungen

- 1 sonst. Nutzung
- 2-4 sonst. Nutzungen
- mehr als 4 sonst. Nutzungen

Darstellung der sonstigen Nutzungen

- Dienstleistung & Handwerk
- Gastgewerbe
- Kunst, Kultur, Bildung
- Öffentliche Einrichtung
- Sonstiges
- Leerstand (kein EH-Leerstand)

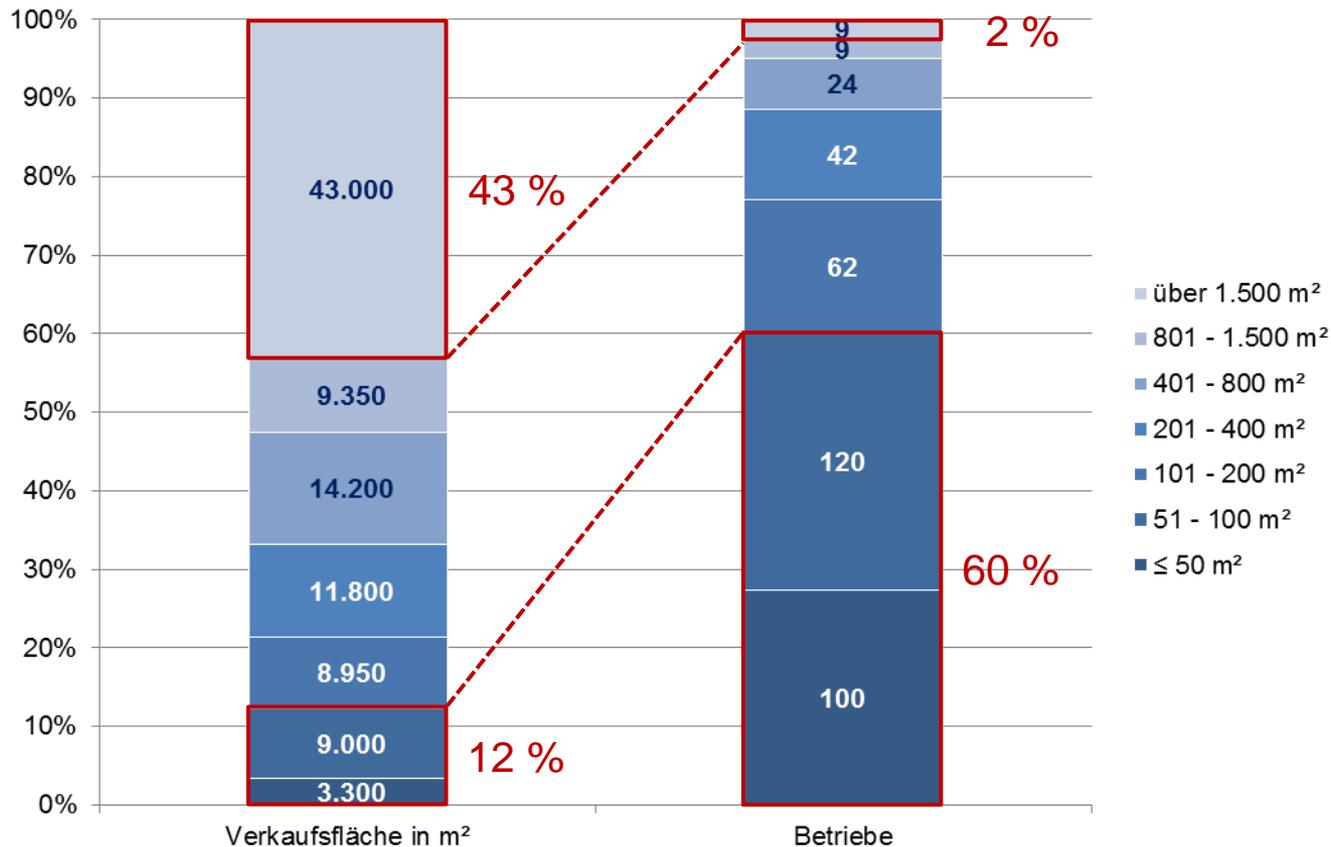




Analyse Oldenburger Innenstadt

– Betriebsgrößen –

- durchschnittliche Betriebsgröße von 272 m² Verkaufsfläche in der Oldenburger Innenstadt (Vergleich J+K Datenbank: Ø Städte 100 - 250 Tsd. Einwohner rund 232 m²)

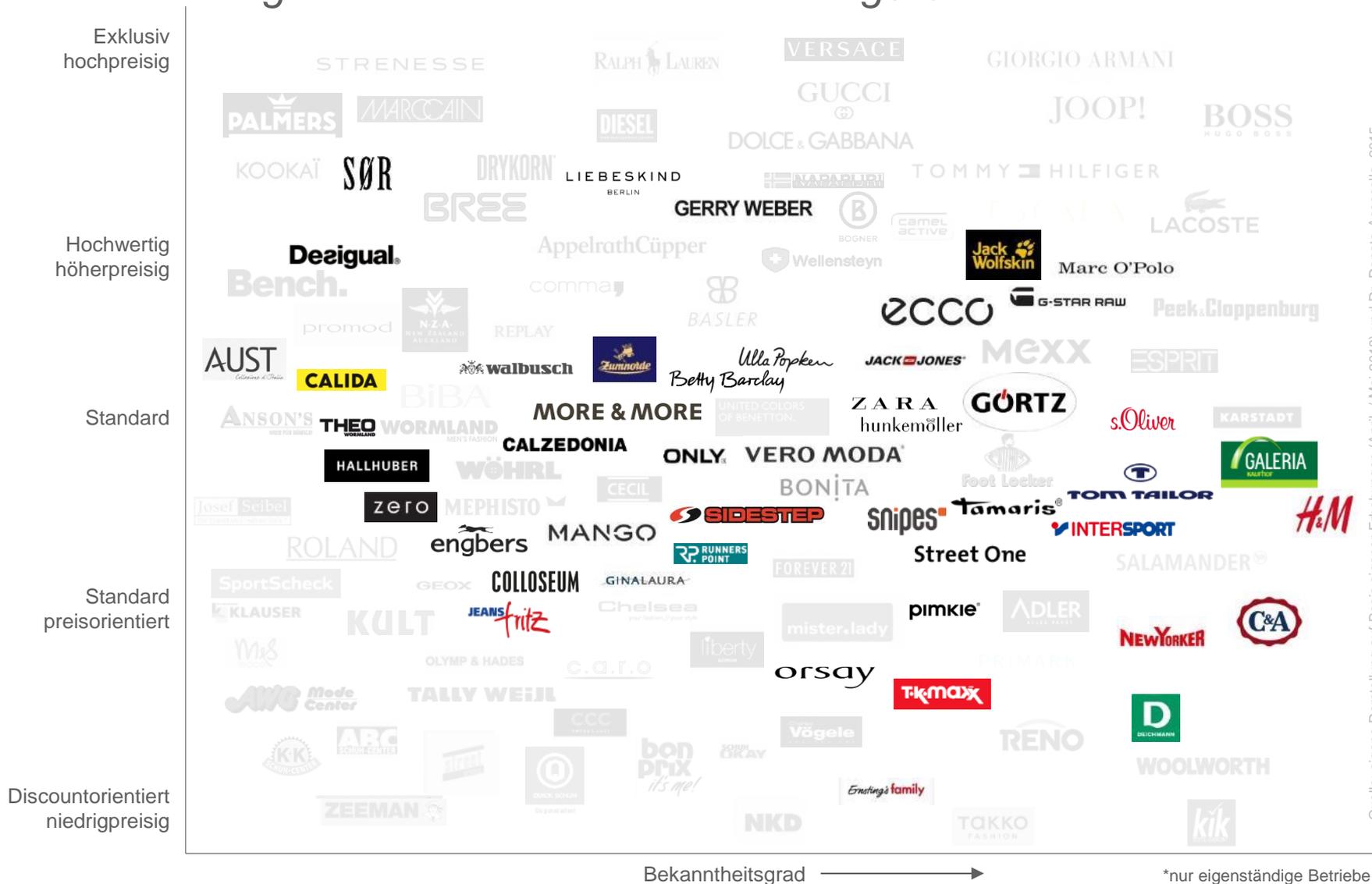


Quelle: eigene Darstellung auf Basis eigener Erhebungen (April / Mai 2018) und Dr. Donato Accocella 2015



Analyse Oldenburger Innenstadt

– Profilierung in den Leitbranchen Bekleidung / Schuhe - Filialisten* –



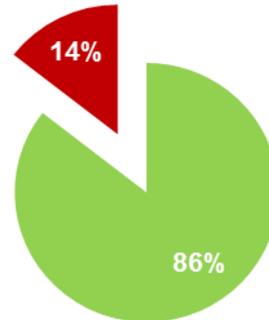
Quelle: eigene Darstellung auf Basis eigener Erhebungen (April / Mai 2018) und Dr. Donato Accocella 2015



Analyse Oldenburger Innenstadt

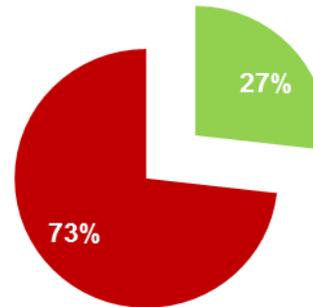
– Befragung der Einzelhändler* zum Online-Handel –

Eigener Internetauftritt?



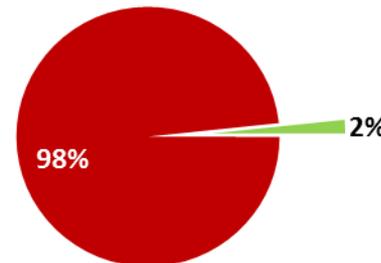
201 Händler haben einen eigenen Internetauftritt

Eigener Online-Shop?



63 Händler haben einen eigenen Online-Shop

Verkauf über andere Plattformen



4 Händler verkaufen online über verschiedene Plattformen (z.B. ebay)

*nur inhabergeführter Facheinzelhandel

■ Ja ■ Nein

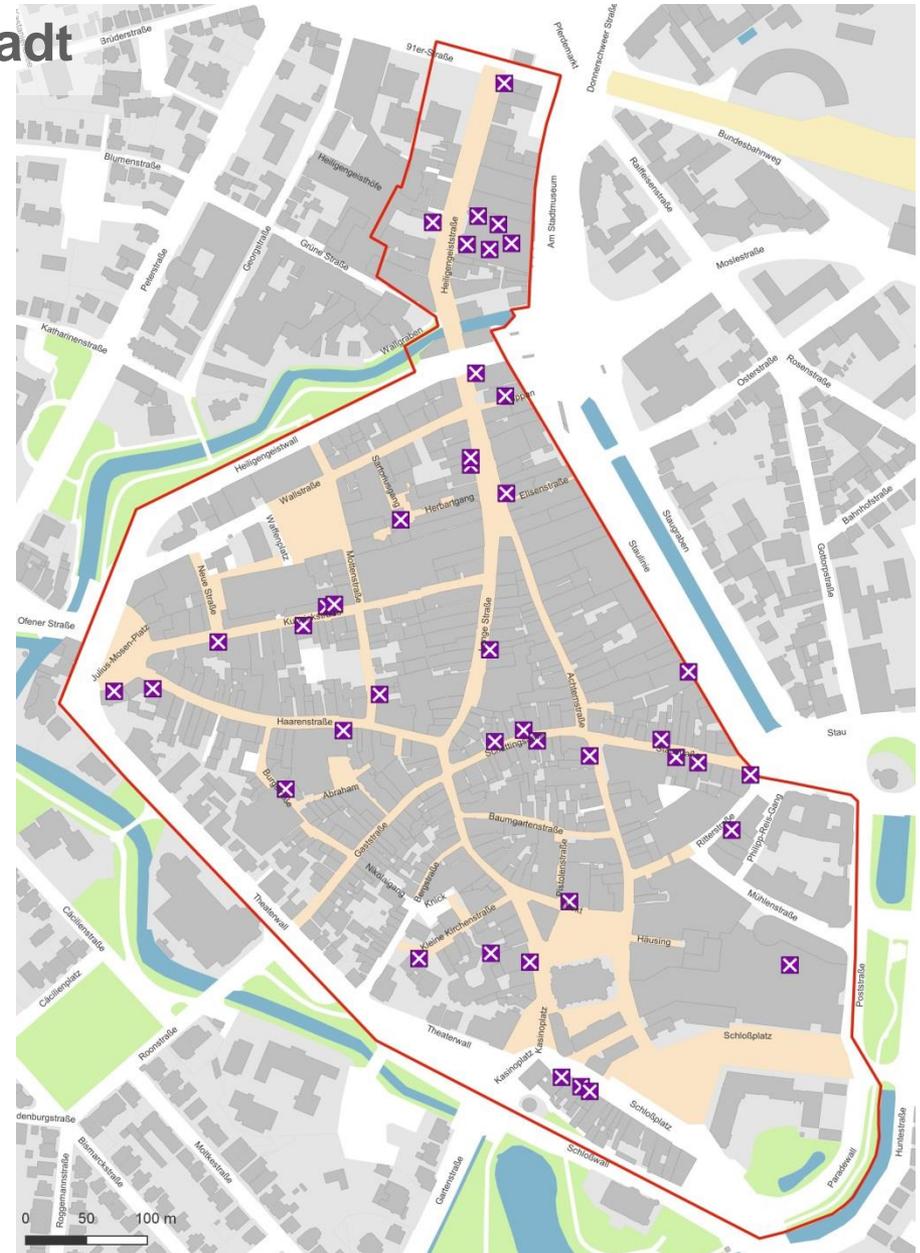
n=235

Quelle: eigene Darstellung auf Basis eigener Erhebungen (April / Mai 2018)

