

# Teilfortschreibung

## Einzelhandelskonzept für die Stadt Haan – Übergeordnete Ziele zur Innenstadtentwicklung

**Bericht**

**Dipl.-Ing. Marc Föhrer | Jens Nußbaum, M. A. | Friederike Blum, M. Sc.**

Es werden Grafiken und Bildausschnitte zur besseren Darstellung von Kernaussagen verwendet. Eine öffentliche Nutzung bzw. Weitergabe, Vervielfältigung oder gar allgemeine Veröffentlichung kann jedoch Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Wer diese Unterlagen deshalb in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte. Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH wird mit der Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Der Verursacher dieser Verletzung oder heranzuziehende Verantwortliche hierfür trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

## **AUFTRAGGEBER**

**Stadt Haan**

## **VERFASSER**

**Dipl.-Ing. Marc Föhler  
Jens Nußbaum, M. A.  
Friederike Blum, M. Sc.**

Dortmund,  
06.01.2022

### **Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund  
Handelsregisternummer  
HRB 33826  
Hauptsitz Dortmund

#### **Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11  
44263 Dortmund  
Fon +49 231 86 26 890  
Fax +49 231 86 26 891

#### **Standort Hamburg**

Tibarg 21  
22459 Hamburg  
Fon +49 40 53 30 96 49  
Fax +49 40 53 30 96 47

#### **Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22  
76137 Karlsruhe  
Fon +49 721 14 51 22 62  
Fax +49 721 14 51 22 63

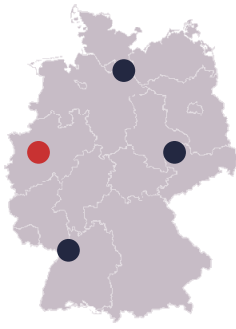
#### **Standort Leipzig**

Markt 9  
04109 Leipzig  
Fon +49 341 92 72 39 42  
Fax +49 341 92 72 39 43

# Einführung

<b>Einführung</b>	<b>3</b>
<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>7</b>
<b>Innenstadtanalyse</b>	<b>26</b>
<b>Leitlinien</b>	<b>63</b>
<b>Konzept</b>	<b>66</b>

# Büroprofil



# Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbietern sowie von Investoren in Einklang zu bringen sind. Auch für die Stadt Haan gilt es dem seit vielen Jahren erfolgenden Strukturwandel im Handel und der Entwertung von Innenstadtlagen zu begegnen. Um sich den aktuellen Rahmenbedingungen anzupassen wurde das Planungs- und Gutachterbüro Stadt + Handel aus Dortmund beauftragt, eine Überprüfung und Fortschreibung des bestehenden Kommunalen Einzelhandelskonzeptes bezogen auf die Innenstadt durchzuführen und zu erarbeiten.

Stadt + Handel stellt die individuellen Rahmenbedingungen von Haan in den Fokus der Teilfortschreibung. So ist für Haan insbesondere zu beachten:

- **Auswirkungen der aktuellen Rahmenbedingungen auch im Rahmen des Strukturwandels auf die Einzelhandelslagen in der Innenstadt**
- **voraussichtliche Auswirkungen auf die angrenzenden Einzelhandelslagen und Laufwege durch die geplante Errichtung eines neuen Rathauses am Standort Windhövel**

- **Auswirkungen der Umsetzung des integrierten Handlungskonzeptes Innenstadt Haan (InHK) auf den Einzelhandel. In welchen Bereichen ist der Umbau/ die Erneuerung der Innenstadt für die Stärkung des Einzelhandels besonders wichtig?**

Mit der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wird daher der Innenstadtbereich analysiert und übergeordnete Entwicklungszielstellungen erarbeitet. Ziel ist die Aufstellung einer Strategie zur Entwicklung und Positionierung der Innenstadt. Hierzu werden übergeordnete Entwicklungsziele für die gesamte Innenstadt, Aussagen zu quartiersbezogenen Profilierungsmöglichkeiten und eine Empfehlung zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Haan getroffen.

Dies bedingt einen Ansatz, der für die Innenstadt über den Einzelhandel hinausreicht und das Innenstadtzentrum unter Beachtung der bestimmten Rahmenbedingungen und Trends in ihrer städtebaulichen und funktionalen Komplexität ganzheitlich und mehrdimensional betrachtet. Die Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes betrachtet daher neben dem Einzelhandel auch weitere innenstadtrelevante Nutzungen, wie beispielsweise Gastronomie oder kulturelle Angebote, und untersucht, in welchen Lagen ebenjene Nutzungen einen Mehrwert für die Innenstadt bieten können.

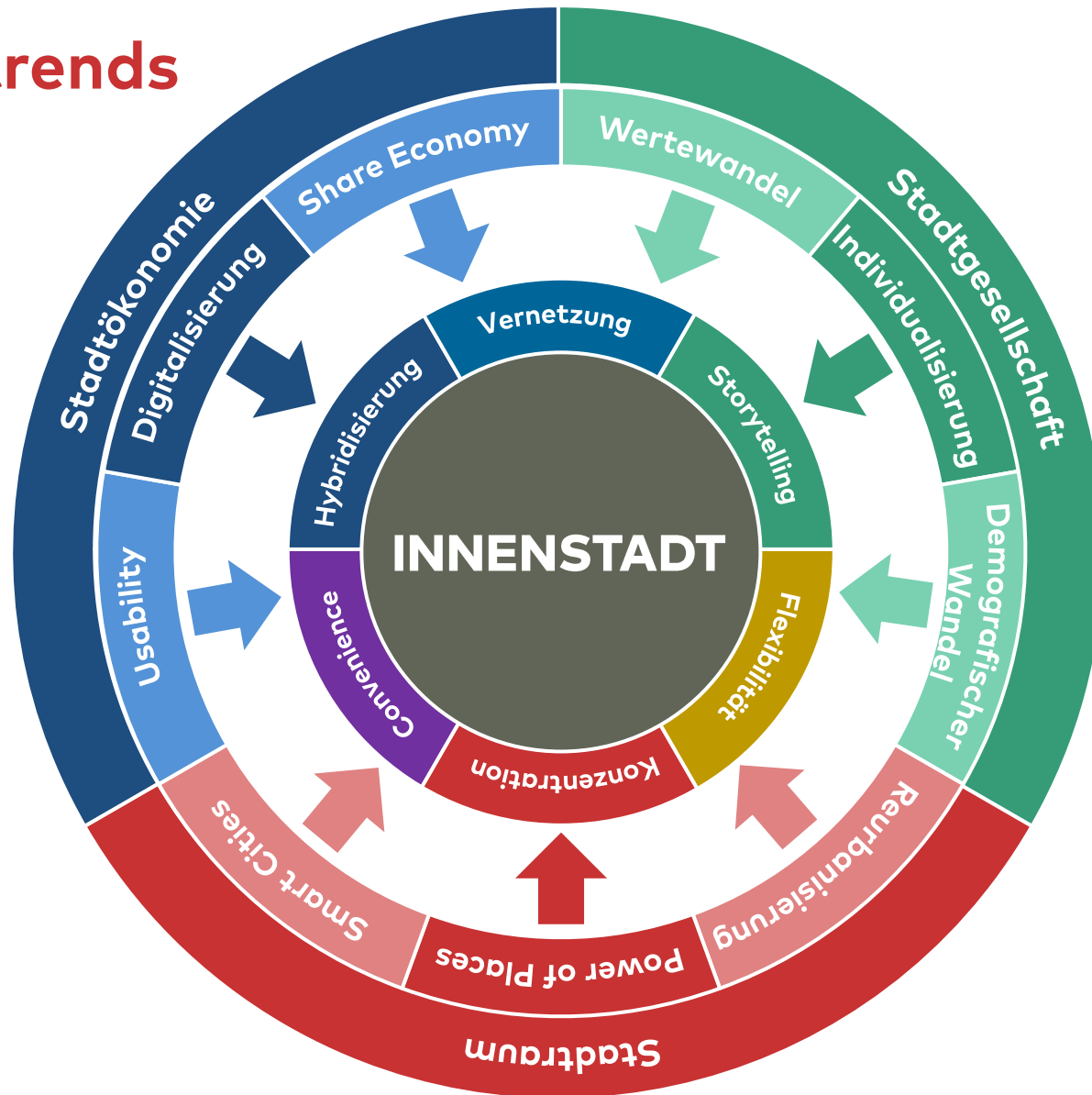
# Konzeptbausteine



# Rahmenbedingungen

Einführung	3
Rahmenbedingungen	7
Innenstadtanalyse	26
Leitlinien	63
Konzept	66

# Megatrends



**Megatrends:** Die Innenstadt ist einerseits Ort der Arbeit, der Wertschöpfung und der Investitionen, andererseits Ort der Begegnung und der Versorgung. Die Innenstadt ist zentraler Ort einer Stadt, weshalb Megatrends der Stadtgesellschaft, des Stadtraums und der Stadtökonomie unmittelbar auf die Innenstadt einwirken. Innenstädte müssen auf die einwirkenden Megatrends durch ein gezieltes Storytelling reagieren, um den Anforderungen einer individualisierten Stadtgesellschaft gerecht zu werden. Der demografische Wandel aber auch die Reurbanisierung erfordern eine Flexibilität der Innenstadt in Bezug auf die räumlich-funktionalen Angebotsstrukturen. Die zunehmende gesamtgesellschaftliche Bedeutung von Orten und Plätzen verlangt nach einer Konzentration von Nutzungen und Qualitäten in zentralen Lagen, wohingegen durch Trends und Entwicklungen im Bereich Smart Cities und Usability die Erwartungen an einen bequemen Innenstadtbesuch resultieren. Die Digitalisierung bietet die Möglichkeiten, digitale und analoge Konzepte zu vereinen, worauf eine Innenstadt beispielsweise mit hybriden Betriebskonzepten im Einzelhandel reagieren sollte. Darüber hinaus gilt es in der Innenstadt sowohl stadtgesellschaftliche und stadtökonomische Trends zu vernetzen.

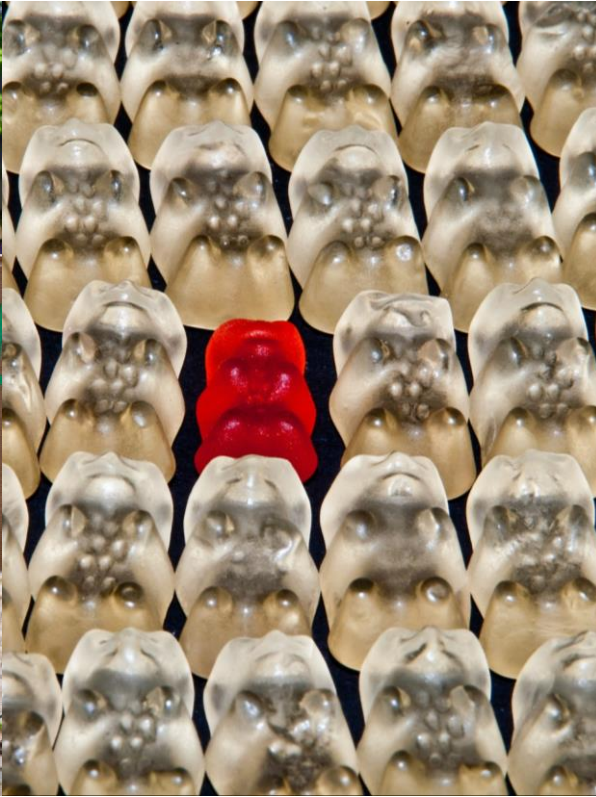


# Megatrends

## Stadtgesellschaft



Wertewandel



Individualisierung

**Wertewandel:** Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit\*, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert beigemessen.

**Individualisierung:** Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert\*\*. Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern.

Quelle: Fotos pixabay, oneinchpunch/fotolia, Wikimedia. \*LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability); \*\*rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41% Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56% Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

# Megatrends

## Stadtgesellschaft

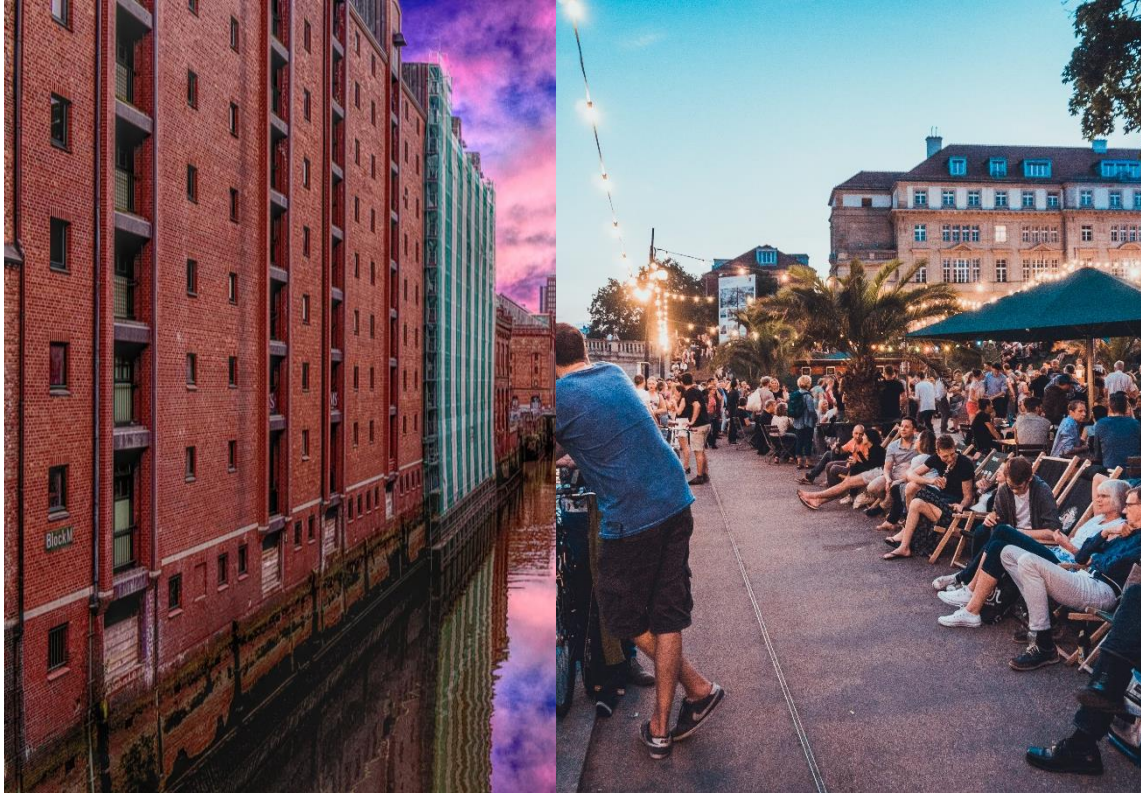


**Demografischer Wandel**

**Demografischer Wandel:** Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.\* Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste, breite Gänge in Supermärkten, Sitzgelegenheiten).

# Megatrends

## Stadtraum



Reurbanisierung

Power of Places

**Reurbanisierung:** Innenstadt-Wohnen liegt wieder im Trend: Bei einer insgesamt stagnierenden bzw. zukünftig auch rückläufigen Bevölkerungszahl sind anhaltende Bevölkerungswanderungen zu beobachten. Es profitieren v. a. urbane Räume. Stadtwachstum ist dabei nicht nur unbedingt Einwohnerwachstum, sondern auch Haushaltswachstum. Denn die Zahl der Single-Haushalte wächst. Träger der Reurbanisierung sind insbesondere junge Personengruppen sowie (zukünftig) auch verstärkt die sogenannten „jungen Alten“, die ein gewisses urbanes Flair, kurze Wege und hochwertige Infrastruktur bevorzugen.

**Power of Places (oder „Die Kraft des Ortes“):** Die Multifunktionalität der Innenstädte nimmt aufgrund der steigenden Verträglichkeit von Wohnen, Arbeiten und Freizeit und der hohen Attraktivität vieler Innenstädte deutlich zu. Neben der Konzentration auf die Innenstadt selbst (Reurbanisierung), gewinnt dabei auch der konkrete, physische Ort als neues „Wohnzimmer“ zwischen den Polen Wohnen und Arbeiten an Bedeutung. Insbesondere in der heutigen hochmobilen und digital vernetzten Arbeitswelt ergibt sich für viele Menschen das Bedürfnis nach einer „Rückbettung“ in einen lokalen, real erlebbaren Kontext, wie z. B. der „Kiez“ eines Stadtquartieres.

# Megatrends

## Stadtraum



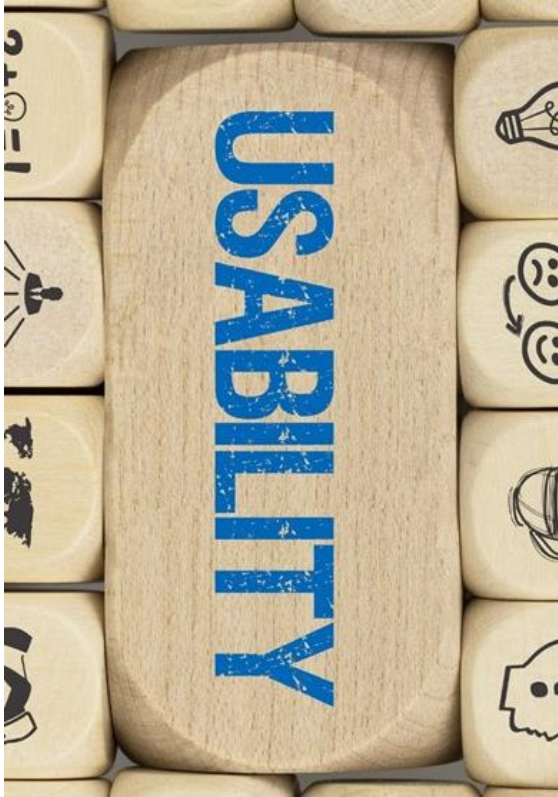
Smart Cities

**Smart Cities:** Die „smarte“ Stadt von morgen steht ganz im Zeichen der Vernetzung. Das beginnt bei Basics wie kostenlosem, öffentlichen WLAN und setzt sich über vernetzte und aufeinander abgestimmte Verkehrsleitsysteme fort. Neben dem Smartphone als Mobilitätszentrale zwischen Mensch und Verkehrssystem wird v. a. das „Internet der Dinge“ in Form intelligenter Verkehrs- und Logistikinfrastrukturen (z. B. dynamische Verkehrslenkung, Car-Sharing-Angebote, Mikrodepots, intelligente Paketboxen) die zukünftige Stadt bestimmen.

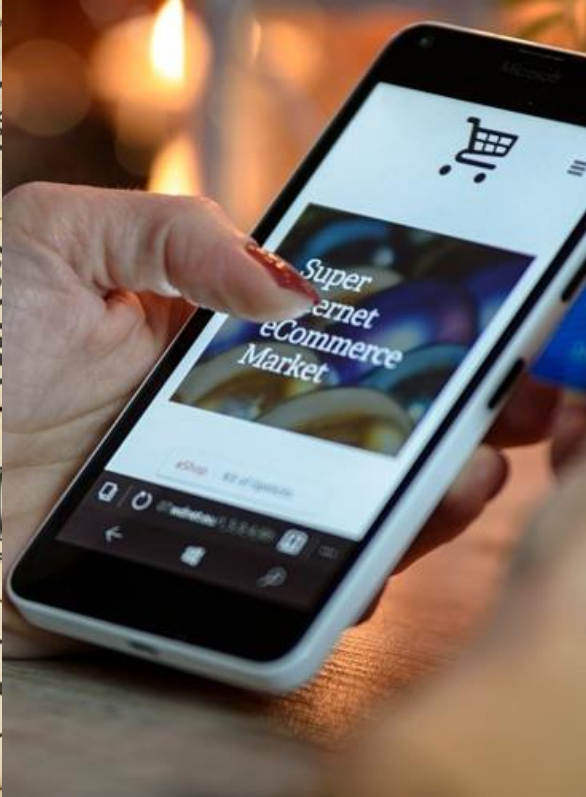
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos M-SUR/fotolia, pixabay, oneinchpunch/fotolia.

# Megatrends

## Stadtökonomie



Usability



Digitalisierung

**Usability:** Das Smartphone (bzw. dessen technische Nachfolger) trägt maßgeblich zu einem einfacheren Umgang mit komplexer, digitaler Technik bei. Heute ist es für uns selbstverständlich, dass wir mobil ein Hotelzimmer reservieren, ein Paket bestellen und uns zielsicher durch eine fremde Stadt bewegen, ohne in eine gedruckte Karte oder auf einen gedruckten Fahrplan zu schauen. Die jüngeren Generationen wachsen als „Digital Natives“ mit diesen Vernetzungsmöglichkeiten auf und fordern diese auch ein – das heißt, der Anspruch an die Benutzerführung wächst ebenso.

**Digitalisierung:** Die Digitalisierung der Wirtschaft ist in vollem Gange – insbesondere der Einzelhandel erfährt große strukturelle Veränderungen. Services wie Click & Collect, Click & Reserve oder Same-Day-Delivery haben einen hohen Stellenwert im Wettbewerb und einen ebenso großen Einfluss auf das Verkehrsverhalten im Personen- und Warenwirtschaftsverkehr. Auch abseits des Einzelhandels hat der Trend zu kleinteiligeren Wirtschaftsprozessen und Spezialisierung mehr Verkehrsbeziehungen zur Folge. Auf der anderen Seite löst die Digitalisierung im Bereich der Verkehrstechnik (z. B. autonomes Fahren) eine gänzlich neue Dynamik aus.

# Megatrends

## Stadtökonomie

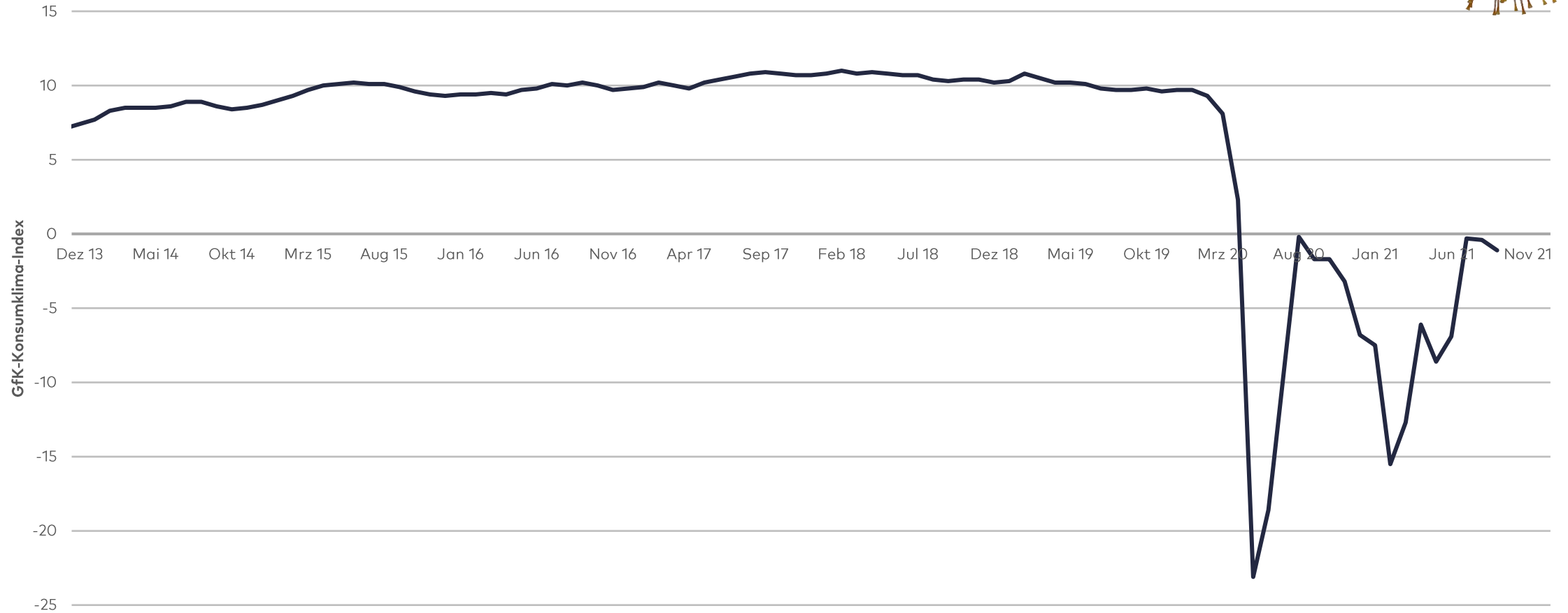
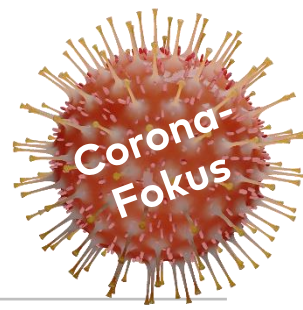


Share Economy

**Share Economy:** Eine wesentliche Triebfeder der Stadtentwicklung ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Allerdings zeigen sich die für Mittelzentren wie Haan so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmittel sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtreionen betreffen.

# Trends der Einzelhandelsentwicklung

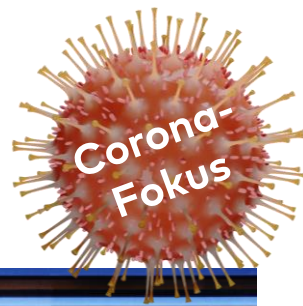
## Beeinflussung des Konsumklimas durch die COVID-19-Pandemie



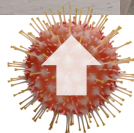
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK).

