



Handlungskonzept für die Innenstadt von Rotenburg (Wümme)

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Projektbearbeitung: M. Sc. Human Geogr. Simone Kraft

Köln, den 20.02.2023

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführung: Birgitt Wachs

Tel 0221 / 989438-0 / Fax 0221 / 989438-19
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkungen

Die Stadt Rotenburg erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag für ein innerstädtisches Handlungskonzept, was die Ergebnisse des aktuellen Einzelhandelskonzeptes in Bezug auf Standorte, Bewertungen der Betriebe und die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“ berücksichtigt.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Im vorliegenden Dokument wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit bei Personenbezeichnungen die männliche Schriftform verwendet. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 16.01.2023
KST-grc

Inhaltsverzeichnis**Seite**

1. Aufgabenstellung und Prozessablauf	5
2. Wesentliche Ergebnisse der Befragungen	6
2.1 Methodik und Merkmale der Befragten der online-Befragung	6
2.2 Häufigkeit des Innenstadtbesuchs und Verbindung von Tätigkeiten	7
2.3 Vermisste Angebote und Änderungswünsche bezogen auf die Innenstadt	10
2.4 Angebote des Rotenburger Stadtmarketings und Ergänzungen	14
2.5 Nutzung der Angebote des Rotenburger Stadtmarketings	15
2.6 Einkaufsverhalten und Information über innerstädtische Angebot	15
2.7 Verkehrsmittelwahl	16
3. Nutzungsmix und städtebauliche Situation in der Innenstadt	17
3.1 Lage und Stadteingänge	17
3.2 Nutzungsmix	18
3.3 Städtebauliche Bewertung	21
4. Stärken-Schwächen-Analyse	25
5. Ziele und Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung	28
5.1 Ziele für die Innenstadtentwicklung	28
5.2 Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung	28

1. Aufgabenstellung und Prozessablauf

Die Stadt Rotenburg (Wümme) wurde in das Förderprogramm „Perspektive Innenstadt“ aufgenommen, so dass unterschiedliche Projekte zur Stärkung der Innenstadt gefördert werden können. Das **gesamstädtische Einzelhandelskonzept** und das **Handlungskonzept** für die Innenstadt stellen jeweils ein Projekt dar.

Das Einzelhandelskonzept beschäftigt sich mit dem Einzelhandelsangebot in der Gesamtstadt. Es bildet die Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels und zeigt auf, wie mit Ansiedlungen oder Erweiterungen ansässiger Betriebe zukünftig umgegangen werden soll. Dementsprechend orientiert es sich an zahlreichen rechtlichen Vorgaben, wie die Landes-Raumordnung Niedersachsen, und das Raumordnungsprogramm Landkreis Rotenburg (Wümme). Da diese Grundlagen bei der Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen berücksichtigt werden müssen, bedarf es eines Beschlusses durch den Rat der Stadt Rotenburg (Wümme). Aus diesem Grund wurde für das Einzelhandelskonzept ein eigener Bericht erstellt.

Hingegen bezieht sich das **Handlungskonzept** nur auf die Innenstadt, welche mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“ identisch ist. Hier geht um städtebauliche und nutzungsbezogene Aspekte, Stärken / Schwächen sowie Maßnahmen zur Verbesserung. Dies bezieht sich auf unterschiedliche Themenfelder, wie z.B. Kommunikation, Mobilität, Beschilderung, Gestaltung der Plätze, Möblierung und Aufenthaltsqualitäten.

Die **Analysephase** bzw. **Ort-Aufnahmen**¹ beinhalten folgende Punkte:

- /// **Aufnahme sämtlicher Nutzungen:** u.a. Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie, Dienstleistungen, medizinische Praxen, öffentliche, kulturelle und bildungsbezogene Einrichtungen, inkl. leerstehender Ladenlokale
- /// **Messung der Passantenfrequenzen** in der Großen Straße und Goethestraße, so dass die absolute und tageszeitliche Verteilung der Frequenzen ermittelt werden konnte
- /// **Onlinebefragung** der Bürger im Februar 2022
- /// **Onlinebefragung der Gewerbetreibenden** in der Innenstadt im Februar 2022.

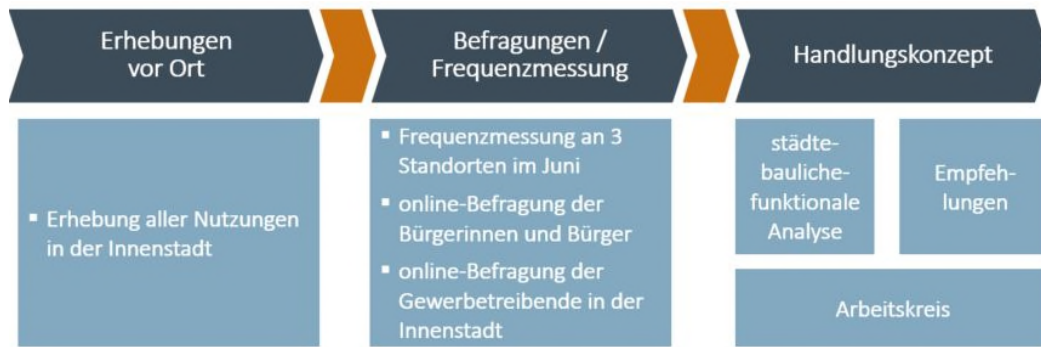
Während die Beteiligung bei der Onlinebefragung der Bürger mit über 800 Befragten hoch ausfiel, war dies bei der Befragung der Gewerbetreibenden nicht der Fall. Hier beteiligten sich 38 Betriebe, davon 4 aus der Gastronomie, 14 aus dem Dienstleistungssektor und 20 Einzelhandelsbetriebe. Aufgrund der geringen Fallzahlen können keine Ergebnisse dargestellt werden.

Zusätzlich fanden zwei Sitzungen eines Arbeitskreises mit Bürgermeister Oestmann, Vertretern der Stadtplanung und des Bauamtes (Frau Kemper, Frau Schuhmacher, Herr Lauchart, Herr Klein), mit Fraktionsvorsitzenden, der IHK Stade, des AWO Kreisverbandes, der IG City, des Rotenburger Wirtschaftsforums sowie des Einzelhandels statt.

Im Rahmen der 1. Sitzung wurden u. a. die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, wesentliche Ergebnisse der Befragungen vorgestellt und Stärken / Schwächen bzw. Ziele für die innerstädtische Entwicklung von den Teilnehmern erarbeitet und diskutiert. In der zweiten Arbeitskreissitzung wurden insbesondere Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Innenstadt diskutiert und abgeleitet.

¹ Diese Vor-Ort-Arbeiten waren auch für das Einzelhandelskonzept notwendig.

Abbildung 1: Prozessablauf für das innerstädtische Handlungskonzept



Quelle: GMA 2022.

2. Wesentliche Ergebnisse der Befragungen

2.1 Methodik und Merkmale der Befragten der online-Befragung

Die Befragungsinhalte wurden von der GMA im Vorfeld mit der Verwaltung abgestimmt, wobei sowohl geschlossene als auch offene Fragen gestellt wurden. Die Inhalte bezogen sich auf:

- /// Einkaufshäufigkeit und räumliche branchenbezogene Einkaufsorientierung
- /// Verbindung unterschiedlicher Tätigkeiten in der Innenstadt
- /// positive und negative Aspekte sowie vermisste Angebote in der Innenstadt
- /// Verkehrsmittelwahl
- /// Bekannte und genutzte Veranstaltungen in der Innenstadt
- /// Bekanntheit der Angebot des Rotenburger Stadtmarketings bzw. deren Nutzung
- /// Informationen über das Angebot von innerstädtischen Verwaltung.

Während die Fragen zur räumlichen Einkaufsorientierung für das Einzelhandelskonzept benötigt wurden, bezogen sich weitere Fragen v. a. auf die innerstädtische Situation.

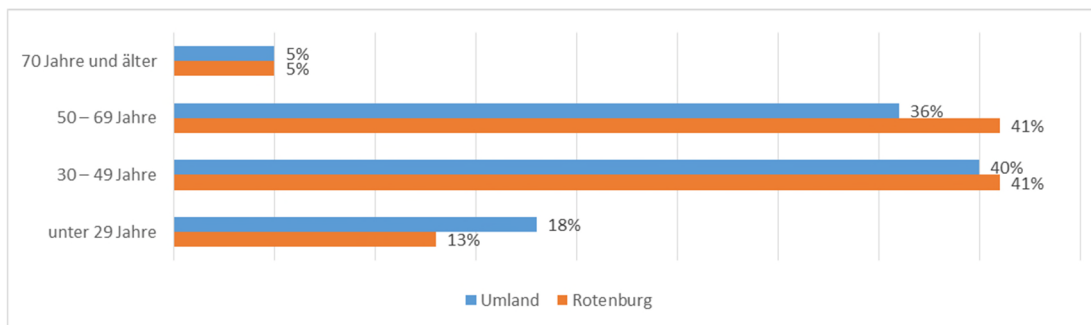
An der Onlinebefragung beteiligten sich insgesamt **807 Bürger**, davon gaben 21 Befragte ihren Wohnort nicht an. Der überwiegende Teil entfällt mit **631 Bürger auf Rotenburg (Wümme)**, was ca. 8 - 9 % der Haushalte entspricht. Dieser Rücklauf fällt hoch aus, so dass es sich um eine repräsentative Befragung handelt. Weitere **155 Bürger beteiligten aus dem Umland**, v.a. aus den Mitglieds-gemeinden der Samtgemeinden Bothel (51 Befragte) und Sottrum (33 Befragte) sowie aus Scheeßel (32 Befragte). Insgesamt 23 Befragte wohnen in der Samtgemeinde Fintel, in Visselhövede, Gyhum, Zeven und Sittensen. Aus weiter entfernt liegenden Kommunen beteiligten sich 16 weitere Befragte, wie z. B. aus Ottersberg, Kirchlinteln, Langwedel, Schneverdingen, Verden (Aller), Bremen oder Hamburg. In Rotenburg (Wümme) verteilen sich die Befragten wie folgt:

- /// Kernstadt: 580 Befragte
- /// Unterstedt: 17 Befragte
- /// Borchel: 15 Befragte
- /// Waffensen: 13 Befragte
- /// Mulmshorn: 6 Befragte.

Im Folgenden wird zwischen Befragten aus der Stadt Rotenburg (Wümme) und Befragten aus dem Umland differenziert.

Bei der Frage nach der **Haushaltsgröße** und der **Altersgruppe** beteiligten sich jeweils über 90 % aller Befragten. Bezüglich der Altersgruppen zeigt sich, dass sich aus dem Umland etwas mehr jüngere Bürger (unter 29 Jahre) als aus Rotenburg (Wümme) beteiligten. Bei den übrigen Altersgruppen zeigen sich keine gravierenden Altersunterschiede

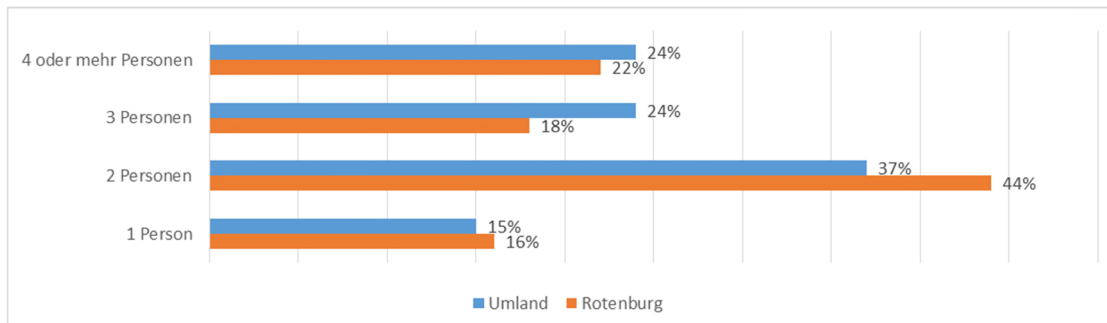
Abbildung 2: Verteilung der Altersgruppen



GMA-Online-Bürgerbefragung 2022

Bezogen auf die **Haushaltsgröße** sind insbesondere Befragte, welche in Zweipersonenhaushalten leben, stark vertreten. Zwischen den Befragten aus Rotenburg (Wümme) und aus dem Umland liegen kaum Unterschiede vor.

