



Märkte- und Zentrenkonzept Osnabrück

der GfK Prisma Institut GmbH

- Zusammenfassung -

Bearbeitung:
Stadt Osnabrück
Fachbereich Städtebau
WFO Wirtschaftsförderung Osnabrück GmbH

Dezember 2001

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	2
1. Strukturanalyse – Nachfrage und Angebot im Osnabrücker Einzelhandel.....	2
1.1 Angebotsanalyse des Einzelhandels in der Stadt Osnabrück nach Standorten.....	3
1.1.1 Innenstadt	3
1.1.2 Stadtteil- und Nahversorgungslagen	5
1.1.3 Einzelhandelsstandorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen	6
1.2 Nachfrageanalyse: Einzugsgebiet, Kaufkraft und Zentralität.....	7
1.3 Fazit	8
2. Empfehlungen des Gutachters	8

Bezug des Märkte und Zentrenkonzeptes Osnabrück:

Diese Zusammenfassung des Gutachtens der GfK PRISMA ist kostenlos erhältlich bei der Stadt Osnabrück

Fachbereich Städtebau 61-5
Dominikanerkloster, Hasemauer 1, Raum 105
49074 Osnabrück
Tel.: (0541) 323 – 2632
Fax: (0541) 323 – 2713,

oder kann aus den Internet-Seiten der Stadt Osnabrück abgerufen werden unter:
www.osnabrueck.de.

Das vollständige Gutachten (250 Seiten) im pdf-Format auf CD-ROM kann gegen eine Schutzgebühr von 20,- DM ebenfalls angefordert werden unter o.g. Adresse / Telefon- oder Fax-Nummer.

Einleitung

Die Stadt Osnabrück hat initiiert durch die AG Einzelhandelssteuerung in Osnabrück, in der neben der Stadt Osnabrück, die Industrie- und Handelskammer Osnabrück-Emsland, der Unternehmerverband Einzelhandel Osnabrück-Emsland sowie die Wirtschaftsförderung Osnabrück GmbH und die Osnabrück Marketing und Tourismus GmbH Mitglieder sind, ein Märkte- und Zentrenkonzept bei der GfK Prisma Institut GmbH in Auftrag gegeben. Der Hintergrund für die Beauftragung lag in der Beobachtung einer zunehmenden Standortveränderung im Osnabrücker Einzelhandel. Wie in vielen deutschen Städten besetzt der Einzelhandel auch in Osnabrück zunehmend Standorte außerhalb der Innenstadt und der gewachsenen Stadtteilzentren. In dieser Hinsicht stellten sich für die Mitglieder der AG Einzelhandelssteuerung folgende Fragen:

- Wie groß ist der Bestand des Osnabrücker Einzelhandels in der Innenstadt, in den Stadtteilen und in den sog. städtebaulich nicht integrierten Lagen?
- Welche Auswirkungen gehen vom Einzelhandel in städtebaulich nicht integrierten Standorten in Osnabrück aus?
- Welche Entwicklungsperspektiven bestehen für die Osnabrücker Innenstadt und die Stadtteilzentren?
- Mit welchen Instrumenten können die Innenstadt und die Stadtteilzentren im Sinne einer positiven Einzelhandelsentwicklung im Rahmen eines gesamtstädtischen Konzeptes weiterentwickelt werden?
- Welche Funktionen sollen in einem solchen Konzept die städtebaulich nicht integrierten Lagen in Osnabrück übernehmen?

Mit dem von der GfK Prisma Institut GmbH erstellten „Märkte- und Zentrenkonzept für die Stadt Osnabrück“ wird ein gesamtstädtisches Konzept für die funktionsräumliche Verteilung der Einzelhandelsstandorte in Osnabrück vorgelegt. Dabei bauen Märkte- und Zentrenkonzepte in der Regel auf einem sog. sortimentsbezogenen Leitbild auf, in dem innenstadt- und nahversorgungsrelevante sowie nicht innenstadtrelevante Sortimente voneinander nach den jeweiligen stadtstrukturellen Gegebenheiten abgegrenzt werden.

Zentrenkonzepte als ein mittel- bis langfristiges städtebauliches Instrument treffen dabei Zielaussagen und Handlungsempfehlungen zur Entwicklung der Einzelhandels- und Versorgungsstruktur im Siedlungsgefüge. Sie werden bereits in Städten wie u.a. Freiburg und Braunschweig erfolgreich angewendet.

Grundlage eines planerisch städtebaulichen Gesamtkonzeptes ist eine fundierte gesamtstädtische Strukturanalyse, auf die Empfehlungen zur Umsetzung der städtebaulichen Zielsetzungen aufgebaut werden. Neben den Aspekten der städtebaulichen Behandlung der Einzelhandelsstandorte weist das Gutachten zum Märkte- und Zentrenkonzept Osnabrück auch Hinweise zum Marketing für den Einzelhandelsstandort Osnabrück auf.

