Entscheidungshilfen zur Bewertung der Einführung einer (temporären) Fußgängerzone 80-Scho 16.01.2019

Ausgewertetes Material: „Erfolgsanalyse von Fußgängerzonen in Grund- und Mittelzentren – Untersuchung der IHK Hannover"
Industrie- und Handelskammer Hannover, Abt. Industrie und Verkehr, Hannover, April 2009

Erfolgsfaktoren (IHK)	**Begründung/Wirkung (IHK)**	**Bewertung für Burgdorf (80-Scholz)**
Einwohnerzahl im Einzugsgebiet	Die Höhe der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet bestimmt die Größe des Marktpotentials. Die Einwohnerzahl der Kernstadt ergibt die Voraussetzungen für Höhe der Kaufkraftbindung.	Rd. 30.000 Einwohner in Burgdorf und rd. 50.000 im Einzugsgebiet.
Zentralörtliches Einzugsgebiet	Räumliche Gegebenheiten und raumordnerische Vorgaben bestimmen das Marktpotential für den Einzelhandel im Zentrum.	Burgdorf ist raumordnerisch Mittelzentrum. Allerdings liegt Burgdorf in einem gemeinsamen Markt- und Verdichtungsraum mit den Oberzentren Hannover und Celle, dem A2-Fachmarktzentrum sowie vier weiteren Mittelzentren allein im Umkreis von rd. 30 km. Diese außerordentliche Wettbewerbsintensität begrenzt das Marktpotential gegenüber vergleichbar großen Mittelzentren in anderer räumlicher Lage erheblich.
Parzellierung und Eigentumsverhältnisse der Grundstücke im Stadtkern	Je kleinteiliger die Grundstücks- und Eigentumsverhältnisse im Zentrum sind, umso schwieriger sind räumliche Anpassungsmöglichkeiten für den Einzelhandel.	Burgdorfs historische Altstadt ist überwiegend kleinteilig geprägt. Großfläche findet sich in der Innenstadt nur am östlichen Ende der Marktstraße.
Einzelhandelszentralität	Je höher die Einzelhandelszentralität v.a. im Zentrum ist, desto eher kann sich der Handel dort im Wettbewerb behaupten.	GfK: 98,4 zum 1.1.2017 (Region H.: 110,3) GMA im Einzelhandelskonzept: 81 % Unabhängig von den unterschiedlichen Werten der einzelnen Gutachter ist davon auszugehen, dass die derzeitige gesamtstädtische Zentralität als unterdurchschnittlich innerhalb der Region anzusehen ist.

Erreichbarkeit des Zentrums und Parkplatzsituation	Voraussetzung für eine erfolgreiche FGZ ist deren gute Erreichbarkeit mit PKW und ÖPNV, v.a. für PKW-Kunden aufgrund des im Durchschnitt höheren Einzelumsatzes. Gut erreichbare Wettbewerbsstandorte außerhalb der Innenstädte sind bei der Bewertung mit zu berücksichtigen. Parkplätze müssen in quantitativ nachfragegerechter Zahl vorhanden, gut anfahrbar und auffindbar sein, und nahe an der FGZ liegen. Von Vorteil sind keine oder allenfalls niedrige Parkgebühren mit bequemen Bezahlmöglichkeiten.	Eine Abriegelung der Marktstraße durch eine saisonale FGZ würde zu einem erhöhten Verkehrsaufkommen auf der Gartenstraße führen, über die dann zudem noch der Parkleitverkehr zum Schützenplatz bzw. Pferdemarkt geführt werden müsste. Parksuchverkehr, der in die nicht gesperrten Teile der Marktstraße einfährt, müsste durch die Altstadtstraßen wieder hinausgeführt werden. Insgesamt würde die Erreichbarkeit aus einigen Fahrtrichtungen deutlich unübersichtlicher werden. Standorte wie in Burgdorf-West oder am Ostlandring oder auswärtige Wettbewerber wie das A2-Center sind einfacher und von den Fahrbeziehungen eindeutiger erreichbar. Die Parkplätze sind mengenmäßig ungleich verteilt. Trotz des Angebotes auf der Brücke fehlen auf der Westseite v.a. an Werktagen Parkplätze.
Größe und Grundmuster der FGZ	Zu langgezogene und zu verzweigte FGZ tragen zu Unübersichtlichkeit und zu trading down-Effekten in den Seitenstraßen bei.	Die FGZ würde eine Länge von etwas über 200 m aufweisen. Seitenstraßen sind nicht direkt einbezogen, werden aber aufgrund der nicht mehr vorhandenen Zu- und Abfahrtmöglichkeiten zur Marktstraße indirekt berührt.
Struktur der Betriebe – Magneten, Spezialisten	Vorhandene Kundenmagneten stabilisieren die Struktur der FGZ, Idealfall „Knochenprinzip". Ergänzende auch kleinteiligere Spezialanbieter sorgen für attraktives, eigenständiges Umfeld.	Der Innenstadtbereich ist v.a. kleinteilig besetzt. Die Attraktivität der Innenstadt wird trotz struktureller Veränderungen von der Mischung von Handel und Dienstleistung bestimmt, aber es gibt trotz einzelner Frequenz- und Attraktivitätsunterschiede nicht die einzelnen übergeordnet herauszuhebenden Magneten. Der großflächige REWE-Markt läge außerhalb der FGZ.