Abbildung 3: Haushaltsgröße der Befragten



GMA-Online-Bürgerbefragung 2022

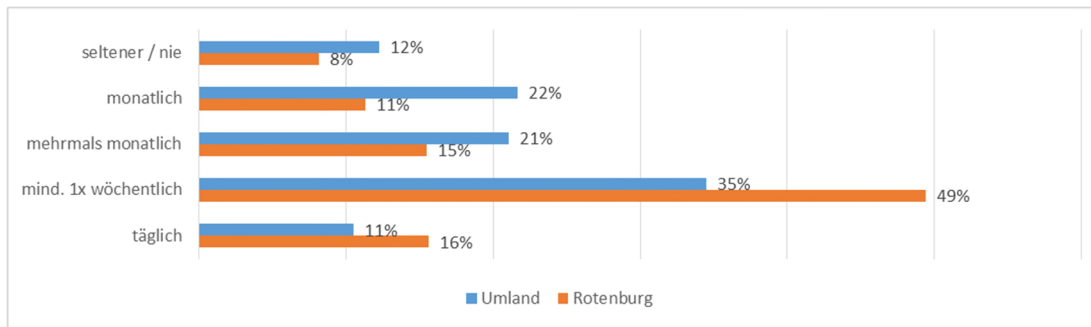
2.2 Häufigkeit des Innenstadtbesuchs und Verbindung von Tätigkeiten

Frage: „Wie häufig besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Rotenburg (Wümme)?“

Frage: „Erledigen Sie normalerweise eine oder mehrere Tätigkeiten in der Innenstadt?“

Zur Besuchshäufigkeit äußerten sich fast alle Befragten (798 Befragte). Fast die Hälfte aller Befragten aus Rotenburg (Wümme) **besucht mindestens 1 x wöchentlich die Innenstadt**, was vergleichsweise hoch ausfällt. Über ein Drittel der Befragten aus dem Umland besuchen die Innenstadt ebenfalls mindestens 1 x wöchentlich. Etwa jeder fünfte Befragte aus dem Umland gibt an, dass er mehrmals monatlich bzw. monatlich die Rotenburger Innenstadt besucht. Diese Werte unterstreichen die Multifunktionalität, d. h. die Vielfalt an unterschiedlichen Angeboten aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, medizinischen Praxen, aber auch öffentlichen Einrichtungen, welche in diesem Umfang in den kleineren Grundzentren im Umland nicht vorhanden sind.

Abbildung 4: Besuchshäufigkeit bezogen auf die Rotenburger Innenstadt



GMA-Online-Bürgerbefragung 2022

Auch bei dieser Frage zur **Verbindung unterschiedlicher Tätigkeiten** war eine hohe Beteiligung von 796 Befragten vorhanden. Etwa Zwei Drittel der Befragten aus Rotenburg (Wümme) sowie der Befragten aus dem Umland erledigen in der Innenstadt mehrere Tätigkeiten, so dass die Versorgungsbedeutung des Einzelhandels bzw. die Multifunktionalität des innerstädtischen Angebotes unterstrichen wird.

Auffallend ist, dass sogar Drei Viertel aller Befragten aus den Rotenburger Ortsteilen angibt, mehrere Tätigkeiten in der Innenstadt zu erledigen. Auch für Befragte aus Scheeßel, SG Bothel und SG Sottrum trifft dies auf jeweils 69 – 72 % der Befragten zu. Positive und negative Aspekte der Rotenburger Innenstadt

Frage: „Was gefällt Ihnen **besonders an der Innenstadt** von Rotenburg (Wümme)?“

Frage: „Was gefällt Ihnen **überhaupt nicht an der Innenstadt** von Rotenburg (Wümme)?“

Bei diesen Fragestellungen handelt es sich um eine sog. „offene Frage“ d. h. hier konnten verschiedene Aspekte benannt werden. Dabei ergibt bezogen auf die Befragte mit Antworten folgende Aufteilung:

- /// Positive Nennungen: 427 Befragte (ca. 55 %)
- /// Negative Nennungen: 534 Befragte (ca. 77 %)

Jeweils über die Hälfte der Rotenburger und der Befragten aus dem Umland nannten positive Aspekte der Innenstadt. Die **positiven Nennungen** beziehen sich v.a. auf die Fußgängerzone, den Stadtstreek sowie auf den Einzelhandel. Bezogen auf den Einzelhandel wird nicht nur die Vielzahl an Geschäften, sondern auch die Tatsache, dass inhabergeführte Geschäfte vorhanden sind, positiv hervorgehoben. Im Vergleich zu anderen Städten in derselben Größe ist dies ein Merkmal, wodurch sich der lokale Einzelhandelbesatz hervorhebt.

Tabelle 1: Wesentliche positive Nennungen zur Innenstadt

Nennungen (abs.)	Befragte aus	
	Rotenburg	dem Umland
Fußgängerzone	76	25
Stadtstreek	69	14
übersichtlich, überschaubar	55	15
Einzelhandel, Vielzahl an Geschäften	53	16
Sitzgelegenheiten, gute Plätze zum Verweilen, Spielgeräte	43	8
Stadtkirche, Kirchplatz, Glockenspiel, Brücken, Skulpturen	41	9
Inhabergeführte Geschäfte	34	10
historische Häuser, Fachwerk, Architektur	30	8
Gastronomie	30	3
Wochenmarkt	29	5
Lage am Wasser	29	14
Cafés, Eisdiele	28	8
Grünflächen, Blumen, Bepflanzung, Sauberkeit	25	6
Atmosphäre, Charakter	20	2
ausreichend Parkplätze, Parkplatzsituation	18	6
Angebot, Auswahl	14	5

GMA Onlinebefragung 2022

Von jeweils weniger als 10 Befragte werden regionale Besonderheiten, Weihnachtsdekoration, -beleuchtung, aber auch der persönlichen Kontakt, Kundenservice, Verkehrsberuhigung, geringe Leerstand angeführt.

Im Vergleich dazu sind sowohl die Befragten aus Rotenburger als auch aus dem Umland mit vielen Aspekten der Innenstadt unzufrieden, was sich auf jeweils über 70 % bezieht. Der Schwerpunkt der Nennungen entfällt auf die Geschäftsvielfalt, die Architektur und die Verkehrssituation. Zudem wird neben der Gestaltung des neuen Marktes bemängelt, dass es keine durchgängige Fußgängerzone gibt. Auffallend ist das im Vergleich zu den Einheimischen Befragte aus dem Umland etwas stärker die Parksituation sowie das gastronomische Angebot bemängeln.

Tabelle 2: Wesentliche negative Nennungen zur Innenstadt

Nennungen (abs.)	Befragte aus	
	Rotenburg	dem Umland
geringe Vielfalt an Geschäften	85	22
gleichförmige Quaderbauten, Neubauten, Architektur	68	15
zu viele Autos, Verkehrssituation, Stau, Durchgangsverkehr	64	17
unterschiedliche Öffnungszeiten, auch über Mittag	60	12
Neuer Markt	47	12
keine durchgängige Fußgängerzone	44	7
Goethestraße	36	5
wenig Angebote für Jugendliche, junge Leute	33	5
leerstehenden Gebäude	33	4
Auswahl, Angebot	30	7
Radfahrer in der Fußgängerzone	30	6
Begrünung, Blumen	29	4
Sauberkeit, Müll	29	8
Flair, Atmosphäre, Aufenthaltsqualität	28	7
Parksituation	28	15
Gastronomie, Außengastronomie	28	12
fehlende Aufenthaltsbereiche mit Sitzgelegenheiten	24	5
unbelebter Marktplatz	19	4
Bettler, aggressive Gruppen	18	2
rote, rutschige Straßenbelag, Pflaster	16	8
Veranstaltungen, Events, Aktionen	15	4

GMA Onlinebefragung 2022

2.3 Vermisste Angebote und Änderungswünsche bezogen auf die Innenstadt

Frage: „Gibt es etwas, das Sie in der Innenstadt vermissen oder ändern würden und wenn ja, was?“

Mit Blick auf die Zufriedenheit der Bürger bzw. auf deren Änderungswünsche wurden verschiedene Aspekte abgefragt:

- /// Einzelhandel, Dienstleistungen
- /// Gastronomie
- /// Verkehr / Parken
- /// Aufenthaltsqualität.

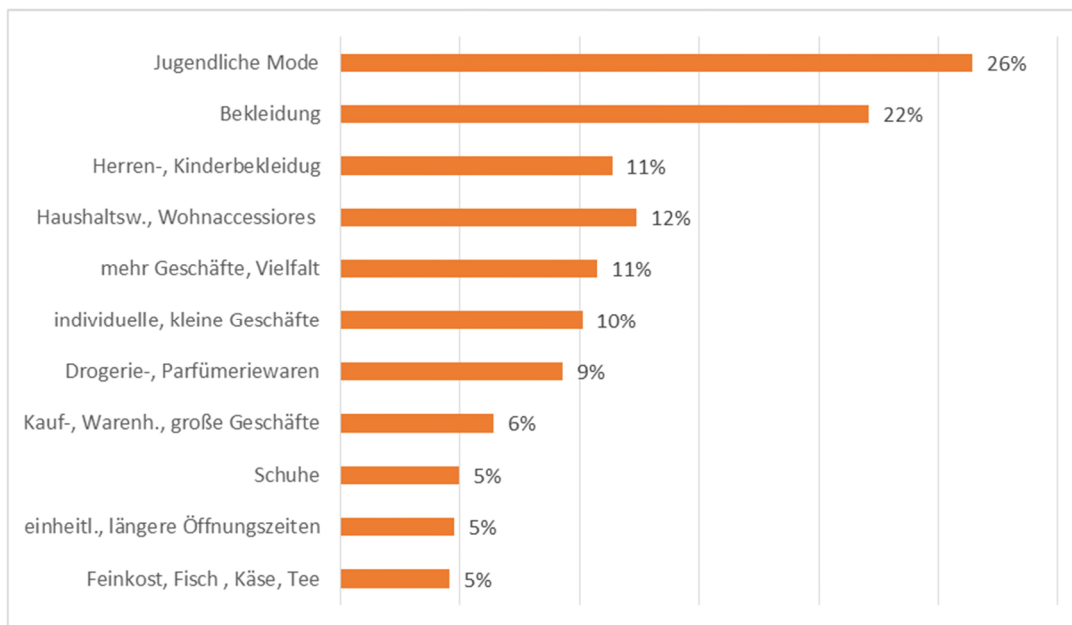
Unter diesen Punkten ist die Zufriedenheit mit dem Angebot im Einzelhandel und bei Dienstleistungen am geringsten ausgeprägt. Fast über 60 % der Befragten aus Rotenburg (Wümme) und fast genauso viel aus dem Umland sind damit unzufrieden. Im Bereich Verkehr / Parken sind fast ein Drittel der Befragten aus Rotenburg (Wümme) unzufrieden, gleichwohl würden ca. 45 % der Rotenburger in diesem Bereich auch etwas ändern. Auffallend ist, dass mehr Befragte aus dem Umland mit der Aufenthaltsqualität sowie mit der Verkehrs- / Parksituation unzufrieden sind.

Tabelle 3: Vermisste Angebote und Änderungswünsche bezogen auf die Innenstadt

Bereiche	Vermisste Angebote		Änderungen	
	Befragte aus Rotenburg	Befragte aus Umland	Befragte aus Rotenburg	Befragte aus dem Umland
Einzelhandel, Dienstleistungen	62%	58%	18%	15%
Gastronomie	53%	52%	13%	14%
Aufenthaltsqualität	36%	48%	24%	24%
Verkehr / Parken	31%	40%	45%	34%

GMA Onlinebefragung 2022

Im **Einzelhandel** vermissen die meisten Befragten Angebote bei Bekleidung insbesondere das Angebot für jugendliche Mode. Auch in anderen GMA-Befragungen entfällt der Schwerpunkt der vermissten Angebote immer auf Bekleidung. Im Einzelhandelsbesatz von Rotenburg (Wümme) werden zudem allgemein mehr Geschäfte, größere Vielfalt, aber auch individuelle und kleinere Geschäfte vermisst.