1. Strukturanalyse – Nachfrage und Angebot im Osnabrücker Einzelhandel

Die GfK Prisma Institut GmbH hat im Rahmen der gutachterlichen Tätigkeit im September 2000 den gesamten Osnabrücker Einzelhandel vor Ort erhoben und bewertet. Zudem wurden sekundärstatisch die Nachfragevolumina für den stationären Einzelhandel ermittelt. Aus der Gegenüberstellung von dem somit ermittelten Angebot und der ermittelten Nachfrage können Defizite im Angebot des Einzelhandels deutlich gemacht werden. Der Gutachter hat eine solche Analyse für die Gesamtstadt und alle Osnabrücker Stadtteile vorgelegt. Zudem wurden die Standorte des Einzelhandels differenziert in die Innenstadt als oberzentralen Versorgungsbereich, Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen und sog. städtebaulich nicht

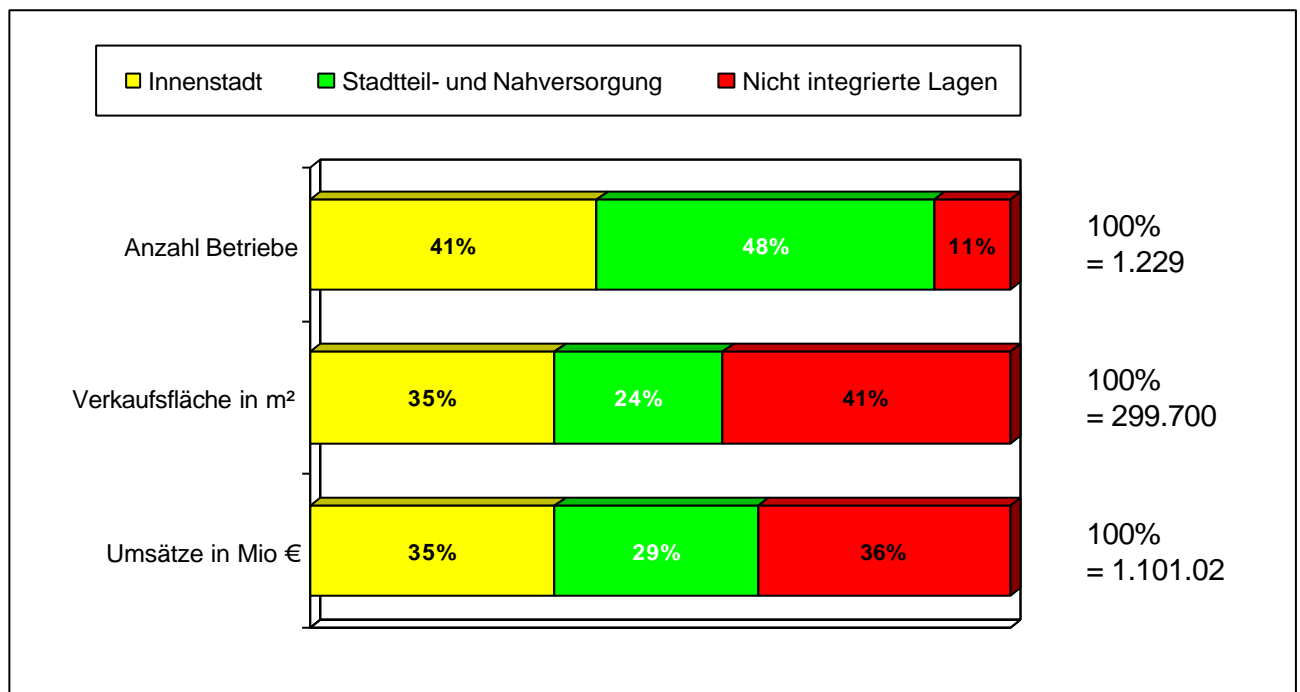
integrierte Lagen. Somit können sehr differenzierte Aussagen zu der Bedeutung der vorhandenen Einzelhandelsstandorte getroffen werden. Überdies hinaus wurden für den Versorgungsbereich Stadt Osnabrück relevante Einzelhandelsstandorte in den Nachbarkommunen ebenfalls in die Betrachtung aufgenommen.

1.1 Angebotsanalyse des Einzelhandels in der Stadt Osnabrück nach Standorten

Insgesamt wurden in der Untersuchung in der Stadt Osnabrück 1.230 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insg. 299.700 m² erfasst, die ein Umsatzvolumen von rd. 1.101,02 Mio. € realisieren.

Die Verteilung des Osnabrücker Einzelhandels entsprechend den funktionsräumlichen Lagen stellt sich folgendermaßen dar (GfK Prisma, S. 32 - 34):

Abb. 1 Verteilung des Osnabrücker Einzelhandels nach funktionsräumlichen Lagen



Quelle: GfK Prisma, S. 32

Die GfK Prisma Institut GmbH weist aufgrund der niedrigen Umsatz- und Verkaufsflächenanteile der Innenstadt sowie der Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen darauf hin, dass diese Zahlen den unteren Korridor für eine nachhaltig tragfähige Entwicklung der Innenstadt und einiger Nahversorgungslagen darstellen. Im einzelnen werden für die Teilräume folgende Ergebnisse dargestellt.

