



## **Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Hasbergen**

Einzelhandelsentwicklungskonzept - Kurzfassung

**im Auftrag der**

Gemeinde Hasbergen über:  
BauBeCon Sanierungsträger GmbH

**erarbeitet durch**

Dr. Lademann & Partner  
Gesellschaft für Unternehmens-  
und Kommunalberatung mbH

Hamburg, Januar 2009



## **Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Hasbergen**

### Einzelhandelsentwicklungskonzept - Kurzfassung

<b>Projektnummer</b>	08DLP1076
<b>Exemplarnummer</b>	01
<b>Auftraggeber</b>	Gemeinde Hasbergen über: BauBeCon Sanierungsträger GmbH Anne-Conway-Straße 1 28359 Bremen
<b>Auftragnehmer</b>	Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH  Friedrich-Ebert-Damm 311 22159 Hamburg Telefon: 0 40 / 64 55 77 - 0 Telefax: 0 40 / 64 55 77 - 33  info@dr-lademann-partner.de www.dr-lademann-partner.de
<b>Gesamtverantwortung</b>	Uwe Seidel
<b>Projektleitung</b>	Ulrike Rehr
<b>Unter Mitarbeit von</b>	Michael Schmidt



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ausgangslage und Aufgabenstellung .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Hasbergen .....</b>	<b>1</b>
2.1	Lage im Raum und zentralörtliche Stellung .....	1
2.2	Sozioökonomische Eckdaten .....	2
<b>3</b>	<b>Nachfragesituation .....</b>	<b>2</b>
3.1	Marktgebiet und Nachfragepotenzial.....	2
3.2	Einkaufsorientierung .....	3
<b>4</b>	<b>Angebotssituation .....</b>	<b>4</b>
4.1	Struktur des Einzelhandels in der Gemeinde Hasbergen .....	4
4.2	Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Gemeinde Hasbergen.....	5
<b>5</b>	<b>Bewertung der Versorgungslage in Hasbergen .....</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>Kombinierte Stärken- und Schwächenanalyse.....</b>	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>Einzelhandelsentwicklungskonzept für Hasbergen .....</b>	<b>7</b>
<b>8</b>	<b>Zentrenkonzept für Hasbergen.....</b>	<b>7</b>
<b>9</b>	<b>Maßnahmenempfehlungen.....</b>	<b>9</b>
9.1	Standortübergreifende Maßnahmen .....	9
9.2	Hinweise zu einzelnen Standortbereichen.....	9
<b>10</b>	<b>Zusammenfassende Schlussbemerkungen .....</b>	<b>10</b>



## 1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Gemeinde Hasbergen lag bislang kein Einzelhandelsentwicklungskonzept vor. Vor dem Hintergrund der Aufnahme in das Städtebauförderungsprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ sollte nun ein Einzelhandelsentwicklungskonzept erstellt werden, das insbesondere

- die Ausgangslage der Einzelhandelsstruktur der Gemeinde ermittelt und bewertet,
- die aktuellen Stärken und Schwächen des Einzelhandels in Hasbergen aufzeigt sowie
- Entwicklungspotenziale und ggf. notwendige Einschränkungen in Bezug auf bestimmte Branchen, Betriebsformen oder Sortimente bei zukünftigen Ansiedlungen nach Standortlagen aufzeigt.
- Darüber hinaus sollten im Rahmen der Untersuchung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche durchgeführt
- und die flächenseitigen Erweiterungsmöglichkeiten der Ortskerns (Förderung durch das Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“) bewertet werden.
- Daneben ging es um die Aufstellung eines Maßnahmenkatalogs zur Stärkung des Einzelhandels in der Gemeinde Hasbergen.

## 2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Hasbergen

### 2.1 Lage im Raum und zentralörtliche Stellung

Die Gemeinde Hasbergen befindet sich im westlichen Teil des Landkreises Osnabrück in einer Entfernung von rd. 8 km zu Osnabrück. Hasbergen grenzt im Westen an die westfälischen Gemeinden Lotte und Tecklenburg, im Süden an Georgsmarienhütte und Hagen und im Norden und Osten an die Stadt Osnabrück.