# Trends der Einzelhandelsentwicklung

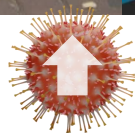
## Einzelhandelsentwicklung in Klein- und Mittelstädten



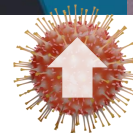
Konzentration/  
Konsolidierung



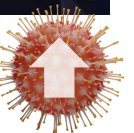
Discount-  
orientierung



Nachfolge-  
problematik



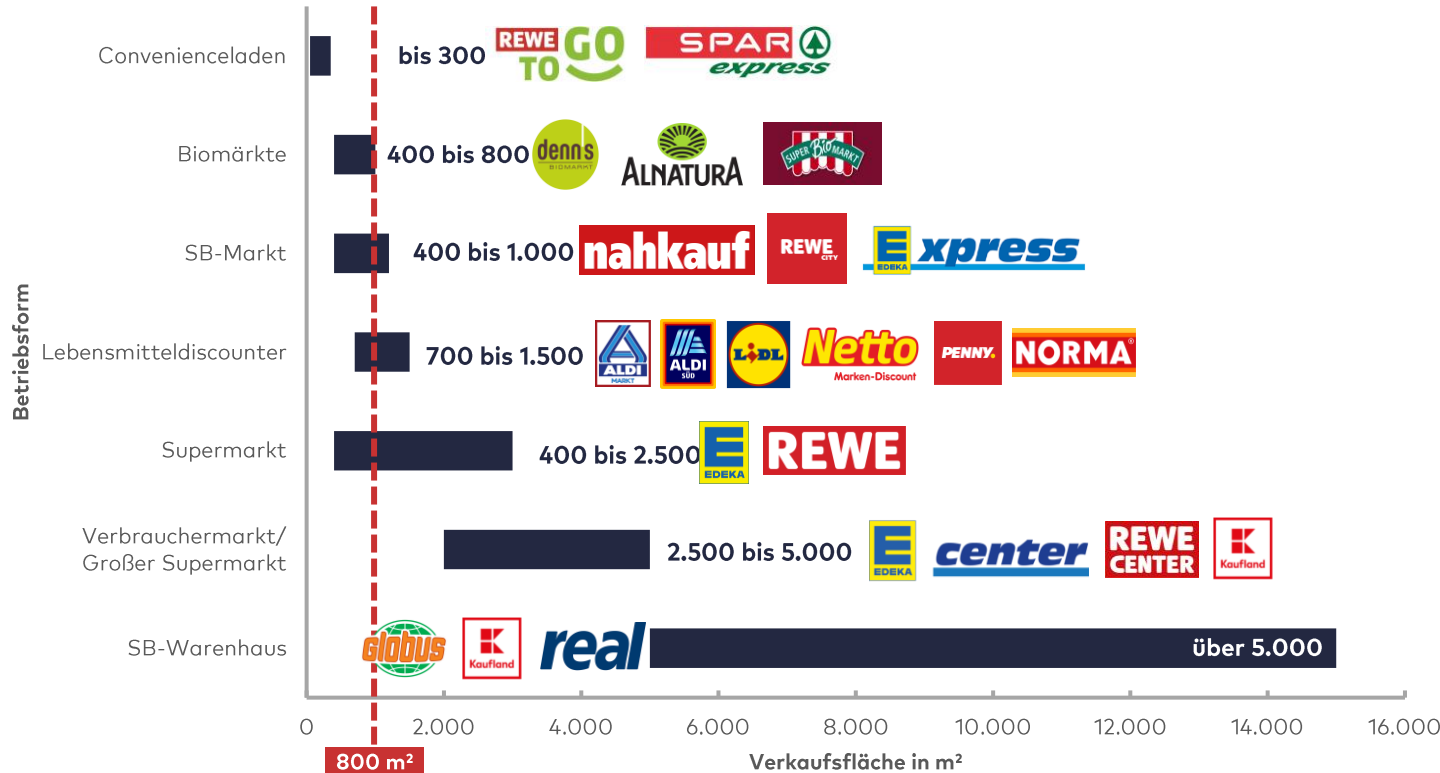
Leerstand/  
Trading-Down





# Trends der Einzelhandelsentwicklung

## Verkaufsflächenanforderungen von Lebensmittelanbietern

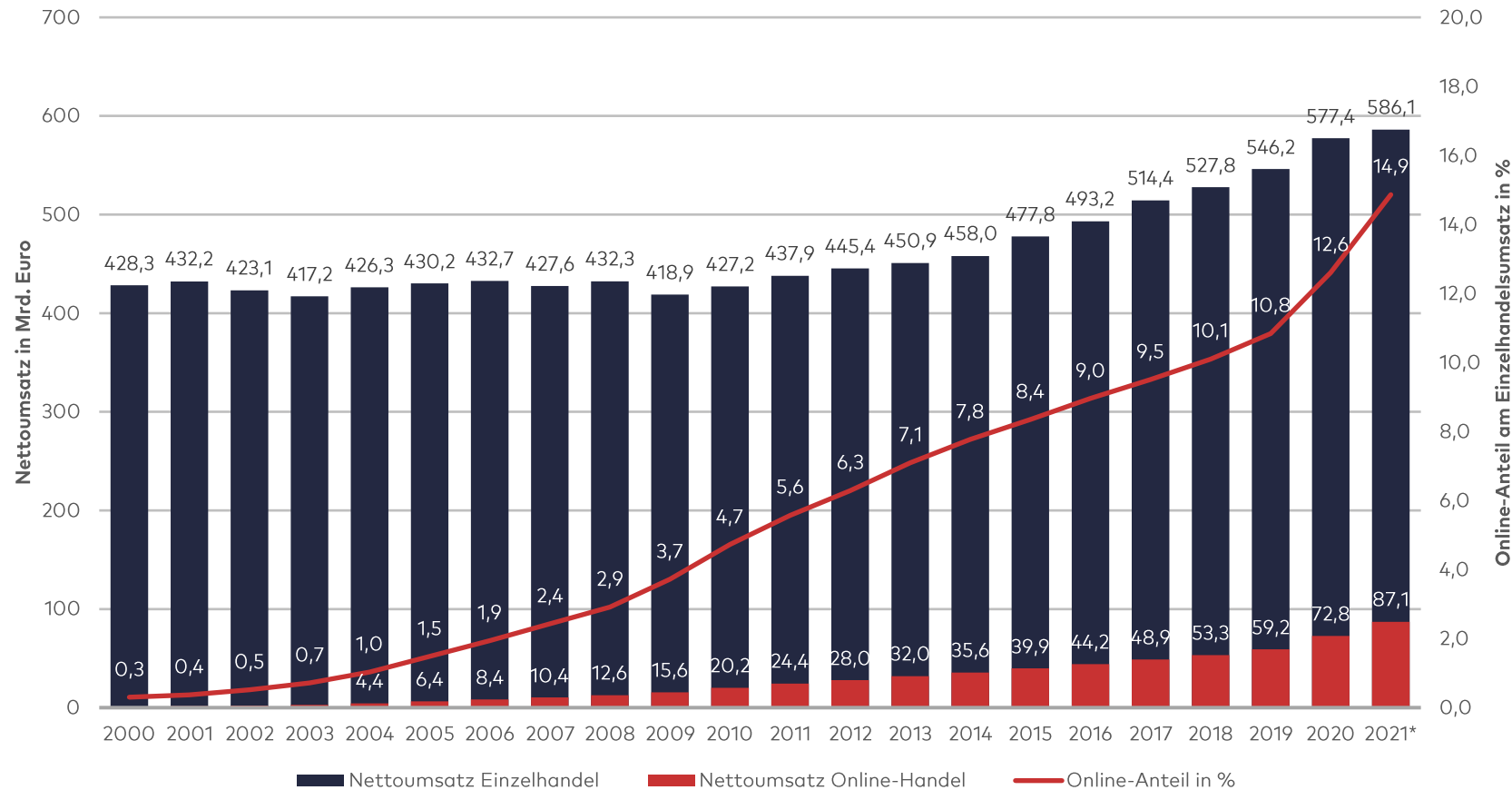


### Verkaufsflächen- und Standortansprüche:

Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt. Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen. Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsangebot, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

# Trends der Einzelhandelsentwicklung

## Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz

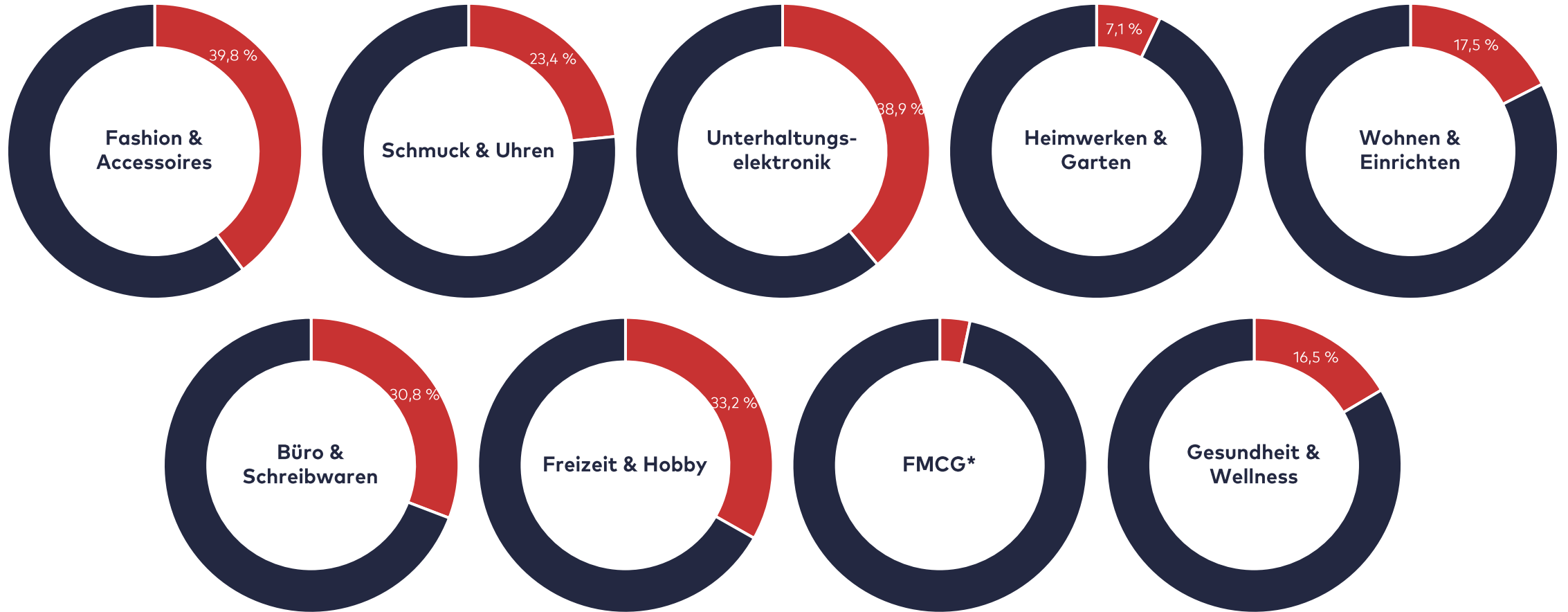


Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE). \*Prognose

**Umsatzentwicklung:** Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt\*. Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den Online-Handel und mit räumlichem Fokus auf Klein- und Mittelstädte. Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und liegt im Jahr 2021 bei prognostiziert rd. 87,1 Mio. Euro (rd. 15 % des Einzelhandelsumsatzes). Erkennbar ist hier die deutliche Steigerung von 2019 auf 2021 bedingt durch den Lockdown im Rahmen der Corona-Pandemie. Es sind allerdings sortimentspezifisch große Unterschiede festzustellen.

# Trends der Einzelhandelsentwicklung

## Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2020



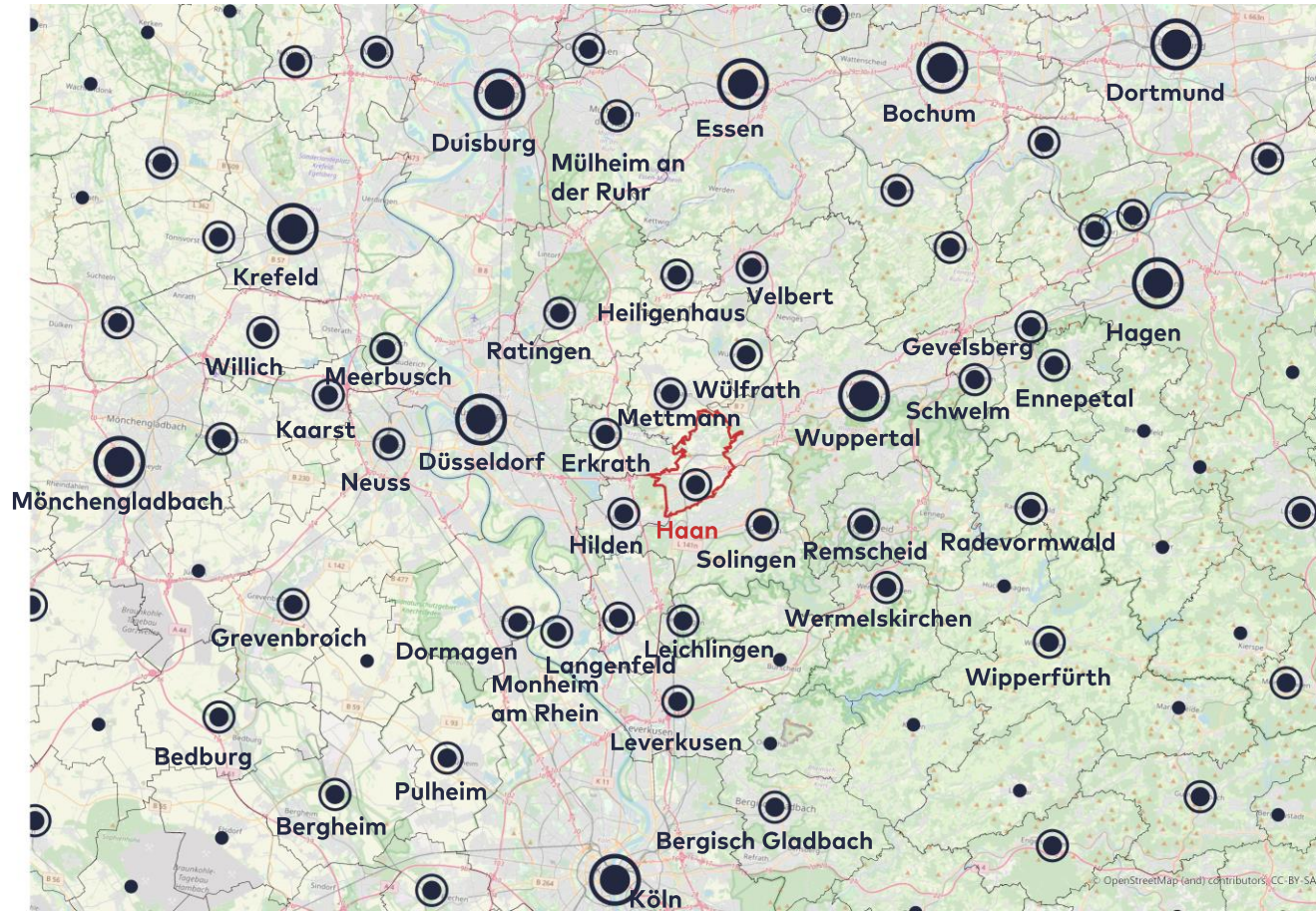
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), Institut für Handelsforschung (IH) 2021; \*FMCG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungsmittel und Genussmittel, Drogeriewaren).

# Rahmenbedingungen

## Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Stadt Haan (Stand: 01.01.2021)  
 Einwohnerprognose: Daten Stadt Haan und Landesbetrieb Information und Technik  
 Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) (Stand 31.12..2020); ZÖF: BBSR 2008 (aktualisiert durch  
 Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018,  
 OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

- Administrative Grenzen**
- Untersuchungskommune
  - Kommune
- Zentralörtliche Funktion**
- Oberzentrum
  - Mittelzentrum
  - Grundzentrum



### Versorgungsfunktion

Zentralörtliche Funktion      Mittelzentrum

### Siedlungsstruktur Gesamtstadt

Einwohner (Hauptwohnsitz)      31.179

Relative Einwohnerentwicklung bis 2026      1,3 %

### Einwohner nach Stadtteilen

Haan      25.458 (82 %)  
 Gruiten      5.721 (18 %)

### Nächstgelegene Mittelzentren

Hilden (10 min)  
 Solingen (20 min)  
 Erkrath (17 min)  
 Mettmann (16 min)  
 Wülfrath (22 min)  
 Leichlingen (23 min)  
 Remscheid (32 min)

### Nächstgelegene Oberzentren

Wuppertal (22 min)  
 Düsseldorf (30 min)  
 Duisburg (35 min)  
 Essen (37 min)  
 Hagen (40 min)  
 Krefeld (45 min)

# Rahmenbedingungen

## Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Haan	2018	2019	2020	Entwicklung	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	10.418	10.683	10.815	3,8 %	Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowohl mit Arbeitsort in Haan als auch mit Wohnort in Haan ist im Untersuchungszeitraum gestiegen.
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	11.377	11.473	11.502	1,1 %	Die wirtschaftliche Entwicklung in Haan ist damit als positiv zu bezeichnen. Insgesamt liegt diese Entwicklung leicht über den Werten des Gesamtkreises Mettmann.
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	8.019 (77 %)	8.266 (77 %)	8.421 (78 %)	5,0 %	
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	8.986 (79 %)	9.063 (79 %)	9.115 (79 %)	1,4 %	Das negative Pendlersaldo von Haan deutet darüber hinaus darauf hin, dass die Bedeutung von Haan als Wohnort und Pendlerstadt hoch ist. Die Mobilität der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist – bezogen auf die Pendlerzahlen – ebenfalls hoch, was sowohl an der Ein- als auch an der Auspendlerquote mit rd. 78 % bzw. rd. 79 % zu erkennen ist. Die Bedeutung von Haan als Pendlerstadt kann dabei Auswirkungen auf die Entwicklung in der Innenstadt ausüben.
Pendlersaldo	-967	-797	-694	+273	
Mettmann	2018	2019	2020	Entwicklung	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	188.222	193.356	194.078	3,1 %	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	185.026	187.441	186.589	0,8 %	

# Rahmenbedingungen

## Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

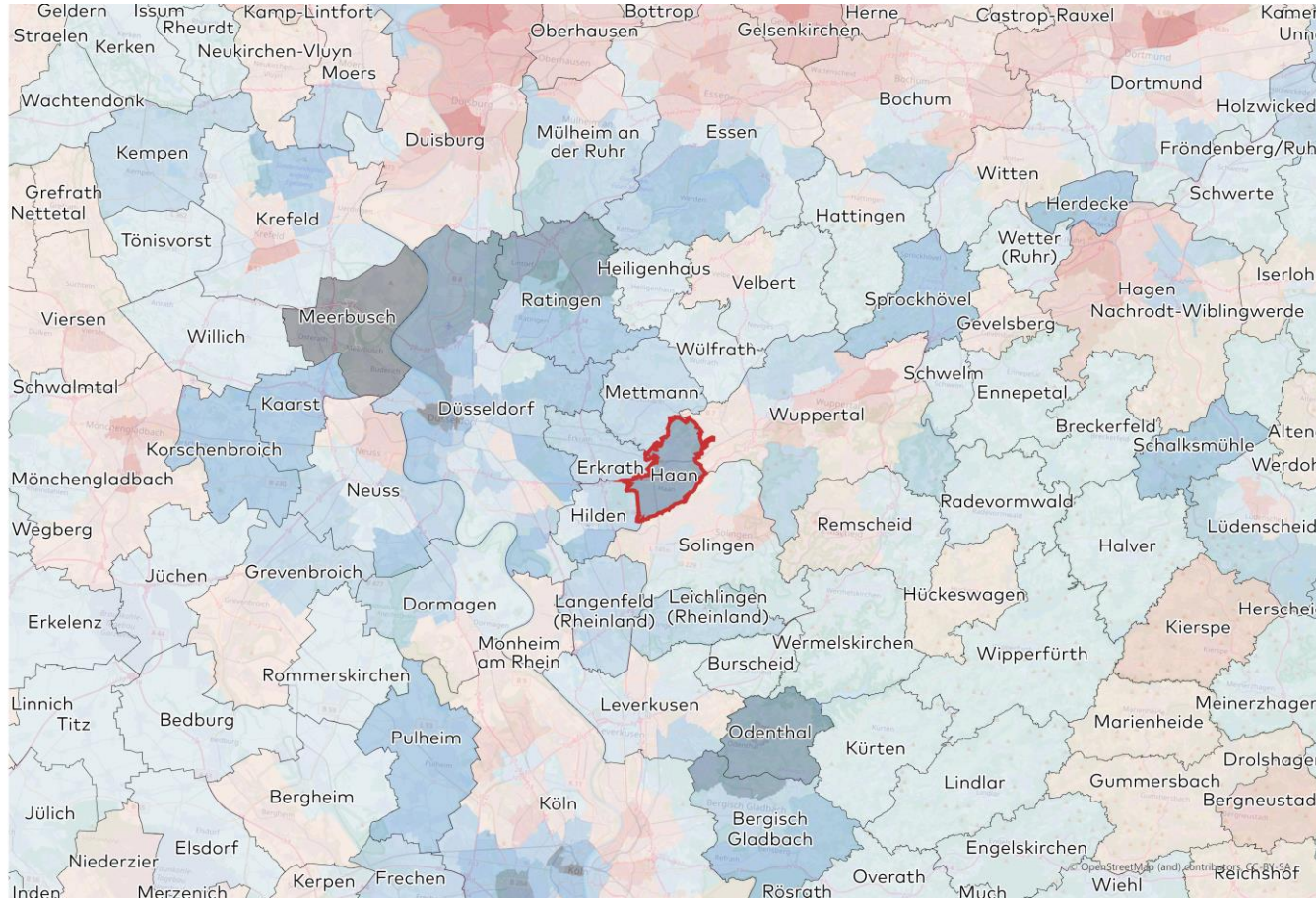
Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	95,6	3.065
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	17,1	549
Blumen, zoologischer Bedarf	4,3	138
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	6,6	212
<b>Kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>123,6</b>	<b>3.965</b>
Bekleidung	20,9	670
Schuhe/Lederwaren	5,4	172
Pflanzen/Gartenbedarf	5,4	173
Baumarktsortiment i. e. S.	17,2	553
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	5,6	179
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	5,8	186
Sportartikel/Fahrräder/Camping	9,1	291
<b>Mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>69,3</b>	<b>2.224</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	5,4	172
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	2,6	83
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	2,6	84
Möbel	15,4	495
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	9,2	295
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	18,5	593
Uhren/Schmuck	3,1	99
Sonstiges	2,4	76
<b>Langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>59,1</b>	<b>1.896</b>
<b>Gesamt</b>	<b>252,1</b>	<b>8.085</b>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2021; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

# Rahmenbedingungen

## Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Haan und Umgebung

- Administrative Grenzen**
- Untersuchungskommune
  - Kommune
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau**
- unter 80,0
  - 80,1 - 85,0
  - 85,1 - 90,0
  - 90,1 - 95,0
  - 95,1 - 100,0
  - 100,1 - 105,0
  - 105,1 - 110,0
  - 110,1 - 115,0
  - 115,1 - 120,0
  - über 120,0



Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt in Haan mit rd. 116 deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 100. Auch die Nachbarkommunen verfügen über ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau.

Diese Kennziffer deutet auf das Nachfragepotenzial in Haan hin.

### Kaufkraftniveau

Haan	116
Deutschland	100

# Rahmenbedingungen

## Integriertes Handlungskonzept Haan

veränderte Rahmenbedingungen durch bereits umgesetzte und laufende ausgewählte Maßnahmen:

- **Aufwertung des Umfelds des Hallenbads sowie Umgestaltung und Nutzungsoptimierung des Kirchplatzes**
  - geschaffener definierter, städtische Platzsituation mit Aufenthalts- und Gestaltungsqualitäten
  - Aufwertung der Stadteingangssituation
  - wesentliche bauliche Maßnahmen: Hochbeete, Sitzmöglichkeiten, Kirchplatz aus Natursteinpflaster, Beleuchtung durch Lichtstelen, in den Boden eingelassenes Lichtband um Kirchengrundstück herum
- **Aufwertung Park Ville d'Eu**
  - erfüllt eine Torfunktion zur Innenstadt
  - älteste Parkanlage der Stadt, heute vor allem Veranstaltungsort
  - wesentliche bauliche Maßnahmen: Wege ertüchtigt, Bepflanzung ergänzt, zeitgemäße Infrastruktur, Barrierefreiheit, durchgängige Beleuchtung, neue Möblierung (Abfalleimer, Geländer, Sitzmöglichkeiten)
- **Projekt- und Prozessmanagement sowie Leerstandsmanagement**
  - eingerichtetes Innenstadtmanagement für die Begleitung der Maßnahmen des InHK und Management von leerstehenden Ladenlokalen
- **Verfügungsfonds und Fassadenprogramm**
  - laufende Förderprogramme zur Umsetzung von Maßnahmen zum Zweck der Stärkung der Innenstadt als Handels-, Veranstaltungs- und Marktstandort und zur gestalterischen Aufwertung von Fassaden im öffentlichen Bereich der Innenstadt
  - Verbesserung der freizeitbezogenen und kulturellen Angebotsstrukturen in der Innenstadt ggf. durch Finanzierung des Verfügungsfonds



# Rahmenbedingungen

## Integriertes Handlungskonzept Haan

veränderte Rahmenbedingungen durch ausgewählte noch vorgesehene Maßnahmen:

- **Attraktivierung des Alten Marktes**
  - Stärkung der Aufenthalts- und Gestaltungsqualität; Optimierung der Rahmenbedingungen für die dort ansässige Gastronomie
  - Ziel: Aufenthaltsqualität steigern (u. a. Installation eines Karussell in Anlehnung an die jährlich stattfindende Kirmes, Bepflanzung, Hochbeete mit Sitzauflagen, Fahrradstellplätze z.T. mit Überdachung, Fahrgastunterstand mit Dachbegrünung)
- **Entwicklung des Standortes „Windhövel“/ Neuplanung des Rathausstandortes**
  - Geplant ist die Verlagerung bzw. der Neubau des Rathauses am Standort Windhövel am Rande des Schillerparks.
  - Umzug der Stadtverwaltung und der Volkshochschule ins neue Rathaus
  - Im Zusammenhang mit dem Neubau des Rathauses wird auch die Gestaltung des Neuen Marktes betrachtet.
  - Das Alte Rathaus soll als Baudenkmal erhalten bleiben.
- **Neugestaltung Neuer Markt und Etablierung von Nutzungsmöglichkeiten auf dem Platz / Neugestaltung der Fußgängerzone**
  - Erhöhung der Aufenthalts- und Gestaltungsqualität
  - neue Platzgestalt des Neuen Marktes als attraktiver, aufenthaltsfreundlicher Platz
  - zusätzliche/ergänzende Nutzungen etablieren
  - Entwicklung eines Gestaltungskonzeptes für die Fußgängerzone
  - gestalterische Umsetzung der Gartenstadtthematik und Erhöhung der Attraktivität in Fußgängerzone (bspw. auch durch Fassadenprogramm)
  - Wegeverbindungen und Vernetzung Alter Markt, Neuer Markt mit angrenzenden Geschäftsbereichen stärken

# Innenstadtanalyse

Einführung	3
Rahmenbedingungen	7
Innenstadtanalyse	26
Leitlinien	63
Konzept	66

# Innenstadtanalyse

## Innenstadt Haan



Quelle: Foto Stadt + Handel.