Abbildung 5: Vermisste Angebote bezogen auf die Rotenburger Innenstadt


GMA Onlinebefragung 2022

Zudem werden von jeweils unter 5 % der Befragten eine Buchhandlung, Elektrowaren, Handarbeitsartikel vermisst. Von ca. 18 % der Rotenburger und ca. 11 % der Befragten aus dem Umland wird ein Kino vermisst. Eine Kegel- bzw. Bowlingbahn wünschen sich ca. 5 % der Rotenburger bzw. ca. 3 % der Befragte aus dem Umland.

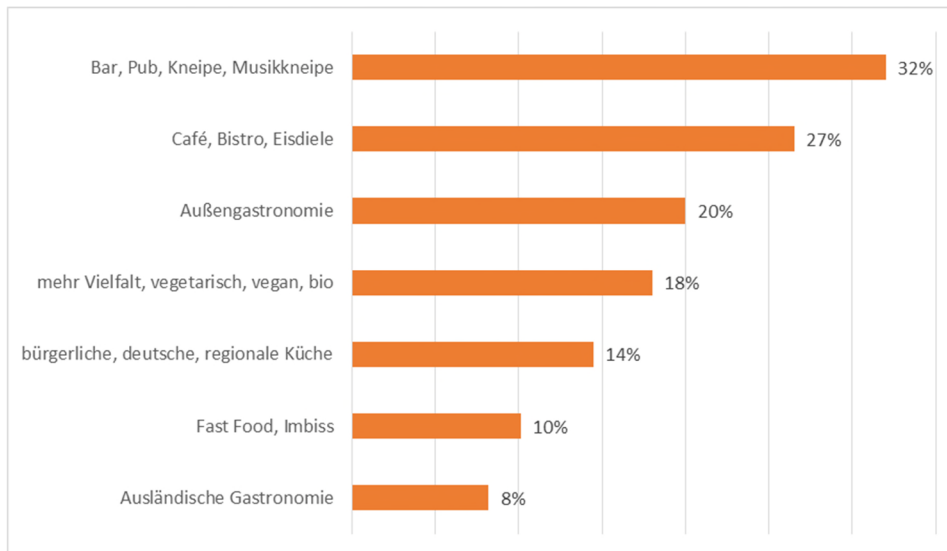
Die Änderungswünsche beziehen sich auf folgende Aspekte:

- /// längere, einheitlichere Öffnungszeiten: ca. 29 %
- /// Ansiedlung von mehr Geschäften: ca. 14 %
- /// Ansiedlung von mehr Geschäften für junge Altersgruppen: ca. 13 %
- /// weniger Filialisten, Billigläden: ca. 12 %
- /// weniger Bäcker, Handyläden, Schuhläden: ca. 8 %.

Von jeweils 6 % der Befragten mit Angaben wird eine bessere Internetdarstellung, -Service, Förderung von Start-ups und Kleingeschäften, aber auch die Senkung von Mieten gewünscht.

Bezogen auf das **gastronomische Angebot** werden in erster Linie Kneipen, Bars, Pubs und Cafés, Bistros, Eisdielei sowohl von den Rotenburgern als auch von den Befragten aus dem Umland vermisst.

Abbildung 6: Vermisste Angebote im Bereich Gastronomie



GMA Onlinebefragung 2022

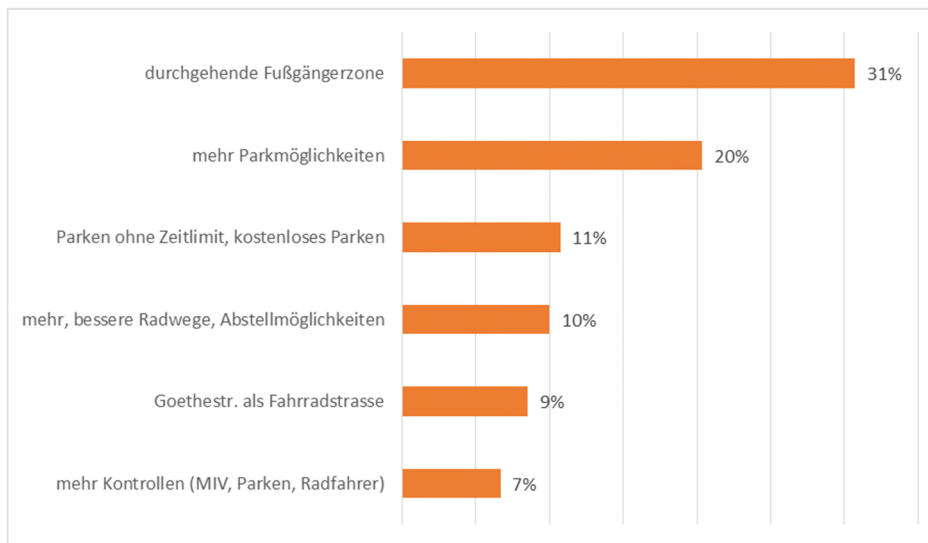
Im **gastronomischen Angebot** werden folgende Änderungen vorgeschlagen:

- /// Gastronomie am Stadtstreek, neuer Markt: ca. 34 %
- /// mehr Außengastronomie: ca. 26 %
- /// weniger Döner, Shishabar: ca. 16 %
- /// verschiedene Lokale, internationale Küche: ca. 13 %

Hinsichtlich der **Parksituation** werden von fast Zwei Drittel der Befragten mit Angaben (ca. 63 %) mehr und breitere Parkplätze, kostenloses Parken, aber auch ein Parkhaus vermisst. Die weiteren Angaben beziehen sich für Abstellplätze für Fahrräder, Fahrradparkhaus (ca. 17 %). Von jeweils 4 – 6 % werden mehr und durchgängigere Radwege, allgemein weniger Verkehr, besserer ÖPNV, aber auch mehr Kontrollen des fließenden und ruhenden Verkehrs vermisst.

Die Änderungswünsche hinsichtlich **Verkehr / Parken** beziehen sich insbesondere auf die Anlage von mehr Parkplätzen, aber auch auf eine durchgehende Gestaltung der Fußgängerzone.

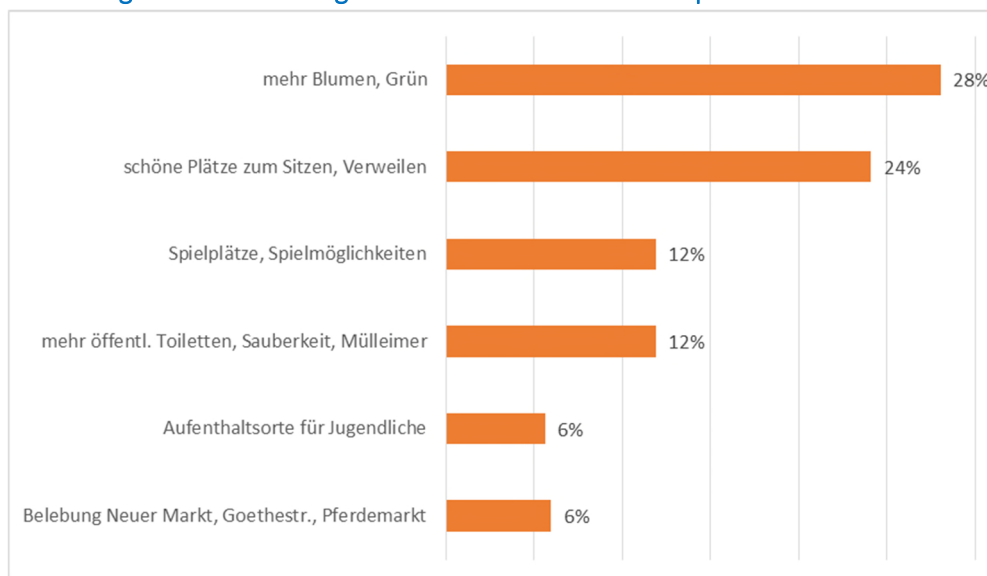
Abbildung 7: Änderungswünsche hinsichtlich Verkehr / Parken



GMA Onlinebefragung 2022

Hinsichtlich der **Aufenthaltsqualität** werden insbesondere mehr Blumen, mehr Begrünung sowie mehr und bessere Sitzmöglichkeiten vermisst.

Abbildung 8: Vermisste Angebote im Bereich Aufenthaltsqualität



GMA Onlinebefragung 2022

Mit Blick auf die **Aufenthaltsqualität** beziehen sich die Änderungswünsche auf:

- /// Sitzgelegenheiten, Aufenthaltsbereiche: ca. 27 %
- /// mehr Grün: ca. 23 %
- /// mehr Sitzgelegenheiten: ca. 17 %
- /// Aufwertung des neuen Marktes, Pferdemarkt, Speicher: ca. 12 %
- /// mehr Sauberkeit, öffentliche Toiletten, Mülleimer: ca. 11 %
- /// Aufwertung des Stadtstreeks: ca. 9 %

- mehr Spielmöglichkeiten, Wasserspiele: ca. 8 %
- Erhalt der Architektur, des Stadtbildes: ca. 6 %.

Von ca. 4 – 5 % wird der Wunsch geäußert, dass die Innenstadt autofrei wird, die Fußgängerzone durchgehend gestaltet wird sowie insgesamt weniger Verkehrslärm und Durchgangsverkehr.

2.4 Angebote des Rotenburger Stadtmarketings und Ergänzungen

Frage: „Welche der folgenden Veranstaltungen in der Innenstadt von Rotenburg kennen Sie?“

Frage: „Welche der folgenden Veranstaltungen in der Innenstadt von Rotenburg haben Sie bereits genutzt?“

Frage: „Fehlt Ihnen etwas in Bezug auf innerstädtische Veranstaltungen in Rotenburg (Wümme)?“

Zur Auswahl standen 7 unterschiedliche Veranstaltungen, wovon der **Kartoffelmarkt** bei den Rotenburger am bekanntesten ist, während dies auf den **Nikolausmarkt** bei den Befragten aus dem Umland zutrifft. Am wenigsten bekannt ist bei Rotenburgern und Befragten aus dem Umland das **Kulturbankett**. Besucht werden die Veranstaltungen erwartungsgemäß mehr von den Einheimischen als von Besuchern aus dem Umland.

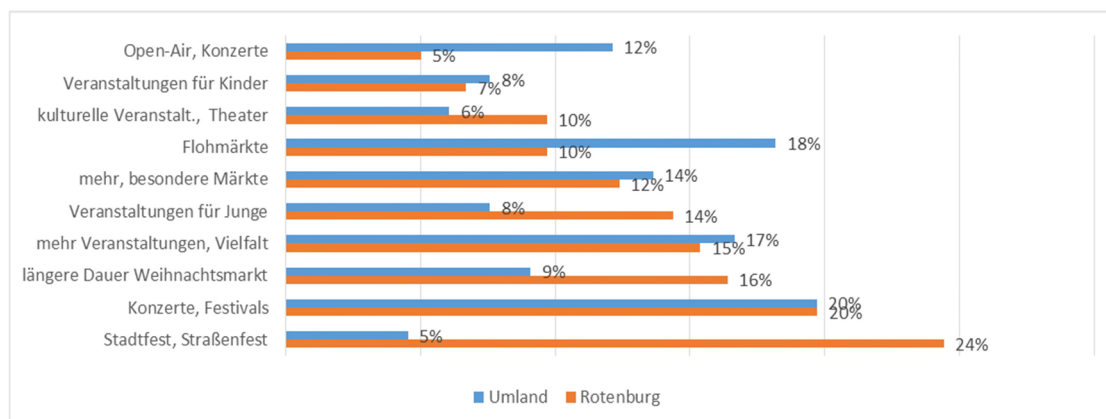
Tabelle 4: Bekanntheit und Besuch innerstädtischer Veranstaltungen

Veranstaltungen	Befragte aus Rotenburg		Befragte aus dem Umland	
	bekannt	besucht	bekannt	besucht
Kartoffelmarkt	90%	75%	80%	63%
Dämmerhoppfen	86%	63%	70%	53%
Nikolausmarkt	88%	82%	82%	76%
LaStrada	84%	63%	79%	59%
Laut & Draußen	66%	43%	47%	24%
Krimi & Shopping	61%	22%	43%	15%
Kulturbankett	33%	9%	20%	8%

GMA Onlinebefragung 2022

Zu dieser Fragestellung äußerte sich der Großteil der Befragten (788 Befragte). Etwa 60 % der Rotenburger und ca. 51 % der Befragten aus dem Umland wünschen sich zusätzliche Veranstaltungen. Auffallend ist, dass Stadt- oder Straßenfeste von etwa einem Viertel aller Rotenburger, aber nur von etwa 5 % der Befragten aus dem Umland gewünscht werden. Hingegen werden Konzerte und Feste von jedem 5. Rotenburger bzw. Befragten aus dem Umland gewünscht.