Die wichtigsten Verkehrsachsen des Grundzentrums sind die K 306 und die L 89, über die auch eine Anbindung an das überregionale Autobahnnetz (A 30) gegeben ist. Grundzentren haben zentrale Einrichtungen zur Deckung des allgemeinen, täglichen Bedarfs bereitzustellen. Hasbergen befindet sich in seiner Funktionswahrnehmung in einem intensiven interkommunalen Wettbewerb insbesondere mit dem Oberzentrum Osnabrück, das die Ausstrahlungsmöglichkeiten deutlich begrenzt, aber auch mit den übrigen umliegenden Städten und Gemeinden.

Durch die räumliche Nähe befindet sich das Grundzentrum Hasbergen in einem intensiven interkommunalen Wettbewerb mit dem benachbarten Osnabrück. Dies beschränkt die räumlichen Ausstrahlungsmöglichkeiten - auch des Einzelhandels. Zudem setzt die Trasse der Bahnlinie zwischen die Siedlungsschwerpunkte eine Grenze, die sich im Raumbild deutlich ausprägt.



## 2.2 Sozioökonomische Eckdaten

Die Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Hasbergen weist seit 2003 eine positive Entwicklung von + rd. 0,6 % p.a. auf. In Hasbergen lebten Anfang 2008 rd. 11.200 Einwohner. In der jüngeren Vergangenheit ist allerdings eine Stagnation der Einwohnerzahlen in der Gemeinde Hasbergen zu beobachten. Für den Zeitraum bis 2015 gehen die Gutachter in Anlehnung an die Prognosen der Gemeinde Hasbergen allerdings von einer Stagnation bzw. einem marginalen Einwohnerrückgang aus. Somit kann im Jahre 2015 in Hasbergen mit einer Bevölkerungszahl von rd. 11.100 Einwohnern gerechnet werden.

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktgebiet zur Verfügung stehende Marktpotenzial ist neben der Einwohnerzahl und den Pro-Kopf-Ausgabesätzen das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau. Für das Jahr 2007 beläuft sich die Kaufkraftkennziffer für Hasbergen auf 101,8 und liegt somit oberhalb der Kaufkraftniveaus des Landkreises Osnabrück (96,5).

Durch die Lage nahe des Oberzentrums Osnabrück als Arbeitsplatzschwerpunkt verfügt Hasbergen über einen negativen Pendlersaldo. Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg ist es dabei für den Einzelhandel in Hasbergen besonders entscheidend, die bestehende Nachfrage in Hasbergen durch ein attraktives Angebot zu binden.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen induzieren perspektivisch nur schwache Impulse für die Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Hasbergen.

## 3 Nachfragesituation

### 3.1 Marktgebiet und Nachfragepotenzial

Das Marktgebiet des Hasberger Einzelhandels ist überwiegend auf das Gemeindegebiet beschränkt. Nur im Westen und Südwesten werden die benachbarten Ortsteile der Gemeinden Lotte und Hagen am Teutoburger Wald angesprochen.

Im Marktgebiet leben aktuell 12.400 Einwohner. Darüber hinaus kann von einer Potenzialreserve von insgesamt 10 % der Grundnachfrage im Marktgebiet (Einwohneräquivalent von rd. 1.300 Personen) ausgegangen werden, die sich überwiegend aus Gelegenheitskunden und Durchreisenden zusammensetzt. Somit umfasst die Nachfragebasis der Gemeinde Hasbergen aktuell ein Kundenpotenzial von rd. 13.700 Personen. Aufgrund der o.g. Bevölkerungsentwicklung wird die Nachfrageplattform der Gemeinde leicht sinken; sie wird inklusive der Potenzialreserve in 2015 etwa 13.500 Personen betragen.

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2008 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial<sup>1</sup> von

<sup>1</sup> Einschließlich der Potenzialreserve.



rd. 62,0 Mio. €. Perspektivisch ergibt sich für die Gemeinde Hasbergen – einschließlich der Potenzialreserve von 10 % - für den Prognosehorizont 2015 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial von ca. 61,8 Mio. €.

Im Marktraum der Gemeinde Hasbergen lebten Anfang 2008 rd. 12.400 Personen, hinzu kommt eine Potenzialreserve von rd. 10 %. Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial wird bis zum Jahr 2015 bei konstanten rd. 62 Mio. € liegen.