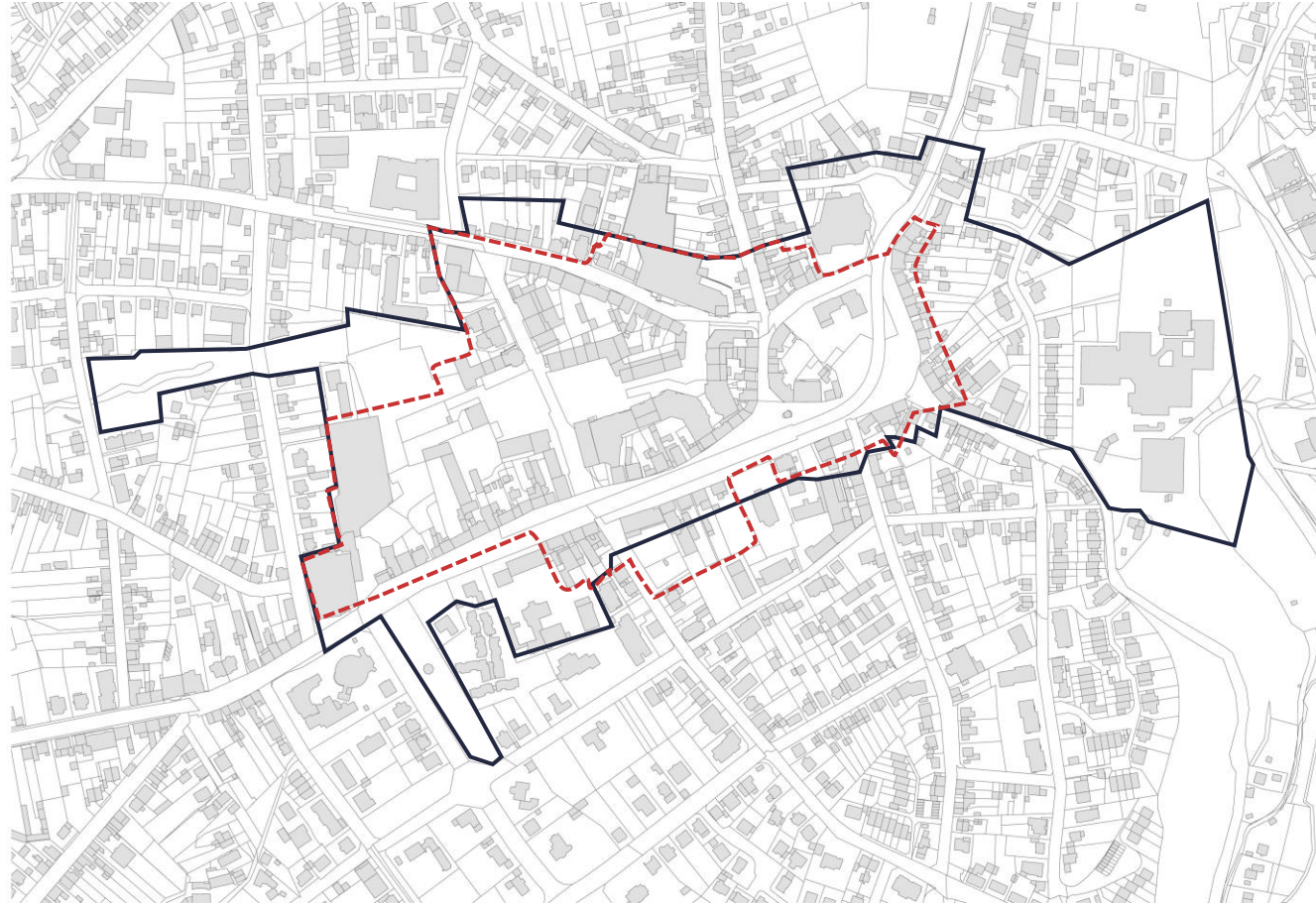
# Innenstadtanalyse

## Untersuchungsgebiet

### Legende

 Untersuchungsgebiet  
(Stadtumbauegebiet)

 ZVB Abgrenzung EHK 2013



Ergänzend zu der im EHK 2013 erarbeiteten ZVB-Abgrenzung erstreckt sich das Untersuchungsgebiet vom Schillerpark im Westen über die Innenstadt mit dem Neuem Markt, der Fußgängerzone und dem Alten Markt über die Kaiserstraße hinaus bis zum östlich gelegenen Schulzentrum.

100 m

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan; ZVB-Abgrenzung: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Haan, Stadt + Handel 2013.

# Innenstadtanalyse

## Einzelhandelsstrukturelle Kenndaten nach ZVB-Abgrenzung EHK 2013

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2021; ZVB-Abgrenzung und Vergleichsdaten: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Haan, Stadt + Handel 2013.



Innenstadtzentrum Haan

In Haan werden im zentralen Versorgungsbereich aktuell nach der Abgrenzung des Einzelhandelskonzeptes 2013 insgesamt 59 Einzelhandelsbetriebe, 62 Dienstleistungsbetriebe, 28 Gastronomiebetriebe und 13 Leerstände erfasst.

Vergleichend mit der Bestandsaufnahme des EHK 2013 lässt sich sagen, dass vor allem die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe seit Erhebung 2012 von 78 auf 59 gesunken ist. Die Anzahl der zentrenergänzenden Funktionen hat sich von 85 auf 90 (Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe zusammengefasst) nur leicht erhöht. Als positiv ist die seit 2012 rückläufige Anzahl der Leerstände zu bewerten. Seit 2012 sank diese von 19 auf 13 Leerstände.

Einzelhandelsstruktur	Absolut
Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	59
Anzahl der Dienstleistungsbetriebe	62
Anzahl der Gastronomiebetriebe	28
Anzahl der Leerstände	13

Stand: 07-08/2021

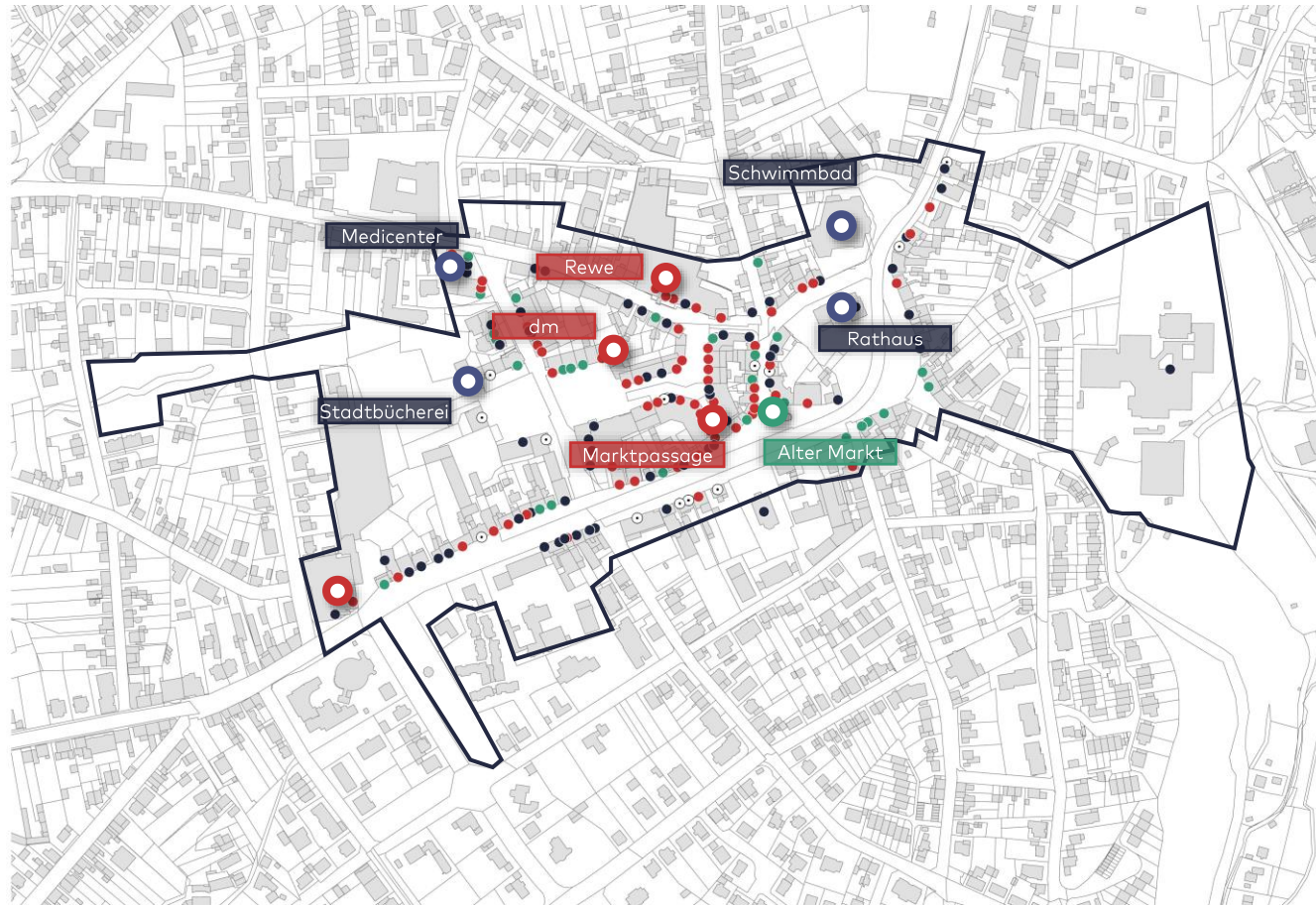
# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Ankernutzungen: Bestandsstrukturen nach Nutzungen

### Bestand nach Nutzung

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Leerstand

- Magnetnutzungen Einzelhandel
- Magnetnutzungen Dienstleistung
- Magnetnutzungen Gastronomie



Die Darstellung der Bestandsstrukturen gibt zunächst einen Überblick darüber, welche Nutzungen in der Innenstadt an welcher Stelle verortet sind. Die Betrachtung der Verteilung von Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und Leerständen dient als Grundlage zur Identifikation von Quartieren und funktionalen Prägungen.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Ankernutzungen: Einzelhandel nach Hauptwarengruppe

### Kurzfristiger Bedarfsbereich

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken
- ▲ Blumen, zoologischer Bereich
- ◆ PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher

### Mittelfristiger Bedarfsbereich

- Bekleidung
- Schuhe/Lederwaren
- Pflanzen/Gartenbedarf
- Baumarktsortiment i. e. S.
- GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör
- ▲ Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente
- ▲ Sportartikel/Fahrräder/Camping

### Langfristiger Bedarfsbereich

- Medizinische und orthopädische Artikel/Optik
- Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche
- Möbel
- ▲ Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte
- ▲ Neue Medien/Unterhaltungselektronik
- ◆ Uhren/Schmuck
- ◆ Sonstiges

○ Magnetnutzung Einzelhandel

100 m



In der Innenstadt von Haan finden sich Einzelhandelsangebote aus allen Bedarfsbereichen. Entlang der Fußgänger-zone Dieker Straße / Neuer Markt und in der Marktpassage ist der dichteste Einzelhandelsbesatz festzustellen.

Die flächenmäßig größten Betriebe stellen Woolworth, KiK, Intersport Middendorf, Takko, Rewe und dm dar, die sich gleichmäßig in der Innenstadt verteilen.

Das umfassendste Einzelhandelsangebot wird in den Bereichen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel bereitgestellt.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Anker nutzungen: Magnetnutzungen Einzelhandel



Rewe



dm

Die wichtigsten Einzelhandelsanker Haans befinden sich mit Rewe in der Dieker Straße und dm am Neuen Markt. Zudem sind mehrere Einzelhandelsnutzungen verdichtet in der Marktpassage verortet. Unter 13 Ladenlokalen finden sich dort unter anderem Ernsting's family, Tamaris und WK2-Clothes wieder.

Die nur wenige hundert Meter von einander entfernten Ankerpunkte befinden sich in der Fußgängerzone und sind fußläufig überwiegend gut erreichbar. Die Bushaltestelle Haan Markt ermöglicht eine gute ÖPNV-Anbindung an die Innenstadt und über verschiedene Tiefgaragen und Stellplätze sind die Anker nutzungen auch für den MIV gut erreichbar.



# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Ankernutzungen: Dienstleistungen

### Dienstleistungen und zentrenergänzende Funktionen

#### Versorgungsangebote

- Banken/Sparkassen/Bank-SB-Terminal
- Post/Postbank/Postagentur
- ▲ Dienstleistungen

#### Gesundheitseinrichtungen

- Ärzte, Krankenhäuser, Tageskliniken, bedeutende Alten- und Pflegeheime

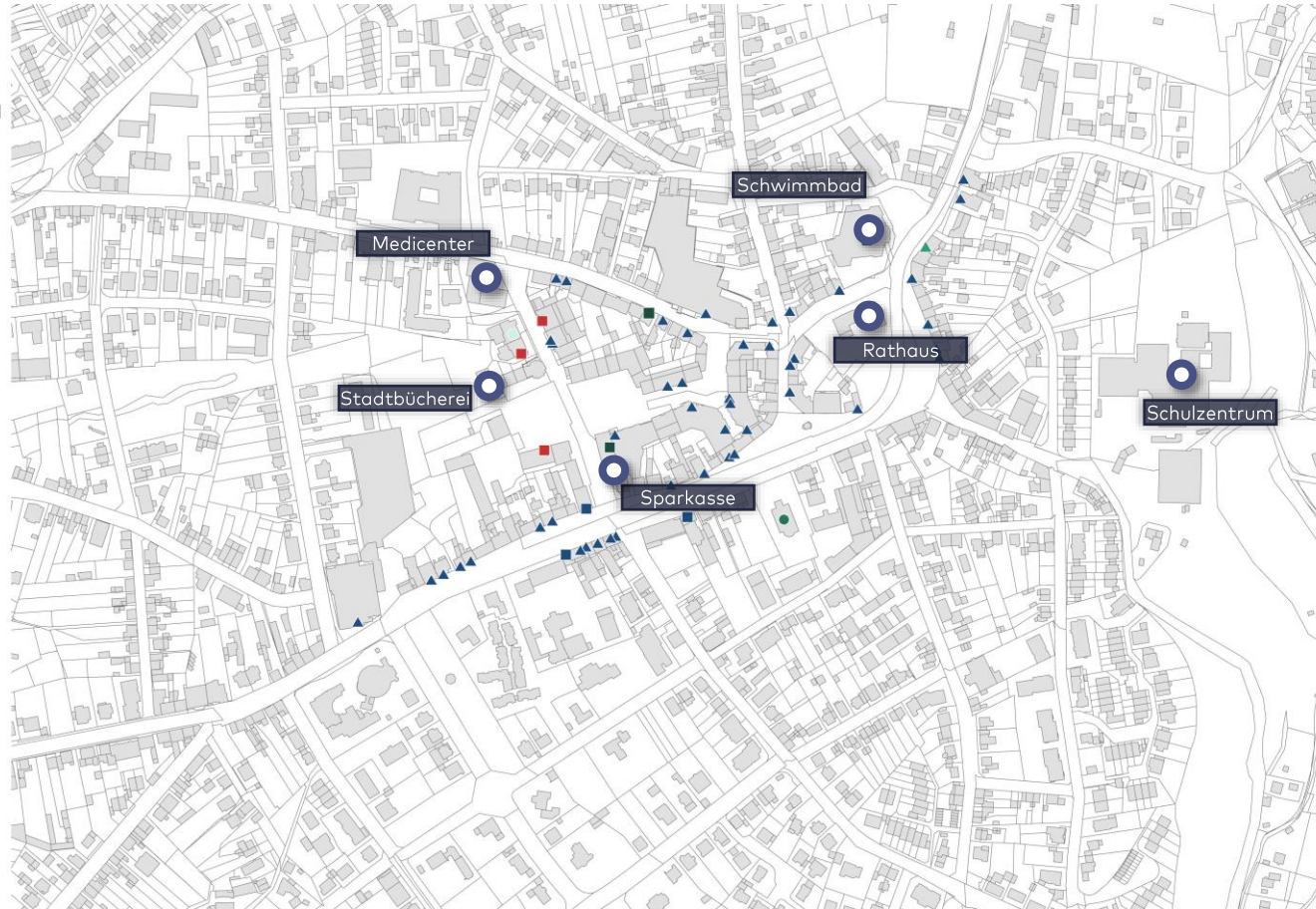
#### Bildung

- Schulen, Bildungseinrichtungen, Kinderbetreuung

#### Sonstige Einrichtungen

- öffentliche und größere teilöffentliche Einrichtungen
- soziale und kirchliche Einrichtungen
- ▲ Kulturelle Einrichtungen
- ◆ Freizeit- und Sporteinrichtungen
- ★ Vergnügungsstätten
- Beherbergungsbetriebe

- Magnetnutzungen Dienstleistungen



In der Haaner Innenstadt finden sich neben dem Einzelhandel und der Gastronomie weitere Nutzungen, die die Angebote im Zentrum ergänzen. Zu den Dienstleistungsangeboten zählen neben ladenähnlichen Dienstleistungen Versorgungs- und Bildungsangebote sowie sonstige Einrichtungen, wie beispielsweise soziale und kirchliche Einrichtungen oder Beherbergungsbetriebe.

Die zentrenergänzenden Funktionen verteilen sich auf die gesamte Innenstadt von Haan, wobei insbesondere in den Bereichen mit einem dichten Einzelhandelsbesatz die Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen in den Erdgeschosslagen abnimmt. Der dichteste Besatz an Dienstleistungen ist in den Bereichen der westlichen Kaiserstraße, südlich des Neuen Markts, sowie im Obergeschoss verorteten Nutzungen in der Dieker Straße vorzufinden.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Ankernutzungen: Magnetsnutzungen zentrenergänzende Funktionen



Ärztehaus



Sparkasse

Einen wichtigen Standort für zentrenergänzende Funktionen bildet das Medicenter in der Dieker Straße. Innerhalb des dort zu findenden Gebäudekomplexes sind medizinische Nutzungen für verschiedene Zielgruppen in den versch. Geschossen vertreten (Internisten, Allgemeinmediziner, Orthopädie, Apotheke).

Die Kaiserstraße mit dort ansässiger Sparkasse, Commerzbank, Volksbank und Deutscher Bank erfüllt darüber hinaus zentrenergänzende Funktionen im Bereich des Finanzwesens.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Anker nutzungen: Gastronomiestrukturen

### Gastronomietyp

#### Speisewirtschaften

- Imbiss
- Kantine
- ▲ Schnellrestaurant
- ▲ Fast-Casual-Restaurant
- ▲ Restaurant
- ▲ Fine Dining Restaurant

#### Hybride

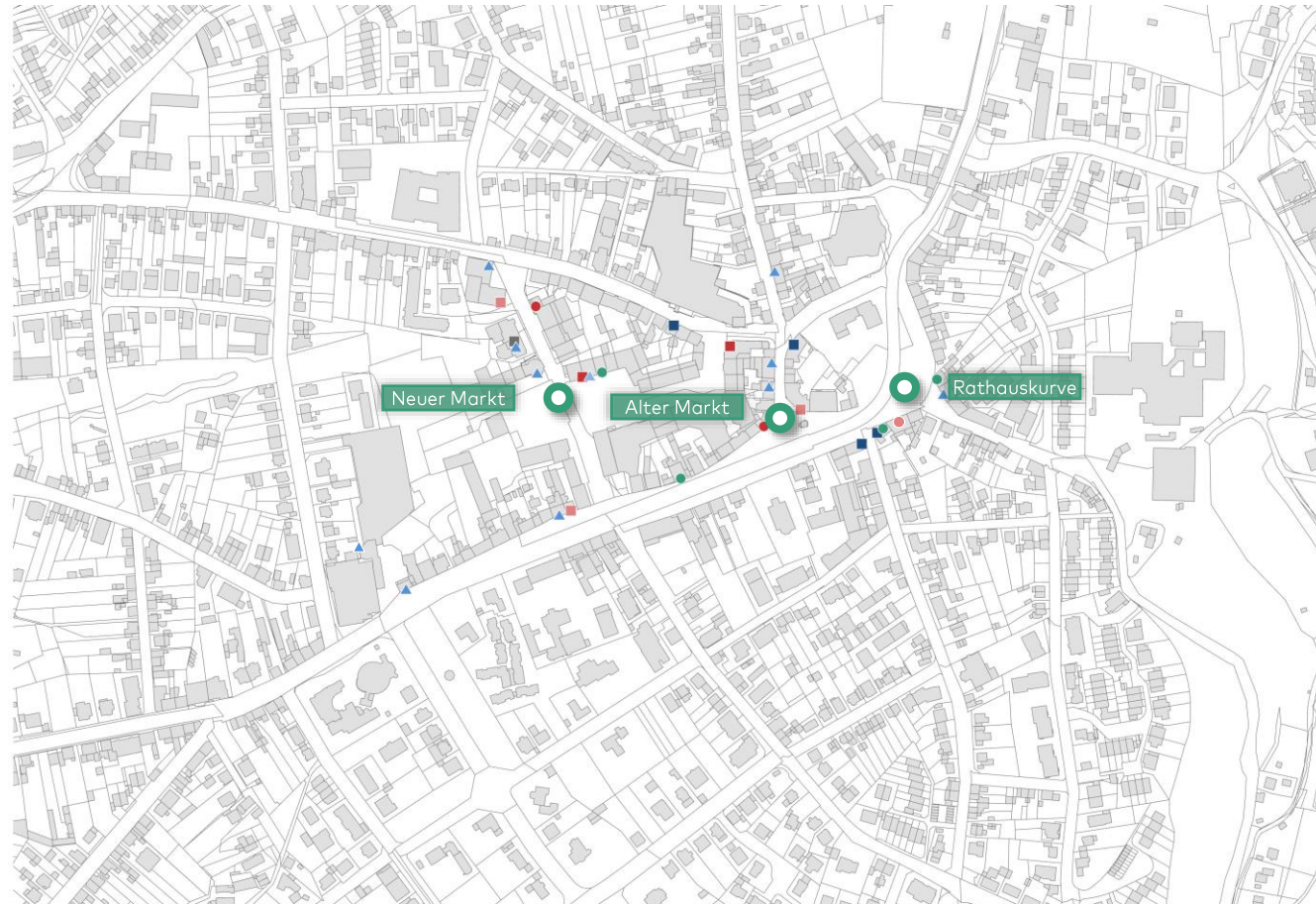
- Eisdielen
- Café
- Bistro
- Resto-Bar
- ▲ Shisha-Bar/Lounge

#### Schankwirtschaften

- Trinkhalle
- Kneipe
- ▲ Biergarten

#### Unterhaltungsgastronomie

- Bar
- Tanzlokal



In der Innenstadt von Haan sind verschiedene gastronomische Angebote verortet. Die verschiedenen Gastronomieangebote lassen sich in die vier Kategorien Speisewirtschaften, Hybride, Schankwirtschaften sowie Unterhaltungsgastronomie untergliedern.

Das größte Gastronomieangebot ist der Kategorie der Speisewirtschaften zuzuordnen. Rund um den Neuen Markt sowie in der Friedrichstraße, am Alten Markt und in der äußeren Rathauskurve besteht eine hohe gastronomische Angebotsvielfalt.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Anker nutzungen: Magnetnutzungen Gastronomie



Neuer Markt



Alter Markt

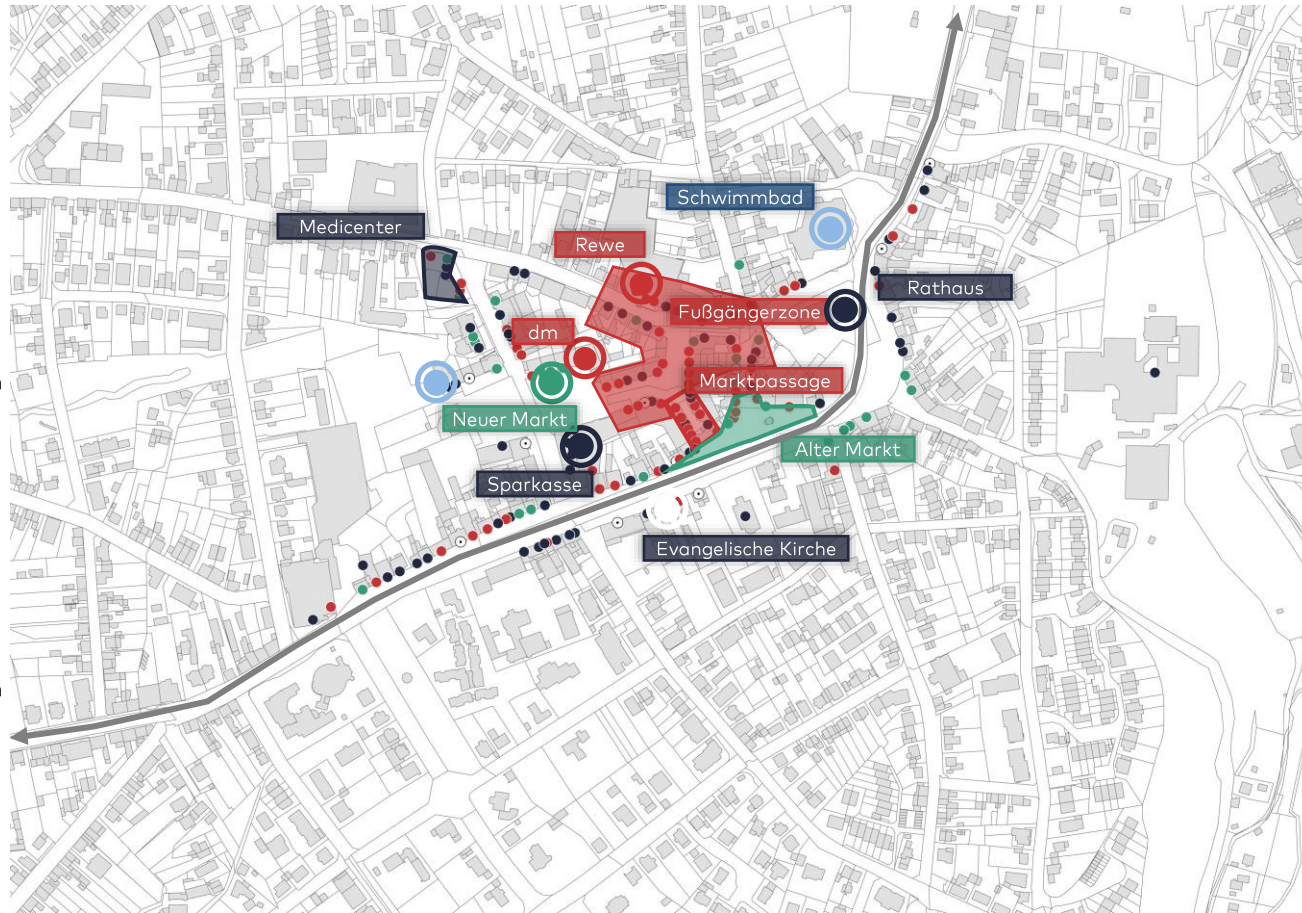
Gastronomische Anker nutzungen befinden sich insbesondere rund um den Neuen und den Alten Markt. Beide Plätze weisen zudem einen hohen Anteil an Außengastronomie auf, wodurch die Aufenthaltsqualität gestärkt wird.

Der Neue Markt kennzeichnet sich durch kulinarische Vielfalt und spricht durch sowohl argentinische als auch asiatische Gastronomie verschiedene Zielgruppen an. Der Alte Markt ist vor allem durch Cafés und das griechische Restaurant Artemis geprägt.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur & Anker nutzungen: stadtstrukturelle Kristallisations- & Ankerpunkte

- Einzelhandel
  - zentrenergänzende Funktion
  - Gastronomie
  - Leerstand
- Kristallisationspunkte**
- ⊙ Einzelhandel
  - ⊙ zentrenergänzende Funktionen
  - ⊙ Gastronomie
  - ⊙ Freizeit und Kultur
  - Leerstand
- Anker nutzungen**
- Einzelhandel
  - Gastronomie
  - zentrenergänzende Funktionen
- ➔ Hauptverkehrsachse



Kristallisations- und Ankerpunkte im Bereich des Einzelhandels finden sich insbesondere in der Marktpassage sowie in Dieker Straße und am Neuen Markt wieder. Diese Bereiche dienen als Haupteinkaufslagen und befinden sich in der Fußgängerzone.

Der Alte Markt fungiert als Ankerpunkt für Gastronomie wohingegen zentrenergänzende Funktionen wie das Rathaus, die Sparkasse, die evangelische Kirche oder das Schwimmbad die Innenstadt umschließen und an der Kaiserstraße verortet sind.