Abbildung 9: Gewünschte Veranstaltungen in der Rotenburger Innenstadt



GMA Onlinebefragung 2022

Sportveranstaltungen sowie mehr Kleinkunst werden von ca. 6 bzw. 8 % der Befragten aus dem Umland zusätzlich gewünscht, während dies auf lediglich ca. 3 – 4 % der Rotenburger zutrifft. Zwischen 2 – 3 % wünschen sich, dass mehr Geschäfte an gemeinsamen Aktionen teilnehmen, Veranstaltungen an Ostern, Ausschöpfung der verkaufsoffenen Sonntage, mehr Veranstaltungen der Gastronomie, Tag der Vereine, längere Öffnungszeiten der Märkte oder auch Stadtführungen.

2.5 Nutzung der Angebote des Rotenburger Stadtmarketings

Frage: „Kennen Sie Angebote des Rotenburger Stadtmarketings und wenn ja, welche?“

Frage: „Welche Angebote des Rotenburger Stadtmarketings haben Sie bereits genutzt?“

Abgefragt wurden die Angebote Rotenburger Zehner, freies WLAN und das weihnachtsgewinnspiel. Bezüglich der Bekanntheit dieser Angebote, gaben 3 % der Rotenburger und 15 % der Befragten aus dem Umland an, dass sie keines dieser Angebote kennt. Jeder 5. Befragte aus dem Umland hat diese Angebote bisher noch nicht genutzt. Bei den Rotenburger trifft dies lediglich auf ca. 7 % der Befragten zu. Der Rotenburger Zehner ist mit Abstand am bekanntesten und wird auch am häufigsten von Rotenburgern und von Bürgern aus dem Umland genutzt.

Tabelle 5: Nutzung und Bekanntheit der Angebote des Rotenburger Stadtmarketings

	Befragte aus Rotenburg		Befragte aus dem Umland	
	Bekannt	genutzt	Bekannt	genutzt
Rotenburger Zehner	99%	95%	95%	80%
Freies W-LAN	32%	17%	34%	23%
Weihnachtsgewinnspiel	73%	59%	69%	55%

GMA Onlinebefragung 2022

2.6 Einkaufsverhalten und Information über innerstädtische Angebot

Frage: „Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?“

Frage: „Wie informieren Sie sich über das Angebot von Geschäften der Innenstadt?“

Bei der ersten Frage waren folgende Antwortmöglichkeiten vorgegeben:

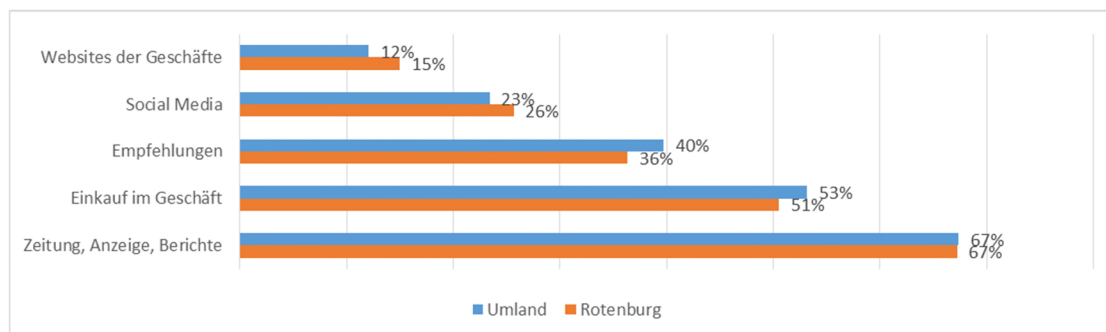
- /// Ich kaufe überwiegend im stationären Einzelhandel.
- /// Ich informiere mich online, kaufe aber dann meistens im stationären Einzelhandel.

- /// Ich suche nach Angeboten, mal online, mal in den Geschäften vor Ort.
- /// Ich kaufe überwiegend online.

Auch zu dieser Frage nach dem Einkaufsverhalten äußerte sich der überwiegende Teil der Befragten. Hinsichtlich der Antworten zeigen sich keine gravierenden Unterschiede zwischen den Befragten aus Rotenburg bzw. aus dem Umland. So gibt über die Hälfte der Befragten an, dass sie sowohl online als auch im stationären Einzelhandel einkaufen. Jeweils gut ein Viertel kauft überwiegend im stationären Einzelhandel ein. Etwa 10 % der Befragten informiert sich online und kauft größtenteils im stationären Einzelhandel.

Die Frage nach der Information über die Angebote in den Geschäften beantworteten fast alle Befragten, wobei 113 (ca. 14 %) sich nicht über das Angebot informieren. Von denjenigen Befragten mit Angaben holen sich etwa Zwei Drittel Informationen über Zeitungen, Anzeigen und Berichte. Aber auch der Einkauf im Geschäft dient als direkte Informationsquelle.

Abbildung 10: Informationen über das Angebot in der Rotenburger Innenstadt



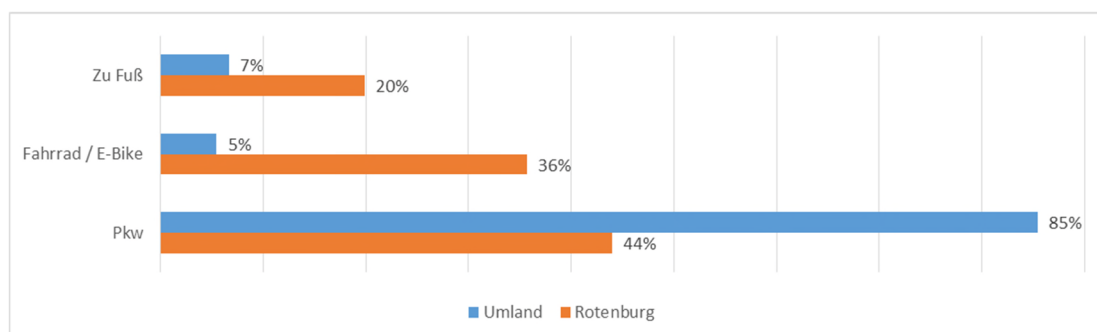
GMA Onlinebefragung 2022

2.7 Verkehrsmittelwahl

Frage: „Mit welchem Verkehrsmittel besuchen Sie üblicherweise die Innenstadt von Rotenburg?“

Die größte Bedeutung bei der Verkehrsmittelwahl kommt dem motorisierten Individualverkehr (MIV) zu. Etwa 85 % der Befragten aus dem Umland und etwa 44 % der Rotenburger nutzen den Pkw, um in die Innenstadt zu gelangen. Auffallend ist, dass ca. 7 % der Befragten aus dem Umland angeben, zu Fuß in die Innenstadt von Rotenburg (Wümme) zu kommen. Hierbei dürfte es sich um ein Missverständnis handeln. Immerhin 2 % der Befragten aus dem Umland besuchen die Innenstadt mit dem ÖPNV.

Abbildung 11: Verkehrsmittelwahl für den Besuch der Rotenburger Innenstadt



GMA Onlinebefragung 2022

3. Nutzungsmix und städtebauliche Situation in der Innenstadt

3.1 Lage und Stadteingänge

Die Innenstadt umfasst die historische Altstadt mit der als Fußgängerzone gestalteten Großen Straße vom Pferdemarkt bis zum Neuen Markt. Auch Teile der Goethestraße zwischen der Achse Am Pferdemarkt und Kirchstraße gehören mit der Nebenlage Am Wasser / Stadtstreek dazu. An drei Seiten wird die Innenstadt von den Bundesstraßen B 71 (Soltauer Straße) und B 215 (Bahnhofstraße) sowie der Verbindungsachse Aalter Straße / Glockengießerstraße umschlossen. Im Süden begrenzt ein ausgedehnter Grüngürtel um den Stadtstreek die Innenstadt.

Von den stark befahrenen Hauptverkehrsachsen kann in die Innenstadt über folgende Straßen angefahren werden:

- /// von der Aalter Straße aus über die Bahnhofstraße, Rathausgasse, Nödenstraße, Wallbergstraße
- /// von der B 215 aus über die Mühlenstraße, Am Burgtor
- /// von der B 71 aus über die Bergstraße, Neuen Markt, Glockengießerstraße

Von den Hauptverkehrsachsen aus nördlicher und westlicher Richtung kommend, sind die Geschäfte und Nutzungen in der Fußgängerzone nicht sichtbar. Lediglich vom Neuen Markt aus kann man sehen, dass hier in etwa die Fußgängerzone anfängt. Bedingt durch die Bundesstraßen ist für Ortsunkundige nicht auf Anhieb erkennbar, wo überhaupt die Innenstadt liegt. Damit und mit den Einbahnstraßen wird zudem eine schnelle Orientierung erschwert.

Die Eingangsbereiche sind wenig attraktiv gestaltet, was insbesondere die Mühlen- und Bahnhofstraße, aber auch Soltauer Straße oder Glockengießerstraße betrifft. Am Anfang der Mühlenstraße sind eine wenig ansprechende Spielothek und Wohnhäuser vorhanden, welche nicht vermuten lassen, dass es hier zur Innenstadt geht. Auch in der Bahnhofstraße gibt es kaum Hinweise, dass man in die Fußgängerzone in wenigen Minuten zu Fuß gelangt. Das Dauergrün entlang den Gehwegen an diesen Straßen wirkt wenig freundlich und einladend. Der Platz mit dem Alten Stadttor ist sehr exponiert, aber wirkt mit Dauergrünbepflanzung wenig freundlich. Von der Soltauer Straße oder von der Glockengießerstraße aus kommend weist der dortige Geschäftsbesatz (Spielothek, Tedi) ebenfalls nicht auf den Beginn der Fußgängerzone mit vielen gut gestalteten und inhabergeführten Fachgeschäften, Gastronomie oder Dienstleistern hin.

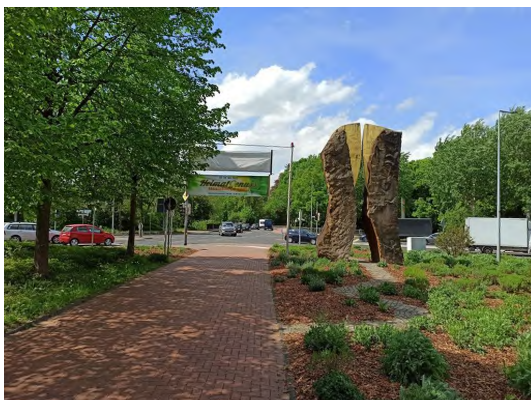


Foto 1: Altes Stadttor Bahnhofstraße



Foto 2: Mühlenstraße Spielothek



Foto 3: Glockengießerstraße



Foto 4: Soltauer Straße, TEDI, Spielothek

Die Beschilderung ist z.T. unübersichtlich, überfrachtet, schlecht lesbar und ermöglicht kaum eine gute Auffindbarkeit wichtiger Einrichtungen, insbesondere der Fußgängerzone. Dies fällt insofern ins Gewicht, da in den letzten Jahren jeweils 1.400 – 1.500 Bürger pro Jahr nach Rotenburg (Wümme) aus anderen Kommunen gezogen sind. Zudem bietet Rotenburg als Kreisstadt und Standort vieler Firmen und Gewerbetreibenden ein umfangreiches Arbeitsplatzangebot und weist über 9.000 Einpendler auf. Diese kommen überwiegend aus den kleineren Umlandgemeinden mit weitaus weniger Angeboten im Einzelhandel, Dienstleistungen oder medizinischen Praxen.