### 3.2 Einkaufsorientierung

Die Orientierung<sup>2</sup> der Verbraucher aus Hasbergen<sup>3</sup> auf den Einzelhandel in ihrer Gemeinde stellt sich, nach Branchen differenziert betrachtet, unterschiedlich dar:

- Die höchste Einkaufsorientierung auf Hasbergen wird mit rd. 78 % erwartungsgemäß im nahversorgungsrelevanten Bedarf erzielt. Dies deutet auf eine vergleichsweise gute – wenn auch noch leicht steigerbare Nachfragebindung hin.
- Innerhalb der zentrenrelevanten Sortimentsgruppen orientieren sich die befragten Verbraucher bei allen Produkten in etwa auf dem gleichen Niveau (zwischen 18 und 22 %) auf die Gemeinde Hasbergen. Konkurrenzstandort ist für alle zentrenrelevanten Branchen mit deutlichem Abstand das Oberzentrum Osnabrück.
- Auch im Bau- und Gartenbedarf – einem überwiegend nicht-zentrenrelevanten Bedarf – orientieren sich die Befragten beim Einkauf schwerpunktmäßig auf andere Orte als die Gemeinde Hasbergen. Bei Möbeln liegt die Einkaufsorientierung auf Hasbergen sogar noch unter diesem Wert. Mit Abstand wichtigster Konkurrenzstandort ist hier ebenfalls das Oberzentrum Osnabrück.

Auf die Befragten im Umland übt das Einzelhandelsangebot Hasbergens eine nochmals deutlich geringere – und somit durchaus steigerbare - Anziehungskraft aus. Im Durchschnitt über alle Branchen entfallen ungefähr 13 % der Ausgaben der Umlandbewohner auf die Gemeinde Hasbergen. Mit Blick auf das Einkaufsverhalten der Umlandbewohner sind neben Osnabrück vor allem Georgsmarienhütte und Hagen starke Konkurrenzstandorte zu Hasbergen.

Das Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Hasbergen ist im Bereich Lebensmittel/Drogeriewaren genügend ausgestattet, um Haupteinkaufsort der Bevölkerung Hasbergens zu sein. Deutlich geringer ist die Einkaufsorientierung bei den übrigen Sortimentsbereichen und bezogen auf die Umlandbevölkerung. Dominanter Wettbewerbsstandort ist das Oberzentrum Osnabrück.

---

<sup>2</sup> Insgesamt wurden im Rahmen der telefonischen Haushaltsbefragung 300 Haushalte befragt, davon 250 in der Gemeinde Hasbergen.

<sup>3</sup> In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es sich dabei um subjektive Einschätzungen der Verbraucher handelt und die Prozentsätze nicht immer mit den tatsächlichen Verkaufsflächenbeständen korrelieren.



Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden die Verbraucher auch nach der Veränderung ihrer Einkaufsorientierungen in den letzten drei bis vier Jahren befragt. So ist als Ergebnis der Befragung festzuhalten, dass die Befragten aus der Gemeinde Hasbergen in der jüngeren Vergangenheit am Einzelhandelsstandort Hasbergen nur im periodischen Bedarfsbereich (Lebensmittel/Drogeriewaren) öfter in Hasbergen einkaufen. In allen zentrenrelevanten Branchen haben sie weniger oft in Hasbergen eingekauft. Auch bei den nicht-zentrenrelevanten Branchen gibt es in den Segmenten Möbel und Bau-/Garten-/Heimwerkerbedarf eine „Abwanderungstendenz“. Die Umlandbewohner haben sich in den Branchen Bekleidung/Schuhe und Periodischer Bedarf deutlich von Hasbergen abgewandt. Auch in allen anderen Bereichen verzeichnet Hasbergen einen Rückgang der Einkaufsorientierung der Verbraucher aus dem Umland.

Der „Gewinner“ der Veränderungen der Einkaufsorientierungen ist sowohl für die Befragten aus Hasbergen als auch für die Befragten aus dem Umland in allen untersuchten Sortimentsbereichen v.a. das Oberzentrum Osnabrück.

In der jüngeren Vergangenheit hat sich ein branchenübergreifender Rückgang der Verbraucherorientierung auf Hasbergen eingestellt. Durch den zunehmenden interkommunalen Wettbewerbsdruck hat Hasbergen in seiner Versorgungsfunktion an Bedeutung verloren. Aus Sicht der Verbraucher sollte in Hasbergen vor allem die Angebotsvielfalt durch zusätzliche Läden erhöht und damit das Angebot weiter verbessert werden. Darüber hinaus wünschen sich die Verbraucher die Schaffung eines Ortskerns.