# Innenstadtanalyse

## Angebotsportfolio - Nahrungs- und Genussmittel



Der Branchencheck zeigt, welche Betriebstypen der verschiedenen Sortimentsbereiche im Innenstadtzentrum verortet sind.

Gleichzeitig ist dargestellt, welche Betriebe das Zentrum aufweisen sollte, um sich im Wettbewerb mit anderen Zentren behaupten zu können.

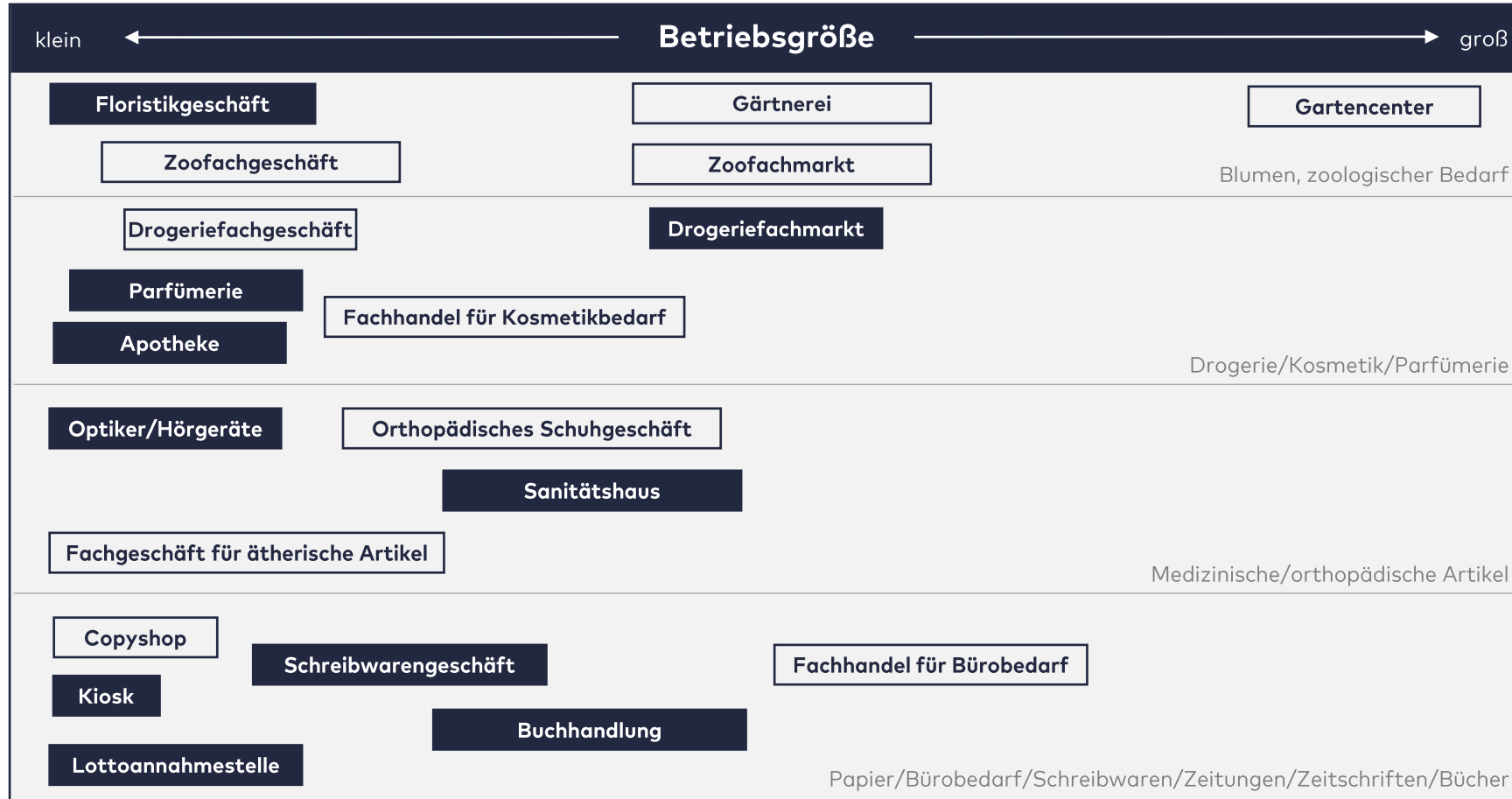
Die relevanten Betriebe mit dem Hauptsortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel sind in der Innenstadt von Haan vorhanden.

- Betrieb** (hellblau) Betriebstyp
- Betrieb** (dunkelblau) vorhanden im Zentrum
- Betrieb** (rot) Ausstattungsempfehlungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2021.

# Innenstadtanalyse

## Angebotsportfolio - weitere Sortimente des kurzfristigen Bedarfs



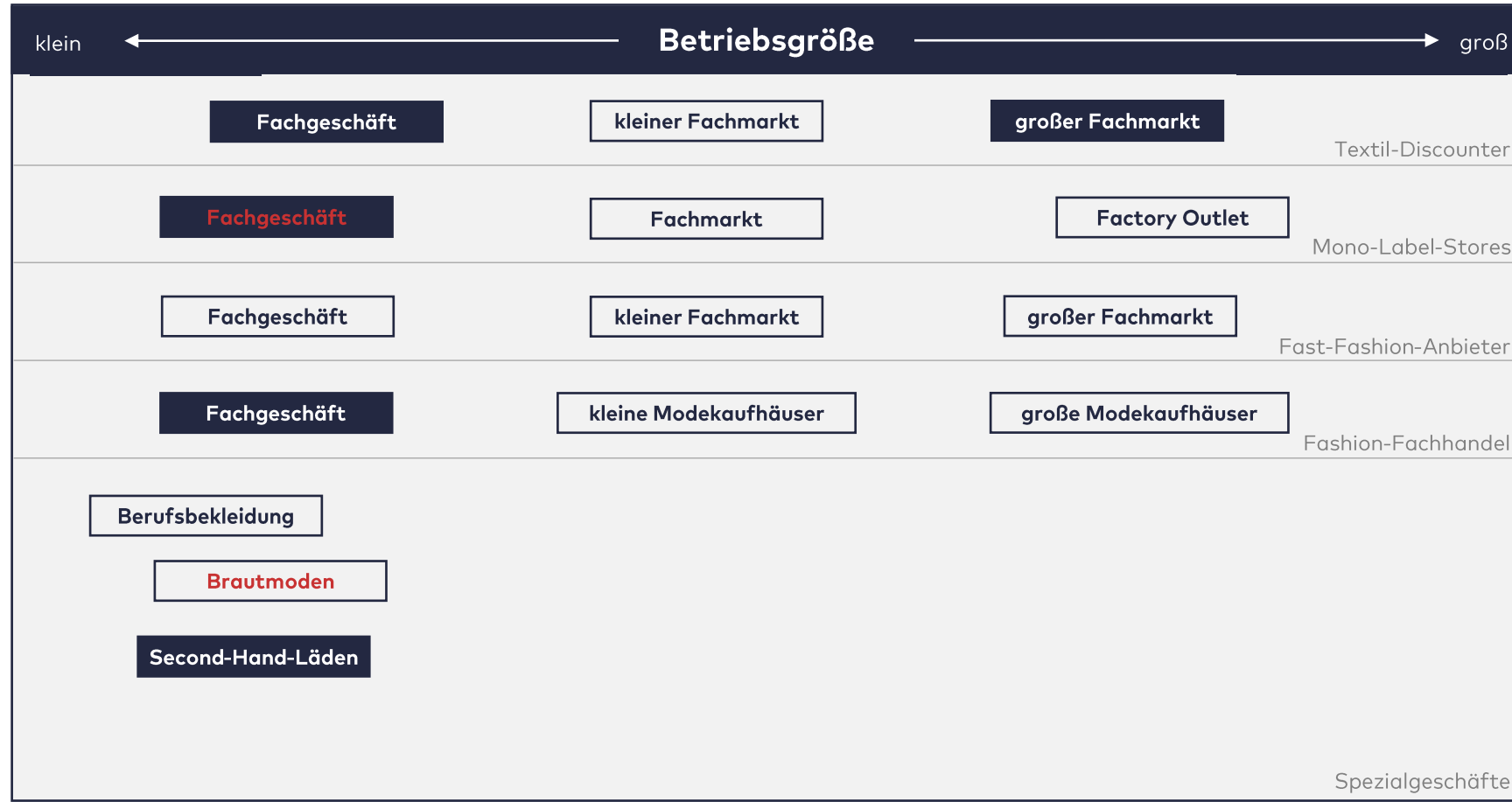
Alle relevanten Betriebe mit Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs – außer Nahrungs- und Genussmittel – sind in der Haaner Innenstadt vorhanden.

- Betrieb Betriebstyp
- Betrieb vorhanden im Zentrum
- Betrieb Ausstattungsempfehlungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2021.

# Innenstadtanalyse

## Angebotsportfolio - Bekleidung



Das Innenstadtzentrum verfügt über die wichtigsten Betriebstypen im Bereich Bekleidung.

Die Betriebe sind jedoch überwiegend auf die gleiche Zielgruppe ausgerichtet. Bekleidungsangebote für Herren und Kinder bzw. Jugendliche sind nur in geringem Umfang abgedeckt.

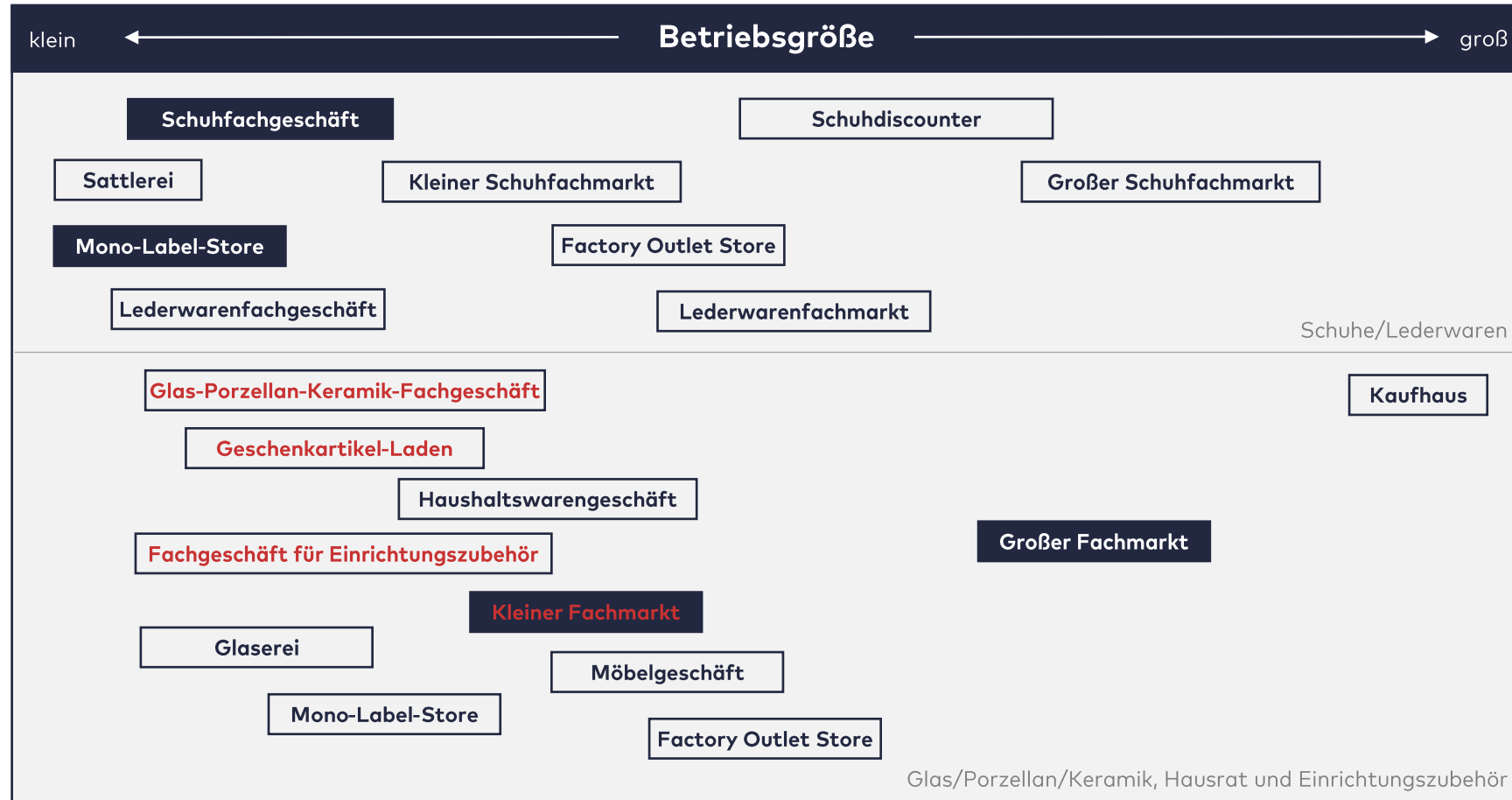
- Betrieb Betriebstyp
- Betrieb vorhanden im Zentrum
- Betrieb Ausstattungsempfehlungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2021.



# Innenstadtanalyse

## Angebotsportfolio - weitere Sortimente des mittelfristigen Bedarfs

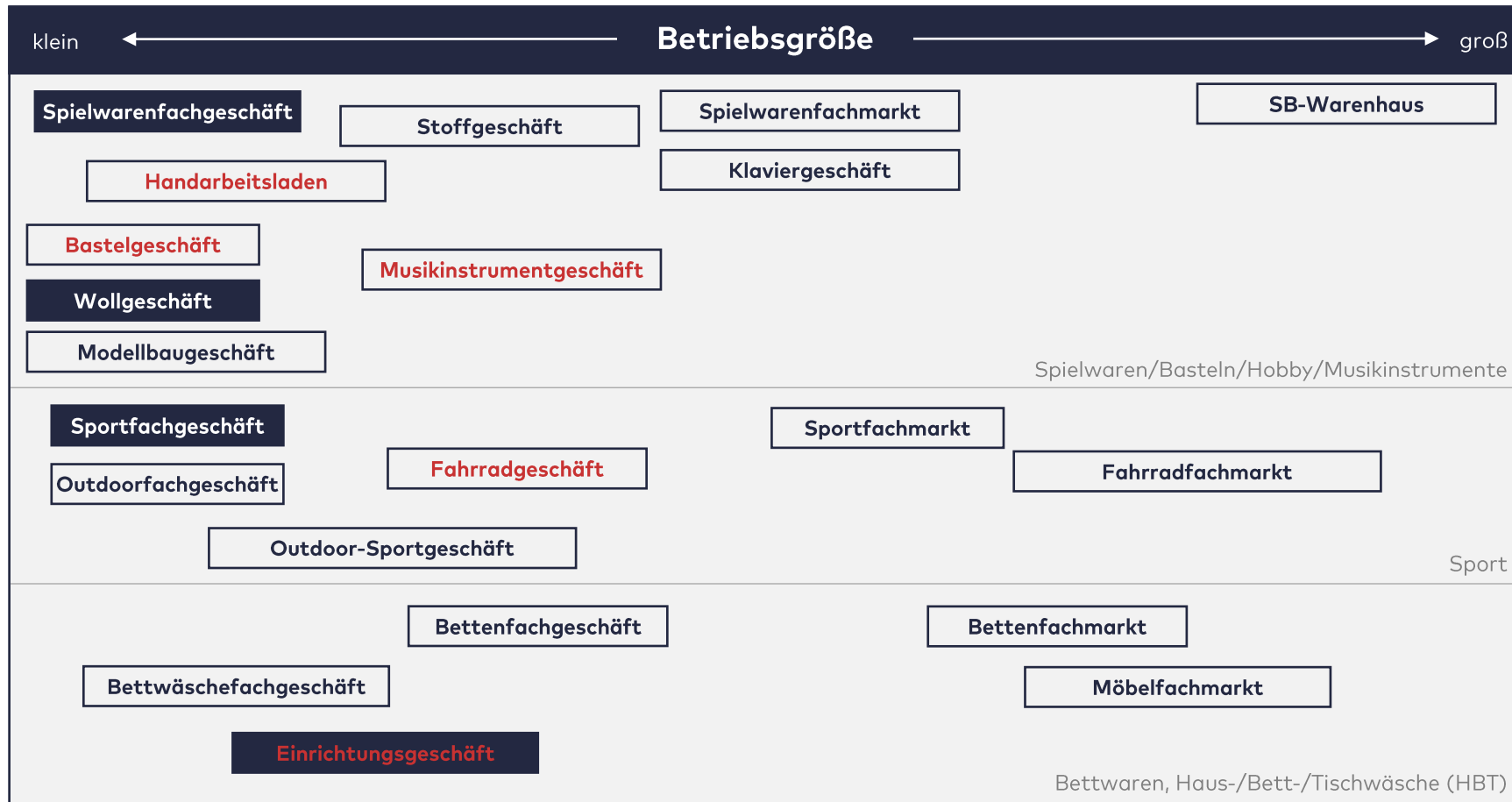


Das Innenstadtzentrum verfügt über eine geringe Angebotsvielfalt an Betriebstypen im Bereich Schuhe/Lederwaren und Glas/Porzellan/Keramik.

- Betrieb** (weißes Rechteck) Betriebstyp
- Betrieb** (dunkelblaues Rechteck) vorhanden im Zentrum
- Betrieb** (rot umrandetes Rechteck) Ausstattungsempfehlungen

# Innenstadtanalyse

## Angebotsportfolio - weitere Sortimente des mittelfristigen Bedarfs



Das Innenstadtzentrum verfügt über eine geringe Angebotsvielfalt im Bereich Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente. Diese Sortimente werden lediglich über Randsortimente abgedeckt.

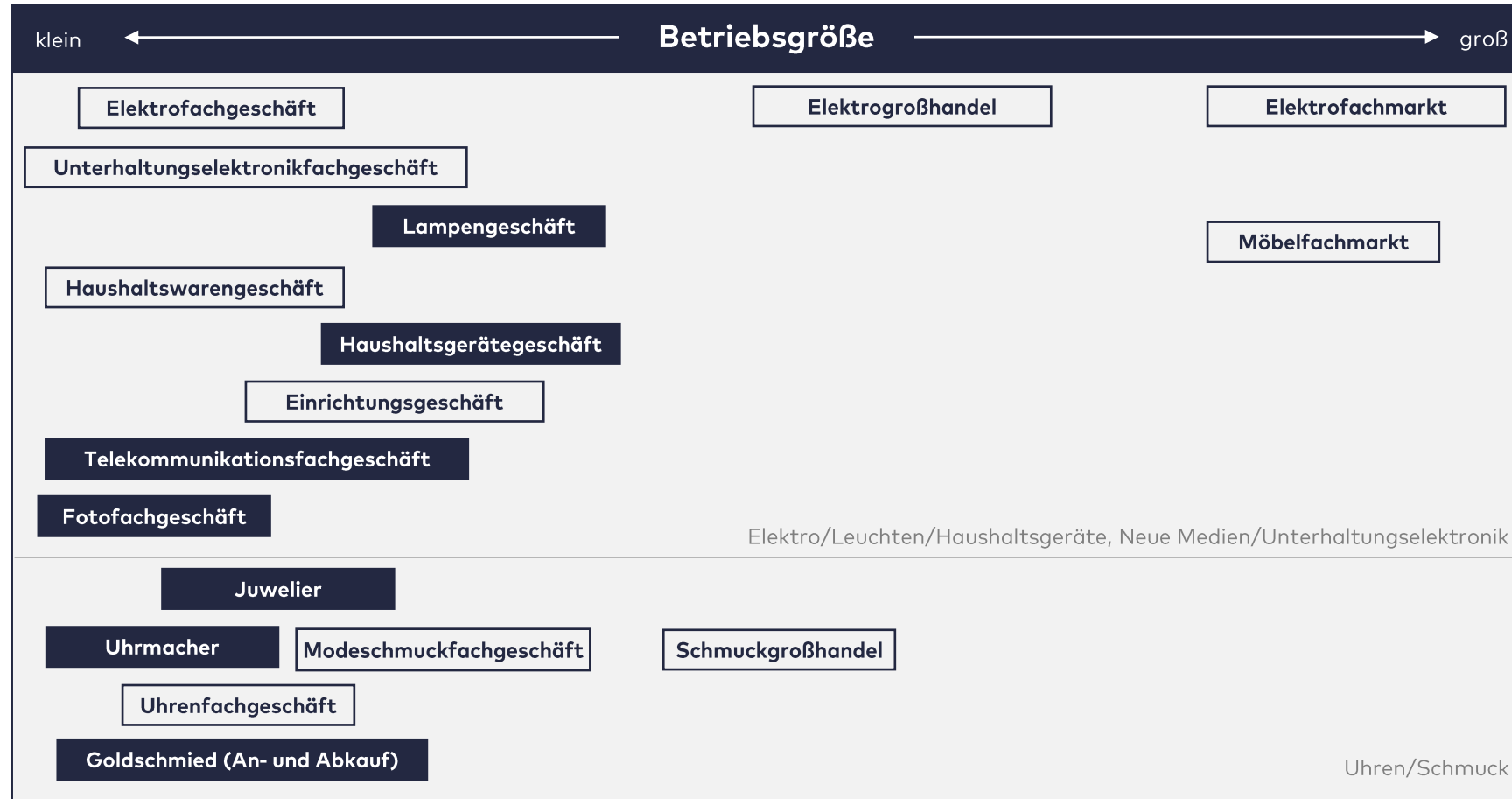
Mit einem Intersport ist der Sortimentsbereich Sport im Innenstadtzentrum für die Innenstadt zunächst gut aufgestellt.

Der Bereich Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (HBT) wird in der Haaner Innenstadt vor allem von spezialisierten Raumausstattungs-fachgeschäften abgedeckt.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2021.

# Innenstadtanalyse

## Angebotsportfolio - weitere Sortimente des langfristigen Bedarfs



Die Innenstadt von Haan verfügt über die wichtigsten Betriebstypen im Bereich des langfristigen Bedarfs.

- Betrieb** (weißes Feld) Betriebstyp
- Betrieb** (dunkelblaues Feld) vorhanden im Zentrum
- Betrieb** (rot gefärbtes Feld) Ausstattungsempfehlungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2021.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur – Definition zu Gastronomiebetrieben

### **Imbiss**

kleiner Gastronomiebetrieb mit wenigen Sitzmöglichkeiten und einfach, küchenfertig vorbereiteten Speisen mit Getränkeausschank. Üblicherweise To-Go-Angebote.

### **Kantine**

Eine Kantine ist ein gastronomischer Betrieb der Speisen und Getränke für eine gewisse Personengruppe anbietet. Kantinen stehen meist nur den entsprechenden Personengruppen exklusiv zur Verfügung. Oftmals werden die Speisen und Getränke dort zu besonders günstigen Preisen angeboten bzw. von einem Betrieb für seine Mitarbeiter subventioniert.

### **Schnellrestaurant**

Bei einem Schnellrestaurant kommt es insbesondere auf den schnellen Service an. Das Angebot an Speisen, Getränken und Service ist eher begrenzt und die Preise sind entsprechend geringer als in höherwertigen Restaurants. Oftmals sind Schnellrestaurants auch Selbstbedienungsbetriebe. Schnellrestaurants sind im Prinzip Imbissstände mit Sitzplätzen.

### **Fast-Casual-Restaurant**

Ein Fast-Casual-Restaurant ist ein Restaurant, das durch frische Produkte und einen schnellen, reduzierten Service charakterisiert wird. Es verbindet eine relativ hohe Produktqualität und die Frische von Restaurants mit der Geschwindigkeit der Schnellrestaurants und rechtfertigt so einen höheren Preis gegenüber Fastfood-Angeboten. Häufig werden die Gerichte beim so genannten Front Cooking vor den Augen der Gäste zubereitet. Der Bestell- und Bezahlvorgang findet in der Regel an der Theke statt. Beispielkonzept: Vapiano, L'Osteria.

### **Restaurant**

Unter einem Restaurant versteht man einen gastronomischen Betrieb in dem Speisen und Getränke zum Verzehr an Ort und Stelle verkauft werden. Der Begriff Restaurant entstand im 18. Jahrhundert in Frankreich und bedeutet so viel wie sich stärken. Der Anspruch an Küche und Service ist hier höher als z. B. beim Imbiss.

### **Fine Dining Restaurant**

„Fine Dining at a Restaurant“ inkludiert den Genuss der gehobenen Gastronomie, sei es in der Haute Cuisine, Sternegastronomie oder im normalen Restaurant mit dem Anspruch besseren Essens im Full-Service-Bereich. Als Ausstattung dieser Restaurants kommen nur hochwertige Werkstoffe und bestes Design zum Einsatz. Das Personal ist hervorragend ausgebildet und trägt entsprechende Dienstkleidung. Fine Dining Restaurants sind fast immer kleine Unternehmen.

### **Eisdiele**

In einer Eisdiele wird insbesondere Speiseeis und ein kleines Sortiment an Getränken und ggf. Snacks zum Verzehr an Ort und Stelle bzw. im Außer-Haus-Verkauf angeboten.

### **Café**

In einem Café werden insbesondere Bäckerei- und Konditoreierzeugnisse verkauft und für den Verzehr vor Ort angeboten. Daneben sind auch Getränke und gelegentlich kalte oder warme Snacks im Angebot. Häufig ist ein Café direkt an eine Konditorei angeschlossen und man kann die angebotenen Speisen und Getränke auch mitnehmen.

### **Bistro**

Unter einem Bistro versteht man einen kleinen gastronomischen Betrieb, in dem man Kaffee, Wein oder andere Getränke sowie kleine Speisen zu sich nimmt. Ein klassisches französisches Bistro ist einfach ausgestattet und lädt meist nicht zum langen Verweilen ein.

### **Resto-Bar**

Als Resto-Bar bezeichnet man einen Gastronomiebetrieb, der als eine Mischform aus Restaurant und Bar angesehen werden kann. Resto-Bars bieten meistens sowohl eine große Auswahl an Speisen als auch an Getränken, so dass man sowohl zum Essen als auch zum Konsumieren alkoholischer Getränke (z. B. auch in Form einer Verkostung) eine Resto-Bar aufsuchen kann. Oftmals gibt es auch Live-Shows von Musikgruppen oder Tanzdarbietungen.

### **Trinkhalle**

Eine Trinkhalle ist ein Betrieb, der ein begrenztes Angebot an Speisen und Getränken (aber auch an Non-Food-Artikeln) aufweist. Meist ist die Abgabe für den Außer-Haus-Verzehr gedacht. Nur wenige Trinkhallen haben auch einige Sitzgelegenheiten.

### **Kneipe**

In Kneipen wird hauptsächlich getrunken. Typisch ist hier der Ausschank von Fassbier am Tresen.

### **Biergarten**

Ein Biergarten ist meist ein Saisonbetrieb in dem Speisen und Getränke zum Verzehr an Ort und Stelle verkauft werden. In manchen Biergärten darf man auch das eigene Essen mitbringen und erwirbt nur die Getränke. Biergärten entstanden in Bayern, wo kleine Brauereien ihr Bier direkt aus den Bierkellern angeboten haben.

### **Bar**

Eine Bar ist eine getränkeorientierte Gastronomie in der üblicherweise vornehmlich alkoholische Getränke für den Verzehr an Ort und Stelle ausgeschenkt werden. Das Getränkeangebot ist im Gegensatz zur Kneipe meist differenzierter und hochwertiger. Üblicherweise werden Cocktails und weitere alkoholische sowie nichtalkoholische Mixgetränke angeboten.