Foto 5: Schilder an der Bergstraße



Foto 6: Schilder zu Entfernungen

3.2 Nutzungsmix

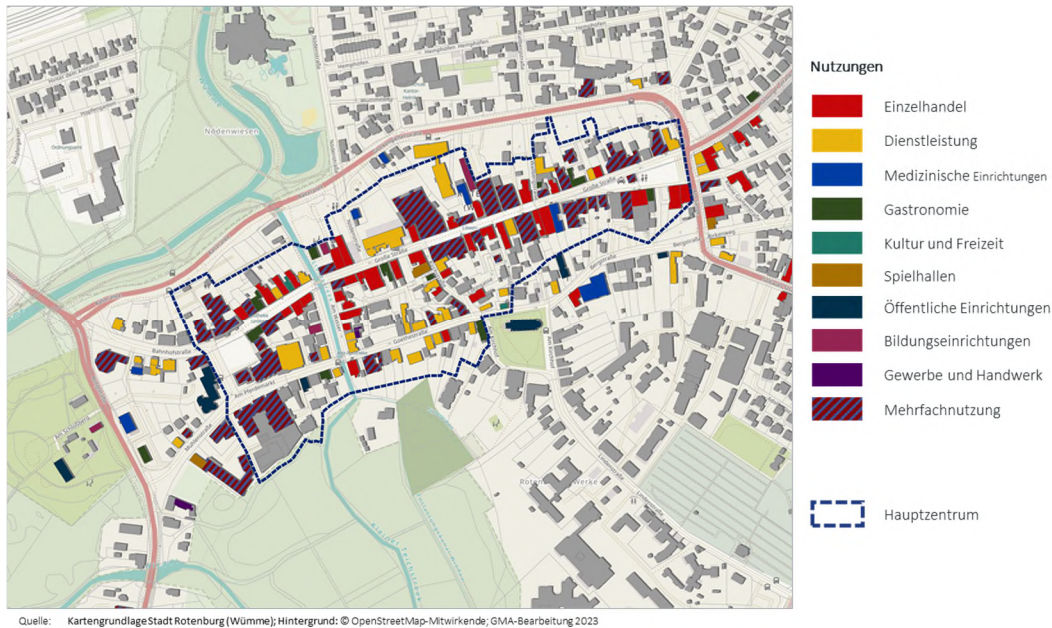
In der Innenstadt wurden über 220 Nutzungen erhoben, wobei **Einzelhandel und Dienstleistungen** mit jeweils 69 Betrieben dominierend sind.

Die **Verkaufsfläche im Einzelhandel** beträgt ca. 10.900 m² und entspricht damit ca. 20 % der Gesamtverkaufsfläche.² Der Angebotsschwerpunkt entfällt mit 16 Betrieben und einer Verkaufsfläche von über 4.200 m² auf Bekleidung, Schuhe, Sport, wobei das Modehaus Kammann den größten Anbieter darstellt. Mit dem Rewe Supermarkt, dem Rossmann Drogeriemarkt, Apotheken, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, inhabergeführten Fachgeschäften, Filialisten, Modehaus Kammann, Kleinkaufhaus Woolworth und Kioske ist der Betriebstypenmix ausgeprägt. Außerdem werden damit verschiedene Preissegmente und Angebotsgenre angemessen abgedeckt.

²

Der hohe Flächenanteil in anderen Standortbereichen, wie z. B. Wümme Park, familia und E-Center in der Harburger Straße bzw. Gewerbegebietslagen resultiert aus der Vielzahl an großflächigen Einheiten.

Abbildung 12: Nutzungen in der Innenstadt



Auffallend ist die Vielzahl an inhabergeführten Fachgeschäften mit 51 Betrieben. Vertreten sind die üblichen Filialisten, v. a. im Lebensmittelhandwerk, bei Optiker, Hörgeräten, Telekommunikation, Schuhen, Drogerie-, Parfümeriewaren.



Foto 7: Geschäfte in der Fußgängerzone

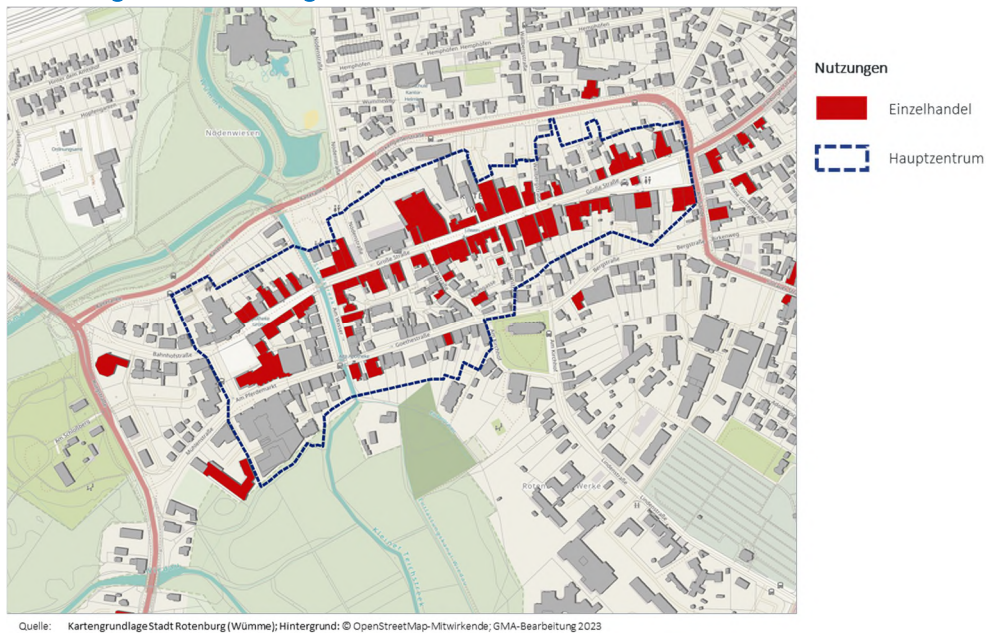


Foto 8: Alte Apotheke

Für eine hohe tägliche Frequenz, von welcher benachbarte Geschäfte profitieren, sorgen Rewe, Rossmann und Woolworth. Mit diesem umfangreichen Angebot und dem beliebten 2 x wöchentlich stattfindenden Wochenmarkt erschließen die Betriebe ein großes Marktgebiet mit über 54.000 Einwohnern im Umland, insbesondere aus den SG Sottrum und Bothel sowie Scheeßel.

Der Einzelhandel konzentriert sich auf die Fußgängerzone, während in der Goethestraße der Geschäftsbesatz stark nachlässt, so dass die diese Achse eine Nebenlage, wie auch die Achse Am Wasser, bildet.

Abbildung 13: Verteilung des Einzelhandels



Zum Zeitpunkt der Nutzungskartierung³ waren 13 Leerstände vorhanden, was einer geringen Leerstandsquote bezogen auf den Einzelhandel von ca. 6 % entspricht. Die kleinteiligen Leerstände konzentrieren sich in den Nebenzonen am Wasser, am Neuen Markt sowie in der Kirchstraße.

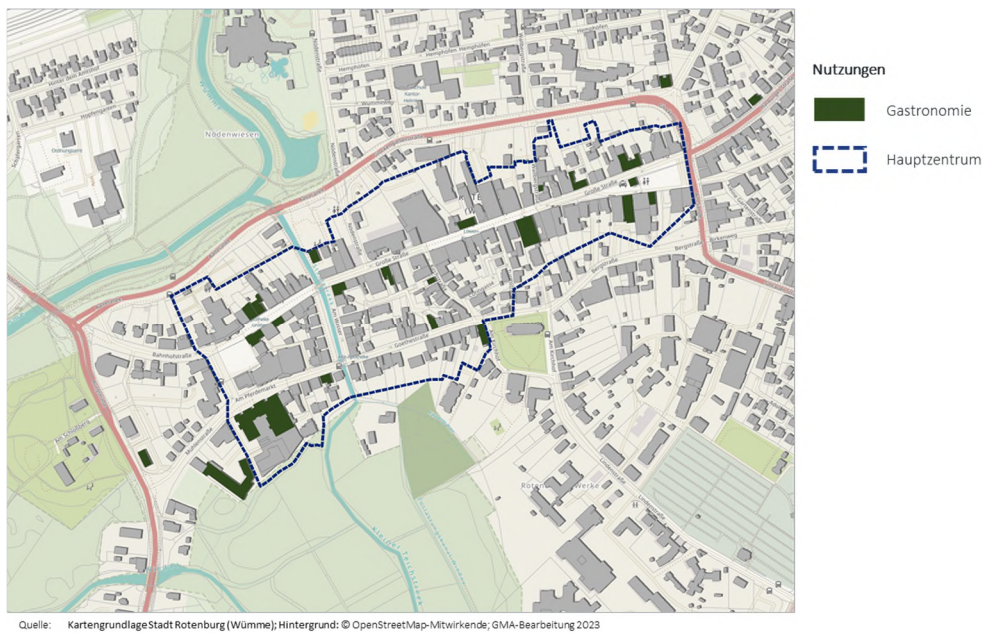
Für den **Dienstleistungssektor** ist eine Vielzahl an beratenden Dienstleistungen, wie Rechtsanwälte, Steuerberater, Notare, Kreditinstitute, Versicherungen, Werbeagentur, Immobilienberatungen oder beratende Institute (z. B. für Berufsbildung, Lerntherapie, Coaching) bezeichnend. Auch personenbezogene Dienstleistungen, wie Reisebüros, Fahrschulen, Frisöre, Kosmetik-, Nagelstudio, Reinigungen, Änderungsschneider, Massagepraxis sind stark vertreten.

Gastronomiebetriebe tragen zur Lebendigkeit, Vielfalt und Verweildauer bei und sind fester Bestandteil einer Innenstadt. Das Rotenburger Angebot verteilt sich auf 21 gastronomische Nutzungen, wobei das Angebotsspektrum von Restaurants, Pizzerien über Eiscafés, Bistros bis hin zu Schnellimbissen reicht. Wie auch in anderen Mittelzentren in der Größe von Rotenburg (Wümme) sind etliche ausländisch geführte gastronomische Betriebe, u. a. Asian fine foods, Kaja Grillhaus, Pizzerien, Gelateria vorhanden. Zudem sind innovative Formen, wie z. B. Bubbletea, ansässig. Im Vergleich zu anderen Mittelzentren konzentrieren sich die gastronomischen Betriebe nicht auf einen Teilbereich, sondern verteilen sich in der Großen Straße bzw. in der Goethestraße. Im Bereich „Am Wasser, Stadtstreek“ sind mit Ausnahme des Stadtspeichers keine weiteren gastronomischen Betriebe lokalisiert, wenngleich dieser Bereich Potenziale mit Blick auf eine verbesserte Aufenthaltsqualität / Gestaltung für mehr Besucher bietet.

³

November 2022

Abbildung 14: Verteilung der Gastronomie und Hotellerie



Die Hotellerie ist mit dem Hotel am Pferdemarkt vertreten, was für ein Mittelzentrum eher gering ausfällt. Dies dürfte mit dem Besatz an größeren und renommierten Hotels, wie z. B. „Wachtelhof“ oder auch das Tagungshotel Taranga in Waffensen zusammenhängen. Positiv fällt der geringe Besatz an Vergnügungsstätten auf.