Analyse Oldenburger Innenstadt

– Leerstandssituation –

- 41 Leerstände mit 7.500 m² geschätzter Verkaufsfläche
- 7 % verkaufsflächenbezogene Leerstandsquote
- Mit einer Ausnahme (ehemals Saturn im City Center Oldenburg, Heiligengeiststraße) ausschließlich kleinflächige Leerstände; durchschnittliche Größe ca. 180 m²
- Konzentrationen v.a. in den Randbereichen; u.a. Heiligengeiststraße, Staustraße, Kurwickstraße

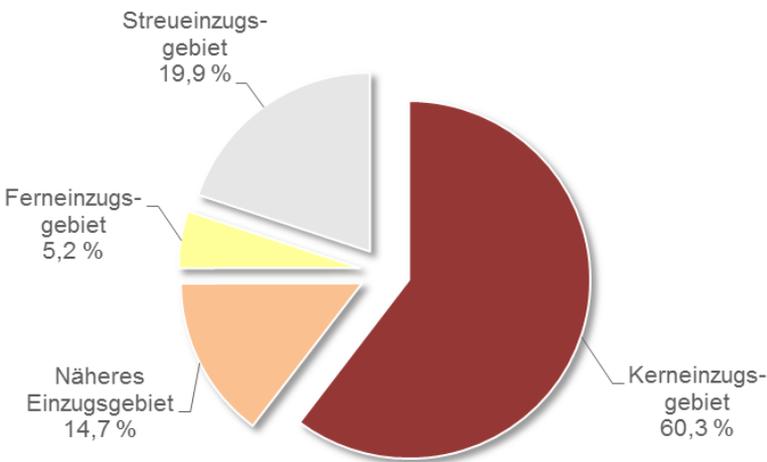
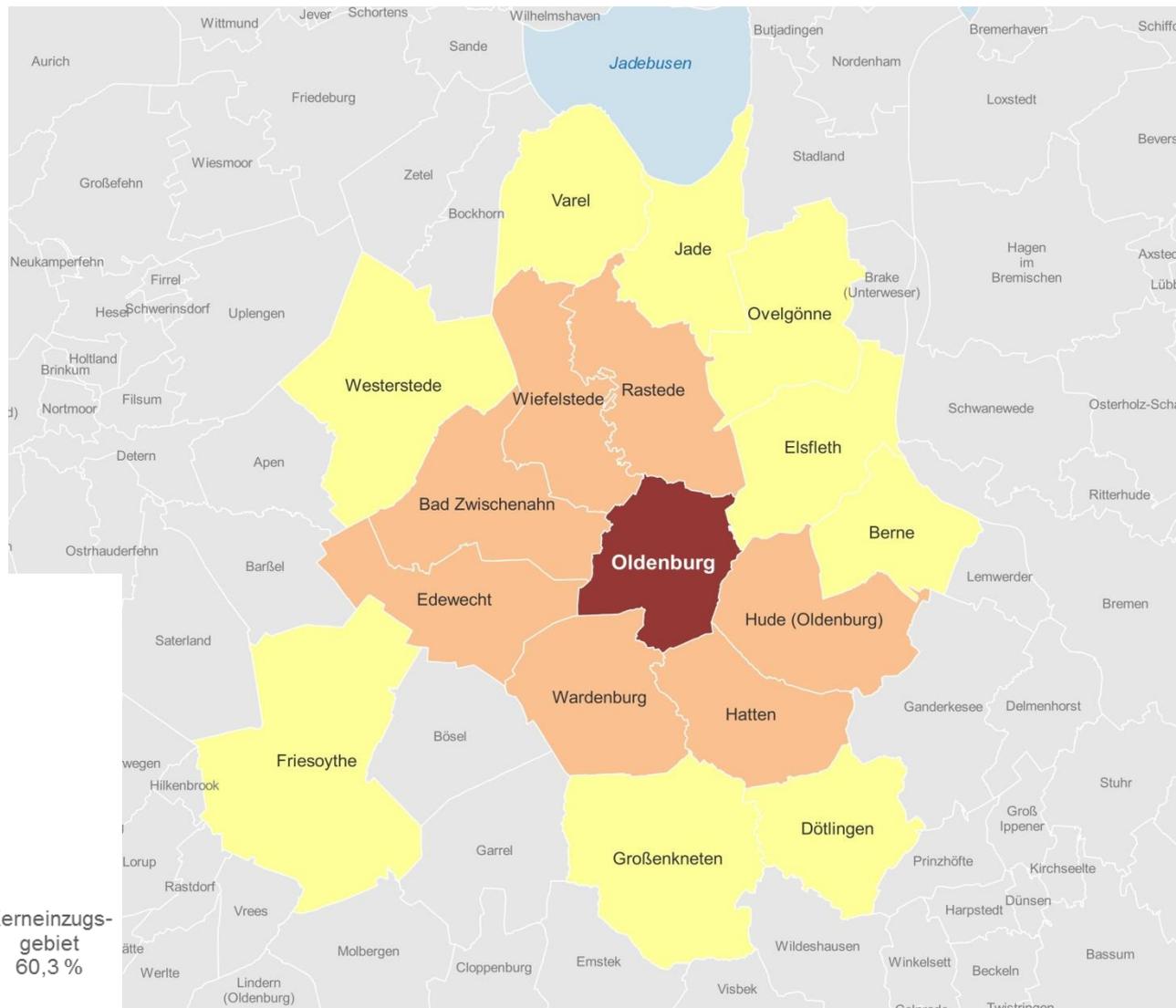




Kundenherkunftserhebung – vorläufiges Ergebnis

- Befragung in der 22. Kalenderwoche:
Montag, 28.05.2018 bis Samstag, 02.06.2018
- Information der Oldenburger Einzelhändler und Kunden im Vorfeld durch die örtliche Presse sowie durch das City-Management Oldenburg
- Teilnahme von 62 Einzelhandelsbetrieben von 151 angefragten Betrieben in der Oldenburger Innenstadt (17 % aller Betriebe)
- Möglichst breite Mischung über verschiedene Branchen und Betriebsformen
- Dokumentation der Kundenherkunft:
ca. 4.000 Kunden nach Postleitzahl erfasst (kein Personenbezug möglich)

Kundenherkunftserhebung - vorläufiges Ergebnis



Quelle: eigene Darstellung

Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende lizenziert gemäß CC BY-SA



Analyse Oldenburger Innenstadt

– Zwischenfazit Einzelhandel –

quantitativ

- Verkaufsflächenangebot über alle Bedarfsstufen und Warengruppen
- Anbieter über alle Betriebsgrößen vorhanden
- keine quantitativen Angebotslücken erkennbar

qualitativ

- Alle „Preislagen“ vorhanden - in einer stabilen Mischung
- Mix aus filialisierten und inhabergeführtem Einzelhandel
- Erfreulich, weil überdurchschnittlich hoher Anteil inhabergeführter Fachgeschäfte
- alle Betriebsformen – auch Supermarkt und Discounter – vertreten

Vergleich

- Der **Verkaufsflächenanteil** der Oldenburger Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche liegt mit 22 % leicht unter den Werten der Vergleichsstädte.
- Die einwohnerbezogene **Verkaufsflächenausstattung** ist gesamtstädtisch deutlich überdurchschnittlich. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt ist leicht überdurchschnittlich.