1.1.1 Innenstadt

In den Einkaufsbereichen der Osnabrücker Innenstadt erwirtschaften ermittelte 508 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 103.100 m² einen Einzelhandelsumsatz von 385 Mio. €. In der Innenstadt sind 41% der Osnabrücker Einzelhandelsbetriebe ansässig. Diese nehmen allerdings lediglich 34% der Verkaufsflächen in Anspruch und sind nur mit 35% an den erzielten Umsätzen im Osnabrücker Einzelhandel beteiligt.

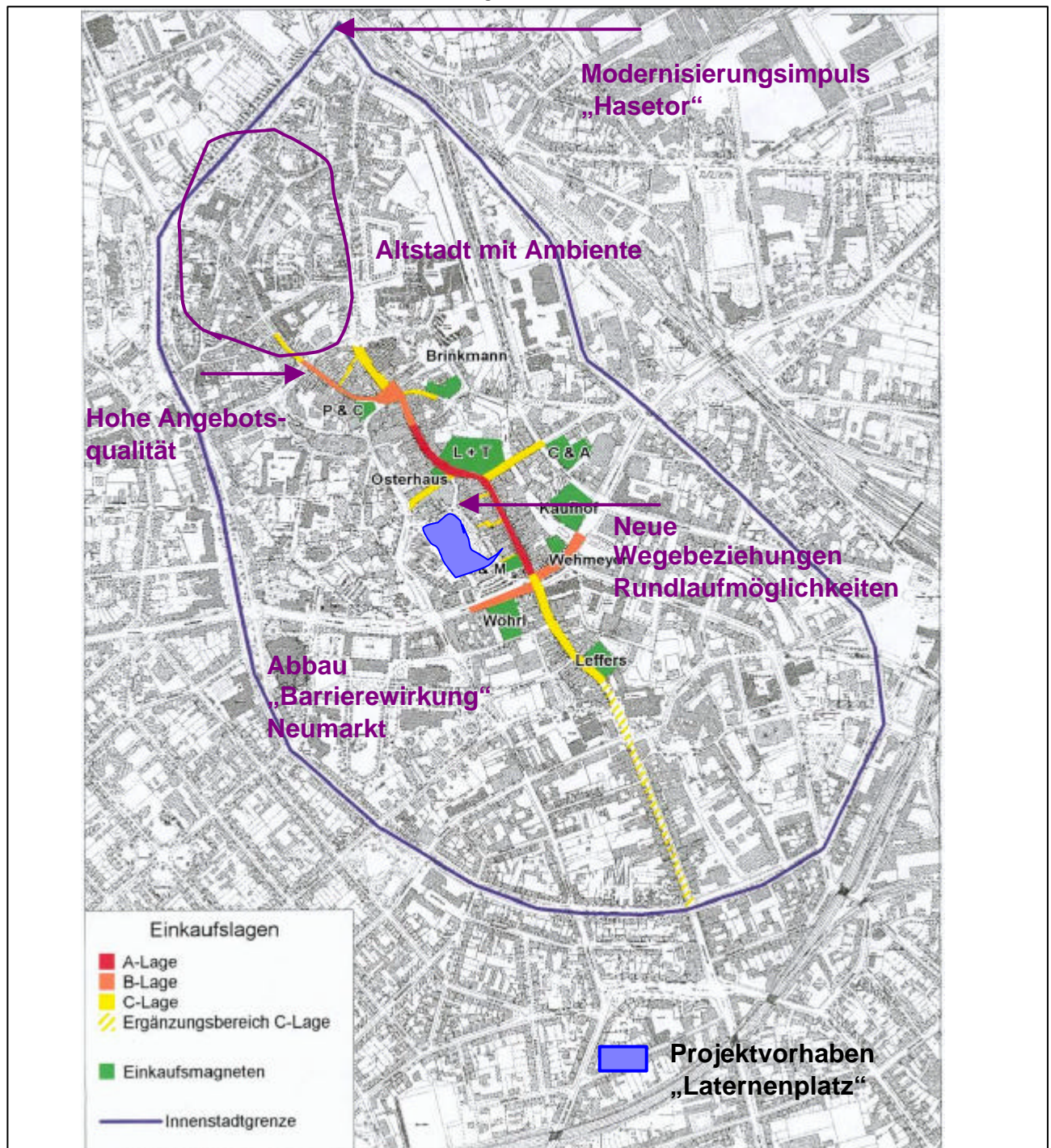
Zentrenrelevante Warengruppen tragen ca. 75% des Umsatzes. Damit wird die Angebotsqualität als überdurchschnittlich und in dem Maße als zentralitätsstiftend beurteilt, dass eine nachhaltige Profilierung der Stadt Osnabrück auch künftig möglich sein dürfte (GfK Prisma, S. 35).