### **Tanzlokal**

Bei einem Tanzlokal handelt es sich um einen Betrieb, in dem es vordergründig um die Unterhaltung mit Musik geht (Tanzveranstaltungen). Dabei werden Getränke für den Verzehr am Ort angeboten, seltener auch kleine Speisen.

### **Shisha-Bar/Lounge**

Eine Shisha-Bar/Lounge ist ein gastronomischer Betrieb, der neben normalen Getränken und Snacks auch Shishas bereitstellt.

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur – Gastronomieangebot

Branche	Betriebstyp	relatives Preisniveau		
		preisorientiert	standard	hochwertig
Speisewirtschaften	Imbiss	■	■	□
	Kantine	□	□	□
	Schnellrestaurant	□	□	□
	Fast-Casual-Restaurant	□	■	□
	Restaurant	■	■	■
	Fine Dining Restaurant	□	■	■
Hybride	Eisdiele	□	■	□
	Café	■	■	■
	Bistro	□	■	□
	Resto-Bar	□	■	□
	Shisha-Bar/Lounge	□	■	□

Speisegastronomen sind Gastgeber des Zentrums. Speiseangebote können die Aufenthaltsdauer verlängern und für Aufenthaltsqualität sorgen. Insbesondere in den Abendstunden und an Wochenenden tragen sie zur Belebung der Innenstadt bei.

- vorhanden
- nicht vorhanden
- Ausstattungsempfehlung

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur – Gastronomieangebot

Branche	Betriebstyp	relatives Preisniveau		
		preisorientiert	standard	hochwertig
Schankwirtschaften	Trinkhalle	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Kneipe	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Biergarten	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterhaltungs- gastronomie	Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tanzlokal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Schankwirtschaften und Betriebe der Unterhaltungsgastronomie erwirken vor allem in den Abendstunden eine Frequentierung des Zentrums. Hierzu tragen auch Resto-Bars (Hybride) bei.

- vorhanden
- nicht vorhanden
- Ausstattungsempfehlung

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur – Dienstleistungen

Funktion	Nutzungsstruktur	bereits vorhanden?
Banken & Post	Bankfiliale	■
	SB-Terminals	■
	Poststation	□
	Postbank	□
Ladenähnliche Dienstleistungen	Friseure	■
	Reisebüro	■
	Reinigung	■
	Kosmetik-/Nagel-/Sonnenstudio	■
	Schneiderei/Schuster	■
	Schlüsseldienst	■
	Internetcafé, Call-Shop, reine Telefondienstleister, Computerservice	□
	Ladenähnliches Versicherungsbüro	■
	Finanzdienstleister	■
	Lotto-Annahmestelle, Poststelle	■
Immobilienmakler	■	

Dienstleistungen bzw. zentrenergänzende Funktionen stellen neben dem Einzelhandel und den gastro-nomischen Nutzungen den dritten Teil der Betriebstypen in den heutigen Zentren.

Sie erzeugen unabhängig vom Einzelhandel und der Gastronomie eine tägliche Frequentierung der Innenstadtlagen. Vor allem ladenähnliche Dienstleistungen sind zudem meist in Laden-lokalen verortet, welche für den Einzelhandel voraussichtlich nicht attraktiv erscheinen.

- vorhanden
- nicht vorhanden
- Ausstattungsempfehlung

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur – zentrenergänzende Funktionen

Funktion	Nutzungsstruktur	bereits vorhanden?
Vergnügungsstätten	Spielhalle	<input type="checkbox"/>
	Wettbüro	<input type="checkbox"/>
	Disco	<input type="checkbox"/>
	Bowlingcenter	<input type="checkbox"/>
	Billardclubs	<input type="checkbox"/>
	Varieté	<input type="checkbox"/>
	Unterart Erotik	<input type="checkbox"/>
Beherbergungsbetriebe	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>
	Pension	<input type="checkbox"/>
	Jugendherberge/Hostel	<input type="checkbox"/>
Öffentliche und größere teilöffentliche Einrichtungen	Verwaltung	<input checked="" type="checkbox"/>
	Bürgerbüro	<input checked="" type="checkbox"/>
	(Bezirks-)Rathaus/Kreishaus	<input checked="" type="checkbox"/>
	Öffentliche Beratungsstellen	<input type="checkbox"/>
	Gericht	<input type="checkbox"/>
	Polizei / (Freiwillige) Feuerwehr	<input checked="" type="checkbox"/>

Insbesondere Wettbüros, Spielhallen und Einrichtungen aus dem Erotiksektor können sich im Sinne eines Trading-Down-Effekts als negativ erweisen.

- vorhanden
- nicht vorhanden
- Ausstattungsempfehlung



# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur – zentrenergänzende Funktionen

Funktion	Nutzungsstruktur	bereits vorhanden?
Schulen, Bildungseinrichtungen, Kinderbetreuung	Schulen	■
	Hochschulen	□
	Volkshochschulen	■
	Musikschule	■
	Kindertagesstätten (privat, kirchlich, öffentlich)	□
	Kindergärten	□
Kirchliche Einrichtungen	Kirchen	■
	Kirchengemeindehaus	■
	weitere Gebetshäuser	□
Gesundheitsdienstleister und Heilmittelerbringer	Podologie/Medizinische Fußpflege	■
	Physiotherapie/Massage	■
	Ergotherapie	■
	Logopädie/ Sprachtherapie	■

Gerade schulische Einrichtungen sowie Kindertagesstätten sind Frequenzbringer für Zentren. Entweder entstehen Kopplungseffekte durch einen Besuch des Zentrums durch die Eltern oder die Schüler suchen in den Mittagsstunden oder nach Schulschluss selbst einige Betriebe auf.

Gesundheitsdienstleister sind häufig in Agglomeration zu finden und werden meist durch eine Apotheke oder weitere medizinische Nutzungen ergänzt. Durch ihre hohe Frequenzstärke entstehen hier ebenfalls Kopplungseffekte.

- vorhanden
- nicht vorhanden
- Ausstattungsempfehlung

# Innenstadtanalyse

## Funktionsstruktur – zentrenergänzende Funktionen

Funktion	Nutzungsstruktur	bereits vorhanden?
Kultureinrichtungen	Theater	<input checked="" type="checkbox"/>
	Kleinkunstabühne	<input checked="" type="checkbox"/>
	Museen	<input type="checkbox"/>
	Bibliotheken	<input checked="" type="checkbox"/>
	Stadthalle	<input type="checkbox"/>
	Veranstaltungssaal	<input checked="" type="checkbox"/>
Freizeiteinrichtungen	Jugendzentrum (außerhalb des Untersuchungsgebietes)	<input checked="" type="checkbox"/>
	Altenbegegnungsstätte	<input checked="" type="checkbox"/>
	Stadtteiltreff	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tanzschule	<input checked="" type="checkbox"/>
	Kino	<input checked="" type="checkbox"/>
	Fitnessstudio	<input checked="" type="checkbox"/>
	Schwimmbad	<input checked="" type="checkbox"/>
Medizinische Einrichtungen	Ärzte	<input checked="" type="checkbox"/>
	Krankenhäuser	<input type="checkbox"/>
	Tageskliniken	<input type="checkbox"/>
	Alten- und Pflegeheime	<input type="checkbox"/>

Freizeiteinrichtungen können tägliche Frequenzen erzeugen und die Innenstadt auch in den Abendstunden beleben.

Ärzte sind vornehmlich in den Obergeschossen verortet. Allgemein fördern Ärzte die Besuchshäufigkeit der Innenstadtlagen. Es können sich Kopplungseffekte mit Apotheken, Sanitätshäusern, Optikern und Heilmittelerbringern ergeben. Auch präventive Gesundheitsangebote können den Medizinischen Bereich ergänzen und für Frequenzen sorgen.

- vorhanden
- nicht vorhanden
- Ausstattungsempfehlung

# Innenstadtanalyse

## Ansiedlungsempfehlungen und Potenziale

Für die Innenstadt von Haan ergeben sich auf Grundlage des bestehenden Angebotsportfolios Potenziale in verschiedenen Angebotsbereichen.

### Ansiedlungsempfehlungen für die Haaner Innenstadt

- Die Ergebnisse der Potenzialanalyse zeigen rechnerische Potenziale für die **Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters und eines Biomarktes** in der Innenstadt von Haan auf. Eine solche Nutzung kann das bestehende Angebot sinnvoll ergänzen.
- Zudem ergeben sich Ansiedlungspotenziale aufgrund bisher nicht stark ausgeprägter Angebotsstrukturen im **Einzelhandel** in den Bereichen Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat und Einrichtungszubehör (z. B. kleiner Einrichtungsfachmarkt, Geschenkartikelfachgeschäft), Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (z. B. spezialisiertes Bastelgeschäft mit hybridem Konzept) und Sport (z. B. Fahrradfachgeschäft).
- Insgesamt werden die Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel aufgrund des stark wachsenden Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz insb. in zentrenrelevanten Sortimenten, wie z. B. Bekleidung und Büro/Schreibwaren zunehmend beschränkt. Dieser nachhaltig wirkende Wandel wirkt sich vor allem auf kleinere Städte wie Haan aus. Als marktfähige Konzepte für Haan eignen sich daher vor allem spezialisierte, hybride Betriebskonzepte, welche durch ihre Kreativität, Authentizität und Persönlichkeit charakterisiert werden. Zusätzlich wird ein Mix aus vielen verschiedenen Funktionen in der Innenstadt bedeutender.
- Hinsichtlich **gastronomischer und weiterer zentrenergänzender Funktionen** sind folgende Entwicklungspotenziale erkennbar:
  - Trotz der bereits hohen Angebotsvielfalt gastronomischer Nutzungen stellen Cafés im höherpreisigem Segment oder Fast-Casual-Restaurants eine sinnvolle Ergänzung des bestehenden Angebotes dar. Aufgrund der hohen Bedeutung Haans als Pendlerstadt werden gastronomische Angebote auch unter der Woche in den Abendstunden frequentiert.
  - Es gibt Ausstattungsdefizite im Bereich Freizeit/Kultur/Soziales. Hier ergeben sich Potenziale für einen Veranstaltungssaal, eine Begegnungsstätte, ein Literaturcafé, ein kleines Theater oder ähnliche Nutzungen. Durch die Ansiedlung solcher Nutzungen entstehen Kopplungseffekte mit den bestehenden Nutzungsstrukturen wodurch die Attraktivität der Innenstadt insgesamt gestärkt wird.

# Best-Practice

## AUSGEWOGEN – unverpackt - Radevormwald

- **Unverpacktladen** in Stadt mit rd. 22.500 Einwohnern
- Verkauf **regionaler** sowie **nachhaltig** und **fair erzeugter** Produkte für den täglichen Bedarf
- **Individualität:** Kunde entscheidet eigenständig wieviel von einem Produkt gekauft wird
- Abfüllung der Produkte über Spendersystem in eigene Behälter
- ausschließliche Bezahlung des Inhaltes, nicht der Verpackung
- **Sonderaktionen:** Verkauf von Auswahl an Broten der örtlichen Landbäckerei
- starke **Online-Präsenz** über eigene Website und verschiedene Social-Media-Kanäle



SO GEHTS:



1. Leeres Behältnis wiegen



2. Befüllen



3. Auswiegen minus Leergewicht



4. Bezahlen

# Best-Practice

## Knut's - Witten

- **Küche, Bar und Kultur** unter einem Dach
- lädt zum **gemeinsamen Essen, Feiern**, genauso wie zum **Entspannen** ein
- Hinterhof mit Biergarten und dem ROXI, ein kleiner aber feiner Veranstaltungsraum für alles, was im Innersten bewegt
- ROXI = **Quartiersbühne**
- Künstler können hautnah mitwirken
- intimer, familiärer Ort, an dem Menschen andere Menschen inspirieren
- Veranstaltungsraum zum **ausstellen** oder **auftreten**



# Best-Practice

## Fashion Café Winat - Quickborn

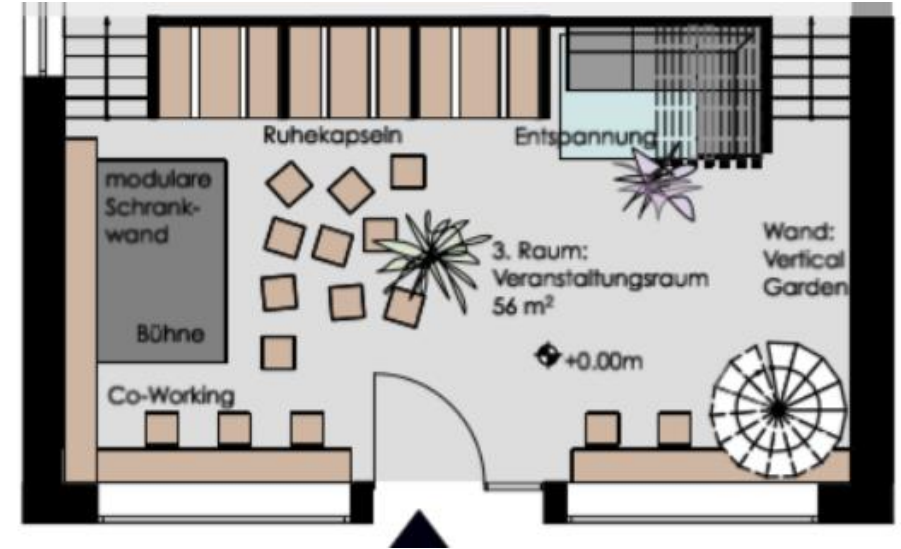
- **Hybridkonzept** aus Café und Bekleidungsgeschäft
- Kuchen to go Verkauf, vorgekochte Suppen abfüllbar in den eigenen Topf
- aktive Werbung über Social-Media
- regelmäßige Gewinnspiele über Instagram
- sowohl offline als auch online Handel
- bietet Click & Collect an



# Best-Practice

## Future Home 3.0 - Warstein

- „Ein Dritter Ort für den ländlichen Raum!“
- multifunktionales Raumkonzept, das kreative Prozesse und kreatives Arbeiten digital und analog möglich macht
- **Zielgruppen:** kreative, junge Menschen, Vereine, Co-Worker, Techies, Unternehmen und andere engagierte Bürger
- Anlaufstelle für Kultur und Jugend auf drei Etagen für neue **kultur-digitale Angebote** und Co-Working
- Förderung von Bildung, Zukunft und Musik
- Synergetischer Nutzungsmix
- buchbar für Wohnzimmerkonzerte, Lesungen, zum Lernen oder Vereinssitzungen
- digitale Bühne mit Soundsystem für Musik, Literatur, Podcast, Streaming Events, Kunsthandwerk und Unterhaltung
- 4 mobile Arbeitsplätze für Studenten und Co-Worker sowie 8 weitere Arbeitsplätze für Vereinssitzungen
- Arbeitsmaterialien für agile Workshops von privaten Gruppen und anderen Organisationen



# Innenstadtanalyse

## Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur: Städtebauliche Struktur



Das Innenstadtzentrum erstreckt sich vom Schillerpark bis zur Kaiserstraße von West nach Ost. In südlicher Richtung wird die Innenstadt durch den mittleren und westlichen Teil der Kaiserstraße begrenzt, wohingegen im Norden die Dieker Straße und Mittelstraße das Zentrum begrenzen. Im Osten erstreckt sich die Innenstadt bis zur Kaiserstraße, während sich das Zentrum im Westen bis zum Neuen Markt, beziehungsweise Schillerpark ausdehnt. Bezeichnend für die Haaner Innenstadt und Haupteinkaufslage ist die Fußgängerzone zwischen Neuer Markt, Dieker Straße und Altem Markt sowie die Friedrichstraße. Darüber hinaus stellen Alter und Neuer Markt wesentliche Platzsituationen in der Innenstadt dar. Entlang der Fußgängerzone ist das Zentrum durch eine geschlossene Bebauung mit einem Wechsel aus groß- und kleinteiligen Strukturen geprägt.

Neben der sonst eher kleinteilig strukturierten und gefassten Einkaufszone, wirkt der Neue Markt als Platz überdimensioniert, monoton gestaltet und unbelebt. Der Neue Markt dient vor Allem als Fläche für den Wochenmarkt und weitere Veranstaltungen (u. a. Haaner Kirmes, Haaner Sommer, Weihnachtsmarkt).

Insgesamt weist die Haaner Innenstadt insbesondere entlang der Kaiserstraße vermehrt attraktive historische Schiefergebäude im bergischen Stil auf. In der Fußgängerzone sind dagegen vermehrt heterogene Bebauungsstrukturen vorzufinden, welche zumeist im Stil der 1960er/70er-Jahre gebaut wurden.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Innenstadtanalyse

## Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur: Zuführung und Eingangssituationen



Als wesentliche Zuführung für den Kernbereich der Innenstadt dient die Kaiserstraße. Dort sind an verschiedenen Lagebereichen Eingänge zur Innenstadt vorzufinden. Eine klare Kennzeichnung der Wegführung in die Innenstadt ist für ortsunkundige jedoch nicht ersichtlich.

Aus westlicher Richtung ist die Innenstadt über die Dieker Straße zu erreichen. Diese weist jedoch keine hohe Gestaltungsqualität auf. Eine Zuführung aus nördlicher und östlicher Richtung verläuft über die Mittelstraße und Dieker Straße.

Innerhalb des Innenstadtzentrums sind die Eingangssituationen meist durch Materialwechsel, Bordsteinabsenkung und bauliche Elemente gekennzeichnet.

# Innenstadtanalyse

## Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur: innere Wegeführung

### Legende

- Hauptlaufwege aktuell\*
- Hauptlaufwege nach Fertigstellung des Neuen Rathauses\*

\*die Abstufung der Farben entspricht der Abstufung der Bedeutsamkeit der Wege



Beruhend auf der Annahme, dass dm und Rewe die wesentlichen Magnetbetriebe darstellen, konzentriert sich die innere Wegeführung der Innenstadt auf die Bereiche Marktpassage, Friedrichstraße, östliche Dieker Straße und Neuer Markt. Die Mittelstraße, die Kaiserstraße und der westl. Teil der Dieker Straße bilden Verbindungswege.

Ausgehend von der Planung eines Neuen Rathauses am Standort Windhövel und der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes am aktuellen Rathausstandort wird sich die innere Wegeführung der Innenstadt voraussichtlich ändern. Von größter Bedeutung werden weiterhin die Wege Neuer Markt und Marktpassage zwischen den Magnetbetrieben sein. Eine Verbindung zum Neuen Rathaus über den Schillerpark und die Kaiserstraße werden abhängig von der Ausgestaltung des Neuen Rathauses (z. B. als multifunktionales Gebäude) an Bedeutung gewinnen. Wege an der Friedrichstraße und der Rathauskurve werden sich bei Ansiedlung eines LM-Marktes vor allem auf den Zugang zum Markt konzentrieren.

# Innenstadtanalyse

## Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur: Aufenthaltsräume



Die Innenstadt verfügt mit dem Alten Markt, dem Neuen Markt, dem Vorplatz am Medicenter, dem alten Kirchplatz und den beiden Parks über Plätze und Orte mit unterschiedlichen Aufenthaltsqualitäten. Insbesondere die beiden Märkte weisen eine hohe Versiegelung auf, sodass Grünelemente meist nur durch Pflanzkübel bestehen. Wasserspiele auf beiden Märkten erhöhen die Aufenthaltsqualität. Öffentlich zugänglicher WLAN-Empfang ist in der Haaner Innenstadt nur im Rathaus und in der Stadtbücherei sowie an der Sparkasse vorhanden.

Im Rahmen der baulichen Maßnahmen des InHK ist die Neugestaltung beider Plätze vorgesehen. Hier liegt ein dringender Handlungsbedarf für die Gesamtattraktivität der Innenstadt und die Stärkung der Haaner Mitte als Aufenthalts- und Erlebnisort.

# Innenstadtanalyse

## Erreichbarkeit: verkehrliche Erreichbarkeit



Durch die Kaiserstraße als Hauptverkehrsachse wird eine sehr gute MIV-Erreichbarkeit für die Haaner Innenstadt gewährleistet. Ein Parkleitsystem und eine Vielzahl an straßenseitigen Stellplätzen sowie verschiedene Tiefgaragen verringern darüber hinaus den Park-Such-Verkehr und erleichtern die Orientierung für Besucher. Das straßenseitige Parken ist meist auf ein bis zwei Stunden begrenzt.

Zwar ist die Haaner Innenstadt durch verschiedene Buslinien gut erreichbar, für den Bahnverkehr ist sie allerdings aufgrund der großen Distanz zwischen Bahnhof und Innenstadt nicht direkt zugänglich.

Die gesamte Innenstadt ist fußläufig erlebbar. Hauptlaufwege bilden dabei der Neue Markt, die Dieker Straße, die Friedrichstraße und die Kaiserstraße. Insbesondere die Kaiserstraße stellt jedoch für den Fußverkehr als vielbefahrene Straße eine Barrierewirkung dar.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

# Innenstadtanalyse

## Leerstandssituation

### Legende

○ Leerstand



Zum Erhebungszeitpunkt Juli/August 2021 lassen sich im Untersuchungsgebiet 14 leerstehende Ladenlokale finden. Diese konzentrieren sich vor allem auf den mittleren Teil der Kaiserstraße (südliche Straßenseite) und um den Neuen Markt. Vereinzelt Leerstände lassen sich außerdem in der Friedrichstraße und dem nördlichen Teil der Kaiserstraße finden.

100 m

# Innenstadtanalyse

## SWOT-Analyse

### Stärken

- Angebotsmix aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen
- Vielfalt an Gastronomie in allen Preisniveaus
- regelmäßiger Wochenmarkt in der Fußgängerzone
- Vielzahl an Dienstleistungen insb. im medizinischen Bereich
- dm und Rewe als wesentliche Anker in der Fußgängerzone
- identitätsstiftenden historische Fassaden im bergischen Stil und Fassade des Jugendstils
- gute MIV-Erreichbarkeit

### Schwächen

- Gestaltung des Geschäftsbereich in der Fußgängerzone nicht mehr zeitgemäß
- keine einheitlichen Öffnungszeiten der gewerblichen Nutzungen
- insb. im Bereich Kaiserstraße mangelnde Barrierefreiheit der Ladeneingänge
- leerstehende Ladenlokalen mindern die Nutzungsqualität
- Kaiserstraße als starke verkehrliche Barriere
- Kompabilität mit Haaner Kirmes und weiteren Veranstaltungen mindert die Gestaltungsqualitäten des öffentlichen Raums
- geringe Angebotsvielfalt im Bereich Freizeit/Kultur/Soziales

### Chancen

- positiver Impuls durch Verlagerung des Rathauses an den Neuen Markt; dadurch Umgestaltungsoptionen des dortigen Lagebereichs; Potenzial zur attraktiven Gestaltung des Bereichs am Neuen Markt in Einklang mit Umweltaspekten und Veranstaltungen
- Potenzialflächenentwicklung (ehem. Post, heutiges Rathaus) als Strahlwirkung auch für angrenzende Lagen
- langfristig hohe Frequentierung der Innenstadt durch Multifunktionalität, Stärkung der Aufenthaltsqualität
- Profilierung durch identitätsstiftende Merkmale, Thema Gartenstadt und Authentizität, Persönlichkeit u. Entschleunigung

### Risiken

- Risiko vermehrter Trading-Down-Effekte in der Innenstadt durch weitere Leerstandsentwicklungen und geringe Investitionen in Immobilien- und Gestaltungsqualität
- Filialschließungen im Einzelhandel durch Auswirkungen des Online-Handels
- Funktionsverlust der äußeren Rathauskurve durch Verlagerung des Rathauses

S

O

W

T

# Leitlinien

Einführung	3
Rahmenbedingungen	7
Innenstadtanalyse	26
Leitlinien	63
Konzept	66

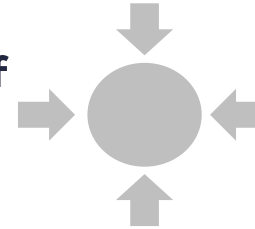
# Leitlinien

## Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für die Haaner Innenstadt

**Gestalterische  
Aufwertung und  
Stärkung der  
Aufenthaltsqualität**



**Konzentration der  
Innenstadtnutzungen auf  
die Fußgängerzone und  
mittlere Kaiserstraße**



**Erhalt und Stärkung  
der Gastronomie**



**Zusätzliche Etablierung  
von Freizeit, Kultur und  
Kunst**



Aus den Analyseergebnisse lassen sich vier übergeordnete Entwicklungszielstellungen für die Haaner Innenstadt ableiten.

Insbesondere die Bereiche der Fußgängerzone und des Neuen Marktes bedürfen einer Aufwertung hinsichtlich der Gestaltung sowie der Aufenthalts- und Verweilqualität. Ziel sollte es sein die Innenstadt nicht nur als Versorgungszentrum, sondern als Treffpunkt und Ort des Verweilens und Erlebens zu entwickeln. Um eine starke Belebung zu erzeugen und die bestehenden Nutzungen zu erhalten ist es eine Zielstellung die Innenstadtnutzungen auf die Fußgängerzone und die mittlere Kaiserstraße zu konzentrieren.

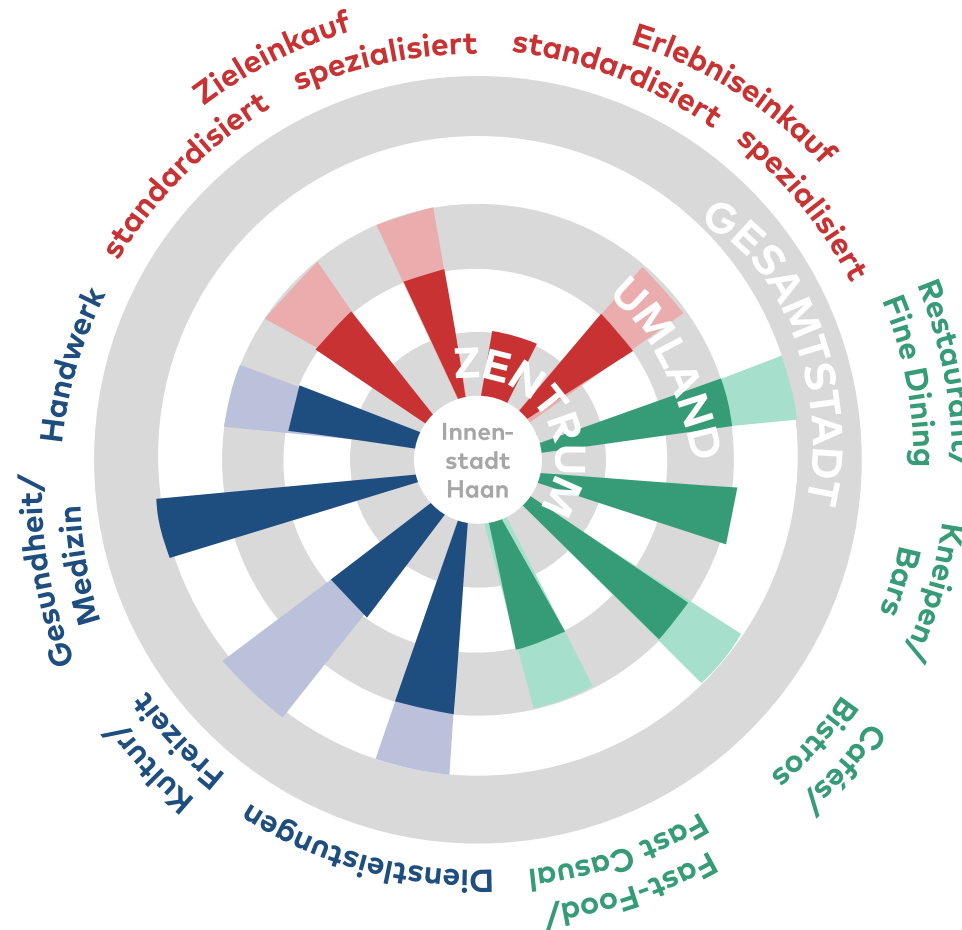
Des Weiteren gilt es das bereits gute gastronomische Angebot zu erhalten, weiter zu stärken und zu ergänzen. Hier ergeben sich noch ergänzende Ansiedlungspotenziale (siehe Innenstadtanalyse). Im Sinne einer multifunktionalen Innenstadt kann die Etablierung von Freizeit- Kultur- und Kunstnutzungen in der Innenstadt den individuellen Charakter Haans vermehrt herausstellen. Dies erhöht die Identifikation mit der Innenstadt und den Erlebnischarakter eines Innenstadtbesuchs.