Städtebauliche und raumfunktionale Rahmenbedingungen für die Innenstadt

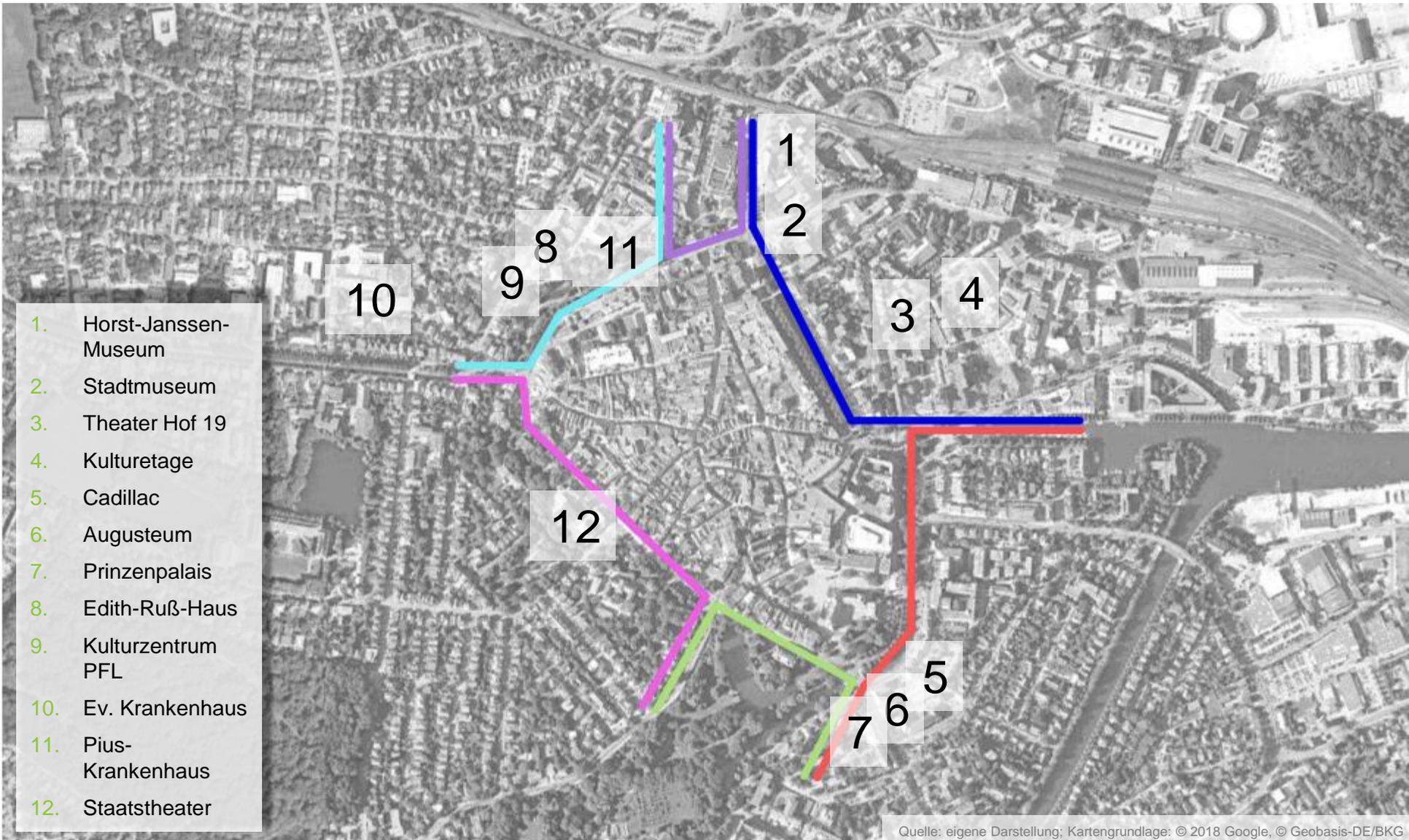


Bezüge zu umliegenden Quartieren



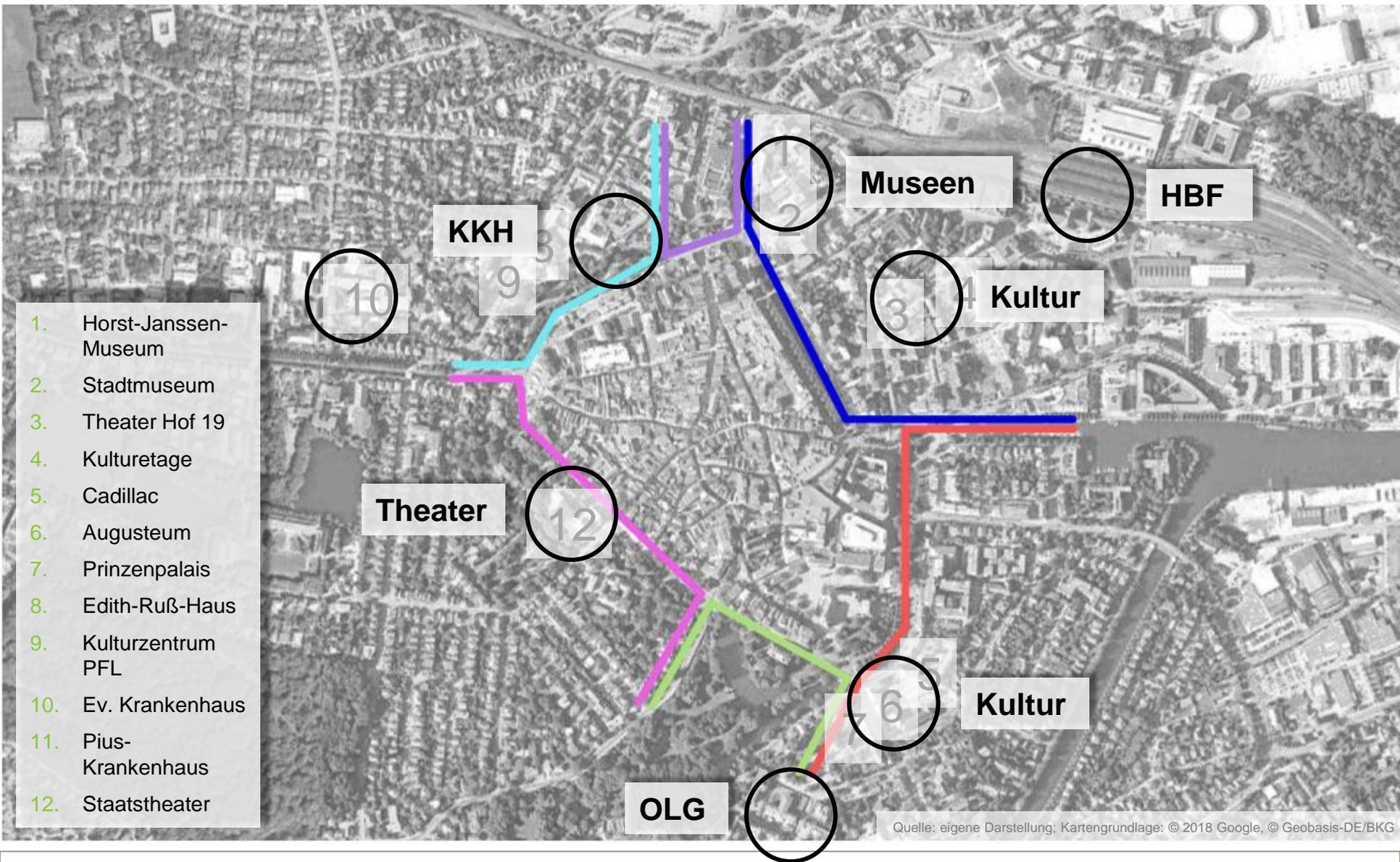
Quelle: © 2018 Google, © Geobasis-DE/BKG

Bezüge zu umliegenden Quartieren

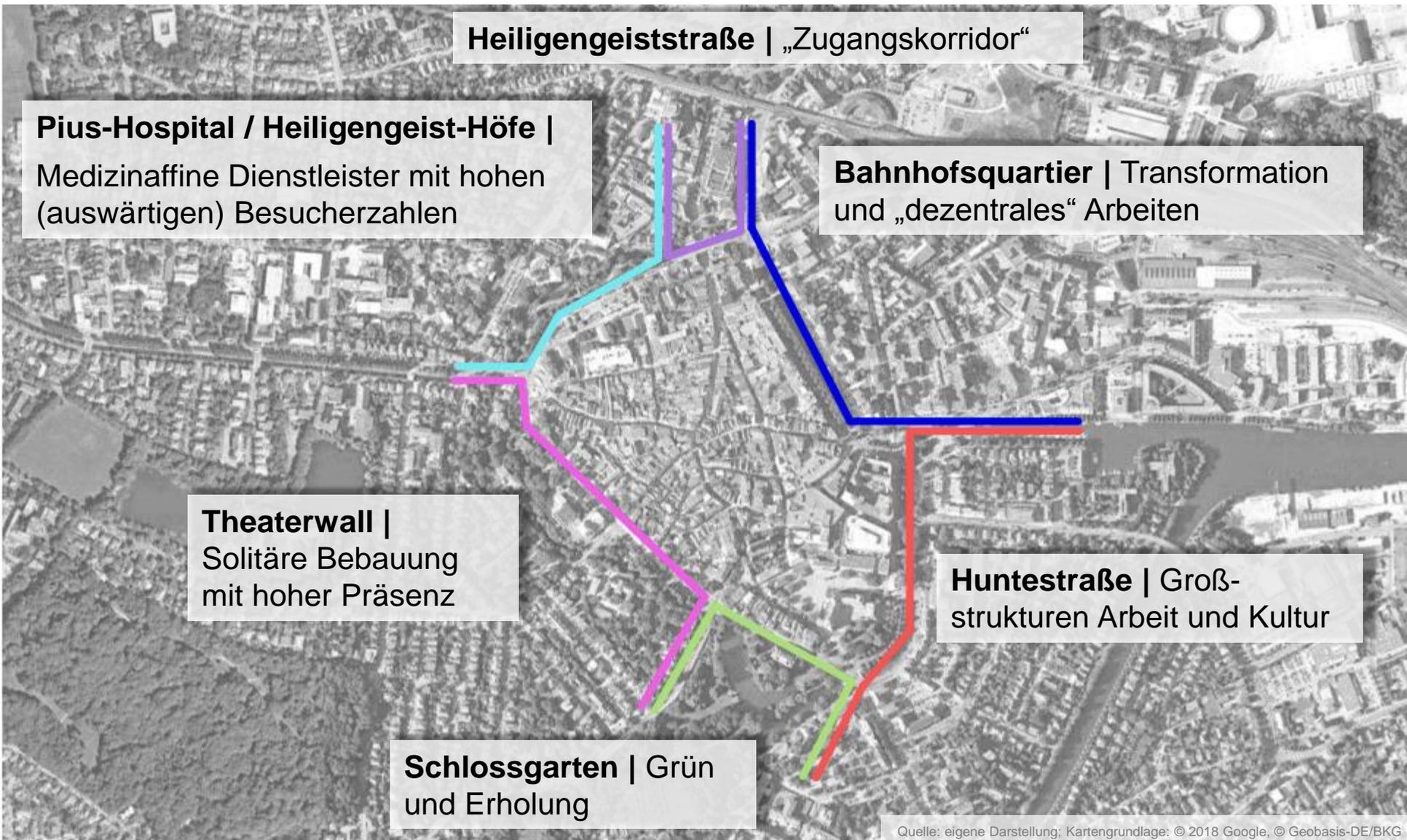


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: © 2018 Google, © Geobasis-DE/BKG