Die Haupteinkaufsbereiche werden in ihren Einkaufslagen vom Gutachter folgendermaßen abgegrenzt (GfK Prisma, S. 112 ff):

- A-Einkaufslage: Große Straße (Neumarkt bis ca. Kaufhalle),
- B-Einkaufslagen: nördlicher Abschnitt der Großen Straße (Kaufhalle bis Nikolaiort, Krahnstraße sowie der Standortbereich Neumarkt / Wittekindstraße
- C-Einkaufslagen: Hegertorviertel, Domhof, Hasestraße, Johannisstraße (Neumarkt bis Johanniskirche), Georgstraße bis zur Möserstraße, Jürgensort, sowie einige Passagen.

Folgende Karte 1 gibt einen schematischen Überblick über die Osnabrücker Einkaufslagen:

Karte 1 Funktionaler Überblick der Einkaufslagen der Osnabrücker Innenstadt



Quelle: GfK Prisma

Als entscheidende Standortvorteile, die zur guten überörtlichen Positionierung der Stadt Osnabrück beitragen, werden die gute Erreichbarkeit und gut entwickelte innere Erschließung, das Parkleitsystem und das gut ausgebaute ÖPNV-Netz mit dem Knotenpunkt Neumarkt genannt. Als entscheidendes überörtliches Profilierungspotenzial wird der „Osnabrücker Mix“ aus attraktiven Filialisten und traditionsreichen ortsansässigen Einzelhändlern sowie das touristisch als hoch einzustufende Potenzial der Altstadt angeführt. Die Krahnstraße findet durch ihren qualitätsorientierten Einzelhandelsbesatz besondere Beachtung. Mit der Realisierung des Projektvorhabens „Laternenplatz“ am Kamp verknüpft der Gutachter eine Revitalisierung dieses zentralen innerstädtischen Areals sowie die Chance für eine qualitative Weiterentwicklung und Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandels (*GfK Prisma, S. 115 ff*).

Städtebauliche Defizite, die allerdings als Entwicklungspotenziale nutzbar gemacht werden können, sieht der Gutachter in einer unbefriedigenden städtebaulichen Verknüpfung von Altstadt und Neustadt (Barrierewirkung zwischen Neumarkt und Johannisstraße), einem Rückgang des Angebotsniveaus im südlichen Abschnitt der Großen Straße und im Restrukturierungsbedarf einiger Passagen.

Der Marktauftritt mit einer überwiegend qualitätsorientierten Marketingstrategie des Einzelhandels in der Innenstadt von Osnabrück wird als hervorragend bewertet. Hinsichtlich der Warenpräsentation werden jedoch Verbesserungsmöglichkeiten gesehen.

1.1.2 Stadtteil- und Nahversorgungslagen

Stadtteil- und Nahversorgungslagen entlang der Hauptverkehrsachsen, die eindeutig Wohnquartieren zugeordnet werden können, weisen zwar noch einen Anteil von 48% an den Osnabrücker Einzelhandelsbetrieben insgesamt auf. Ihr Anteil an der Verkaufsfläche am gesamten Osnabrücker Einzelhandel ist jedoch rückläufig und liegt bei 24% bzw. ca. 72.000qm Verkaufsfläche. Ihr Umsatzanteil beträgt nur noch ca. 29%. Das Gutachten analysiert für jeden Stadtteil sowie an ausgewählten Verkehrsachsen den Besatz an Einzelhandelsbetrieben differenziert nach Warengruppen, Verkaufsflächen und Umsatz (*GfK Prisma, S. 32 - 66*). Der starke Besatz mit SB Warenhäusern sowie der Wettbewerb mit nicht integrierten Standortlagen haben nach Auffassung des Gutachters dazu geführt, dass sich nur wenige starke Nahversorgungslagen in Osnabrück entwickeln und nachhaltig etablieren konnten (*GfK Prisma, S. 144*).

Aufgrund der guten Erschließung der Innenstadt von Osnabrück durch großzügig angelegte Radialstraßen dominieren Nahversorgungslagen an diesen Hauptverkehrsachsen. Den Charakter eines **Stadtteilzentrums** mit einem dichteren Einzelhandelsbesatz über mehrere Straßenzüge oder eine starke Verdichtung an einem spezifischen Straßenabschnitt nehmen folgende Standortbereiche an (*GfK Prisma, S. 144 - 156*):

- Lotter Straße,
- Martinstraße / Schreiberstraße / Blumenhaller Weg / Arndtplatz,
- Schützenstraße / Tannenburgstraße / An der Rosenberg / Buersche Straße,
- Mönkedieckstraße,
- Meller Straße und
- Iburger Straße.