# Leitlinien

## Profilierung der Haaner Innenstadt

In der Grafik zur Innenstadtpositionierung werden Nutzungsempfehlung spezifisch qualifiziert. Im **Status Quo** wird aufgezeigt wie stark einzelne Eigenschaften in der Innenstadt aktuell ausgeprägt sind. Je weiter der Strahl dabei nach Außen strahlt, desto stärker ist die Innenstadt durch diese Art der Nutzung geprägt. Die Analyse wird aus den Nutzungsanteilen und der Qualität der Betriebe erzeugt. Die Positionierungsgrafik beschreibt dabei folgende Bereiche: Einzelhandel (rot), Gastronomie (grün), Dienstleistungen und sonstige zentrenergänzende Nutzungen (blau) – differenziert nach Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, medizinischen- und Gesundheitseinrichtungen, sowie Handwerk. Die **Zielperspektive** verdeutlicht dabei die Entwicklungsspielräume in der Innenstadt aus fachgutachterlicher Sicht.



Für die Haaner Innenstadt spielt der spezialisierte individuelle Einzelhandel eine bedeutende Rolle. Dieser sollte sowohl im Zieleinkauf (gezielter Versorgungseinkauf) als auch im Erlebniseinkauf gestärkt und ausgebaut werden. Durch Potenzialflächen und Leerstände ergeben sich zusätzliche Potenziale im Bereich des standardisierten Zieleinkaufs.

Eine Stärke der Haaner Innenstadt ist das vielfältige gastronomische Angebot. Cafés im höherpreisigen Segment oder Fast-Casual-Restaurants und spezialisierte Fine-Dining Restaurants stellen hier eine sinnvolle Ergänzung des bestehenden Angebotes dar. Durch frequenzbringende Dienstleistungen sowie einer Erhöhung der Sichtbarkeit von Kultur- und Freizeit in der Innenstadt wird eine stärkere Belebung erzeugt. Zusätzlich ergeben sich Potenziale für die Etablierung von nicht-störendem Handwerk im Bereich Kunst (z. B. Goldschmiede, Design, u. a.) in der Innenstadt.

- aktuelles Profil
- Zielperspektive

# Konzept

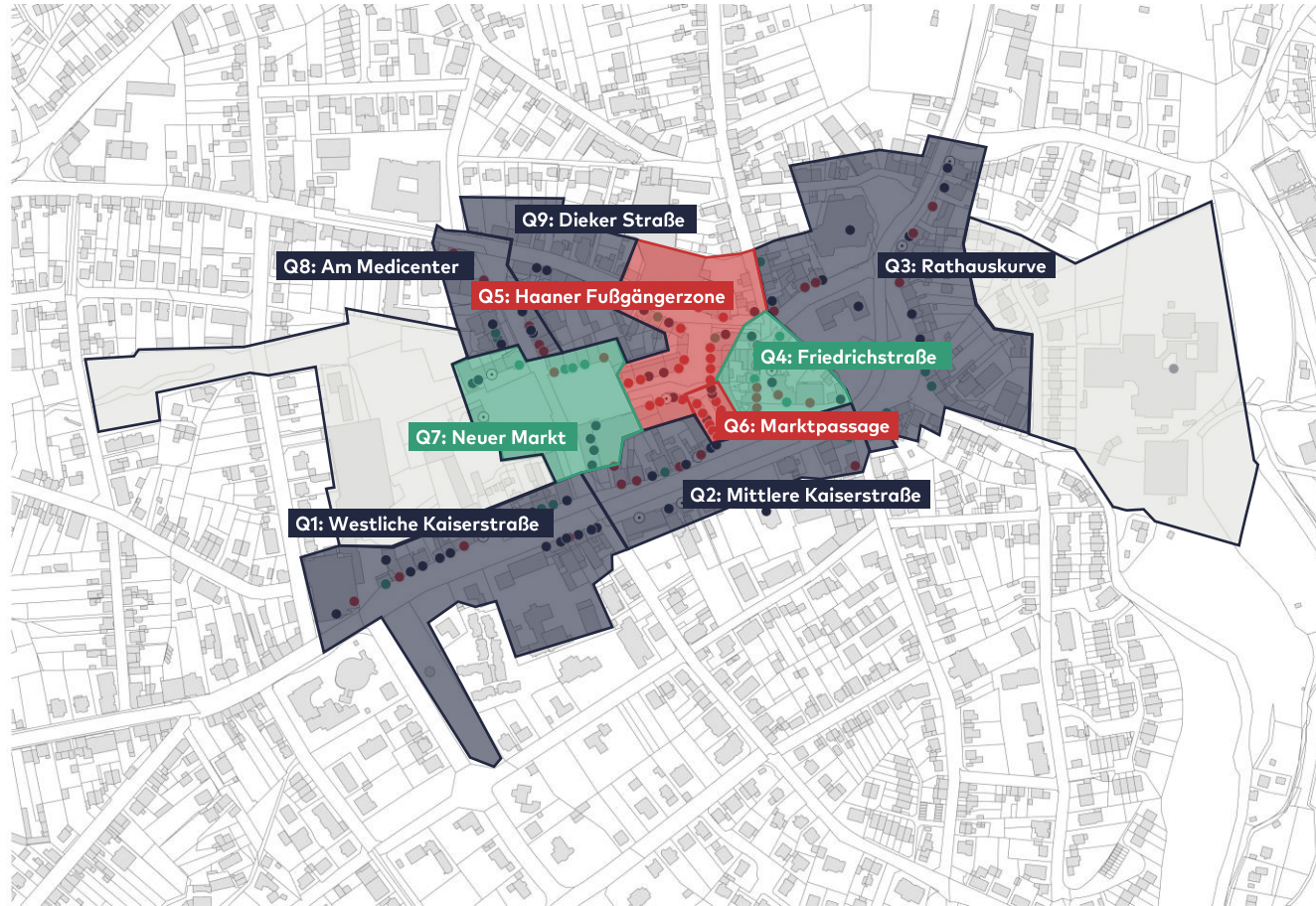
Einführung	3
Rahmenbedingungen	7
Innenstadtanalyse	26
Leitlinien	63
Konzept	66

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere

### Legende

- Potenzial durch Einzelhandel
- Potenzial durch Gastronomie
- Potenzial durch Dienstleistungen



Im Untersuchungsgebiet lassen sich mithilfe der Grundlage der Nutzungserhebung insgesamt neun Quartiere identifizieren. Die Quartiere weisen unterschiedliche Potenziale im Bereich Einzelhandel, Gastronomie oder Dienstleistung auf. Auf den folgenden Seiten werden die Quartiere genauer dargestellt.

Der sog. **Location-Equalizer** zeigt dabei für jedes Quartier wie stark einzelne Eigenschaften im Quartier aktuell ausgeprägt sind.

Im Rahmen eines **Quartierssteckbriefs** werden die **städtebaulichen und funktionalen Einflussfaktoren** des Quartiers aufgezeigt und eine **Stärken-Schwächen-Analyse** durchgeführt.




Die Quartierssteckbriefe beinhalten zudem die gutachterliche **Zielprofilierungsempfehlung** für die einzelnen Quartiere, welche aus den vorherigen Bausteinen abgeleitet wird. Zur Erreichung dieser Empfehlungen werden verschiedene **Umsetzungsmaßnahmen** benannt, welche die Weiterentwicklung der Quartiere fördern sollen.

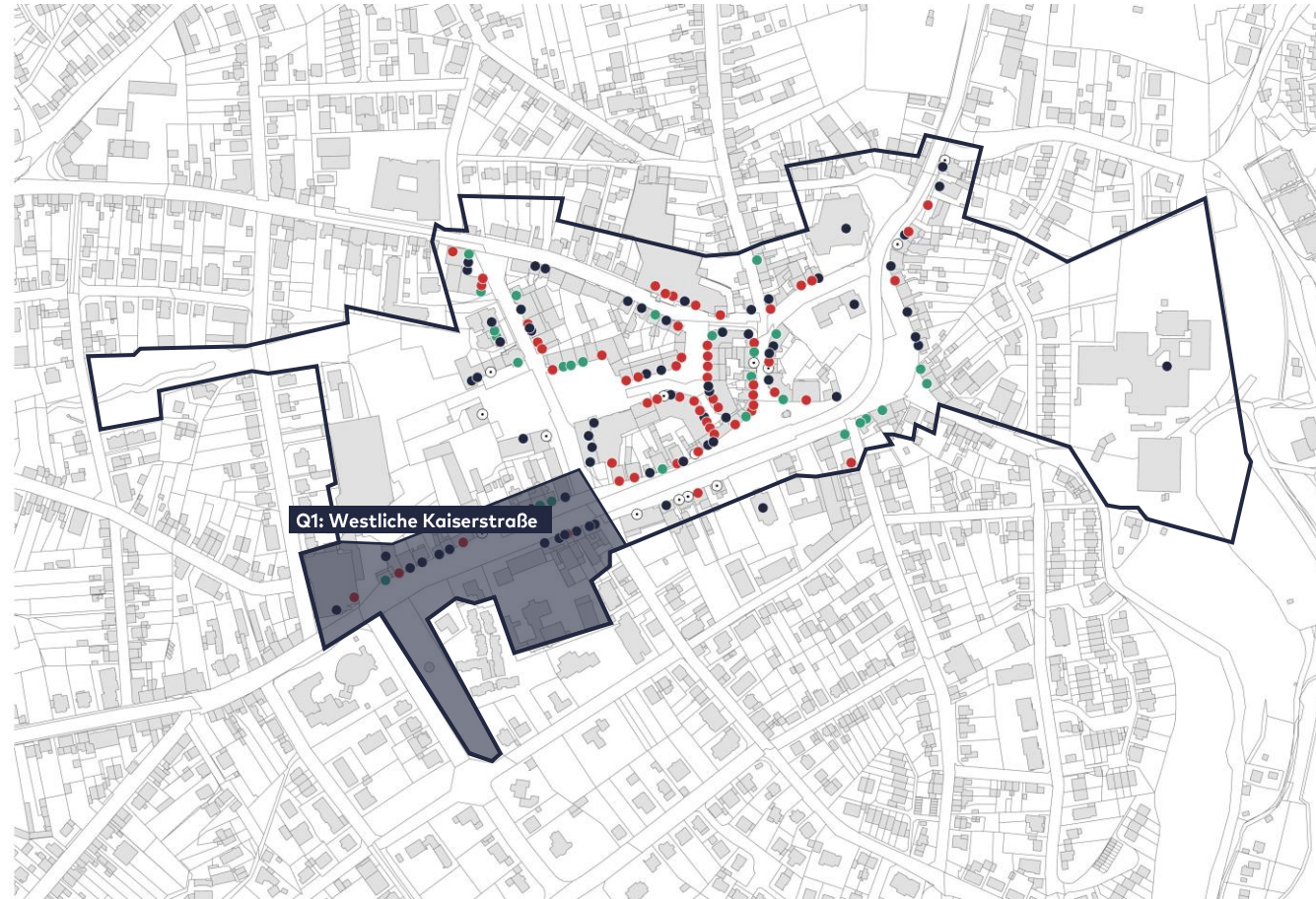
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 1 „Westliche Kaiserstraße“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



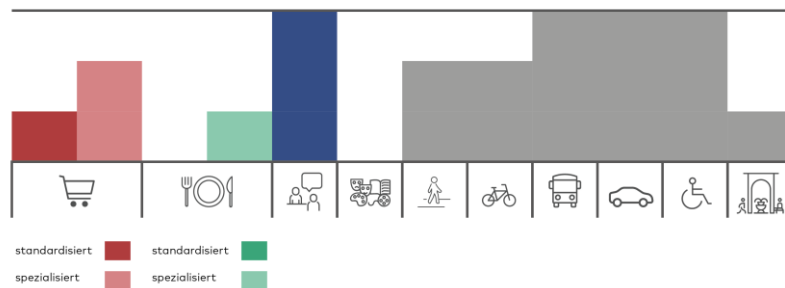
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 1 „Westliche Kaiserstraße“



Location Equalizer: Quartier 1



Legende Location Equalizer

Nutzungen:

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Kultur

Erreichbarkeit:

- Fußgänger
- Radfahrer
- ÖPNV
- PKW

- Barrierefreiheit
- Aufenthaltsqualität

■ ■ standardisiert  
■ ■ spezialisiert

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 1 „Westliche Kaiserstraße“



### Stärken

- Woolworth als Einzelhandelsanker
- inhabergeführte spezialisierte Nutzungen
- gute Erreichbarkeit
- Gestaltungspotenzial im öffentlichen Raum aufgrund des breiten Gehweges auf der nördlichen Straßenseite und des großzügigen Vorplatzes am Windhövel auf der nördlichen Straßenseite

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	Kaiserstraße als wesentliche Trennung der beiden Straßenseiten, viele Nutzungen nicht barrierefrei begehbar
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	Quartier grenzt an Schillerpark; große versiegelte Freifläche am Windhövel (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Nutzbarkeit); neu gestalteter Park Ville d'Eu lädt zum Verweilen ein
<b>Erscheinungsbild</b>	vereinzelt historische Schieferfassaden; geringe Homogenität der Fassaden; überwiegend mangelnde gestalterische Attraktivität des öffentlichen Raums, kaum Verweilmöglichkeiten

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	Woolworth, Banken
<b>Frequenzfluss/stärke</b>	Frequenzfluss vor allem durch Fußgängerverkehr und längsseitige Parkmöglichkeiten; fußläufiger Eingang ins Innenstadtzentrum; Woolworth und Bank als wesentliche Frequenzbringer
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	Mix aus discountorientiertem und inhabergeführtem Einzelhandel (insgesamt geringe Einzelhandelsdichte); geringe Nutzungsdichte im Westen der südlichen Straßenseite
<b>Multifunktionalität</b>	überwiegend Mix aus Dienstleistung und Gastronomie

### Schwächen

- geringe gestalterische Attraktivität des öffentlichen Raums
- wenige Verweilmöglichkeiten außerhalb des Park Ville d'Eu
- Nutzungen mit geringen Qualitäten
- Zäsur durch stark befahrene Kaiserstraße
- geringe Nutzungsdichte auf südlicher Straßenseite

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 1 „Westliche Kaiserstraße“

### Profilierungsziel

Westliches Eingangstor zur Innenstadt

### Funktionales Zielprofil

- Profilierung als Eingangslage am „grünen Band“
- Stärkung der Dienstleistungen und weiteren zentrenergänzenden Funktionen, ergänzt durch vereinzelte Gastronomie- und Einzelhandelsnutzungen
- Nutzung des Impulses durch Verlagerung des Rathauses als Frequenzbringer




### Umsetzungsmaßnahmen

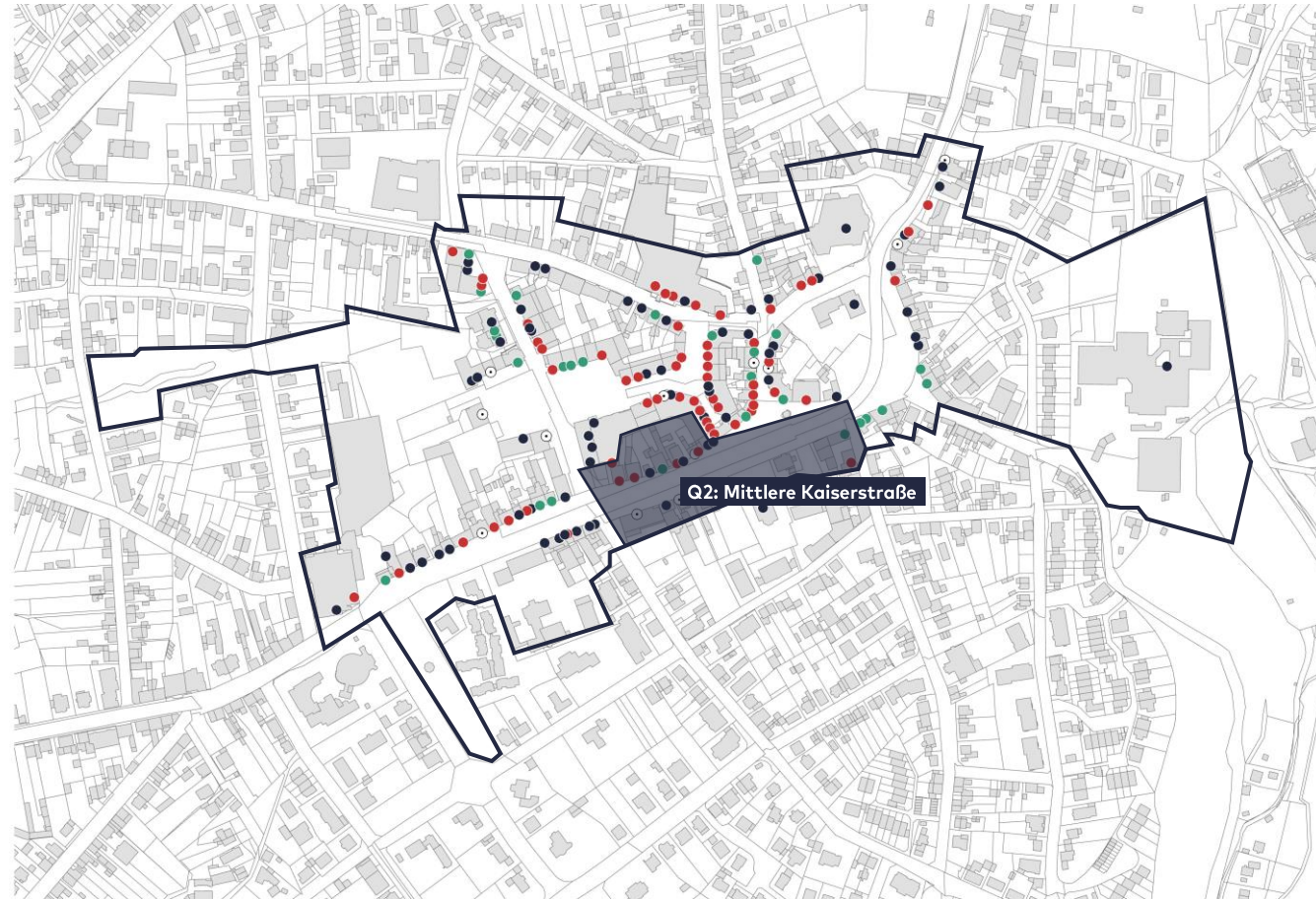
- Fortführung und Stärkung der grünen Verbindung von Park Ville d'Eu und Schillerpark durch moderne Bepflanzungen und Bodenmarkierungen
- langfristige Konzentration der innerstädtischen Nutzungen auf die nördliche Straßenseite
- gestalterische Aufwertung und Stärkung der Verweilqualität des öffentlichen Raums durch (mobile) Sitzmöglichkeiten, einheitlichen Bodenbelag und (mobile) moderne Pflanzkübel
- Nutzung des teilweise breiten Gehweges für die Umsetzung weiterer Fahrradabstellmöglichkeiten

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 2 „Mittlere Kaiserstraße“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

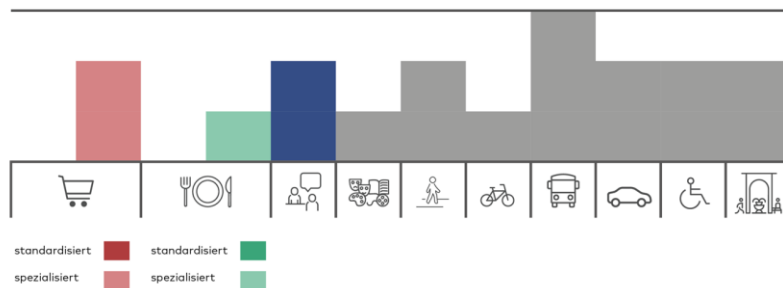


# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 2 „Mittlere Kaiserstraße“



Location Equalizer: Quartier 2

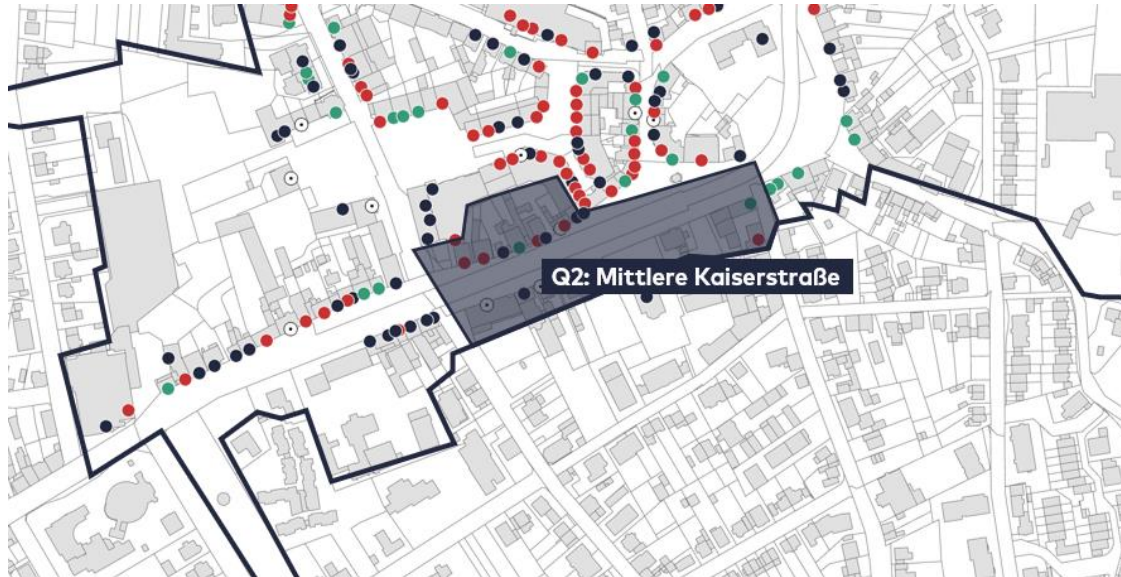


Legende Location Equalizer

- Nutzungen:
- Einzelhandel
  - Gastronomie
  - Dienstleistung
  - Kultur
- Erreichbarkeit:
- Fußgänger
  - Radfahrer
  - ÖPNV
  - PKW
- Barrierefreiheit
  - Aufenthaltsqualität
- standardisiert (rot/grün)  
spezialisiert (rot/grün)

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 2 „Mittlere Kaiserstraße“



### Stärken

- gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV (zentrale Bushaltestelle der Innenstadt)
- hohe Sichtbarkeit der verschiedenen Nutzungen durch Lage an Hauptverkehrsachse
- homogene und attraktive historische Fassadengestaltung (nördliche Straßenseite)
- moderne, attraktive Platzsituation vor der Sparkasse mit Qualität zum Verweilen
- Potenzialfläche durch die derzeit leerstehende Postimmobilie in zentraler Lage

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	Kaiserstraße als wesentliche Trennung der beiden Straßenseiten, Kopfsteinpflaster schränkt Barrierefreiheit ein; viele Nutzungen nicht barrierefrei begehbar
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	Bushaltestelle „Haan Markt“ als zentraler Anlaufpunkt an beiden Straßenseiten; Vorplatz der Sparkasse mit hoher Verweilqualität trotz stark befahrener Kaiserstraße; hohe Sichtbarkeit der Nutzungen durch Lage an der Kaiserstraße (teilweise durch parkende Pkw eingeschränkt)
<b>Erscheinungsbild</b>	homogenes Erscheinungsbild durch überwiegend denkmalgeschützte, attraktive Gebäudefassaden mit „bergischem“ Schiefer, künstlerische, gepflegte Grünelementen; südliche Straßenseite durch mehrere Leerstände geprägt

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	Sparkasse, evang. Kirche, Bushaltestelle „Haan Markt“
<b>Frequenzstärke</b>	Frequenzfluss vor allem durch „Ankommen mit dem ÖPNV“, Taxistand und fußläufiger Verbindung zur Fußgängerzone; Sparkasse und Bushaltestelle als wesentliche Frequenzbringer
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	Mix aus inhabergeführtem Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie; geringe Nutzungsdichte an der südlichen Straßenseite
<b>Multifunktionalität</b>	überwiegend Mix aus Dienstleistung, Einzelhandel und Gastronomie

### Schwächen

- Trading-Down Effekte aufgrund vermehrter Leerstände auf südlicher Straßenseite
- wenige Verweilmöglichkeiten
- Nutzungen mit geringen Qualitäten
- Zäsur durch stark befahrene Kaiserstraße
- parkende Pkw schränken Sichtbarkeit ein (nördliche Straßenseite)

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 2 „Mittlere Kaiserstraße“

### Profilierungsziel

Ort des Ankommens

### Funktionales Zielprofil

- zentraler Eingang zur Fußgängerzone
- Knotenpunkt verschiedener Wegeverbindungen
- Erhalt und Stärkung der Nutzungen auf der nördlichen Seite der Kaiserstraße




### Umsetzungsmaßnahmen

- Ansiedlung eines zusätzlichen Ankerpunktes in der leerstehenden Immobilie Ecke Kaiserstraße/Martin-Luther-Straße (z. B. Veranstaltungssaal, Kino, Theater, Fahrradfachgeschäft, siehe Potenzialstandortanalyse)
- Knotenpunkt an Sparkasse als Orientierungspunkt nutzen: Verweis auf Innenstadtnutzungen z. B. Aufstellung einer Tafel mit den einzelnen Innenstadtnutzungen und der Wegeführung oder Anbringung von Hinweisschildern in Richtung „Fußgängerzone“, „Brunnen“, „Schillerpark“, „Alter Markt“ etc.
- langfristige Konzentration der innerstädtischen Nutzungen auf die nördliche Straßenseite und den Bereich zwischen alter Post und evang. Kirche
- Verbesserung der Barrierefreiheit z. B. durch ebene Bereiche im Bodenbelag und Etablierung von (mobilen) Rampen, wo möglich
- Stärkung des Radverkehrs durch z. B. die Etablierung eines Bike-Sharing Systems oder der Installation von E-Bike-Ladestationen oder einer fest installierten Radpumpstation

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 3 „Rathauskurve“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