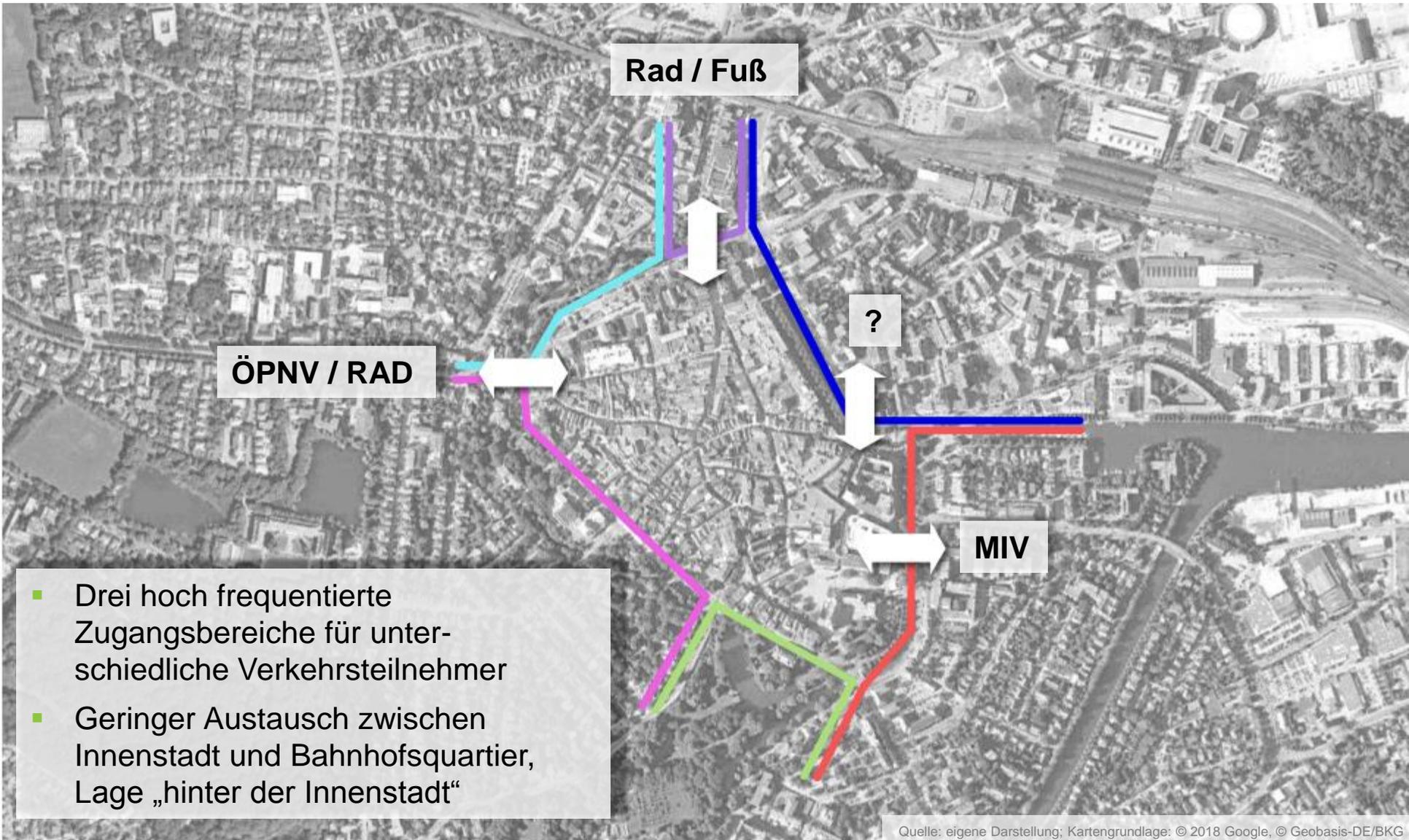
Bezüge zu umliegenden Quartieren



Bezüge zu umliegenden Quartieren



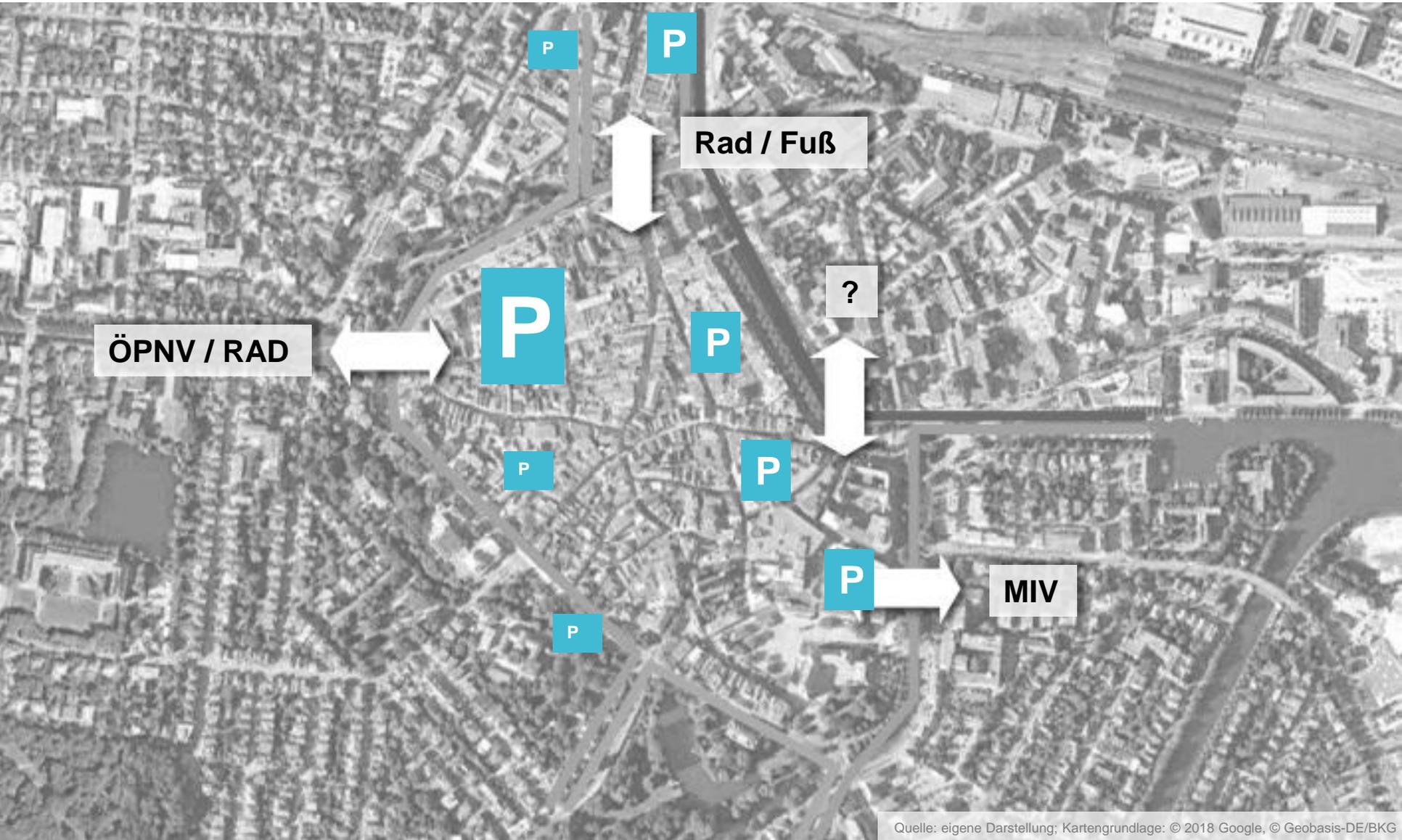
Mobilität



- Drei hoch frequentierte Zugangsbereiche für unterschiedliche Verkehrsteilnehmer
- Geringer Austausch zwischen Innenstadt und Bahnhofsviertel, Lage „hinter der Innenstadt“

Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: © 2018 Google, © Geobasis-DE/BKG

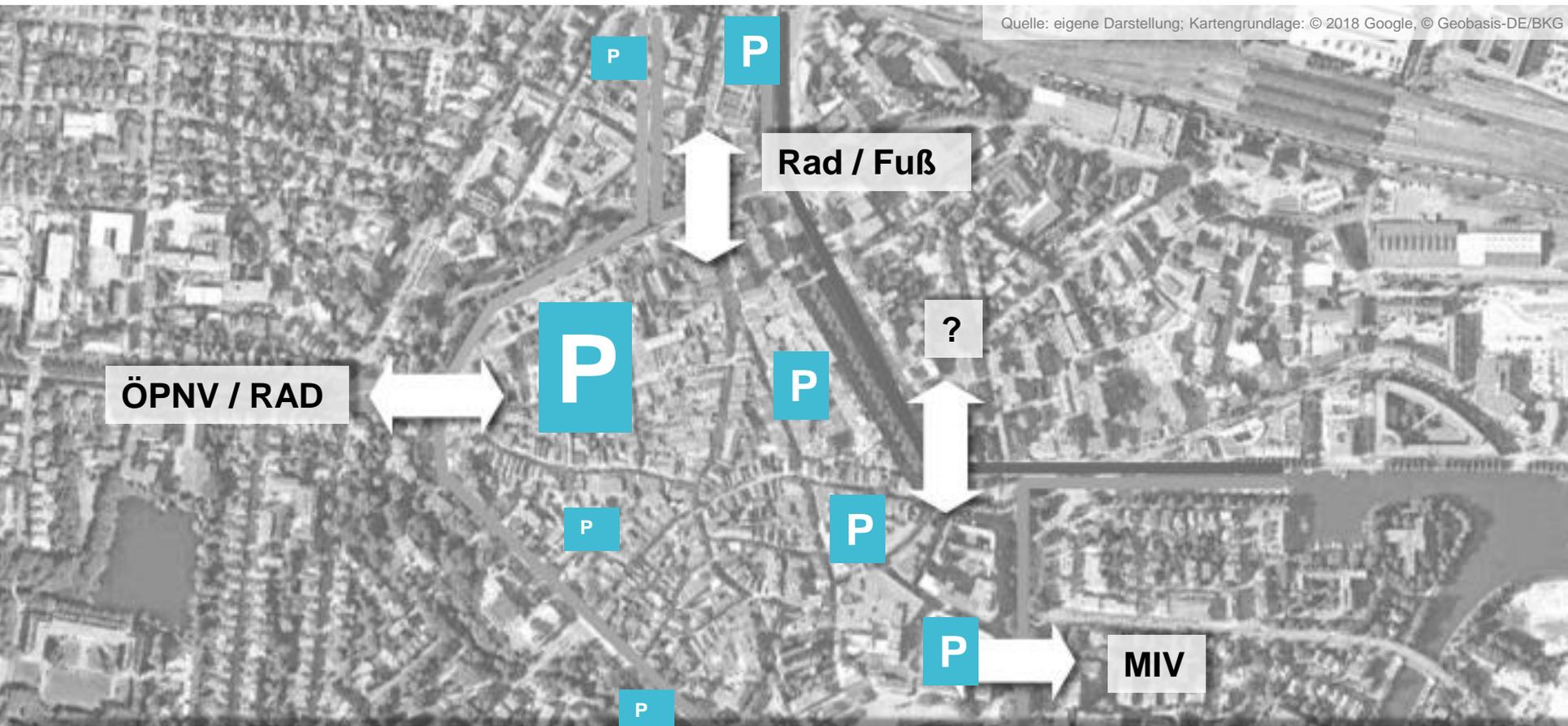
Mobilität



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: © 2018 Google, © Geobasis-DE/BKG

Mobilität

P



- Drei Parkhäuser (rd. 1.200 P) im östlichen Bereich mit „direkter“ Anbindung an FGZ anfahrbar
- Waffenplatz (650 P) als zentraler Anlaufpunkt für Besucher mit „weiterführenden“ Besuchsanlässen?
- Übrige Bereiche „Rad- und Fußpendler“ bzw. punktuelle Besucher (Theater)



- Hoher Anteil Radverkehr – Organisation „ruhender Verkehr“ an den „Außenstellen“ der Innenstadt
- Heiligengeiststraße

Quelle: eigene Aufnahme



- Hoher Anteil Radverkehr – Organisation „ruhender Verkehr“ an den „Außenstellen“ der Innenstadt
- Julius-Mosen-Platz

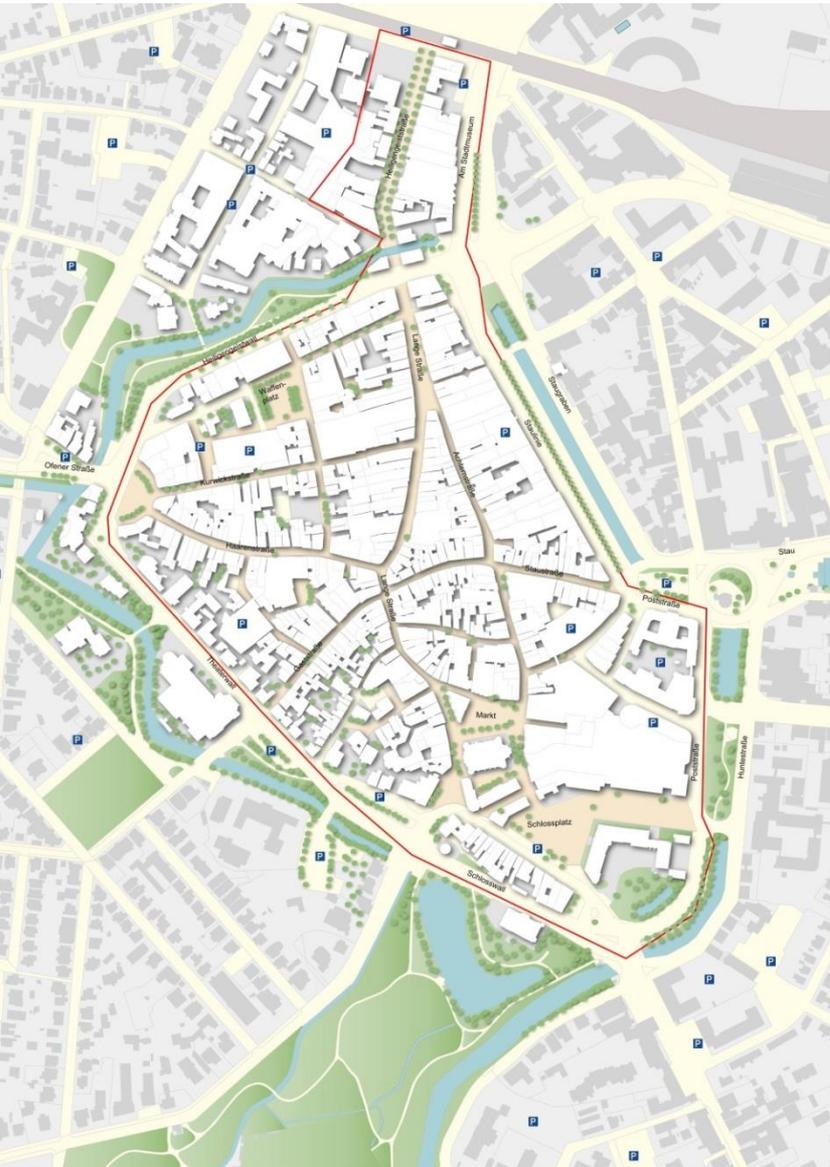
Quelle: eigene Aufnahme



- Hoher Anteil Radverkehr – Organisation „ruhender Verkehr“ an den „Außenstellen“ der Innenstadt
- Mottenstraße

Quelle: eigene Aufnahme

Städtebaulicher und raumfunktionaler Rahmen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Ursprung Garnisonsstadt - Historische Blockstruktur erhalten
- Deutliche Grenzen der Innenstadt
- Historische Blockstrukturen ohne Innenbereiche, Flächen vollständig überbaut (Gebäude mit zwei Fronten)
- Baustruktur stark verdichtet, kaum Potenzialflächen für Entwicklungen vorhanden
- Solitäre Gebäude im südlichen Bereich mit repräsentativen Freiflächen
- Vereinzelte Großstrukturen: Schloss Höfe, Leffers, Kurwickstraße