Im **medizinischen Sektor** sind neben Arzt- / Zahnarztpraxen verschiedene Fachärzte unterschiedlicher Fachrichtungen, eine kardiologischen Praxis, Ergotherapie, Hebammen, psychologische und medizinischen Beratungsstellen vorhanden. Mit der Vielzahl gerade an spezialisierten Praxen zeigt sich die Bedeutung des Mittelzentrums als Standort für medizinische Versorgung. In Nähe zur Haupteinkaufslage, allerdings nicht mehr direkt in der Innenstadt, befinden sich u. a. stark frequentierte Einrichtungen, wie das MVZ für Radiologie oder im weiteren Verlauf der Lindenstraße weitere Einrichtungen, wie z. B. Zentrum für Notfallmedizin, HNO-Klinik, Neurologie. Somit ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten, Besuche in der Innenstadt mit Erledigungen in medizinischen Einrichtungen zu verbinden.

Verschiedene **öffentliche Einrichtungen**, wie Stadthaus, Rathaus, Amtsgericht, Regionales Landesamt für Schule und Bildung, AWR, das Rudolf-Schäfer-Haus und 5 Bildungseinrichtungen tragen ebenfalls zur multifunktionalen Innenstadt bei. Städtebauliche Situation

3.3 Städtebauliche Bewertung

Städtebaulich ist die Innenstadt durch mehrere Quartiere gekennzeichnet, welche unterschiedliche Funktionen und Aufenthaltsqualitäten aufweisen.

Fußgängerzone Große Straße mit dem Neuen Markt:

- ▀ Freistehende überwiegend zwei- bis dreigeschossige Wohn- und Geschäftshäusern mit Einzelhandel, Dienstleistern und Gastronomie mit Außenbewirtschaftung in Erdgeschosslage. Der überwiegende Teil ist als Fußgängerzone gestaltet.
- ▀ Das Stadtmobiliar ist nicht durchgehend modern und eher uneinheitlich, z.T. sind moderne Bänke aufgestellt, an denen oftmals ein wenig ansprechender Mülleimer platziert ist.

- / Die Kunstinstallationen sind zwar für ein erwachsenes Publikum oder interessierte Touristen positiv hervorzuheben, während kaum Spielgeräte für Kinder vorhanden sind. Diese beschränken sich auf einzelne Geräte, welche seit Langem in Fußgängerzonen installiert, aber nicht sehr innovativ sind. Wasserspiele oder ein Wasserspielplatz ist nicht vorhanden.
- / Fahrräder werden an öffentlichen und privat aufgestellten Radständern der Geschäfte, an Laternen oder „wild“ direkt vor Geschäften abgestellt. Die Radständer sind z.T. modern, aber auch veraltet. Etwas breitere Radständer für die immer beliebter werdenden Lastenräder und E-Bikes sind wenig vorhanden. Dies ist deshalb problematisch, da der Radtourismus gerade im Landkreis ein Besucherpotenzial bietet.
- / Der Neue Markt ist mit etlichen nicht aufeinander abgestimmten Elementen möbliert, aber kaum begrünt und nicht mit Spielgeräten bestückt. Die direkt anschließenden Taxistellplätze tragen ebenfalls nicht zu einer guten Aufenthaltsqualität bei. Für Familien, Kinder und Jugendliche ist dieser Platz nicht einladend.



Foto 9: Neuer Markt im Frühjahr



Foto 10: Neuer Markt bei Regen



Foto 11: Moderne Bank, alter Mülleimer (1)



Foto 12: veraltetes Stadtmobiliar (2)



Foto 13: Spielgeräte vor der Apotheke



Foto 14: einzelntes Spielgerät

Pferdemarkt / Mühlenstraße / Anfang Goethestraße:

- Prägend sind großformatige Gebäude, wie das Amtsgericht an der westlichen Seite, das Rathaus an der nördlichen Seite und das Stadthaus / Bürgersaal mit Hotel, Büros, Ärzten an der südlichen Seite.
- Auf der rückwärtigen Seite des Stadthauses befindet sich ein „versteckter“ Parkplatz, wobei vom Pferdemarkt aus ein wenig ansprechender und dunkler Durchgang besteht.
- Der Platz am Pferdemarkt ist relativ groß und ist Standort des namensgebenden Kunstobjektes. Insgesamt ist dieser wenig möbliert (wenig Sitzbänke, keine Spielgeräte), was auch der Nutzung als Wochenmarkt geschuldet ist.
- Die Grünanlagen entlang des Gebäudes der Sparkasse sind eher ungepflegt und mit Dauergrün bepflanzt.
- Auch wenn der Baumbestand am Pferdemarkt das Erscheinungsbild etwas auflockert, ist der gesamte Bereich sehr versiegelt.



Foto 15: Pferdemarkt bei Regen



Foto 16 :Pferdemarkt im Frühjahr

Goethestraße:

- Strukturprägend sind eher kleine freistehende zwei- bis dreigeschossige Wohn- und Geschäftshäuser in überwiegende geschlossener, giebelständiger Bauweise.
- Entlang der Goethestraße sind verschiedene dienstleistungsbezogene Nutzungen, aber kaum Einzelhandel vorhanden. Hervorzuheben ist das historische Gebäude der Alten Apotheke.

- Der Durchgang vom Pferdemarkt in die Goethestraße wirkt eher wie ein privater Durchgang ist nicht einladend.



Foto 17: Goethestraße (1)



Foto 18: Goethestraße (2)

Stadtstreek / Am Wasser:

- Für diesen Bereich ist der Stadtstreek mit den Grünzug, der Geranienbrücke und dem historischen Ensemble des Speichers prägend.
- Der Stadtstreek ist für Besucher kaum zugänglich, am Speicher besteht eine Treppenanlage, welche in einem wenig ansprechenden Zustand ist.
- Auf der gegenüberliegenden Seite „Am Wasser“ sind kleinteilige Einzelhandelsbetriebe bzw. mittlerweile auch leerstehende Lokale lokalisiert.
- Entlang der Achse „Am Wasser“ sind vereinzelt Spielgeräte aufgestellt, es wirkt allerdings wenig einladen.
- Außer der mit schönen Blumenschmuck versehenen Geranienbrücke wird der gesamte Bereich nicht in Szene gesetzt.



Foto 19: Blick auf den Stadtstreek



Foto 20: veraltetes Stadtmobiliar



Foto 21: Brücke, Am Wasser



Foto 22: Geranienbrücke bei Regen

4. Stärken-Schwächen-Analyse

Wesentlicher Bestandteil des Handlungskonzeptes ist die Stärken-Schwächen-Analyse, in welcher positive und negative Aspekte dargestellt werden. Mit den Teilnehmern im Arbeitskreis wurden wesentliche Stärken und Schwäche zu unterschiedlichen Themenfeldern, wie Mobilität, Beschilderung, Einzelhandel, Gastronomie, Aufenthaltsqualität und Kommunikation erarbeitet.

Hinsichtlich der **Mobilität / Erreichbarkeit** ist zu beachten, dass momentan ein Verkehrskonzept mit u.a. Bestandsaufnahme sämtlicher innerstädtischen Stellplätze im öffentlichen Raum, Bewertungen und Vorschläge zur Verbesserung des fließenden und ruhenden Verkehrs erstellt wird. Ergebnisse lagen zum Zeitpunkt der Bearbeitung des Handlungskonzeptes noch nicht vor. Insofern wird im Handlungskonzept dieses Thema nicht vertiefend betrachtet. Folgende Stärken / Schwächen werden mit Blick auf die **Mobilität** gesehen:

Tabelle 6: Stärken / Schwächen bezogen auf die Mobilität

Stärken	Schwächen
+ Gute und viele Fahrradständer + An befahrenen Straßen der Innenstadt (v. a. Große Straße) gute Parkmöglichkeiten + E-Ladesäulen vorhanden + Bürgerbus fährt auch in die Innenstadt + Bahnhof in der Nähe, wichtig für Pendler (ca. 8 Gehminuten zur FGZ)	- Fußgängerzone wird „aufgeweicht“ (ganztägiger Liefer-, Fahrradverkehr, Post) - Temporäre Sperrungen (z. B. durch versenkbare Poller) nicht möglich - Zunehmende Gefährdung der Fußgänger durch Zunahme von E-Roller- / Rad-Rowdies - Geschwindigkeit der E-Bikes, weichen auf Fußwege aus - An Geschwindigkeitsbegrenzung (z. B. 20 km/h) Neuer Markt und Goethestraße hält sich niemand - Gefährliche Fahrradwege - Fehlende schnelle Auflademöglichkeiten (E-Bikes) - Fehlende oder unzureichende Unterstände / Überdachung für Fahrräder - Parkhaus in der Mitte gelegen, fehlt - Zu wenig Parkflächen (Parkhäuser) - Nutzungskonflikte bei der Parkplatzbelegung mit Pendlern - Geringe ÖPNV-Frequenzen

GMA-Zusammenstellung 2022

In Rotenburg (Wümme) sind zahlreiche **Schilder** am Rande der Innenstadt oder in der Innenstadt vorhanden, wenngleich sowohl von den Teilnehmern der Arbeitskreise als auch vom Gutachter keine Stärken gesehen werden.

Tabelle 7: Stärken / Schwächen bezogen auf die Beschilderung

Stärken	Schwächen
+	- kaum Hinweisschilder zur Fußgängerzone, wichtigen Einrichtungen, wie z.B. Tourismus-Information, öffentliche Toiletten, Sehenswürdigkeiten - kein Infoleitsystem - keine einheitliche Schilder für die Parkplätze - schwierige Auffindbarkeit der Innenstadt bzw. der Parkplätze - fehlendes Parkleitsystem

GMA-Zusammenstellung 2022

In Bezug auf den **Einzelhandel** wurden von den Teilnehmern des Arbeitskreises etliche Stärken bzw. Schwächen genannt, welche durch die Gutachter ergänzt wurden:

Tabelle 8: Stärken / Schwächen bezogen auf den Einzelhandel

Stärken	Schwächen
+ Gute Sortimentsbreite + Noch viele inhabergeführte Geschäfte + Von vielen mitgetragene Aktionen, z. B. Weihnachtsgewinnspiel + Standort interessant für neue „kreative“ Konzepte, z. B. Unverpackt-Laden + Rotenburger Zehner + Aktionen wie „Heimatshoppen“ + Mix an Betriebstypen	- Sauberkeit vor einzelnen Geschäften - Erste Geschäfte erscheinen als Nebenerwerbsbetriebe mit deutlich reduzierten Öffnungszeiten - Filialbetriebe zu wenig örtlich engagiert - In Relation zur Bedeutung Rotenburgs zu hohe Mieten - Keine einheitlichen Öffnungszeiten - Vereinzelt Optimierungsbedarf bei Schaufenstergestaltung - Kein Citymanager im Rathaus - in Geschäften wenige Angebote, wie Sitzmöglichkeiten, Wasserspender, Kundentoiletten, Spielecken - kein Frequenzbringer in der Goethestraße

GMA-Zusammenstellung 2022

Mit Blick auf das **gastronomische Angebot** sind mehr Schwächen als Stärken vorhanden.

Tabelle 9: Stärken / Schwächen bezogen auf Gastronomie / Hotellerie

Stärken	Schwächen
+ Vielfältiges Angebot + Wachtelhof als überregionales „Luxushotel“ (tolles Aushängeschild für Rotenburg)	- zu wenig Kneipen, Bars - Außengastronomie rückläufig (Ausnahme Neuer Markt) - wenig Zusammenarbeit untereinander - fehlende Unterkünften im mittleren Preissegment, z. B. Hostel - geringe Beteiligung der Gastronomen an Aktionen - zu wenig Gastronomie mit Außenflächen am Stadtbereich - kaum Hinweise auf Gastronomie

GMA-Zusammenstellung 2022

Beim Themenfeld **Kommunikation, Feste, Events** beziehen sich die wesentlichen Schwächen auf die fehlende Kommunikation zwischen einzelnen Nutzern und insbesondere die geringe Beteiligung von Dienstleistern sowie Gastronomen bei den zahlreichen Veranstaltungen in der Innenstadt.