## 4 Angebotssituation

### 4.1 Struktur des Einzelhandels in der Gemeinde Hasbergen

Die vollständige Einzelhandelserhebung von Dr. Lademann & Partner im Juli 2008 ergab für die Gemeinde Hasbergen eine aktiv betriebene einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche in 40 Ladengeschäften von insgesamt rd. 7.130 qm.

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass auf die Sortimente des nahversorgungsrelevanten Bedarfs rd. 67 % (4.805 qm) der in der Gemeinde Hasbergen vorhandenen Verkaufsflächen entfallen. Der entsprechende Wert für die zentrenrelevanten Sortimente beträgt ca. 23 % (rd. 1.590 qm), die nicht-zentrenrelevanten Sortimente haben einen Anteil von etwa 10 % (rd. 740 qm) an der Gesamtverkaufsfläche.

Die Unterscheidung nach Standortlagen zeigt, dass sich im Ortskern von Hasbergen mit gut 3.770 qm Verkaufsfläche rd. 53 % der in der Gemeinde vorhandenen Verkaufsfläche befinden. Die übrigen Verkaufsflächen verteilen sich auf das restliche Gemeindegebiet. Die wichtigsten Magnetbetriebe des Hasberger Ortskerns sind Edeka Neukauf Dütman, Aldi und die Postenbörse.



Nach den Berechnungen von Dr. Lademann & Partner belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in Hasbergen im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2007 auf insgesamt rd. 26,9 Mio. €. Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 3.800 €/qm Verkaufsfläche.

Insgesamt ist eine funktionsgerechte Aufteilung der Einzelhandelsstandorte im Hasberger Einzelhandelsgefüge gegeben, allerdings ist auf die zu geringen absoluten Werte, insbesondere des Ortskerns zu verweisen, sodass die notwendige kritische Masse nicht vorgehalten wird.

#### 4.2 Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Gemeinde Hasbergen

In der Gemeinde Hasbergen ist aktuell ein Erweiterungsvorhaben in der Planung. Der Jibi-Markt an der Osnabrücker Straße wünscht eine Erweiterung um 550 qm auf dann rd. 1.400 qm Verkaufsfläche.

### 5 Bewertung der Versorgungslage in Hasbergen

Die Verkaufsflächendichte<sup>4</sup> in der Gemeinde Hasbergen erreicht einen Wert von rd. 640 qm/1.000 Einwohner und liegt damit am unteren Ende der Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen in vergleichbaren Kommunen. Insbesondere in den Bereichen Bekleidung/Schuhe, Elektro und Do-it-Yourself/Gartenbedarf werden die Vergleichswerte deutlich unterschritten. Ein quantitativ guter Wert wird im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente erreicht. In Deutschland liegt die Verkaufsflächendichte bei rd. 1.400 qm/1.000 Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung in Hasbergen rd. 55 % unter dem deutschen Gesamtdurchschnitt. Dies ist v.a. auch in der räumlichen Nähe und Dominanz des Oberzentrums Osnabrück begründet („limitierte Entwicklungschancen“ für das Grundzentrum Hasbergen).

Der Hasberger Einzelhandel verfügt aktuell über eine vergleichsweise unterdurchschnittliche Verkaufsflächendichte von rd. 640 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

Die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs war und ist eines der zentralen städtebaulichen Ziele. In Hasbergen sind insgesamt 5 Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (ab 400 qm Verkaufsfläche, ohne Drogerie- und Getränkemärkte) mit einer Verkaufsfläche von rd. 3.320 qm (ohne Randsortimente) vorzufinden. Inklusiv der verbleibenden 19 Anbieter des Periodischen Bedarfs ergibt sich eine Verkaufsfläche von etwa 4.800 qm. Die Flächendichte im nahversorgungsrelevanten Bedarf liegt im Gemeindegebiet von Hasbergen bei rd. 430 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner und damit in etwa im bundesdeutschen Durchschnitt von rd. 440 qm/1.000 Einwohner.

<sup>4</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.





Aktuell bestehen innerhalb der Siedlungsbereiche z.T. räumliche Versorgungslücken. Bei diesen Bereichen handelt es sich allerdings um dünn besiedelte Gebiete. Hinsichtlich des vorhandenen Bevölkerungspotenzials ist unter Tragfähigkeitsgesichtspunkten u.E. somit nur ein geringes Entwicklungspotenzial zur Schließung der räumlichen Lücken vorhanden.