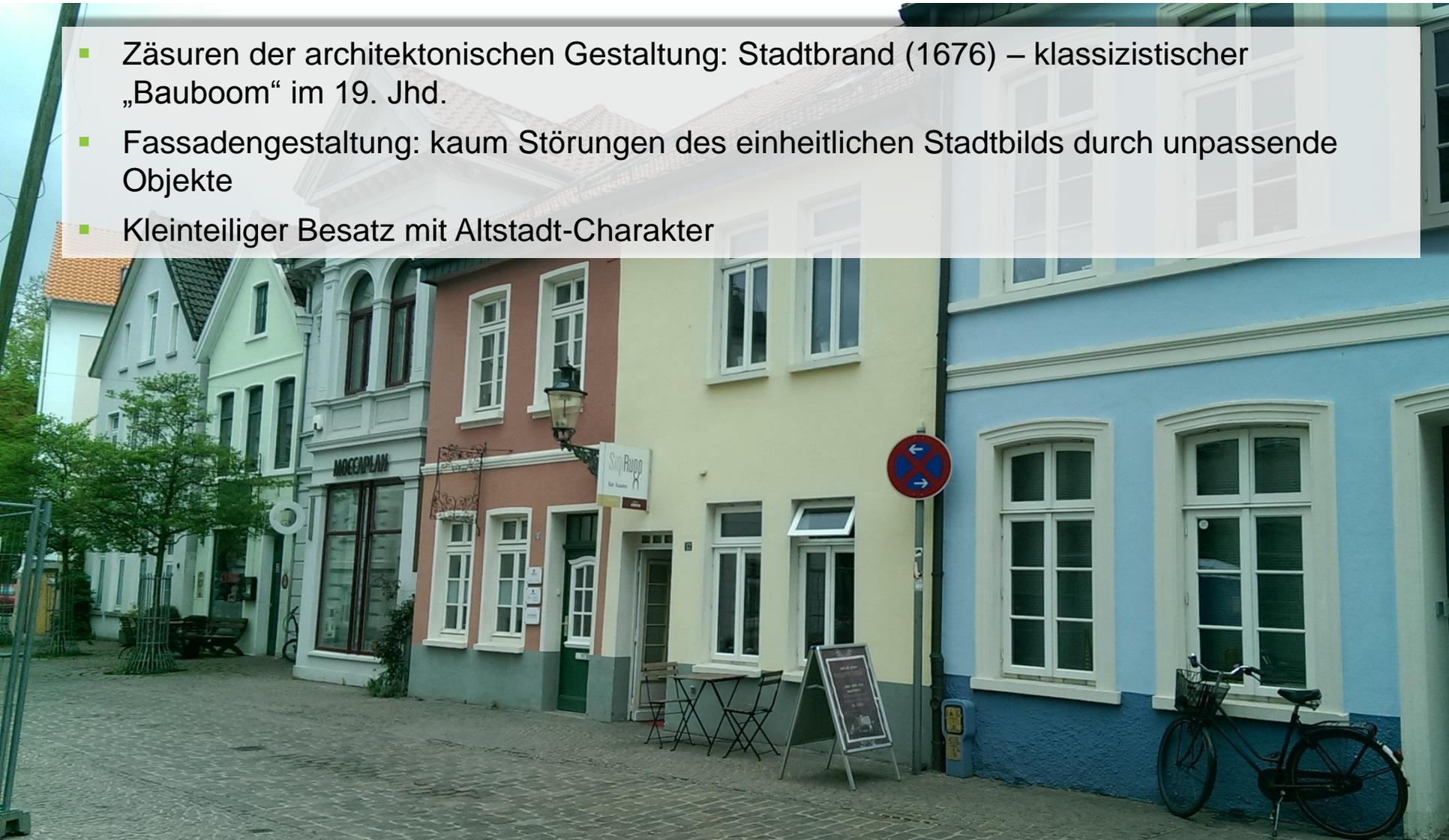
Stadtbild und Fassaden

- Zäsuren der architektonischen Gestaltung: Stadtbrand (1676) – klassizistischer „Bauboom“ im 19. Jhd.
- Fassadengestaltung: kaum Störungen des einheitlichen Stadtbilds durch unpassende Objekte



Stadtbild und Fassaden

- Zäsuren der architektonischen Gestaltung: Stadtbrand (1676) – klassizistischer „Bauboom“ im 19. Jhd.
- Fassadengestaltung: kaum Störungen des einheitlichen Stadtbilds durch unpassende Objekte
- Kleinteiliger Besitz mit Altstadt-Charakter



Stadtbild und Fassaden

- Zäsuren der architektonischen Gestaltung: Stadtbrand (1676) – klassizistischer „Bauboom“ im 19. Jhd.
- Fassadengestaltung: kaum Störungen des einheitlichen Stadtbilds durch unpassende Objekte
- Neubauten mit eigenständigem Erscheinungsbild und zurückhaltender Gestaltung



Stadtbild und Fassaden

- Zäsuren der architektonischen Gestaltung: Stadtbrand (1676) – klassizistischer „Bauboom“ im 19. Jhd.
- Fassadengestaltung: kaum Störungen des einheitlichen Stadtbilds durch unpassende Objekte
- Ausnahme: Blockentwicklung 1970er Jahre



Stadtbild und Fassaden

- Zäsuren der architektonischen Gestaltung: Stadtbrand (1676) – klassizistischer „Bauboom“ im 19. Jhd.
- Fassadengestaltung: kaum Störungen des einheitlichen Stadtbilds durch unpassende Objekte
- Ausnahme: Blockentwicklung 1970er Jahre



Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Geringer Anteil öffentliche Räume im historischen Raster vorhanden
- Wälle als Markenzeichen und Verkehrsraum entwickelt
- Kaum Nutzungskonflikte durch geringe Verkehrsbelastung (MIV) in den inneren Bereichen
- Flächenbedarf Außengastronomie – Engstellen?
- Kein direkter Austausch der Innenstadt mit Wallanlagen und Wasserbereichen, geringer Grünanteil innerhalb der Wälle
- Aufenthalts- und Verweilfunktion der Stadtplätze ausbaufähig – insbesondere in Relation zu den Straßenlängen

Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Waffenplatz als Stadtplatz mit „vollständiger“ Randbebauung neueren Datums und ansprechenden Randnutzungen (Wallstraße)
- „Grüne Insel in der Innenstadt“ – Aufenthaltsqualität – Außengastronomie

Quelle: WES Landschaftsarchitektur



Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Julius-Mosen-Platz fungiert als Drehscheibe und Eingangstor der Innenstadt
- Gestaltung als freiräumliches Entree mit attraktiven Rändern
- „Ruhender“ Verkehr Rad – Priorisierung Fußgänger innerhalb der Innenstadt



Quelle: eigene Aufnahme

Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- „Aufweitung Lange Straße“ bildet mindergenutzte Zugangsachse
- Bereich derzeit nicht bewusst als Platzfläche definiert



Quelle: eigene Aufnahme

Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- „Platz Abraham“: öffentlicher Innenhof in kleinteiliger, geschützter „Altstadt“-Lage
- Unklares Profil, Potenzial für „Ruhefläche“ und Pocketpark (dauerhafter Stadtgarten)



Quelle: eigene Aufnahme

Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Rathausmarkt als klassischer Flanierplatz der Fußgängerzone
- Historischer Gestaltungskanon als Bühne von Rathaus und St. Lambertikirche
- Platzfläche intensiv bespielt: Veranstaltungen (Wochenmarkt etc.), Außengastronomie, Laufwege in Hauptlagen



Quelle: eigene Aufnahme

Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Rathausmarkt als klassischer Flanierplatz der Fußgängerzone
- Historischer Gestaltungskanon als Bühne von Rathaus und St. Lambertikirche
- Platzfläche intensiv bespielt: Veranstaltungen (Wochenmarkt etc.), Außengastronomie, Laufwege in Hauptlagen



Quelle: eigene Aufnahme

Freiraumstruktur



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Schlossplatz mit repräsentativer („passiver“) Funktion



Quelle: eigene Aufnahme

Freiraumstruktur



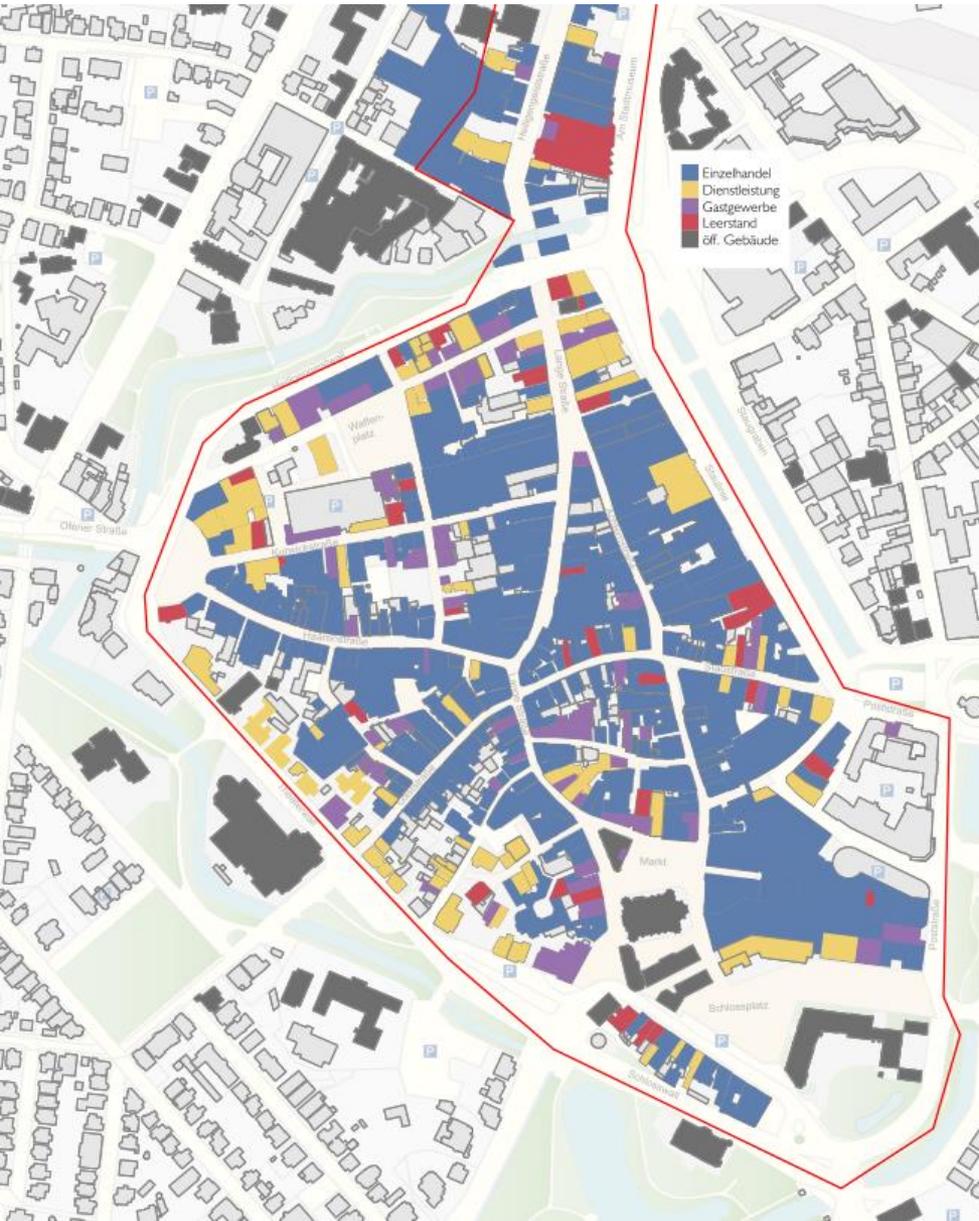
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

- Straßenräume: Überwiegend passende Gestaltungselemente, punktueller Aufwertungsbedarf