Branchen- und Betriebstypenmix	Je vollständiger das Branchenspektrum, und je vielfältiger die Betriebstypenmischung, desto attraktiver ist ein Kernbereich.	V.a. kleinteilige Fachgeschäfte im aperiodischen Bedarfssegment prägen die Marktstraße. Im periodischen Bereich kommen Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Apotheken sowie Bäcker und eine Fleischerei hinzu. In der in Rede stehenden FGZ wären z.Z sieben Betriebe von ihrem Typus her in der Lage, eine Außenbewirtschaftung vorzunehmen. Elf Nutzungen im EG der Gebäude entfallen weder auf Einzelhandel noch auf Gastronomie.
Sicherheit und Sauberkeit	Gerade bei einer FGZ wird der Straßenraum noch anders wahrgenommen als bei einer befahrenden Straße. Regelmäßige Reinigung, Polizeipräsenz und ausreichende Beleuchtung stärken das Sicherheitsgefühl.	Tagsüber dürfte sich kein verringertes Sicherheitsgefühl einstellen; abends wird der Kfz-Verkehr zur Belebung fehlen. Der Busverkehr wird von den Passanten eine sonst in FGZ unerwartete Aufmerksamkeit verlangen.
Gestaltung des Straßenraums	Gestalterische Maßnahmen unterstreichen das Aufenthalts- und Einkaufserlebnis und sind ein Wettbewerbselement im Vergleich zu anderen FGZ.	Aufgrund des vorgegeben saisonalen Charakters sind besondere gestalterische Maßnahmen nicht möglich und sinnvoll. Der Raum wird wirken wie am Verkaufsoffenen Sonntag: eine temporär gesperrte Straße, bei der aber – anders als am VOS – an den meisten Tagen keine Imbiss- und Verkaufsbuden etc. den Straßenraum optisch auflockern. Auch durch die Aufrechterhaltung des Busverkehrs sind keine derartigen Gestaltungen möglich.
Stadtbild	Mittelalterlicher Stadtgrundriss, Architektur, Baudenkmale, Plätze steigen das Aufenthaltserlebnis und die Eigenständigkeit der FGZ.	Die FGZ würde sich auf einen Teil der langgezogenen Marktstraße beziehen. Eine attraktive Bebauung ist in Teilen vorhanden, Platzcharakter hätte nur der Einmündungsbereich Poststraße.

Initiativen zur Belebung	Kulturelle Veranstaltungen, Märkte u.ä. erhöhen die Frequenz.	Es finden schon jetzt an einzelnen Samstagen Aktivitäten statt, z.B. begleitend zu den Pferdemärkten. Die durchführenden Akteure werden an ihre finanziellen und organisatorischen Grenzen kommen. Unter der Woche dürften kaum Initiativen leistbar sein. Einen Zeitraum über drei zusammenhängende Monate relativ kontinuierlich zu bespielen, erfordert zudem ein abwechselndes Programm. Dauerhafte Wiederholungen werden keinen wiederholten positiven Effekt auf die Frequenz haben. Bisher herausgehobene Einzelveranstaltungen wie v.a. die Verkaufsoffenen Sonntage könnten bei zu viel Aktivitäten z.B. am Samstag in ihrer Anziehungskraft leiden.