Darüber hinaus ist insbesondere für die nahversorgungsrelevanten Betriebe im Ortskern auf strukturelle Defizite zu verweisen: unzureichende Größen der einzelnen Betriebe, suboptimale Anordnung der Betriebe, Aufteilung der Verkaufsflächen von Edeka auf 2 Standorte (Verbrauchermarkt und Getränkemarkt).

Insgesamt liegt die quantitative Flächenausstattung in Hasbergen im bundesdeutschen Durchschnitt. Aktuell bestehen in Hasbergen im südwestlichen und südöstlichen Gemeindegebiet Versorgungslücken im Periodischen Bedarf. Darüber hinaus ist auf strukturelle Defizite der Nahversorgungsbetriebe im Ortskern zu verweisen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse und Umsatzschätzung für 2007 ergibt sich für das Grundzentrum Hasbergen eine einzelhandelsrelevante Zentralität von rd. 52 %. Der getätigte Umsatz vor Ort lag in 2007 also rd. 48 % unter der am Ort vorhandenen Nachfrage. Dieser Zentralitätswert ist auch unter Berücksichtigung der räumlichen Nähe des Oberzentrums Osnabrück als zu niedrig anzusehen, eine Steigerung der Nachfragebindung und – abschöpfung erscheint möglich und notwendig. Nur dann kann Hasbergen seine grundzentrale Funktion wahrnehmen.

Durch den hohen Anteil an abfließender Nachfrage erscheinen Möglichkeiten zur quantitativen Ausweitung auch unter Berücksichtigung der Sogkraft Osnabrücks gegeben.

## 6 Kombinierte Stärken- und Schwächenanalyse

Die Stärken des Einzelhandels in Hasbergen sind u.E. wie folgt zusammenzufassen:

- Umfangreiches Angebot im periodischen Bedarfsbereich
- Grundsätzlich gute Erreichbarkeit der Geschäfte, zentrale Lage
- Atmosphäre, persönliche Beratung
- Ruhiger überschaubarer Ort

Die wichtigsten Schwächen lassen sich folgendermaßen charakterisieren:

- Fehlen von differenzierterer Auswahl an Geschäften (v.a. im aperiodischen Bedarfsbereich)
- Kein „richtiger“ Ortskern, kein Identifikationsraum
- Trennungswirkung durch die Bahnlinie
- Eingeschränktes Marktgebiet und Sogwirkung des Oberzentrums Osnabrück
- Kein ausgeprägtes Selbstbewusstsein



## 7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für Hasbergen

Unter Berücksichtigung der konstanten Bevölkerungszahl, der Ausschöpfung des Zentralitätspotenzials und einer verträglichen Umsatzumverteilungswirkung errechnet sich für die Gemeinde Hasbergen ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2015 von insgesamt rd. 1.900 bis 2.000 qm Verkaufsfläche. Dieser verteilt sich auf die Branchengruppen wie folgt:

- nahversorgungsrelevante Sortimente: rd. 800 qm VKF
- zentrenrelevante Sortimente: rd. 600 qm VKF
- nicht-zentrenrelevante Sortimente: rd. 500 qm VKF

Der hier dargestellte Expansionsspielraum stellt einen groben Orientierungsrahmen dar. Zur Optimierung des Strukturgefüges kann dieser Flächenrahmen unter Abwägung der Vor- und Nachteile jedoch maßvoll überschritten werden.

Konkret ist folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche in Hasbergen anzusteuern:

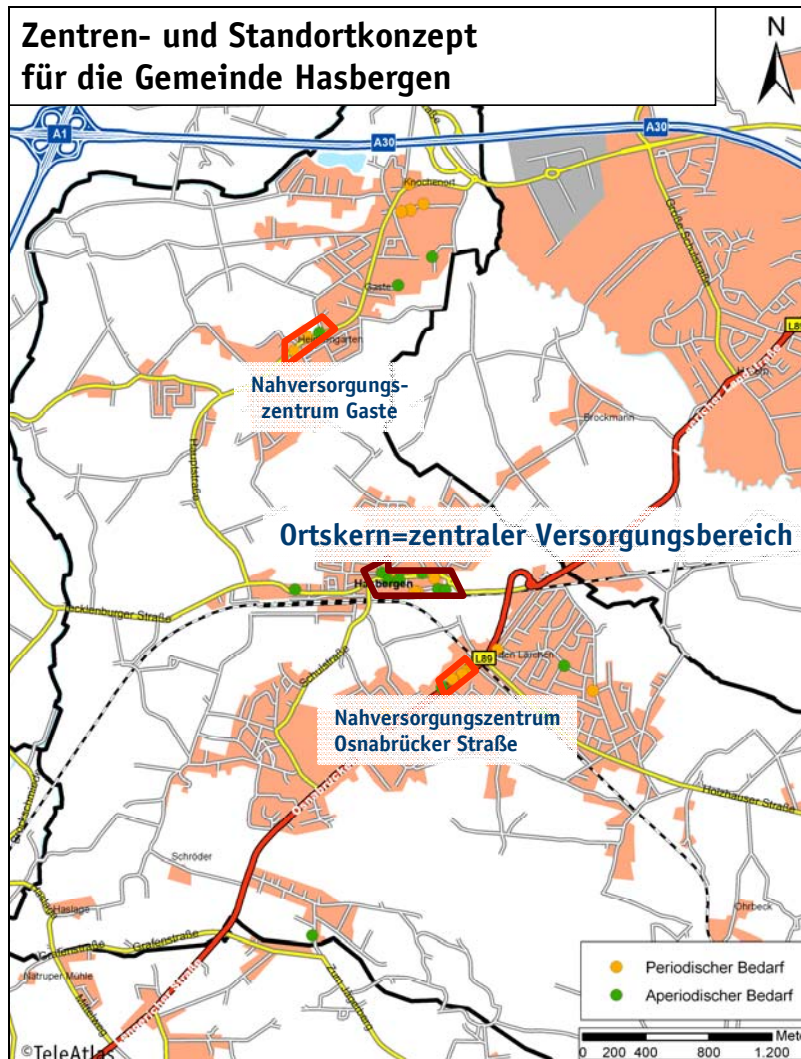
- Positionierung des Ortskerns als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von zentrenrelevanten Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Zusätzliche Verkaufsflächen in den hochzentrenrelevanten Sortimentsbereichen außerhalb des Ortskerns (insbesondere auch Kleinflächen) sind zu vermeiden.
- Die übrigen Standortbereiche des Einzelhandels sollten primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs möglichst im fußläufigen Bereich ausgerichtet werden.

## 8 Zentrenkonzept für Hasbergen

In der Gemeinde Hasbergen konnten

- neben dem Hasberger Ortskern (Zentraler Versorgungsbereich im Sinne des § 34 BauGB)
- zwei weitere Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentren Gaste und Osnabrücker Straße) ausgemacht werden. Diese verfügen allerdings über eine dem Ortskern untergeordnete Versorgungsfunktion.

Insgesamt stellt sich die Zentren- und Standortstruktur im Grundzentrum Hasbergen wie folgt dar (Die genaue räumliche Abgrenzung der Bereiche ist dem Hauptbericht des Einzelhandelsentwicklungskonzepts zu entnehmen):



Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Vorhaben hat auch die Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente. Dabei wird folgende Einstufung für den Hasberger Einzelhandel empfohlen:

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Hasberger Liste")		
Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrel. Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke Drogeriewaren Blumen Zeitungen und Zeitschriften	Bekleidung Schuhe/Lederwaren Parfümerieartikel Babyartikel Uhren/Schmuck Unterhaltungselektronik Weiße Ware/Haushaltselektro Lampen/Leuchten Foto/Optik Spielwaren Musikinstrumente, Musikalien Schreibwaren/Büroartikel Büro- und Informationstechnik Bücher Sport/Camping Fahrräder Wohnaccessoires/Deko Hausrat /Glas/Porzell./Keramik Heimtextilien, Teppiche	Möbel Bau- und Gartenbedarf Bodenbelag/Tapeten KFZ-Zubehör Zoobedarf

Quelle: Dr. Lademann & Partner.