Quelle: eigene Aufnahme

Funktionslage und Cluster

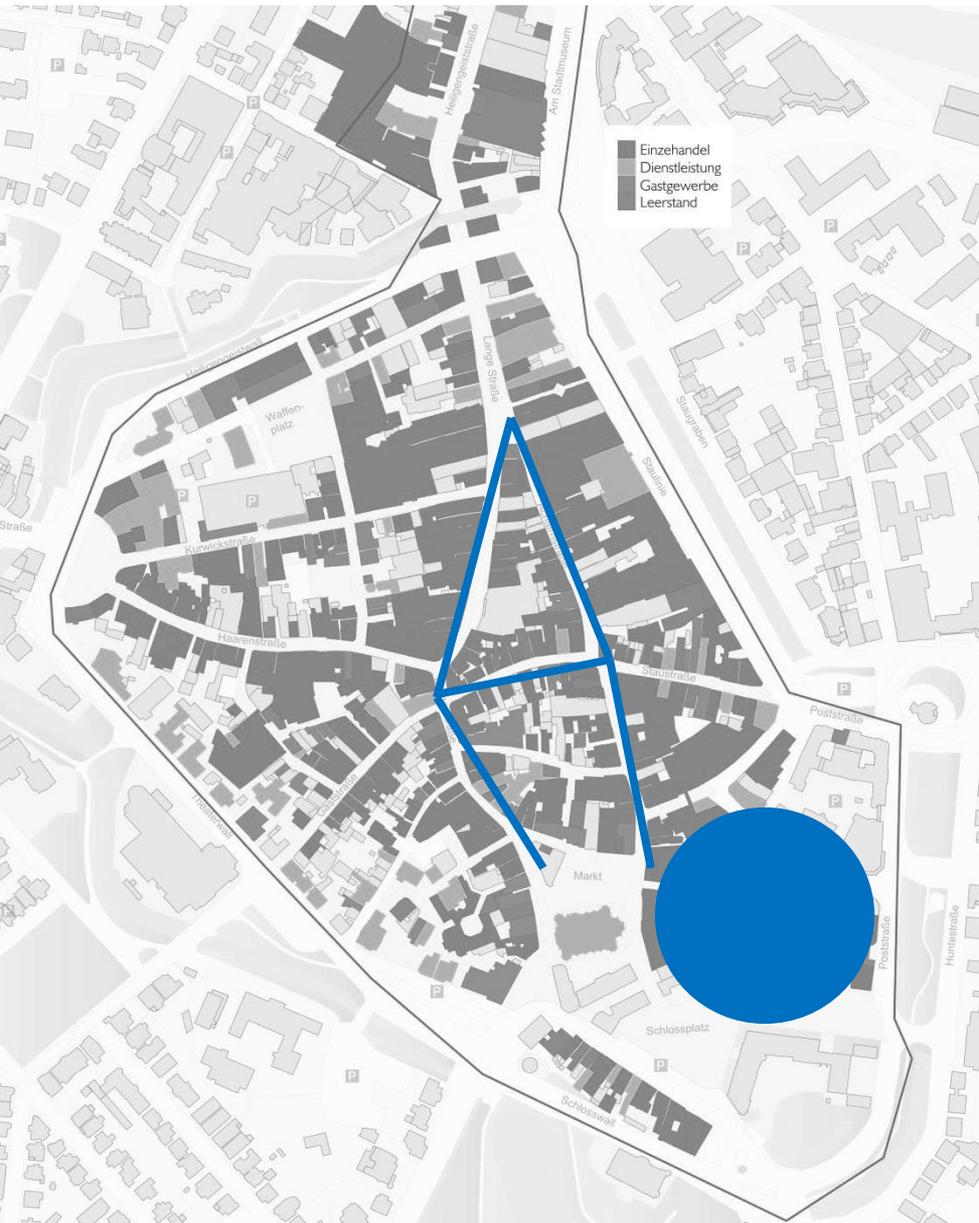


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

Netzsystem der Lagen - Vielzahl von Hauptachsen ähnlicher Priorität



Funktionslage und Cluster

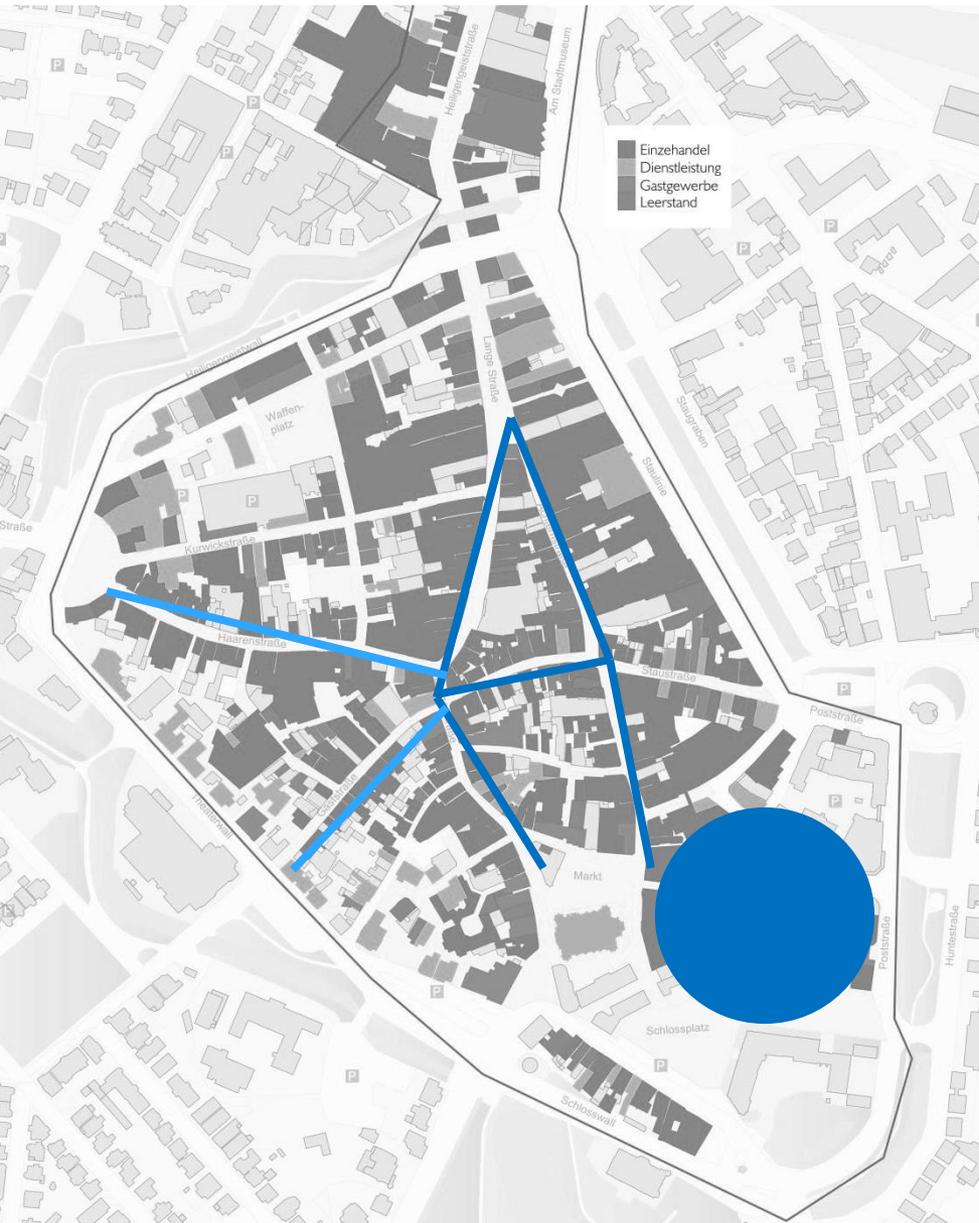


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

Netzsystem der Lagen - Vielzahl von Hauptachsen ähnlicher Priorität

- **Einzelhandel:** Lange Straße – Achternstraße - Schüttingstraße als Hauptlage, Rathausmarkt und Lefferseck als räumliche Ankerpunkte
- **Schlosshöfe:** Trotz passender Orientierung und Anschluss an Fußgängerzone nur geringer Austausch

Funktionslage und Cluster

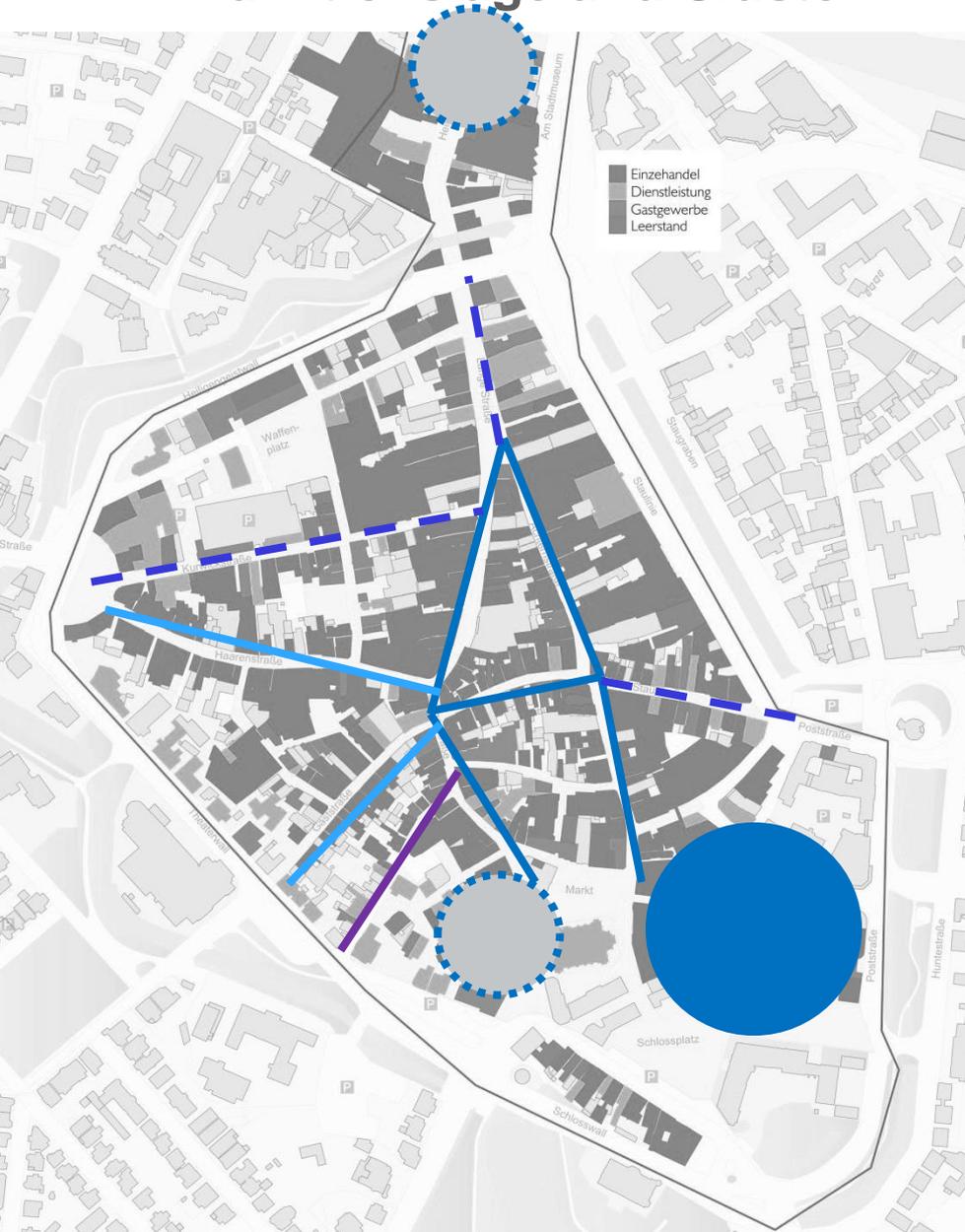


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

Netzsystem der Lagen - Vielzahl von Hauptachsen ähnlicher Priorität

- **Einzelhandel:** Lange Straße – Achternstraße - Schüttingstraße als Hauptlage, Rathausmarkt und Lefferseck als räumliche Ankerpunkte
- **Schlosshöfe:** Trotz passender Orientierung und Anschluss an Fußgängerzone nur geringer Austausch
- **B-Lage:** Gaststraße und Haarenstraße mit stabilem Einzelhandelsbesatz bei geringem Filialistenanteil