Starke Nahversorgungslagen ohne Ansätze zu einer Stadtteilzentrenbildung haben sich an folgenden Hauptverkehrsachsen entwickelt:

- Bramscher Straße,
- Bremer Straße / Bohmter Straße und
- Mindener Straße.

Ergänzende Nahversorgungslagen haben in der Regel Quartiersbedeutung und tragen in ihrer Funktion in nicht unerheblichem Maße auch zur Wohn- und Lebensqualität bei. Sie sind insbesondere im Nahbereich für die nicht motorisierten Bürgerinnen und Bürger wesentlich. Die GfK Prisma Institut GmbH führt hier die Standorte Bramstraße und Eberleplatz in Haste, Lerchenstraße und Knollstraße im Stadtteil Sonnenhügel, die Mindener Straße für die Stadtteile Lüstringen /Gretesch /Darum, die Meller Landstraße und die Sandforter Straße in Voxtrup, die Sutthäuser Straße, die Herman-Ehlers-Straße in Sutthausen, den Bereich Parkstraße /Rehmstraße in der Wüste und die Natrupe Straße an. Ansiedlungspotenziale für neue Märkte zur stadtteilbezogenen Nahversorgung werden an der Sutthäuser Straße und am Gretescher Weg im Zusammenhang mit einer neuen Wohnbebauung im Bereich Bornheide gesehen. Für die Stadtteile Pye (3.297 Einw.) und Atter (4.143 Einw., Stand 30.09.2001) werden tragfähige Erweiterungsmöglichkeiten im jetzt rudimentären Nahversorgungsangebot nur dann gesehen, wenn es hier zu einer Zunahme der Bevölkerung mit einem entsprechenden Nachfragevolumen kommt. 6.000 bis 7.000 Einwohner werden hier als „Zielzahl“ genannt. Keine Möglichkeiten zur Etablierung einer weitergehenden Nahversorgung werden im Stadtteil Widukindland aufgrund der Wettbewerbssituation gesehen. Auch in Hellern sowie in Nahne dominieren Standorte des großflächigen Einzelhandels mit SB-Warenhaus und angegliederten Fachmärkten die Versorgungslage (*GfK Prisma*, S. 157 - 173).

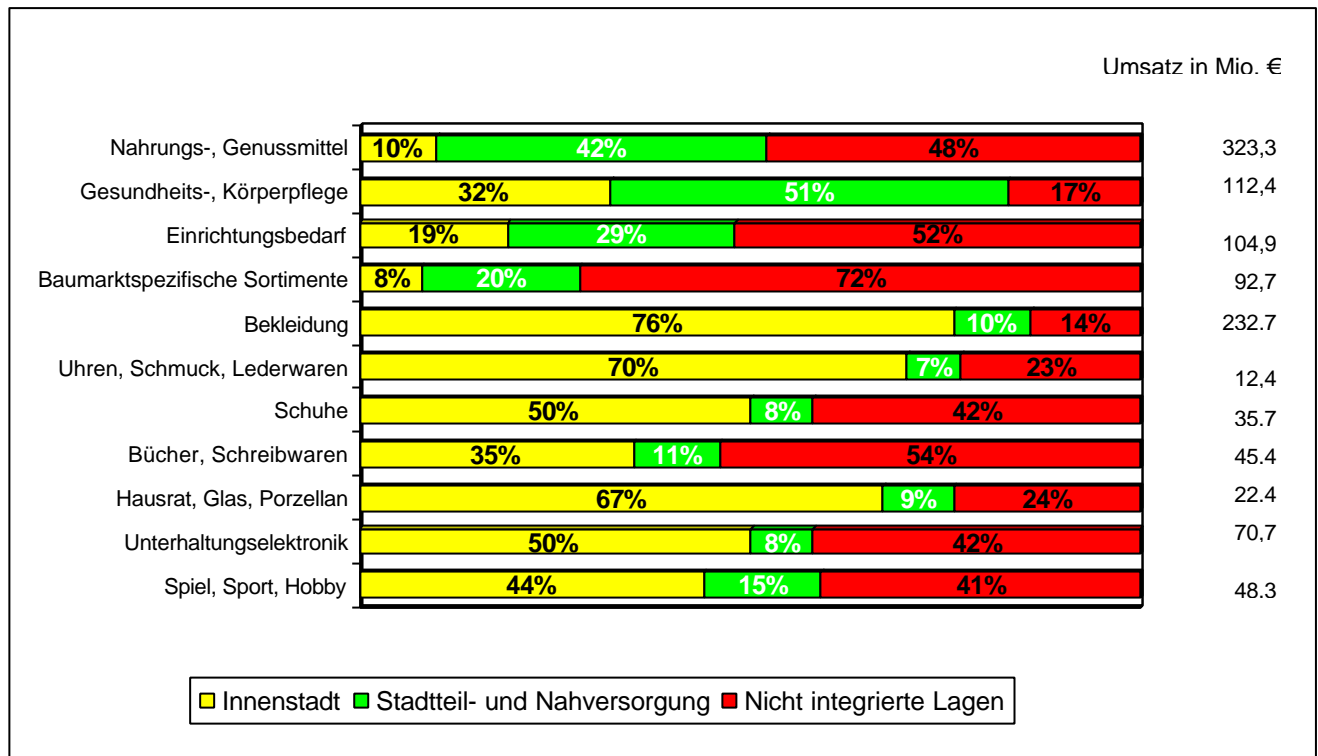
Die aufgeführten Stadtteilzentren- und Nahversorgungslagen werden nach dem Zentrenkonzept als integrierte Nahversorgungsstandorte aufgefaßt, die sich grundsätzlich zur Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten gemäß Osnabrücker Liste (vgl. S. 10) anbieten.