Tabelle 10: Stärken / Schwächen bezogen auf Kommunikation, Feste, Events

Stärken	Schwächen
+ Gute Frequenz zum Dämmer-Shoppen und „on the road again“ + Öffentliches WLAN + Citymonitore für Veranstaltungen	- zu wenig verkaufsoffene Sonntage im Vergleich zu anderen Städten - Es fehlt eine einheitliche Kommunikationsplattform - Zu geringe Beteiligung der Dienstleister und Gastronomen - Es fehlt ein Innenstadt“kümmerer“ - noch kein flächendeckendes WLAN - keine Infrastruktur für Verkaufsstände (Feste, Strom, Wasser) - fehlende Einbindung Gewerbetreibende Am Wasser / Goethestraße

GMA-Zusammenstellung 2022

Die fehlende Einbindung von Akteuren bezieht sich z. B. auch auf Betriebe, welche in der Goethestraße bzw. Am Wasser lokalisiert sind.

Mit Blick auf die **Gestaltung und Aufenthaltsqualität** beziehen sich wesentliche Schwächen v. a. auf die Gestaltung des Neuen Marktes, am Stadstreek, aber auch allgemein auf fehlende Spielgeräte und ein einheitliches Stadtmöbiliar.

Tabelle 11: Stärken / Schwächen bezogen auf Gestaltung und Aufenthaltsqualität

Stärken	Schwächen
+ Baumbestand + Stadstreek + viele Sitzmöglichkeiten	- Bänke und Mülleimer ungepflegt - Sauberkeit - Beleuchtung (kein LED) - mangelndes Sicherheitsgefühl (ab ca. 19:00 Uhr) - so gut wie keine öffentlichen WCs - Gestaltung am Neuen Markt - „Stiefkind“ Neuer Markt - niederschwellige Angebote für junge Leute fehlen - kaum Spielgeräte, keine innovativen Spielgeräte - keine Aufenthaltsqualität am Stadstreek, Am Wasser, Am Pferdemarkt - wenig einladende Passagen, dunkel gestaltet - rotes Pflaster bei Feuchtigkeit zu glatt für Menschen mit Beeinträchtigungen (Fußgängerzone) - viel versiegelte Fläche - kaum mobile Möblierungselemente, z.B. Pflanzkübel

GMA-Zusammenstellung 2022

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich die meisten Schwächen auf die Aufenthaltsqualität, gestalterische Elemente sowie auf den Verkehr beziehen. In erster Linie sind es die Fußgängerzone, der Neue Markt, der Pferdemarkt und der Bereich um den Stadstreek / Am Wasser deren Aufenthaltsqualitäten verbessert werden sollten.

5. Ziele und Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung

5.1 Ziele für die Innenstadtentwicklung

Im Einzelhandelskonzept werden neben der Sicherung sowie des Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion insbesondere **der Schutz und Stärkung der Innenstadt als zentrale Einkaufslage** herausgestellt. Dies bedeutet, dass die Innenstadt als Einkaufsstandort gegenüber dezentralen Standorten gestärkt werden soll, indem Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment, z.B. Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren, nur in der Innenstadt entwickelt werden soll. Gleichzeitig soll die Multifunktionalität (Vielzahl an Angeboten in diversen Bereichen) gestärkt werden.

Momentan wird ein Verkehrskonzept erstellt, weitere Konzepte zum Städtebau liegen ebenfalls vor. Gleichwohl fehlt ein übergeordnetes **Leitbild zur Innenstadt** bisher. Mit Blick auf eine zeitnahe Umsetzung unterschiedlicher Maßnahmen ist dies aus unserer Sicht u. E. allerdings erforderlich. Die Rotenburger Innenstadt bietet zwar ein gutes Angebot im Einzelhandel, wenngleich aufgrund der Lage zwischen Bremen und Hamburg bzw. der Nähe zum Einkaufszentrum Dodenhof eine Beschränkung auf die Einkaufsfunktion nicht zielführend ist. Im Vordergrund sollte nicht stehen, dass die Innenstadt nur zum Einkaufen dient, sondern der **multifunktionale Standort** und Aspekte, wie Familien- und Kinderfreundlichkeit, Fuß- und Radverkehr, aber auch der Gesundheitssektor / medizinische Praxen in den Fokus der Betrachtung stehen.

Teilbereiche der Innenstadt, wie z. B. die Goethestraße, können als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort zukünftig eher schwer ausgebaut werden. Hier sollte die Entwicklung mit innenstadtnahem Wohnen, einschließlich moderner Wohnformen, wie z. B. Mehrgenerationenhäuser, Co-Working-Space in den Obergeschossen angestrebt werden, in denen man sich einmieten kann.

5.2 Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung

Die Maßnahmen zielen darauf ab, die Innenstadt zu einem Raum mit vielen Verbundmöglichkeiten und hoher Aufenthaltsqualität zu entwickeln, welcher multifunktional genutzt werden kann und für Einheimische, Besucher / Kunden aus dem Umland sowie Tagestouristen, Übernachtungsgästen attraktiv ist.

Ein wesentlicher Punkt ist dabei die gute Erreichbarkeit für alle Verkehrsteilnehmer, wenngleich der PKW das dominierende Verkehrsmittel ist und auch aufgrund der Ausdehnung und des ländlichen Umlandes auch zukünftig dominieren wird. Aufgrund der fehlenden Sichtbarkeit von den Hauptverkehrsachsen ist die Beschilderung sehr wichtig. Auch innerhalb der Innenstadt dient eine Beschilderung der besseren Auffindbarkeit vorhandener Angebote. Gleichzeitig bedarf es auch einer Abstimmung mit den touristischen Anforderungen.

Themenfeld Mobilität:

- /// mehr Parkplätze für Beschäftigte und Verbraucher schaffen
- /// Parkhaus an der Glockengießer Straße; versuchen, schwierige Umsetzbarkeit eines Parkhauses zu umgehen
- /// keine Autos auf dem Neuen Markt
- /// mobile, entfernbare Fahrradbügel
- /// sichere Fahrradständer, z. B. für Lastenräder, ggf. überdacht
- /// Abstimmung Maßnahmen mit Ergebnissen des Verkehrsentwicklungskonzepts

Themenfeld Beschilderung:

- /// Beschilderung überprüfen u.a. hinsichtlich Informationsgehalt, Notwendigkeit, Standort
- /// ggf. Reduzierung der Schilder
- /// Digitale Stelen zur Information von wichtigen Gebäuden, Plätzen
- /// Einheitliche Schilder, Wegweiser speziell für Rotenburg gestaltet, dienen als identitätsstiftendes Element im Stadtraum für eine bessere Orientierung und Information der Besucher.

Im **Einzelhandel** und in der **Gastronomie** sind in erster Linie die Betreiber selbst und die Eigentümer der Immobilien gefordert. Hinsichtlich des Erscheinungsbildes und der Marktauftrittes sind die meisten Geschäfte gut positioniert. Ansatzpunkte zeigen sich v.a. hinsichtlich weiterer Angeboten in den Innenräumen. Bei der Belegung leerstehender Ladenlokale ist die Einflussnahme der Verwaltung oftmals gering. Als Zwischennutzungen bieten sich pop-up-stores, künstlerische Angebote, kulturelle Aktionen an. Bei leerstehenden Ladenlokalen muss darauf geachtet werden, dass Schäden sofort beseitigt werden, um weitere verwaiste Ladenlokale im direkten Umfeld zu vermeiden. Dies erfordert eine intensive Kommunikation zwischen Verwaltung und Eigentümern.

Themenfeld Einzelhandel:

- /// Umgang und Vermarktung von Leerständen verbessern, z.B. Immobilienbesitzer ansprechen, Vorkaufsrechtsatzung
- /// Zusammenlegung von Flächen bei leerstehenden Ladenlokalen überprüfen
- /// Gestaltung der Eingangsbereiche (Kinderwagen, Rollstühle, etc.)
- /// Gestaltung der Innenräume optimieren, u.a. Kinderspielecke, Wasserspender, bequemer Wartebereich
- /// Umgestaltung leerstehende Ladenlokale zu einem Treffpunkt
- /// pop-up-stores
- /// künstlerische Aktionen in leerstehenden Ladenlokalen

Themenfeld Gastronomie / Hotellerie:

- /// Außengastronomie fördern, auch durch öffentliches WLAN
- /// Aktionen mit „Gewinnen“ aus der Gastronomie generieren
- /// Mieten runter – Vermieter ansprechen
- /// mehr Feiermöglichkeiten / Treffpunkte für junge Menschen

Um die Intensität der Besuche zu erhöhen, bedarf es entsprechender Werbung der **Innenstadt als multifunktionaler Standort**, was über unterschiedliche Werbeträger gestreut werden sollte. In diesem Zusammenhang ist die bessere und modernere Gestaltung der Homepage der Stadt Rotenburg (Wümme) von wichtiger Bedeutung. Besucht werden die vielen innerstädtischen Veranstaltungen mehr von den Einheimischen als von Besuchern aus dem Umland, so dass sich hier eine intensivere Information im Umland abzeichnet. Gleiches gilt auch für die Werbung bei Tages- und Übernachtungsgästen.

Themenfeld Kommunikation, Feste, Events:

- /// Homepage optimieren
- /// Filialisten zur vermehrten Teilnahme an Aktionen „verdonnern“ (evtl. von Seiten der Stadt)
- /// Flyer Bonner Plakate (s. Heimatgenuss)

- /// Stadt-Homepage mit von Einzelhändlern / Veranstaltern „bestückbarem“ Event-Kalender (Freigabe ohne Admin)
- /// City-Monitore (zusätzliche Geräte, mehr Verknüpfungsmöglichkeiten – Einzelhandel)

Zudem tragen verkaufsoffene Sonntage in hohem Maße dazu bei, Besucher und Kunden in die Innenstadt zu locken. Dieses Instrument sollte für die Rotenburger Innenstadt weiter genutzt werden, zumal unter bestimmten Voraussetzungen mehr verkaufsoffene Sonntage erfolgen dürfen (vgl. Anhang).

Die meisten Ansatzpunkte beziehen sich auf die Verbesserung der Aufenthaltsqualitäten in der Fußgängerzone, aber auch in den stadtbildprägenden Plätzen Neuer Markt, Pferdemarkt und den Bereich entlang des Stadstreeks / Am Wasser. Grundsätzlich wird von einer hohen Aufenthaltsqualität gesprochen, wenn Plätze sicher, sauber und schön gestaltet sind.

Der Fokus liegt auf dem Stadtmobiliar in der Fußgängerzone, d. h. Austausch veralteter Sitzgelegenheiten, Mülleimer, Anlage weiterer Radstände.

Themenfeld Gestaltung, Aufenthaltsqualität allgemein:

- /// flächendeckendes WLAN
- /// Erneuerung des Stadtmobiliar (Hocker, Bänke, Abfallbehälter, Fahrradanhängbügel)
- /// Solarbänke mit WLAN-Router und Ladestation
- /// Bank-Tisch-Kombinationen
- /// Liegestühle direkt vor den Geschäften während der Sommermonate
- /// Mobile Pflanzkübel, mehr Stadtgrün
- /// Bäume mit Sitzgelegenheit
- /// Trinkwasserspender
- /// Spielgeräte mit modernen Sitzecken kombiniert
- /// ggf. Anlage eines zusammenhängendes Spielplatzes

Nachfolgend Beispiele aus Kommunen:

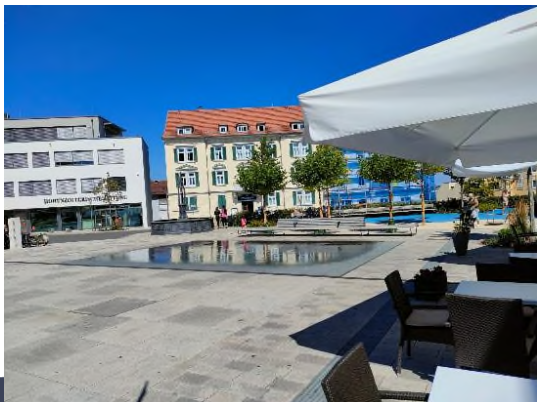


Foto 23: Spielplatz in der Fußgängerzone



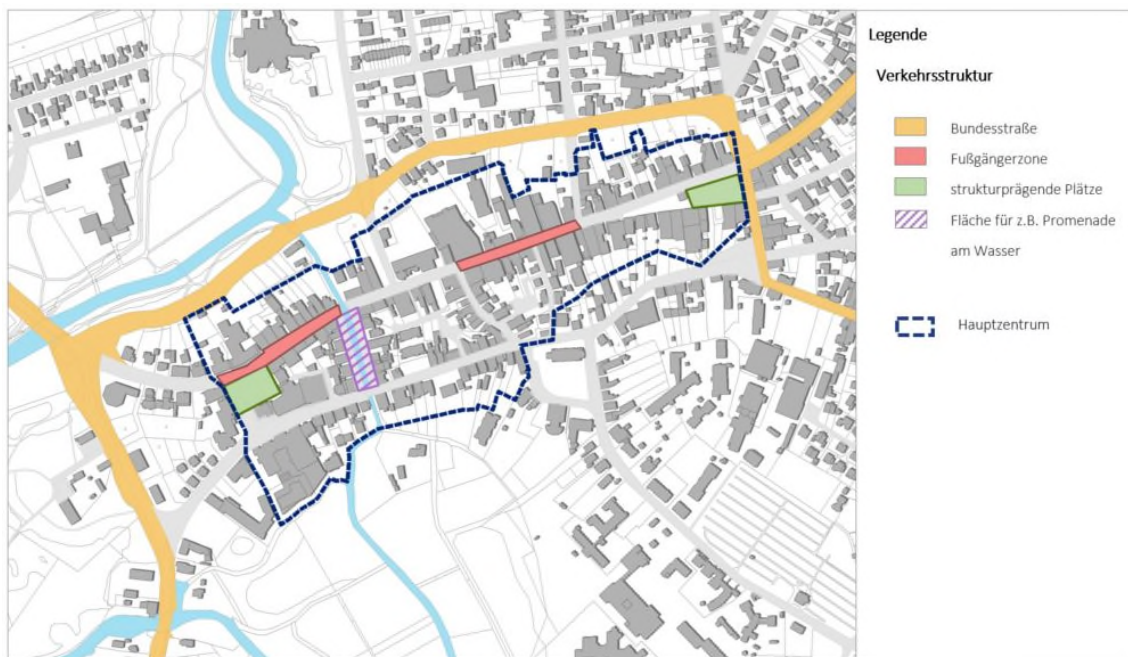
Foto 24: Außengastronomie mit Spielplatz



Foto 25: Hechingen Brunnen

Foto 26: Wasserspielplatz

Abbildung 15: Stadtbildprägende Plätze und Bereiche



Quelle: Kartengrundlage Stadt Rotenburg (Wümme); Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2023

Die erste Priorität sollte auf dem **Neuen Markt** liegen, wobei hier eine Neukonzeption erforderlich ist. Es wird nicht reichen, lediglich das Stadtmobiliar auszutauschen bzw. zu erneuern. Dies resultiert aus der Tatsache, dass der Neue Markt ein Eingangsbereich zur Fußgängerzone darstellt und damit die „Visitenkarte“ prägt. Zudem kann dieser Platz durch den geplanten Kreisverkehr⁴ neu geordnet werden und aufgewertet werden. Vorstellbar sind hier eine Reihe von Maßnahmen wie:

- /// Anlage eines Wasserspiels
- /// Spielplatz oder mehr Spielgeräte

⁴ Planfeststellungsverfahren voraussichtlich ab 2023

/// Malflächen für Kinder

Für den **Stadtstreek / Am Wasser** eine Inwertsetzung dieses Bereiches tendenziell in Richtung „**Promenade**“ vorgeschlagen. Dies geht einher mit der Aufwertung des dortigen gastronomischen Angebotes mit Ergänzungen, wie z.B. eines Cafés oder Bistros mit Außenbewirtschaftung in einem der Häuser, welche Am Wasser bestehen. Vorstellbar sind weitere Maßnahmen, sofern diese aus sicherheitsrechtlichen oder bautechnischen Gründen möglich ist:

- /// Zugänglichkeit zum Stadtstreek ermöglichen
- /// Anlage von Holzterrassen
- /// Sitzgelegenheiten unter Bäumen, seniorengerechte Bänke, Mauern
- /// Gestaltung des Fußwegs, Begrünung, Bepflanzung

Die Neuordnung dieses gesamten Bereiches zu einer erlebbaren Promenade erfordert eine konzeptionelle Planung einschließlich Freiraum- und Grünraumplanung.

Da auf dem Pferdemarkt der Wochenmarkt abgehalten wird, wird hier eine intensivere Bestückung mit Stadtmobiliar schwierig umzusetzen sein. Auch hier sind folgende Maßnahmen vorstellbar:

- /// ansehnlichere Bepflanzung der Rabatte
- /// mehr Sitzgelegenheiten unter Bäumen
- /// bessere Beleuchtung
- /// verbesserter Durchgang bei der Sparkasse und weiter im Bereich des Stadthauses (u.a. Beleuchtung, Farbgebung).

Die stadtbildprägenden Plätze sollten Orte sein ohne den Zwang zum Geldausgeben, welche so attraktiv sind, dass die Menschen gern dorthin kommen und sich treffen.

Anhang zu verkaufsoffenen Sonntagen in Niedersachsen

2.1.2 Erforderlichkeit eines Sachgrundes

Bei der Entscheidung über eine Zulassung ist die einschlägige Rechtsprechung, insbesondere das Urteil des BVerfG vom 1. 12. 2009 — 1 BvR 2857/07 und 1 BvR 2858/07 — zum BerlLadÖffG, zu beachten. Im Hinblick auf die grundsätzlich sicherzustellende Arbeitsruhe an Sonn- und Feiertagen dürfen Öffnungen an den nicht nach § 5 Abs. 1 Satz 2 ausgenommenen Sonntagen nur bei nachgewiesenem Vorliegen der Voraussetzungen zugelassen werden. So ist insbesondere darzulegen, ob und wie zumindest einer der in § 5 Abs. 1 Satz 1 genannten Sachgründe eine Ladenöffnung an Sonntagen rechtfertigt.

Dazu bedarf es einer nachvollziehbaren und dokumentierten Begründung, denn es muss Klarheit über die Art sowie über das zeitliche und räumliche Ausmaß der Veranstaltung oder des Ereignisses bestehen. Nur auf dieser Grundlage lässt sich beurteilen, ob der jeweilige Sachgrund so gewichtig ist, eine Ausnahme von der Sonntagsruhe zu rechtfertigen (vgl. Oberverwaltungsgericht [OVG] Münster, Beschl. vom 4. 5. 2018 — 4 B 590/18 — und OVG Lüneburg, Beschl. vom 1. 11. 2019 — 7 ME 56/19 — und 1. 9. 2020 — 7 ME 89/20 —). Hinzuweisen ist auf die ständige Rechtsprechung zur Feststellung von Sachgründen. So werden wirtschaftliche Interessen an einer sonntäglichen Ladenöffnung wie z. B. Umsatzinteresse des Handels oder Shoppinginteressen der Kundinnen und Kunden nicht als Sachgründe akzeptiert.

2.1.3 Die Sachgründe im Einzelnen (...)

2.1.3.2 Öffentliches Interesse an der Belebung der Gemeinde oder eines Ortsbereichs oder Sichtbarkeit der Gemeinde

Durch formale kommunale Beschlüsse z. B.

- zu integrierten Kommunalentwicklungskonzepten unter Aspekten wie demographischer Wandel,
- zur Quartiersstärkung,
- **zur städtebaulichen Entwicklung der Innenstädte** oder
- zu kommunalen Zielen, die aus dem Landesraumordnungsprogramm abgeleitet werden können, sollte das öffentliche Interesse belegbar sein, insbesondere
- als attraktiver und lebenswerter Standort wahrgenommen zu werden; Erhaltung kommunaler Vielfalt,
- die Schaffung von Möglichkeiten zur Selbstdarstellung und Sichtbarmachung der Gemeinde sowohl für bereits örtlich verwurzelte als auch für sich neu ansiedelnde Einwohnerinnen und Einwohner sowie Unternehmen,
- die Schaffung von Möglichkeiten, die örtliche demografische Entwicklung positiv zu beeinflussen.

Das öffentliche Interesse kann mit einem anderen Sachgrund verbunden werden, weil es fraglich sein kann, ob es allein im Einzelfall einen eigenständigen hinreichenden Grund für eine Öffnung rechtfertigt (OVG Münster, Beschl. vom 2. 11. 2018 — 4 B 1580/18 —, OVG Lüneburg, Beschl. vom 7. 3. 2019 — 7 ME 9/19 — und 1. 9. 2020 — 7 ME 89/20 —).

VerzeichnisseSeite

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Wesentliche positive Nennungen zur Innenstadt	9
Tabelle 2:	Wesentliche negative Nennungen zur Innenstadt	10
Tabelle 3:	Vermisste Angebote und Änderungswünsche bezogen auf die Innenstadt	11
Tabelle 4:	Bekanntheit und Besuch innerstädtischer Veranstaltungen	14
Tabelle 5:	Nutzung und Bekanntheit der Angebote des Rotenburger Stadtmarketings	15
Tabelle 6:	Stärken / Schwächen bezogen auf die Mobilität	25
Tabelle 7:	Stärken / Schwächen bezogen auf die Beschilderung	26
Tabelle 8:	Stärken / Schwächen bezogen auf den Einzelhandel	26
Tabelle 8:	Stärken / Schwächen bezogen auf Gastronomie / Hotellerie	26
Tabelle 9:	Stärken / Schwächen bezogen auf Kommunikation, Feste, Events	27
Tabelle 10:	Stärken / Schwächen bezogen auf Gestaltung und Aufenthaltsqualität	27

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Prozessablauf für das innerstädtische Handlungskonzept	6
Abbildung 2:	Verteilung der Altersgruppen	7
Abbildung 3:	Haushaltsgröße der Befragten	7
Abbildung 4:	Besuchshäufigkeit bezogen auf die Rotenburger Innenstadt	8
Abbildung 5:	Vermisste Angebote bezogen auf die Rotenburger Innenstadt	11
Abbildung 6:	Vermisste Angebote im Bereich Gastronomie	12
Abbildung 7:	Änderungswünsche hinsichtlich Verkehr / Parken	13
Abbildung 8:	Vermisste Angebote im Bereich Aufenthaltsqualität	13
Abbildung 9:	Gewünschte Veranstaltungen in der Rotenburger Innenstadt	15
Abbildung 10:	Informationen über das Angebot in der Rotenburger Innenstadt	16
Abbildung 11:	Verkehrsmittelwahl für den Besuch der Rotenburger Innenstadt	16
Abbildung 12:	Nutzungen in der Innenstadt	19
Abbildung 13:	Verteilung des Einzelhandels	20
Abbildung 14:	Verteilung der Gastronomie und Hotellerie	21
Abbildung 15:	Stadtbildprägende Plätze und Bereiche	31

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Altes Stadttor Bahnhofstraße	17
Foto 2:	Mühlenstraße Spielothek	17
Foto 3:	Glockengießerstraße	18
Foto 4:	Soltauer Straße, TEDi, Spielothek	18
Foto 5:	Schilder an der Bergstraße	18
Foto 6:	Schilder zu Entfernungen	18
Foto 7:	Geschäfte in der Fußgängerzone	19
Foto 8:	Alte Apotheke	19
Foto 9:	Neuer Markt im Frühjahr	22
Foto 10:	Neuer Markt bei Regen	22

Foto 11:	Moderne Bank, alter Mülleimer (1)	22
Foto 12:	veraltetes Stadtmobiliar (2)	22
Foto 13:	Spielgeräte vor der Apotheke	23
Foto 14:	vereinzelttes Spielgerät	23
Foto 15:	Pferdemarkt bei Regen	23
Foto 16 :	Pferdemarkt im Frühjahr	23
Foto 17:	Goethestraße (1)	24
Foto 18:	Goethestraße (2)	24
Foto 19:	Blick auf den Stadstreek	24
Foto 20:	veraltetes Stadtmobiliar	24
Foto 21:	Brücke, Am Wasser	25
Foto 22:	Geranienbrücke bei Regen	25
Foto 23:	Spielplatz in der Fußgängerzone	31
Foto 24:	Außengastronomie mit Spielplatz	31
Foto 25:	Hechingen Brunnen	31
Foto 26:	Wasserspielplatz	31