Funktionslage und Cluster

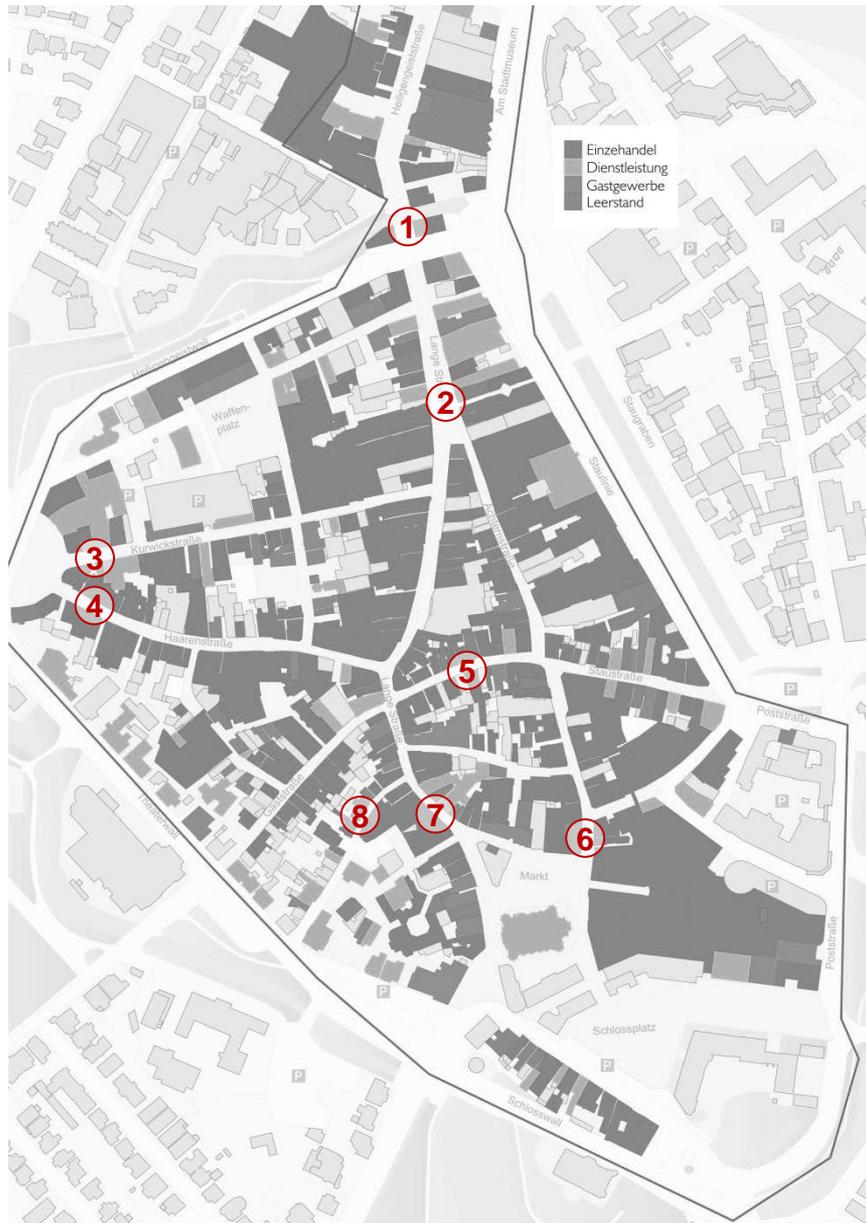


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

Netzsystem der Lagen - Vielzahl von Hauptachsen ähnlicher Priorität

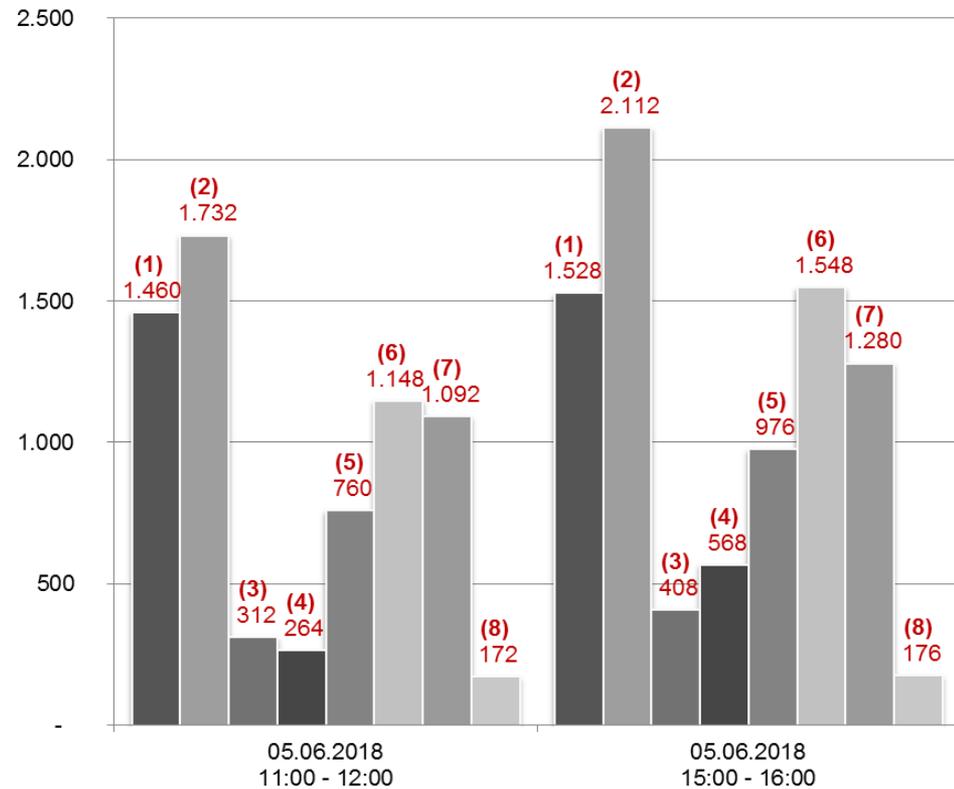
- **Nicolaiviertel:** Altstadt mit inhabergeführten Betrieben und touristischen Qualitäten
- **Lambertihof:** Center der „1. Generation“ ohne Strahlkraft?
- **Heiligengeiststraße:** Transformation vom ehem. Einzelhandelsstandort zum Dienstleistungs- und Transitraum? Center (weitgehend?) leer stehend

Passantenfrequenzzählung



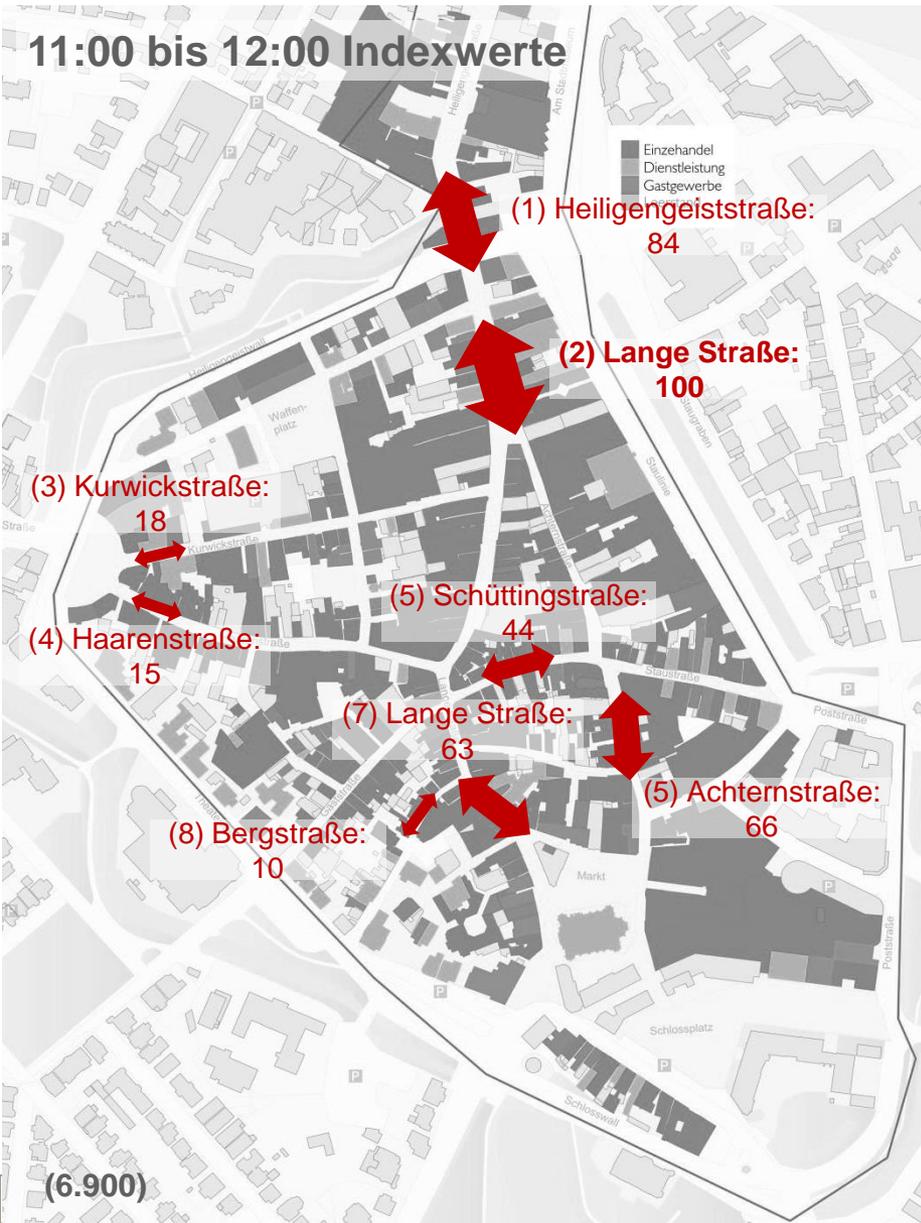
Zählung aller Passanten (Rad, Fuß), die die Zähllinie überschreiten

Passanten absolut



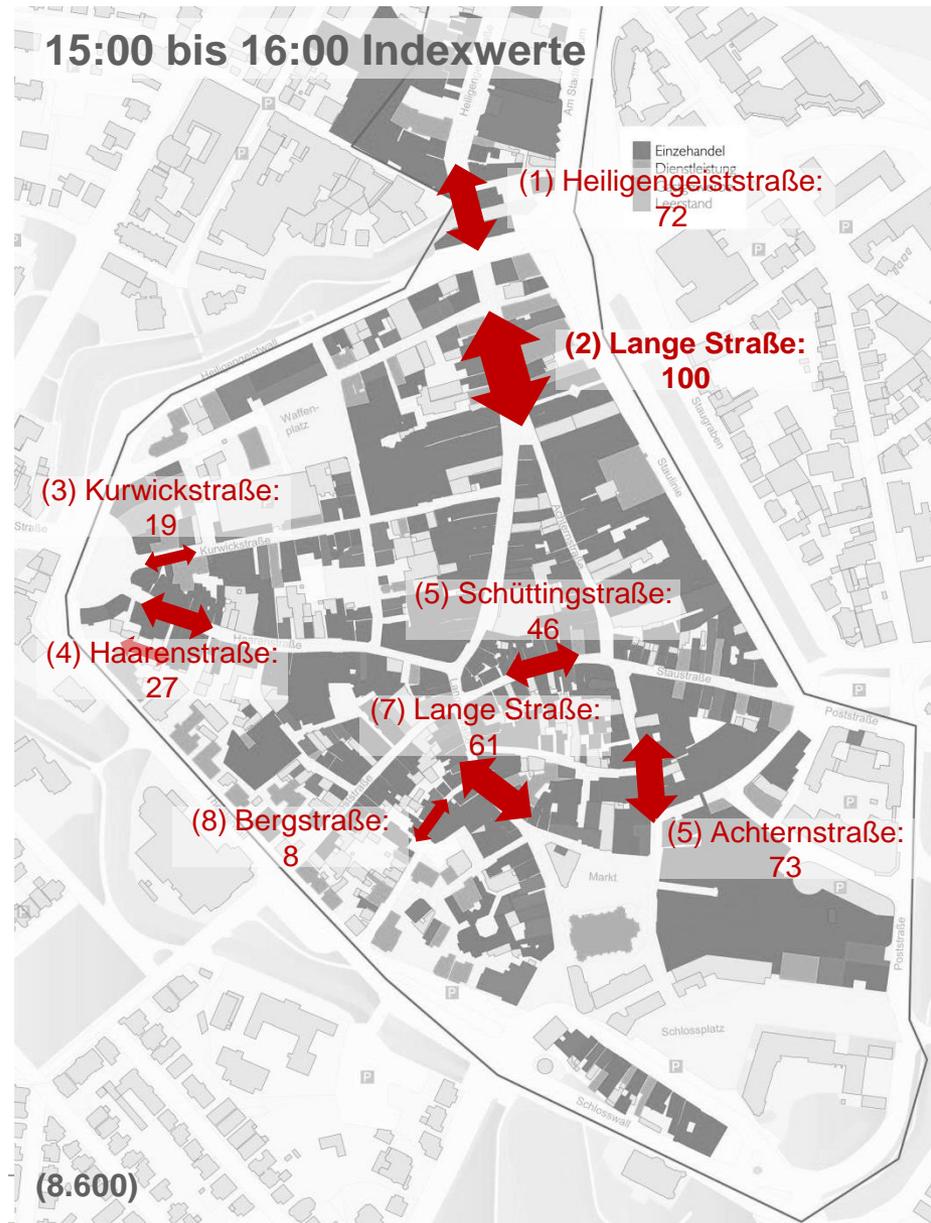
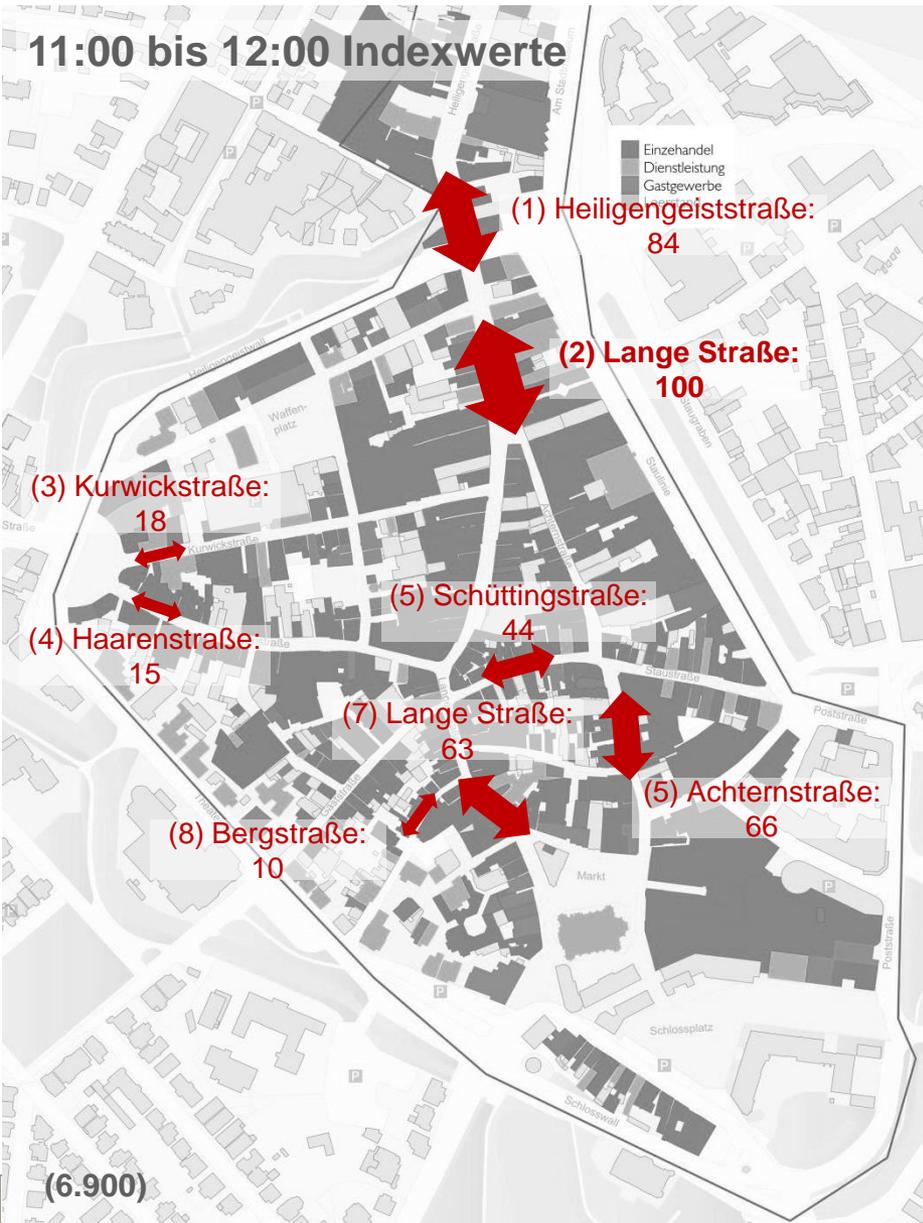
Quelle: eigene Darstellung auf Basis eigener Erhebungen