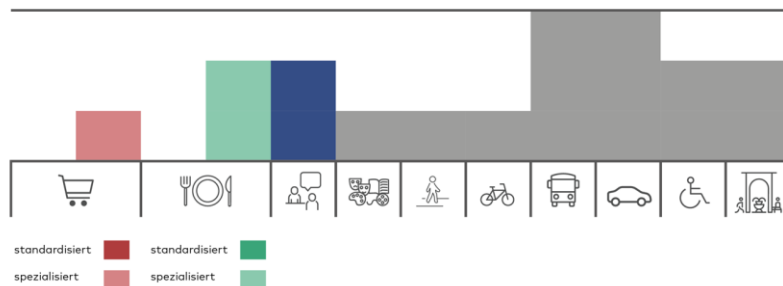
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 3 „Rathauskurve“



Location Equalizer: Quartier 3



Legende Location Equalizer

Nutzungen:



Einzelhandel



Gastronomie



Dienstleistung



Kultur

Erreichbarkeit:



Fußgänger



Radfahrer



ÖPNV



PKW



Barrierefreiheit



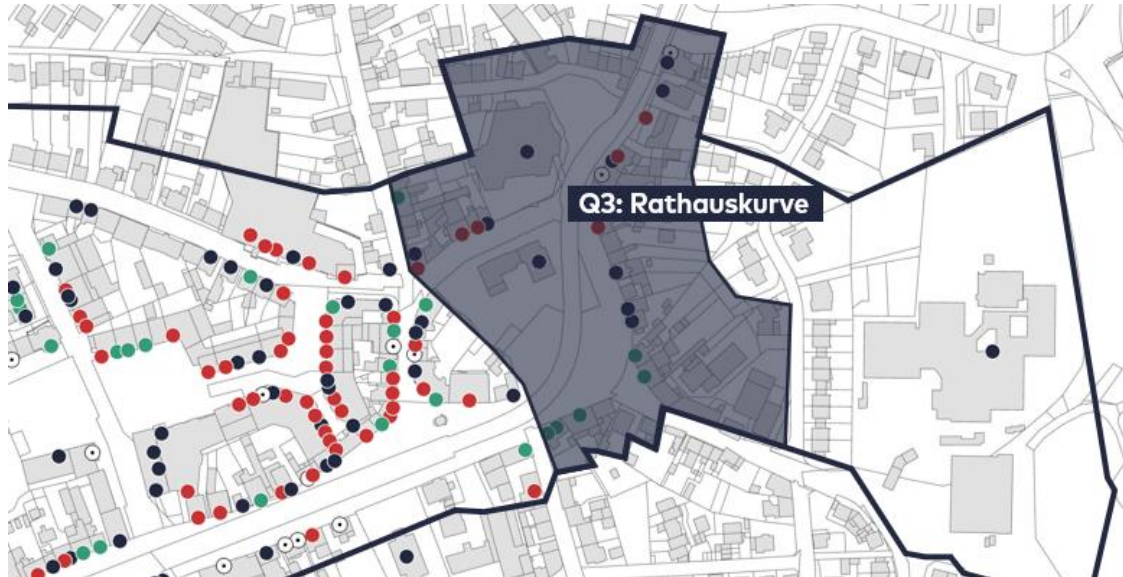
Aufenthaltsqualität

standardisiert

spezialisiert

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 3 „Rathauskurve“



### Stärken

- gute Erreichbarkeit
- hohe Sichtbarkeit der verschiedenen Nutzungen durch Lage an Hauptverkehrsachse
- Agglomeration von Gastronomieangeboten in der äußeren Kurve der Kaiserstraße
- Alter Kirchplatz als attraktiver neu gestalteter Aufenthaltsbereich
- Schwimmbad als wesentliche Ankerfunktion

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	Kaiserstraße als wesentliche Trennung der beiden Straßenseiten, sehr breiter Straßenraum mit mehreren Parkmöglichkeiten (Rathausparkplatz, Parkmöglichkeit in der Kurve der Kaiserstraße); Weitläufigkeit schränkt die Verbindung zur Innenstadt ein; viele Eingangsbereiche nicht barrierefrei
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	Alter Kirchplatz als attraktives neu gestaltetes nördliches Entrée zur Innenstadt (Aufenthalts- und Verweilqualität), hohe Sichtbarkeit der Nutzungen durch Lage an der Kaiserstraße, geringe Aufenthaltsqualität für Fußgänger aufgrund der Dominanz des Straßenraums
<b>Erscheinungsbild</b>	geringer städtebaulicher Zusammenhang der Nutzungen nahe des Rathauses; Immobilien entlang süd-östlicher Straßenseite teilweise modernisierungsbedürftig

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	Kristallisationspunkte überwiegend an nördlicher Straßenseite (Rathaus, Schwimmbad)
<b>Frequenzstärke</b>	Frequenzfluss vor allem durch Rathaus, Schwimmbad, und Parkmöglichkeiten; nördlicher Eingangsbereich in die Innenstadt
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	geringe Einzelhandelsdichte
<b>Multifunktionalität</b>	überwiegend Mix aus öffentlichen Einrichtungen, weiteren Dienstleistungen und Gastronomie

### Schwächen

- Weitläufigkeit
- mangelnde Verbindung der Nutzungen auf der süd-östlichen Straßenseite der Kaiserstraße zur Innenstadt
- geringe Aufenthaltsqualität (abgesehen von altem Kirchplatz)
- Zäsur durch stark befahrene Kaiserstraße
- bei Verlagerung des Rathauses Verlust einer wesentlichen Ankerfunktion
- Dominanz des Parkens

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 3 „Rathauskurve“

### Profilierungsziel

Nördliche Ergänzungslage

### Funktionales Zielprofil

- Konzentration der Nutzungen des nördlichen Entrées auf den Bereich Mittelstraße und am Schwimmbad
- verstärkte Etablierung von Wohnen und Dienstleistungen entlang der süd-östlichen Kaiserstraße
- Fokusbereich Gastronomie im Süden




### Umsetzungsmaßnahmen

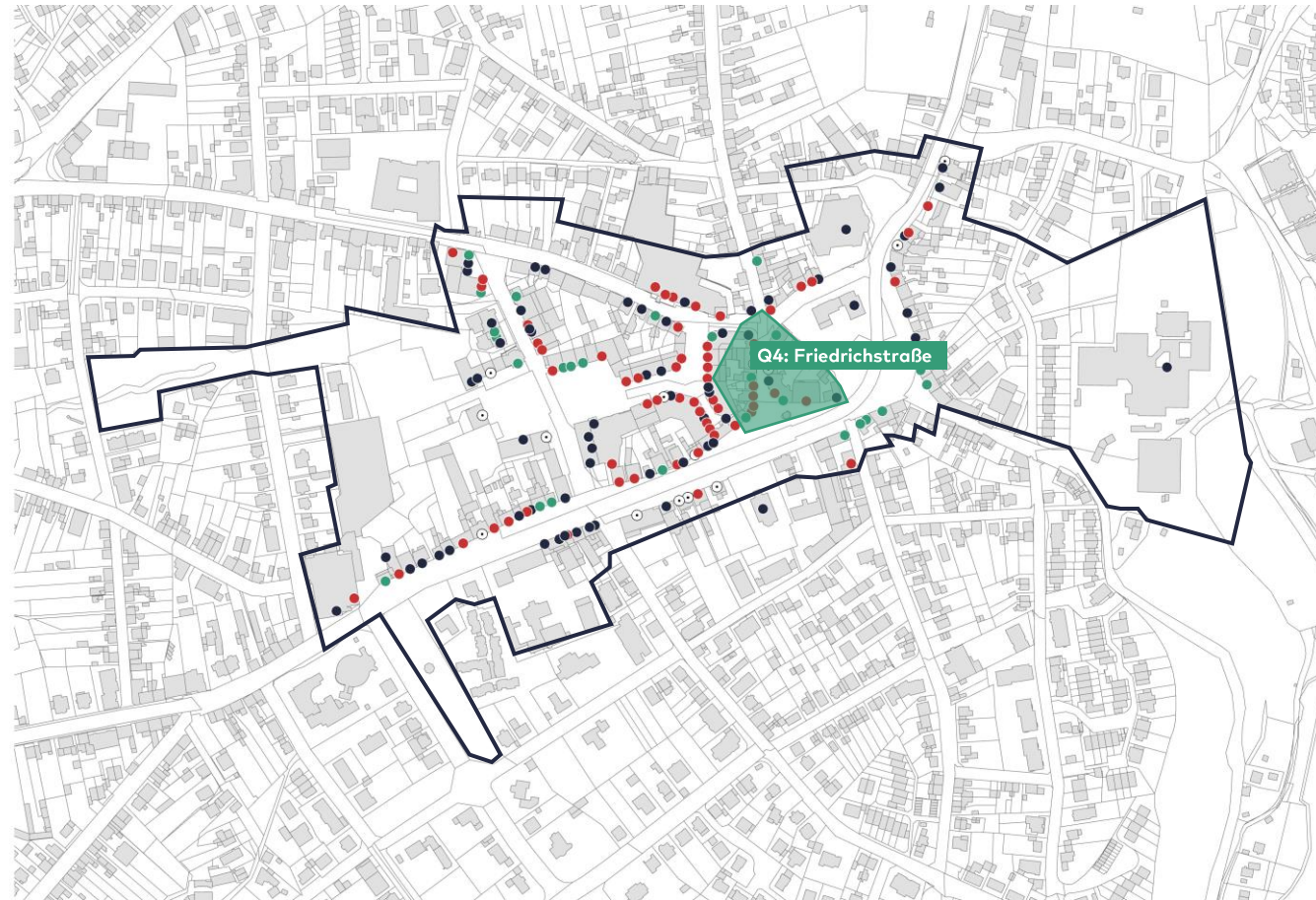
- ermöglichen von Wohnen im Erdgeschoss entlang der süd-östlichen Seite der Kaiserstraße
- Ansiedlungsempfehlung für die entstehende Potenzialfläche am Rathaus: Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters (siehe Potenzialanalyse), bei der Entwicklung der Potenzialfläche ist eine freiraumgestalterische Konzeption unter Berücksichtigung städtebaulicher Belange für eine standortgerechte Entwicklung zu empfehlen (Empfehlung: z. B. Wohnen im Obergeschoss des Vollsortimenters etablieren)
- Umstrukturierung der entstehenden Potenzialfläche nutzen, um Wegeverbindung in die Innenstadt zu stärken
- stärkere Nutzung der Grünfläche zwischen Kaiser- und Walder Straße: Prüfung der Nutzbarkeit für Außengastronomie; Schaffen von Verweilmöglichkeiten

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 4 „Friedrichstraße“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

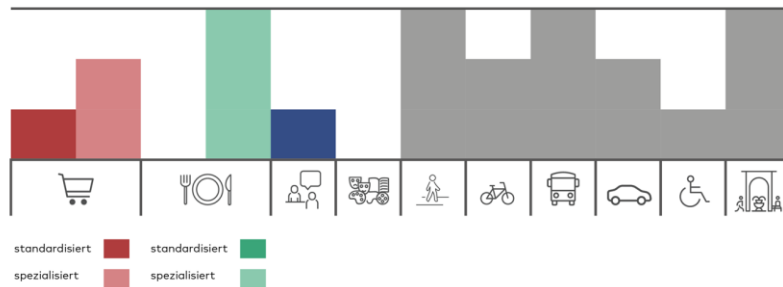


# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 4 „Friedrichstraße“



Location Equalizer: Quartier 4



Legende Location Equalizer

Nutzungen:

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Kultur

Erreichbarkeit:

- Fußgänger
- Radfahrer
- ÖPNV
- PKW

Barrierefreiheit

Aufenthaltsqualität

- standardisiert
- spezialisiert

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 4 „Friedrichstraße“



### Stärken

- „Altstadt-Charakter“
- hoher Anteil an attraktiver Außengastronomie
- belebter Platz durch Brunnen, Gastronomie, Wasserpumpe, Karusell
- neu geplante Gestaltung des Alten Marktes wird die Attraktivität des Platzes verstärken
- insgesamt hohe Aufenthaltsqualität und Belebung
- integrierte gepflegte Grünelemente
- gute Erreichbarkeit durch direkten Zugang zu ÖPNV und Parkmöglichkeiten

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	Eingänge einzelner Nutzungen nicht barrierefrei; Kopfsteinpflaster
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	Ecke Friedrichstraße/Mittelstraße als Ruheort mit Bank und Bücherschrank ausgestattet, Alter Markt (geplante Neugestaltung als Teilmaßnahme des InHK), Alter Markt als wichtiger Aufenthaltsort und Treffpunkt
<b>Erscheinungsbild</b>	Charakter einer gemütlichen „Altstadt-Gasse“, hoher Anteil an attraktiver Außengastronomie; vereinzelt mangelnde Qualität der Immobilien und nicht mehr zeitgemäßen Gestaltungselementen

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	Gastronomen; Textildiscounter
<b>Frequenzstärke</b>	Friedrichstraße als Verbindung zwischen Dieker Straße/Mittelstraße und Altem Markt; Zugang zum Rathaus Parkplatz
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	überwiegend kleinteiliger Einzelhandel aus dem kurzfristigem Bedarfsbereich
<b>Multifunktionalität</b>	Mix aus Gastronomie und Einzelhandel

### Schwächen

- prägender Leerstand (ehemalige Papeterie Eichert)
- keine starke Ankernutzung
- Gestaltungselemente teilweise nicht mehr zeitgemäß

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 4 „Friedrichstraße“

### Profilierungsziel

Genießen und Verweilen mit Altstadt-Charakter

### Funktionales Zielprofil

- Gastronomie-Hotspot
- belebte Platzsituation mit Verweilqualität




### Umsetzungsmaßnahmen

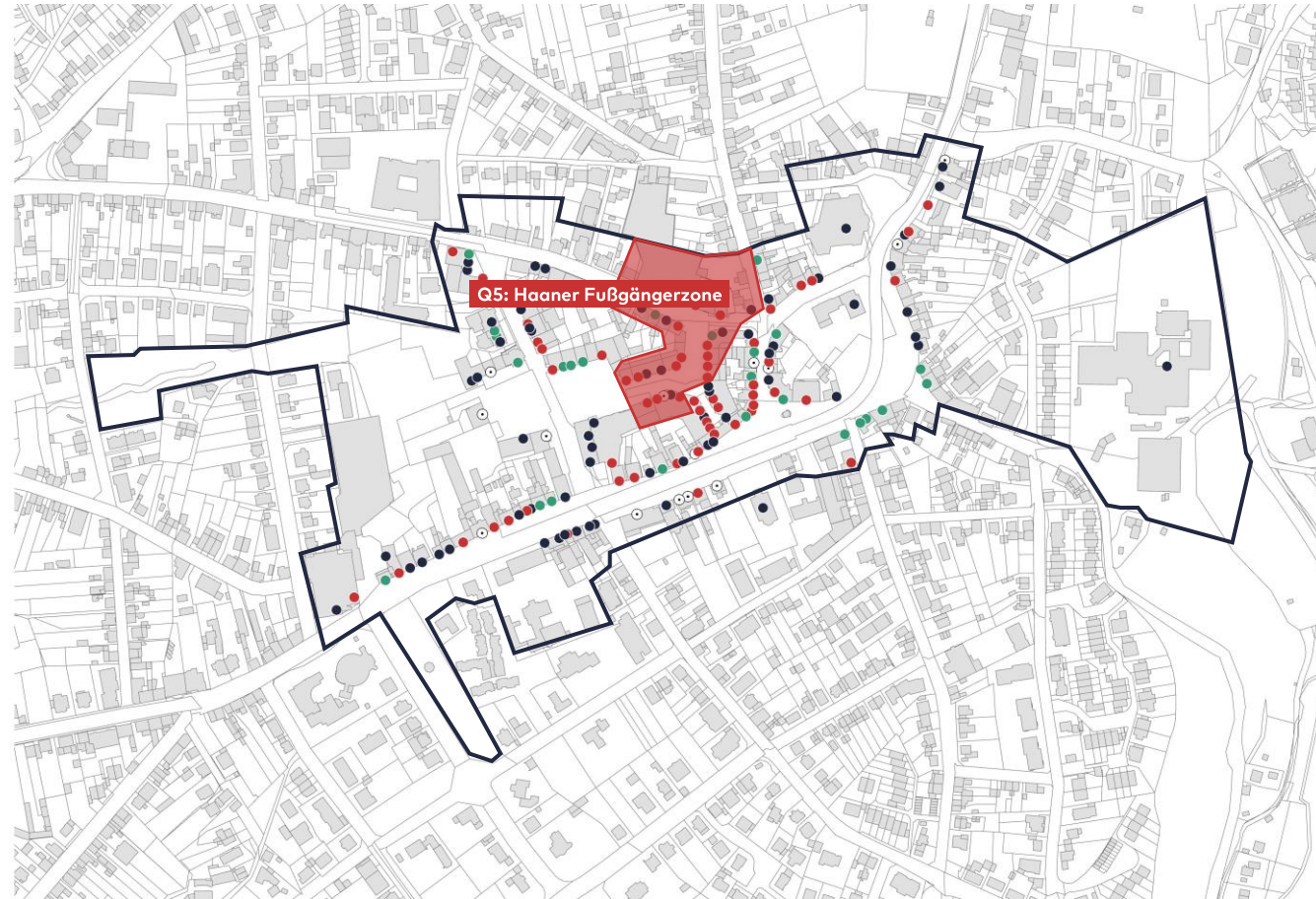
- Erhalt und Stärkung der gastronomischen Nutzungen
- Stärkung der Kooperation zwischen den Gastronomen (ggf. Planung gemeinsamer Aktionen, Etablierung einer einheitlicheren Möblierung der Außengastronomie)
- Aufwertung der Fassadengestaltungen (bestehendes Fassadenprogramm aktiv bewerben; aktive Ansprache von Eigentümerinnen und Eigentümern durch Informationsveranstaltungen)
- aktives Leerstandsmanagement
- gestalterisch aufwertende Maßnahmen im Rahmen der Umsetzung des InHK

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 5 „Haaner Fußgängerzone“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



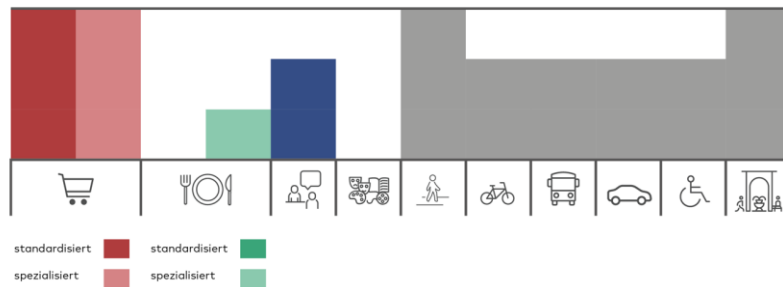
Quelle: Darstellung Stadt + Händel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 5 „Haaner Fußgängerzone“



Location Equalizer: Quartier 5



Legende Location Equalizer

- Nutzungen:
- Einzelhandel
  - Gastronomie
  - Dienstleistung
  - Kultur
- Erreichbarkeit:
- Fußgänger
  - Radfahrer
  - ÖPNV
  - PKW
- Barrierefreiheit
  - Aufenthaltsqualität
- Legend for bar chart:
- Dark red: standardisiert
  - Light red: spezialisiert
  - Dark green: standardisiert
  - Light green: spezialisiert

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 5 „Haaner Fußgängerzone“



### Stärken

- hohe Dichte an Einzelhandelsnutzungen
- geringe Leerstandsquote
- Wochenmarkt erstreckt sich über die gesamte Fußgängerzone
- gute Erreichbarkeit durch ausreichend Parkmöglichkeiten in Tiefgaragen
- hoher Anteil an inhabergeführtem Einzelhandel
- Gestaltungselemente ermöglichen Installation der Haaner Kirmes

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	-
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	breite Fußgängerzone mit beidseitigen Sitzmöglichkeiten; installierte Spielgeräte (nicht mehr zeitgemäß)
<b>Erscheinungsbild</b>	Immobilien überwiegend modernisierungsbedürftig; ortsuntypische heterogene Fassaden; insgesamt offene Gestaltung mit integrierten Pflanzelementen

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	Rewe, Intersport und Takko als Magnetnutzungen
<b>Frequenzstärke</b>	hohe Frequenzen durch Dichte an Nutzungen, Durchgangsfunktion
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	Bereich mit höchster Einzelhandelsdichte; Einzelhandel aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Haushaltswaren, Blumen, Apotheken, Drogeriewaren
<b>Multifunktionalität</b>	Handelslage ergänzt durch Dienstleistung und Gastronomie; Belebung und Aufenthaltsqualität durch Spielgeräte und Sitzmöglichkeiten, Wochenmarkt Mittwochs und Samstags

### Schwächen

- Gestaltungselemente nicht mehr zeitgemäß
- mehrere Immobilien modernisierungsbedürftig
- heterogene Gestaltung der Gebäude abweichend von der ortstypischen Fassadengestaltung

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 5 „Haaner Fußgängerzone“

### Profilierungsziel

Versorgen und Erleben

### Funktionales Zielprofil

- Einzelhandelslage mit Mix aus standardisiertem und spezialisiertem Einzelhandelsangebot
- Aufenthaltsbereich zum Schlendern und Verweilen




### Umsetzungsmaßnahmen

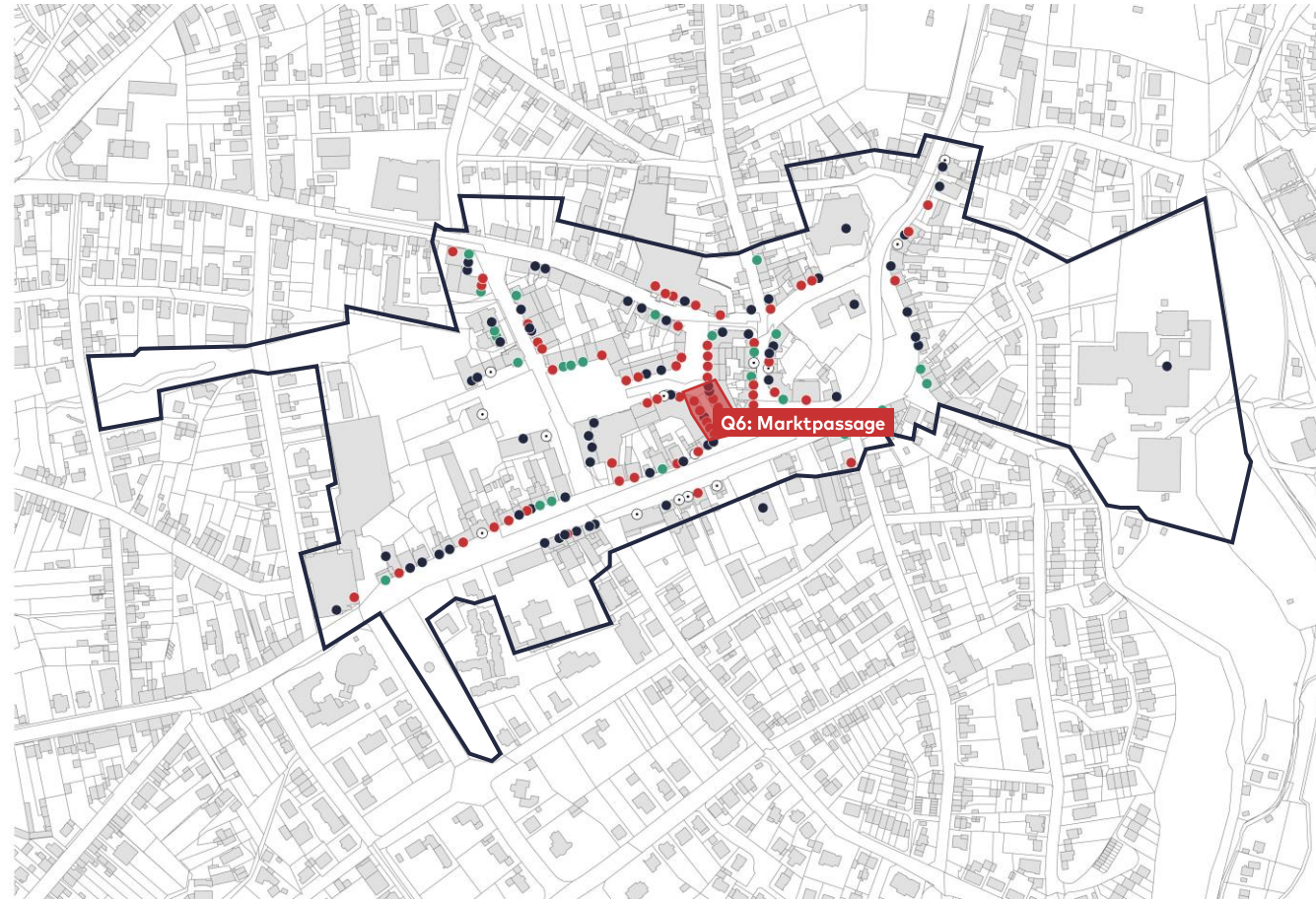
- Erhalt und Stärkung der Angebotsvielfalt und des Mix aus kleinteiligen inhabergeführtem und filialisiertem Handel
- Angebote für breite Zielgruppen schaffen
- Anreize für Modernisierung der Immobilien geben
- deutlicher Handlungsbedarf hinsichtlich gestalterisch aufwertenden Maßnahmen im Rahmen der Umsetzung der „Neugestaltung der Fußgängerzone“ des InHK
- Umsetzung der Gestaltungssatzung zur Steigerung der Attraktivität des öffentlichen Raums

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 6 „Marktpassage“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

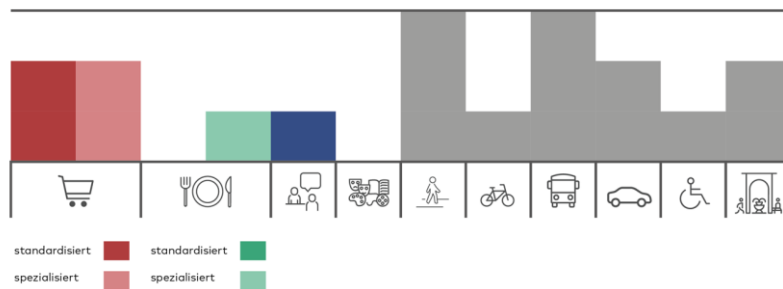


# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 6 „Marktpassage“



Location Equalizer: Quartier 6



Legende Location Equalizer

Nutzungen:



Einzelhandel



Gastronomie



Dienstleistung



Kultur

Erreichbarkeit:



Fußgänger



Radfahrer



ÖPNV



PKW



Barrierefreiheit



Aufenthaltsqualität

■ ■ standardisiert  
■ ■ spezialisiert

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 6 „Marktpassage“



### Stärken

- hohe Angebotsdichte mit attraktivem Mix aus inhabergeführtem und filialisiertem Einzelhandel
- wettergeschützter Einkaufsbereich in der Innenstadt
- hohe Frequenz aufgrund der Durchgangsfunktion
- zentrale Lage; sehr gute Erreichbarkeit
- aufgrund der offenen Enden und des Glasdaches der Passage wirkt der Raum auch bei Nacht sicher
- Bäckerei mit attraktiver Außengastronomie am Übergang zur innerstädtischen Fußgängerzone