1.1.3 Einzelhandelsstandorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen

Unter sog. „städtebaulich nicht integrierten Lagen“ sind Standortbereiche des großflächigen Einzelhandels zu verstehen, die in ihrem Versorgungsgrad weit über den Stadtteil hinaus wirken, keine unmittelbare Verknüpfung zu Wohngebieten aufweisen und größtenteils auf den motorisierten Individualverkehr ausgerichtet sind. Der Einzelhandel in städtebaulich nicht integrierten Lagen in Osnabrück nimmt eine Verkaufsfläche von ca. 125.000 qm ein (42%). Auf dieser Verkaufsfläche erwirtschaften nur 11% der Osnabrücker Einzelhandelsbetriebe 36% des Umsatzes. Sie weisen damit ein stärkeres Gewicht auf als Innenstadt und Nahversorgungslagen. Die Stadt Osnabrück ist insgesamt hinsichtlich von Fachmärkten überdurchschnittlich ausgestattet (*GfK Prisma*, S. 143). Für Osnabrück werden als städtebaulich nicht integrierte Lagen die Hannoversche Straße, die Pagenstecher Straße, die Hansastrasse, teilweise die Mindener Straße, sowie die Fach-, Verbrauchermarkt- und SB-Warenhausstandorte in Hellern, Sutthausen, Nahne und an der Carl-Fischer Straße sowie der Hasepark und der Güterbahnhof angeführt.

Die Verteilung des **Einzelhandelsumsatzes differenziert nach Warengruppen** (*GfK Prisma*, S. 72ff) zeigt das starke Gewicht der nicht integrierten Lagen auch bei der Versorgung mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Umsatz- und damit Funktionsverluste der traditionellen Nahversorgungsstandorte, wie auch der Innenstadt als zentralen Einzelhandelsstandort sind aus Sicht des Gutachters hier erkennbar (*GfK Prisma*, S. 72 - 75).

Abb. 2 Umsatzverteilung im Osnabrücker Einzelhandel nach Warengruppen und Lagen



Quelle: GfK Prisma, S. 74

Die nicht integrierten Einzelhandelsstandorte stehen grundsätzlich nur zur Ansiedlung von nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel gemäß Osnabrücker Liste zur Verfügung.

1.2 Nachfrageanalyse: Einzugsgebiet, Kaufkraft und Zentralität

Die Stadt Osnabrück übernimmt **oberzentrale Versorgungsfunktion** für das Osnabrücker Land und weite Teile des südlichen Emslandes. Der Einzugsbereich der Stadt Osnabrück wird begrenzt durch die Einzugsbereiche der Oberzentren Münster, Bielefeld und Minden. Die Bevölkerungszahl im ermittelten Einzugsbereich des Osnabrücker Einzelhandels wird (einschließlich der Bevölkerung der Stadt Osnabrück) mit ca. 765.500 Einwohnern angegeben. Unter Berücksichtigung einer zusätzlichen „Potenzialsreserve“ könnten durch den Osnabrücker Einzelhandel ca. 872.000 Einwohner erreicht werden (GfK Prisma, S. 26).

Das **ladenrelevante Nachfragevolumen** (abgeleitet aus dem Kaufkraftpotential, das im stationären Einzelhandel verausgabt wird) wurde im Einzugsgebiet der Stadt Osnabrück einschließlich der „Potenzialreserve“ mit insgesamt 3.895,9 Mio. € ermittelt. Rd 772 Mio. € (20%) entfallen davon auf die Stadt Osnabrück. Im Naheinzugsbereich beträgt das ladenrelevante Nachfragevolumen ca. 911 Mio. € (23%). Auf den weiteren Einzugsbereich entfallen gut 1.738 Mio. €. Im weiteren differenziert das Gutachten dieses Nachfragevolumen nach Warengruppen. (GfK Prisma, S. 76ff).