Passantenfrequenzzählung



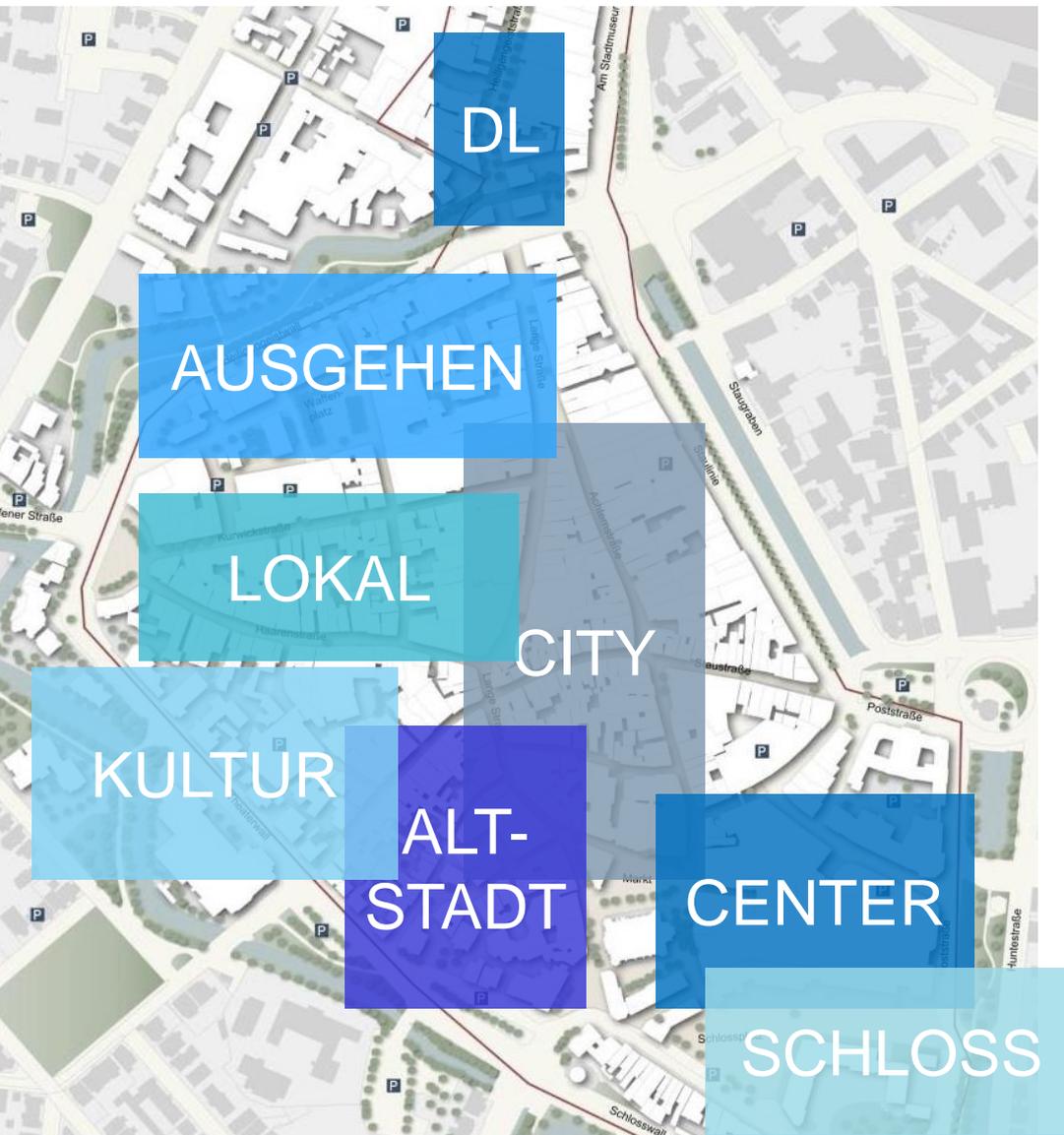
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

Passantenfrequenzzählung

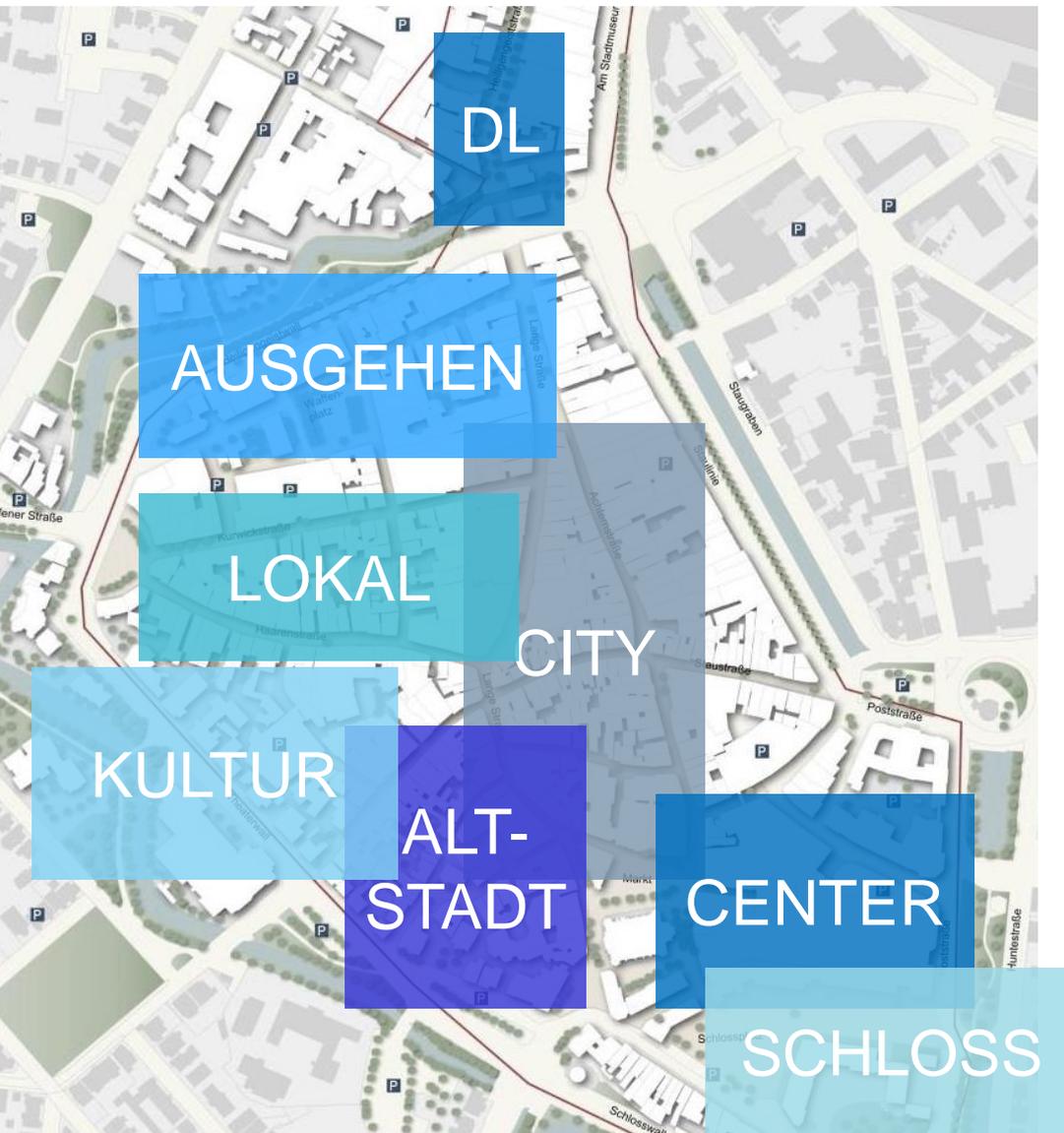


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Oldenburg, Fachdienst Geoinformation und Statistik; LGLN-Quelle; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung

Funktionslagen und Cluster



Zusammenfassung



- Die Innenstadt bildet einen **weitläufigen Einzelhandelsstandort**, der trotz seiner Ausdehnung im Zusammenhang bespielt werden kann.
- Leerstände treten nur **punktuell** auf und führen nicht zu kumulierten Funktionsverlusten.
- **(Außen)gastronomie** übernimmt eine tragende Rolle in der Funktionsstruktur der Innenstadt.
- Bezüglich der Stadtgestalt weist die Innenstadt mit dem **Klassizismus** ein identitätsstiftendes Merkmal auf.
- In verkehrlichen Belangen sind keine räumlichen **Konflikte** erkennbar.
- Mit Blick auf die Freiraumstruktur sowie Potenzialflächen für den Hochbau sind die **Entwicklungsmöglichkeiten** weitgehend ausgeschöpft.



INNENSTADT OLDENBURG _ HEUTE

Gespräch im Arbeitskreis

- Reflexion und Einordnung der Ergebnisse und Erkenntnisse
- Meinungen und Kommentare der AK-Mitglieder
- Ziehen erster Konsequenzen



INNENSTADT OLDENBURG _ ZUKÜNFTTE 2030

**Zukunftsbilder der Oldenburger Innenstadt
als multiperspektivische Sicht der AK-Mitglieder**

2030 ist Oldenburgs Innenstadt ...





AUSBLICK

Weiteres Vorgehen und Verabschiedung

Jürgen Krogmann | Elke Frauns | Stefan Kruse



NÄCHSTER TERMIN

3. AK Bündnis Innenstadt Workshop

04. September 2018
16:00 bis 20:00 Uhr