## 9 Maßnahmenempfehlungen

### 9.1 Standortübergreifende Maßnahmen

- Differenzierung und Abhebung von Osnabrück durch Betonung der eigenen Stärken zur Bildung eines spezifischen Charakters;
- Einführung eines Gemeindemarketing-Prozesses („Kümmere“), um u.a. die Position der Händler und das Wir-Gefühl zu stärken. Gleichzeitig ist es aber notwendig, auch die Angebotsqualitäten zu verbessern, damit auch „etwas vermarktet werden kann“;
- Erarbeitung eines Flächenkatasters, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können. (Übergangs-)Nutzung und Dekorierung von Leerstandsflächen;
- Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden (u.a. einheitliche Öffnungszeiten und vermehrte Ausrichtung von Veranstaltungen);
- Einzelbetriebliche Maßnahmen wie die Ausrichtung des Sortiments auf die Bedürfnisse der (Ziel-)Kunden sowie eine attraktive Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung (gemeinsame „Wanderung“);
- Ausbau der der Gemeinde Hasbergen als Arbeitsplatzstandort; zielgerichtete Ansiedlung von Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben;
- Weitergehende Profilierung der Gemeinde Hasbergen als interessanten Wohnstandort;
- Schaffung eines investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas, so dass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuansiedlung besteht;
- Aktive Ansprache von möglichen Investoren;
- Unterstützung von Ansiedlungswilligen durch die Wirtschaftsförderung.

### 9.2 Hinweise zu einzelnen Standortbereichen

Alle zukünftigen Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Hasbergen sollten darauf hinsteuern, die Bindungswirkung des Grundzentrums zu erhöhen und das Image der Gemeinde als Einkaufsort zu etablieren und festigen. Dabei sollte darauf hingewirkt werden, dass der Expansionsrahmen konzentriert im Ortskern genutzt wird, damit die kritische Masse und damit die Ausstrahlungswirkung erhöht werden können.

Für den Hasberger Ortskern werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Städtebauliche Neuordnung der bestehenden Einzelhandelsstrukturen;
- Neben einer zukunfts-fähigen Erweiterung der bestehenden Betriebe Konzentration auf zentrenrelevante Sortimente;
- Keine weiteren Ansiedlungen zentrenrelevanter Sortimente außerhalb des Ortskerns;



- Konzentration und Verdichtung auf bestehende Geschäftslagen im Hinblick auf Attraktivitätssteigerungen für die Verbraucher und die Erhöhung von Verbundkäufen; Entwicklung des Ortskerns nach dem „Zwiebelprinzip“ mit attraktiven „Trittsteinen“;
- Weitere Verbesserung der Erreichbarkeit der Hauptgeschäftslagen für den Individualverkehr; Eine Ortskernentlastungsstraße wäre schädlich für die Ortskernentwicklung;
- Ausbau der Stellplatzkapazitäten bzw. bessere Kommunikation des Angebots;
- Maßnahmen zur städtebaulichen Attraktivitätssteigerung des Ortskerns (z.B. Möblierung, Auffrischung des Bodenbelags etc.), Schaffung einer städtebaulich attraktiven Platzsituation (Identifikation!);
- Erhöhung der Multifunktionalität im Hasberger Ortskern;
- Zur Erreichung des Ziels einer Ortskernentwicklung ist eine intensive Zusammenarbeit zwischen Eigentümern, Betreibern, Sanierungsträger und Gemeinde erforderlich.

Im restlichen Hasberger Gemeindegebiet ist v.a. die Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Versorgung durch Anbieter des nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereiches anzustreben. Für die Entwicklung und zukunftsfähigen Positionierung eines weiteren „Ortskerns“ reicht das Expansionspotenzial der Gemeinde Hasbergen jedoch nicht aus. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Realisierung des Erweiterungsvorhabens an der Osnabrücker Straße im geplanten Umfang die Entwicklungsmöglichkeiten und –potenziale des Ortskerns deutlich einschränken würde, was die Bemühung zur Etablierung des Ortskerns mit Städtebaufördermitteln in Frage stellen würde.

## 10 Zusammenfassende Schlussbemerkungen

Die derzeitige Situation des Einzelhandels im Grundzentrum Hasbergen ist gekennzeichnet durch die eher restriktiven sozioökonomischen Rahmenbedingungen sowie die unmittelbare Nähe des Oberzentrums Osnabrück und dem damit verbundenen intensiven interkommunalen Wettbewerb. Dies limitiert die Entwicklungschancen Hasbergens v.a. bei den zentrenrelevanten Sortimenten.

Bis 2015 bestehen in Hasbergen Potenziale für etwa 2.000 qm zusätzliche Verkaufsfläche. Dazu sollten die Investitionsbemühungen insbesondere auf den Ortskern gelenkt und der Entwicklungsrahmen konzentriert ausgenutzt werden.

Hamburg, Januar 2009

Uwe Seidel

Ulrike Rehr

Dr. Lademann & Partner GmbH