Die **Zentralität des Osnabrücker Einzelhandels** nach GfK PRISMA Warengruppen wird als Kennziffer ermittelt (Zentralitätskennziffer beschreibt die Relation Umsatz /ladenrelevantem Kaufkraftpotential als Messzahl). Zentralitätskennziffern von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Werte unter 100 deuten auf Kaufkraftabflüsse und damit ggf. auf Angebotslücken hin. Bei einem realisierten Umsatzvolumen von rd. 1.101,02 Mio. € und einem ladeneinzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen von knapp 772 Mio. € im Stadtgebiet ermittelt der Gutachter eine Zentralität von 143 für den Osnabrücker Einzelhandel insgesamt. Per Saldo

ist die Stadt Osnabrück durch einen Kaufkraftzufluss in Höhe von gut 329 Mio. € gekennzeichnet. Mit Ausnahme der Warengruppen baumarktspezifische Sortimente sowie Uhren, Schmuck, Lederwaren liegen die warengruppenspezifischen Zentralitätskennziffern in allen Bereichen deutlich über 100 (*GfK Prisma*, S. 81 ff). Vom Kaufkraftvolumen im Stadtgebiet von Osnabrück (rd. 772 Mio. €) fließen nur rund 43 Mio. € in die Konkurrenzzentren des Umlandes ab. Ein hoher Anteil liegt hier im Möbelkernsortiment. Aber auch im Bereich der Bau-, Heimwerkermärkte und weiterer Fachmärkte (Bekleidung und Unterhaltungselektronik) werden jenseits der Stadtgrenzen von Osnabrück vom Gutachter Kaufkraftabflüsse festgestellt (*GfK Prisma*, S. 84 f). Für eine auch regional abgestimmte Einzelhandelssteuerung wird ein hoher Handlungsbedarf gesehen.

Weitergehend werden in dem vorgelegten Gutachten auf der Ebene der Stadtteile Aussagen zur jeweiligen Zentralität differenziert in Warengruppen getroffen (*GfK Prisma*, S. 91-109).

1.3 Fazit

Das Gutachten der GfK Prisma stellt heraus, dass die Stadt Osnabrück als Oberzentrum insgesamt durch eine ausgezeichnete Versorgungssituation und Zentralität gekennzeichnet ist. Der „**Osnabrücker Mix**“ aus attraktiven Filialisten und traditionsreichen ortsansässigen Einzelhändlern wird als entscheidendes überörtliches Profilierungspotenzial genannt. Der innerstädtische Einzelhandel ist allerdings nur mit 35% an den erzielten Umsätzen beteiligt und liegt mit diesem Wert am „unteren Rand des Korridors, der eine langfristige Sicherung attraktiver innerstädtischer Versorgungsstrukturen ermöglicht“ (*GfK Prisma*, S. 33).“ Ebenso bestehen Gefährdungspotenziale für einige Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen durch weitere Verkaufsflächenausdehnungen bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den städtebaulich nicht integrierten Lagen.

Der Fachmarktbesatz insbesondere in den städtebaulich nicht integrierten Lagen ist überdurchschnittlich. Umsatz- und damit Funktionsverluste der traditionellen Nahversorgungsstandorte sowie auch der Innenstadt als zentralem Einzelhandelsstandort sind dadurch aus Sicht des Gutachters klar erkennbar.

Entwicklungspotenzial im Segment der nicht innenstadtrelevanten Sortimente liegt lediglich im Bereich Möbel / Einrichtungsbedarf vor. Hierbei ist insbesondere die Frage der Begrenzung von Randsortimenten zu untersuchen. Grundsätzlich wird bei Ansiedlungsvorhaben eine Einzelfallprüfung hinsichtlich der Randsortimente nahegelegt.

2. Empfehlungen des Gutachters

Die GfK-Prisma Institut GmbH betrachtet aufgrund der Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung zwischen Innenstadt, Nahversorgungslagen und städtebaulich nicht integrierten Lagen sowohl die Innenstadt als auch einige Nahversorgungslagen am unteren Ende eines tragfähigen Korridors angekommen. Der Gutachter sieht daher Handlungsbedarf zur Sicherung und Weiterentwicklung der Innenstadt, der Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen. Er spricht sich für eine räumlich funktionale Arbeitsteilung der Osnabrücker Einzelhandelsstandorte aus. Diese Arbeitsteilung basiert auf der vom Gutachter vorgeschlagenen Abgrenzung von nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Um diese Zielsetzung zu erreichen, empfiehlt der Gutachter den Einsatz von Instrumenten der Bauleitplanung. Darüber weist er aber auch auf die Notwendigkeit von verstärkten Bemühungen im Marketing für die Innenstadt und die Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen hin.

Im einzelnen werden folgende Empfehlungen zur Standortentwicklung im Osnabrücker Einzelhandel ausgesprochen:

Die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in städtebaulich nicht integrierten Lagen sollte auf nicht innenstadtrelevante Sortimente beschränkt werden, um die Entwicklungsspielräume der Innenstadt, der Stadtteilzentren und der Nahversorgungslagen abzusichern (GfK Prisma, S. 189 - 194). Der Gutachter tritt daher für eine entsprechende bauleitplanerische Behandlung insbesondere in den von ihm ausgewiesenen nicht integrierten Lagen mit Risikopotenzial ein. Hier werden folgende Standorte angeführt (GfK Prisma S. 174 – 188):

- die Fachmarkttagglomeration Nahne,
- die Hannoversche Straße,
- die Pagenstecherstraße,
- die Fachmarkttagglomeration „Am Wulfter Turm“,
- die Fachmarkttagglomeration in Hellern,
- die Carl-Fischer Straße und
- den Güterbahnhof und den Hasepark.

Weiteren aktiven Entwicklungsbedarf für Standorte für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel sieht der Gutachter lediglich im Bereich Möbel. Für die Bauleitplanung hat der Gutachter auf Basis der Erhebung des Osnabrücker Einzelhandels für die Stadt Osnabrück folgende Sortimentsliste erstellt:

Tab. 1 „Osnabrücker Liste“

Sortimentstyp und Standortorientierung	Sortimente
Nahversorgungsrelevante Sortimente: Zulässig in allen Nahversorgungsbereichen, Stadtteilzentren sowie der Innenstadt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs-, Genußmittel, ▪ Gesundheits-, Körperpflegeartikel ▪ Schreibwaren, Zeitschriften ▪ Blumen (Schnittblumen, kleine Gebinde)
Innenstadtrelevante Sortimente: Verkaufsflächen > 500 m ² nur zulässig in der Innenstadt; kleinflächiger Facheinzelhandel (< 500 m ²) auch in Nahversorgungslagen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekleidung, Sportbekleidung ▪ Schuhe, ▪ Uhren, Schmuck, Lederwaren, ▪ Hausrat, Glas, Porzellan, ▪ Bücher, ▪ PC, Software, PC-Zubehör, ▪ Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, ▪ Hausrat, Glas, Porzellan, Leuchten ▪ Spielwaren, ▪ Sportartikel ▪ Musikinstrumente, Kunstgegenstände
Nicht innenstadtrelevante Sortimente: auch zulässig an nicht integrierten Einzelhandelsstandorten, siehe Einzelempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel, ▪ Heimtextilien, ▪ Tapeten und Teppiche, ▪ Baumarktspezifische Sortimente, ▪ Fahrräder, ▪ Leuchten als Teil des Baumarktsortimentes, ▪ Blumen und Gartenzubehör, ▪ Zoobedarf ▪ Elektrogroßgeräte (sog. „Weiße Ware“), ▪ Sportgroßgeräte, ▪ Kfz-Handel und Autozubehör,

Quelle: GfK Prisma S. 192 - 193

Hinsichtlich des Ausbaus der Nahversorgung in den Stadtteilen sieht der Gutachter v.a. in den Stadtteilen Pye, Atter und Schinkel-Ost/ Bornheide Handlungsbedarf. Als Voraussetzung für die Ansiedlung einer ansprechenden Nahversorgung in diesen Bereichen wird allerdings ein Bevölkerungspotenzial von 6.000 – 7.000 Einwohnern angesehen (*GfK Prisma*, S. 193). Überdies können örtliche Standortmarketingkonzepte zur Etablierung der Nahversorgungslagen beitragen (*GfK Prisma*, S. 144-156).

Für die Innenstadtentwicklung sieht der Gutachter neben der Realisierung des Laternenplatzes am Kamp keine Spielräume für wesentliche Verkaufsflächenausweitungen. Insgesamt sieht der Gutachter Bedarf v.a. hinsichtlich der qualitativen Weiterentwicklung des Angebotes der Innenstadt, des Außenmarketings für die Innenstadt und der Standortentwicklung in den Randbereichen des Haupteinkaufsbereiches. Im einzelnen trifft er folgende Empfehlungen (*GfK Prisma*, S. 140 – 142):

- Eine Umgestaltung des Neumarktes sollte zur besseren Verknüpfung von Alt- und Neustadt genutzt werden;
- Profilierung der Johannisstraße über die Entwicklung eines quartiersbezogenen Profils und eines gezielten Standortmarketings;
- Profilierung des Bereichs „Öwer der Hase“, Georgstraße / Möserstraße als Standort mit Zugangsfunktion zur City und als Büro- und Dienstleistungsstandort;
- Profilierung der Hasestraße durch ein aktives Standortmarketing;
- Weiterentwicklung der touristischen Potenziale der Innenstadt auch durch eine bessere Verknüpfung zwischen Altstadt und den Haupteinkaufsbereichen /stärkere Verzahnung von Gastronomie und Einzelhandel;
- Verstärkung des Standortmarketings für die Innenstadt insgesamt.

Der Gutachter macht zudem aufgrund des hohen Fachmarktbesatzes und der engen siedlungsstrukturellen Verflechtung auf einen Bedarf an einer regionalen Steuerung des Einzelhandels aufmerksam (*GfK Prisma*, S. 91).