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	-
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	Hauptfußgängerdurchgang von Kaiserstraße in die Fußgängerzone
<b>Erscheinungsbild</b>	Marktpassage als Bauwerk der 80er Jahre; moderne Leuchten in der Passage tragen zu gemütlichen Atmosphäre bei; weiße Fronten bedürfen teilweise Erneuerung

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	Kiosk mit integrierter Poststelle; Magnetbetriebe: Tamaris, Ernsting's Family
<b>Frequenzstärke</b>	Kiosk mit integrierter Poststelle als Hauptfrequenzbringer; hohe Frequenzen aufgrund Durchgangsfunktion von Kaiserstraße zur Fußgängerzone
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	Einzelhandel aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Papier, Büro, Schreibwaren, Nahrungs- und Genussmittel
<b>Multifunktionalität</b>	Raum dient überwiegend als Durchgangs- und Einkaufsbereich; geringe Verweilqualität aufgrund zu geringer Breite der Passage

### Schwächen

- keine Verweilmöglichkeiten
- kaum Begrünungselemente
- Tiefgarageneingang wirkt ungepflegt und ist erneuerungsbedürftig

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 6 „Marktpassage“

### Profilierungsziel

Entspanntes Einkaufserlebnis unter dem Glashimmel

### Funktionales Zielprofil

- Marktpassage als entspannter Shoppingort trotz Durchgangsfunktion
- Angebotsvielfalt erhalten und stärken




### Umsetzungsmaßnahmen

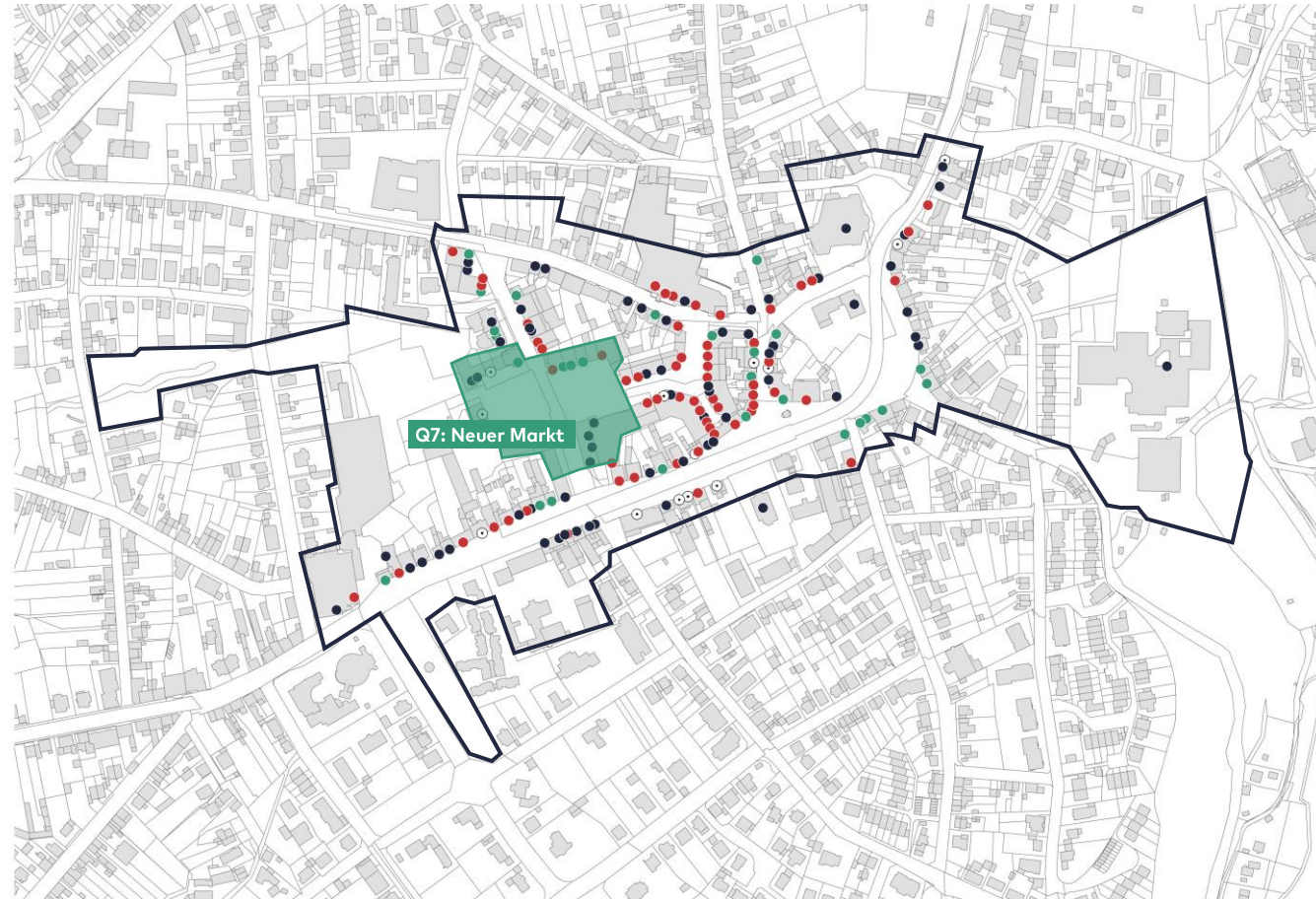
- Aufwertung des Bereiches hin zur Kaiserstraße durch Integration von Grün- und Sitzelementen
- rückwärtigen Wartebereich der Bushaltestelle/südlichen Eingang der Marktpassage für Informationsangebote nutzen (z. B. Aufstellung einer Informationstafel/digitalen Stele mit Informationen über die Innenstadtnutzungen; aktuelle Informationen über Vereine, Veranstaltungen etc.)
- Begrenzung der Warenpräsentationsbereiche der ansässigen Nutzer für eine verbesserte Durchgangsfunktion und Barrierefreiheit
- Beratung zur Investition in Modernisierung/Gestaltung des geschlossenen Tiefgarageneingangs

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 7 „Neuer Markt“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 7 „Neuer Markt“



Location Equalizer: Quartier 7



Legende Location Equalizer

Nutzungen:

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Kultur

Erreichbarkeit:

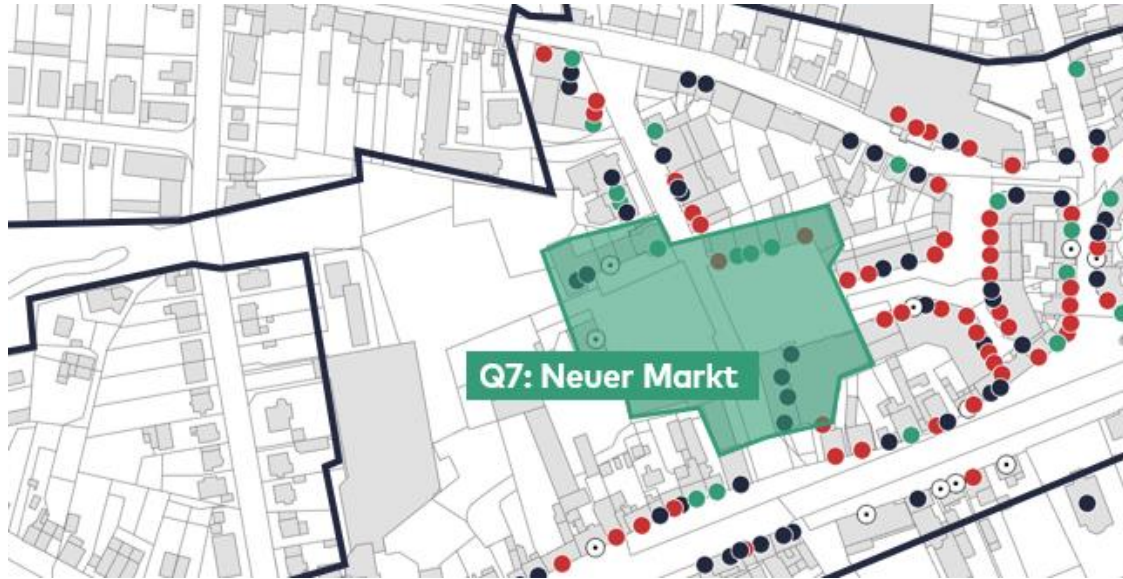
- Fußgänger
- Radfahrer
- ÖPNV
- PKW

- Barrierefreiheit
- Aufenthaltsqualität

- standardisiert
- spezialisiert

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 7 „Neuer Markt“



### Stärken

- dm als Ankerfunktion
- Flächen werden als Veranstaltungsfläche genutzt (u. a. Wochenmarkt, Haaner Sommer, Pyramidenmarkt, Haaner Kirmes)
- Vielfalt an Außengastronomie
- Spielfläche und Brunnen stärken die Belebung des Platzes
- gute Erreichbarkeit aufgrund der Vielzahl an Parkmöglichkeiten und der zentralen Lage

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	Tiefgarageneinfahrt schränkt Sichtbarkeit ein und lässt einen unbelebten Bereich vor der Sparkasse entstehen
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	Neuer Markt als überdimensionierte Platz mit zentral gelegenem Brunnen, der den Platz charakterisiert
<b>Erscheinungsbild</b>	Abseits von Veranstaltungen und bei geringer Auslastung der Außengastronomie wirkt der Platz unbelebt und unattraktiv. Die offenen, nicht-ortstypische Gebäudestrukturen mindern die Attraktivität und den Wohlfühl- und Verweilcharakter des Platzes zusätzlich. Bodenbelag erneuerungsbedürftig.

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	dm und Gastronomen als wesentliche Ankerfunktionen; Bereich am Brunnen dient im Sommer als Aufenthalts-/und Spielbereich
<b>Frequenzstärke</b>	geringe Fußgängerfrequenzen aufgrund der Überdimensionierung und geringen Nutzungsdichte
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	geringe Vielfalt: Einzelhandel lediglich im Bereich Drogeriewaren und Uhren/Schmuck
<b>Multifunktionalität</b>	Neuer Markt dient überwiegend als Veranstaltungs- und Parkraum; gastronomische Nutzungen ergänzen die Funktionalität

### Schwächen

- abseits von Veranstaltungen und Markttagen ist der Neuer Markt als Platz überdimensioniert
- fehlende Fassung des Platzes durch offene Bauweise und Dimension der Fläche
- geringe Nutzungsdichte aufgrund der städtebaulichen Struktur
- hohe Leerstandsanzahl mit stadtbildprägenden Leerständen
- sehr hoher Versiegelungsgrad
- ungünstige Lage der Tiefgarageneinfahrt mindert Aufenthaltsqualität
- Stellplatzfunktion mindert Attraktivität und Verweilqualität
- Gestaltung des öffentlichen Raums nicht zeitgemäß

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 7 „Neuer Markt“

### Profilierungsziel

Wohnzimmer der Haaner Innenstadt

### Funktionales Zielprofil

- belebte, attraktive, baulich gefasste Platzsituation mit hoher Aufenthalts- und Verweilqualität
- attraktive Gestaltung durch Verringerung der Parkflächen/Umstrukturierung der Tiefgarage
- Vereinbarkeit mit Veranstaltungen unter Priorisierung einer ganzjährigen Belebung des Platzes

### Umsetzungsmaßnahmen

- höchste Priorisierung der Umsetzung der Neugestaltung des Neuen Marktes im Rahmen der Umsetzung des InHK
- Neugestaltung des Neuen Marktes im Rahmen des InHK im Zusammenhang mit der Neuplanung des Rathauses nutzen, um eine städtebaulich und funktional attraktive neue Mitte für die Haaner Innenstadt zu schaffen und die Platzsituation aufzuwerten
- konzeptionelle Überplanung und Umstrukturierung des Neuen Marktes unter Berücksichtigung von Umwelt- und Klimaaspekten (Klimaschutz und Klimaanpassungsaspekte)
- gestalterische Aufwertung des Bereiches und Erhöhung der Aufenthalts- und Verweilqualität durch (mobiles) Mobiliar, verstärkte Begrünungselemente, sowie Verringerung der Versiegelung und der Stellplatzfunktion (ggf. Etablierung eines Wasserlaufs und einer Spielfläche wie im InHK diskutiert)
- aktives Leerstandsmanagement
- Stärkung der gastronomischen Angebotsvielfalt und Ansiedlung weiterer Einzelhandelsnutzungen

# Best-Practice

## Stadtgarten in Zürich






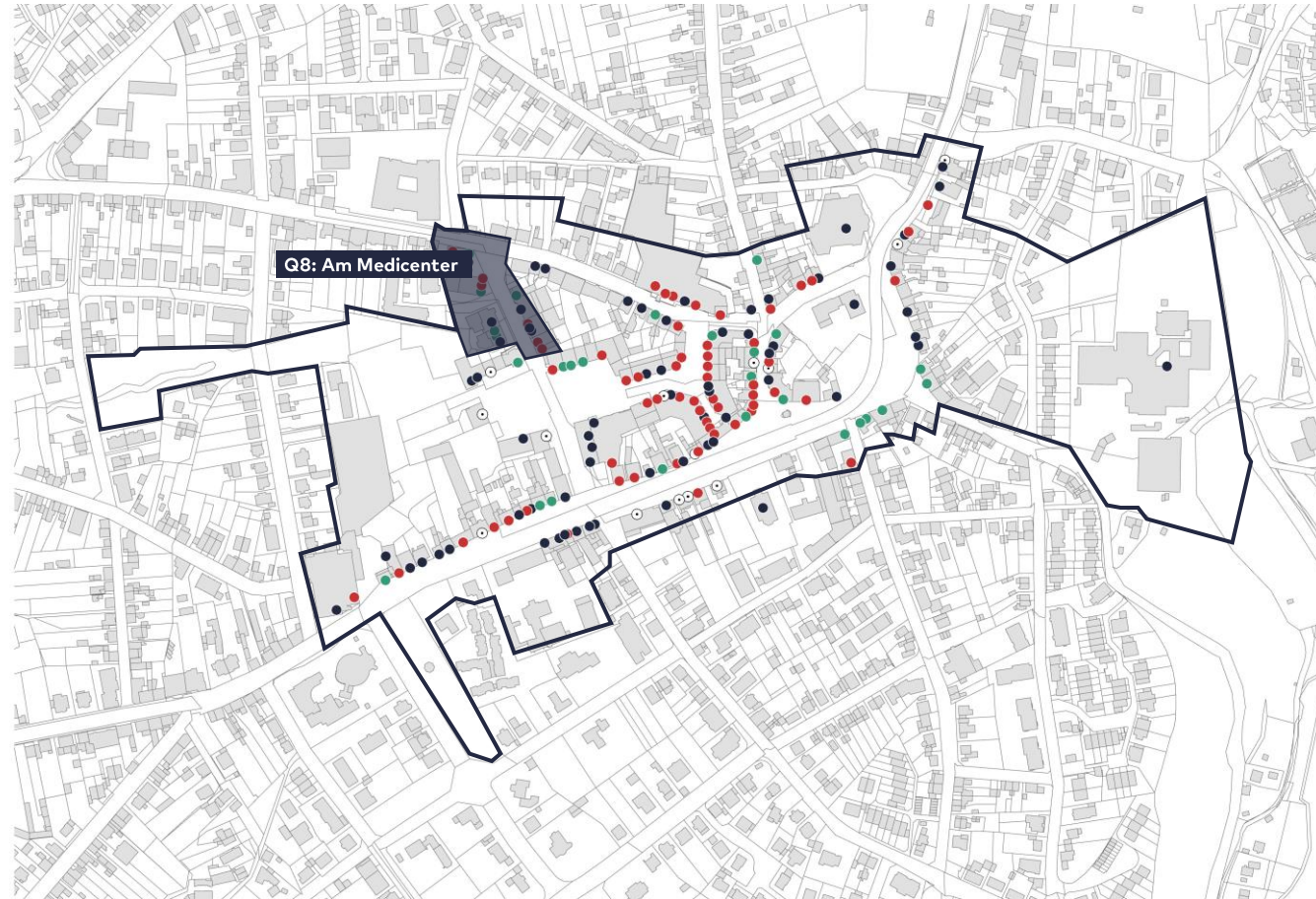


# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 8 „Am Medicenter“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



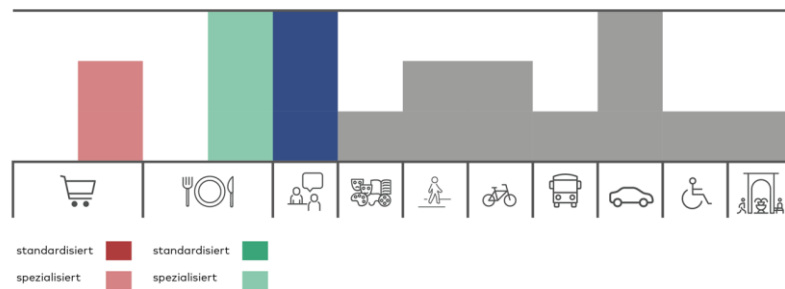
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Haan.

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 8 „Am Medicenter“



Location Equalizer: Quartier 8

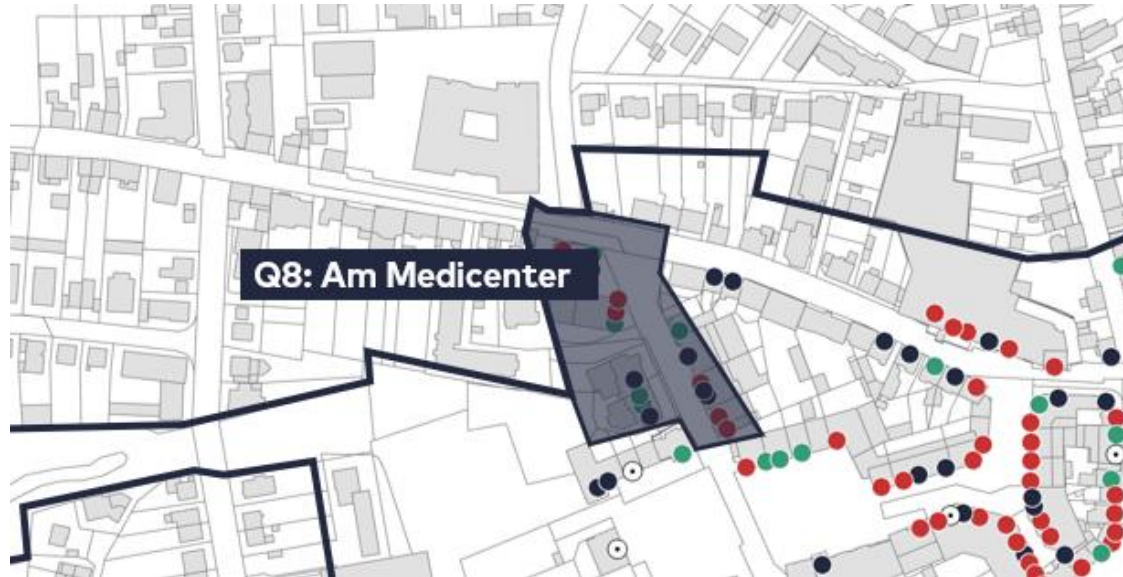


Legende Location Equalizer

- Nutzungen:
- Einzelhandel
  - Gastronomie
  - Dienstleistung
  - Kultur
- Erreichbarkeit:
- Fußgänger
  - Radfahrer
  - ÖPNV
  - PKW
- Barrierefreiheit
  - Aufenthaltsqualität
- ■ standardisiert  
■ ■ spezialisiert

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 8 „Am Medicenter“



Q8: Am Medicenter

### Stärken

- Medicenter als wesentlicher Ankerpunkt
- gute Erreichbarkeit mit dem MIV
- Kopplungseffekte durch Hotel und Medicenter
- Vielzahl an inhabergeführten gewerblichen Nutzungen

### Städtebauliche Einflussfaktoren

<b>Barrieren</b>	Fußgängerfreundlichkeit durch parkende Pkw und Straßenfläche begrenzt
<b>Plätze/Freiflächen/Sichtbarkeit</b>	Vorplatz des Medicenters dient als Ort zum Verweilen; Begrünungs- und Möblierungselemente stärken die Aufenthaltsqualität (Gestaltung jedoch nicht mehr zeitgemäß); Sichtbarkeit einzelner Nutzungen durch unstrukturierten Straßenraum eingeschränkt
<b>Erscheinungsbild</b>	heterogene Gebäudestruktur; Medicenter als stadtbildprägend mit vorgelagertem Aufenthaltsbereich; Erscheinungsbild wird durch parkende Pkw geprägt

### Funktionale Einflussfaktoren

<b>Kristallisationspunkte</b>	Medicenter und Hotel als Ankerpunkte
<b>Frequenzstärke</b>	Frequenzen durch Besucher des Medicenters
<b>Branchenmix im Einzelhandel</b>	Mix aus den Bereichen Bekleidung, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Schuhe/Lederwaren; Apotheken, Hörakustik
<b>Multifunktionalität</b>	Angebotsmix aus Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie; überwiegend kleinteilige Angebotsstrukturen

### Schwächen

- parkende Pkw beeinträchtigen Fußgängerfreundlichkeit
- sehr heterogene Baustruktur; kein zusammengehöriges Erscheinungsbild
- städtebauliche Gestalt einzelner Nutzungen und des öffentlichen Raums nicht mehr zeitgemäß

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 8 „Am Medicenter“

### Profilierungsziel

Gesundheitsquartier

### Funktionales Zielprofil

- Profilierung des Quartiers durch medizinischen Schwerpunkt ergänzt durch Beherbergungsbetrieb, gastronomische und Handelsangebote
- langfristige Etablierung als Dienstleistungsquartier




### Umsetzungsmaßnahmen

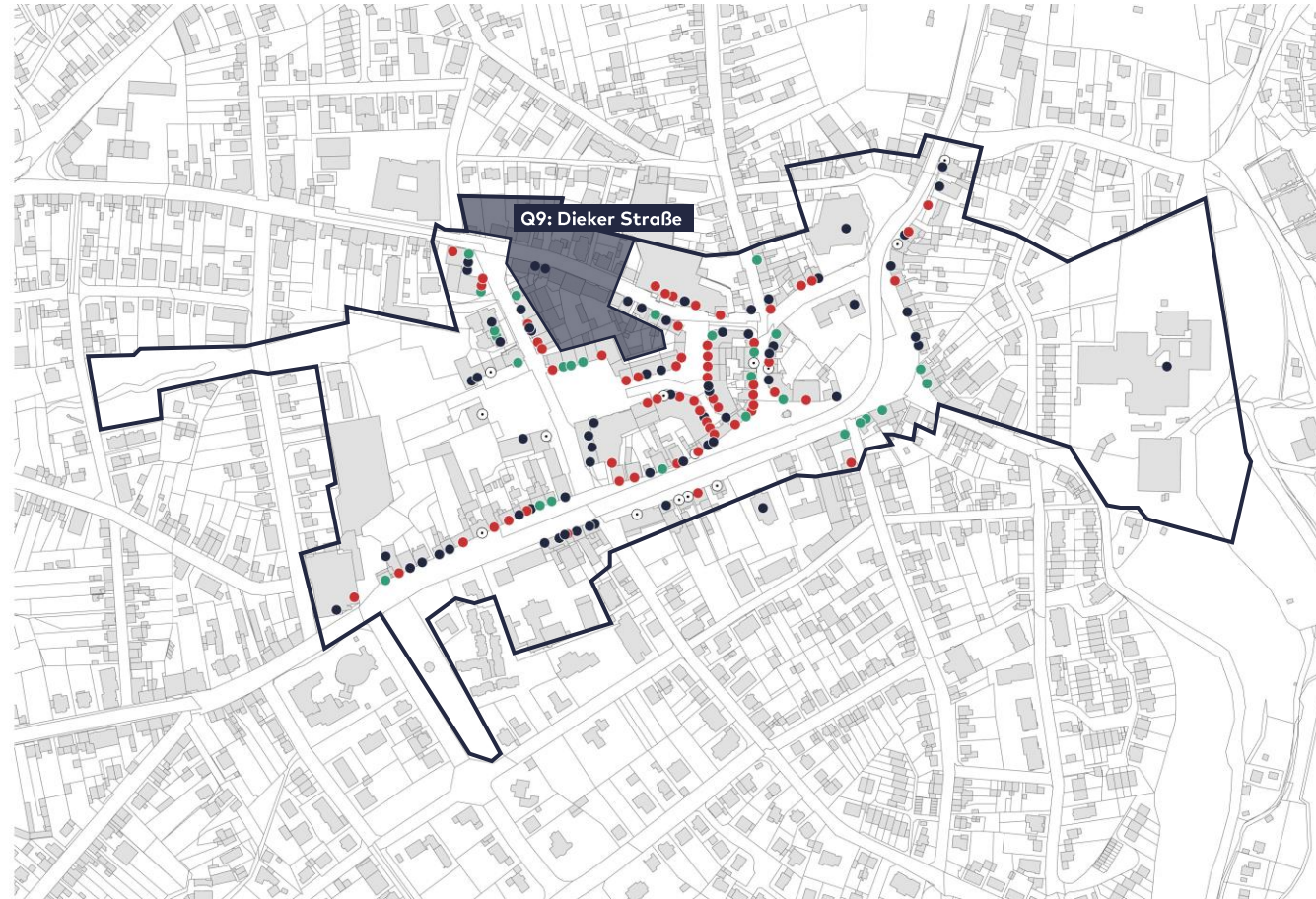
- Angebotsstrukturen erhalten und stärken
- Ansiedlungsbestrebungen von Dienstleistungsnutzungen langfristig unterstützen
- Aufwertung des öffentlichen Raums durch moderne Gestaltungselemente
- Neustrukturierung des Straßenraums insb. an der Seite des Hotels zur Verbesserung der Fußgängerfreundlichkeit und Sichtbarkeit der einzelnen Nutzungen
- Neugestaltung der Vorplatzsituation des Medicenters; Schaffen von gemütlichen Sitzmöglichkeiten für wartende Passanten

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 9 Ergänzungsanlage „Dieker Straße“

### Legende

-  Potenzial durch Einzelhandel
-  Potenzial durch Gastronomie
-  Potenzial durch Dienstleistungen



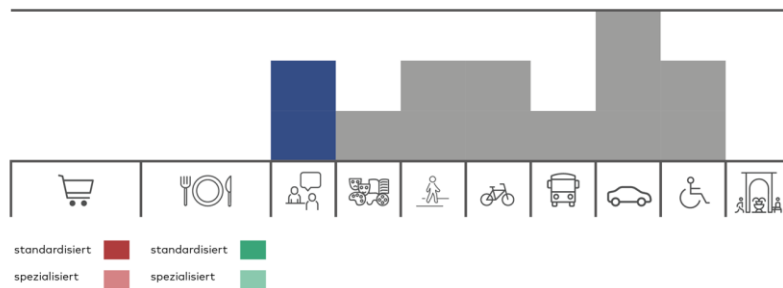
100 m

# Konzeption

## Profilierung einzelner Quartiere: Quartier 9 Ergänzungsanlage „Dieker Straße“



Location Equalizer: Quartier 9



Legende Location Equalizer

Nutzungen:

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Kultur

Erreichbarkeit:

- Fußgänger
- Radfahrer
- ÖPNV
- PKW

Barrierefreiheit

Aufenthaltsqualität

- standardisiert
- spezialisiert

# Konzeption

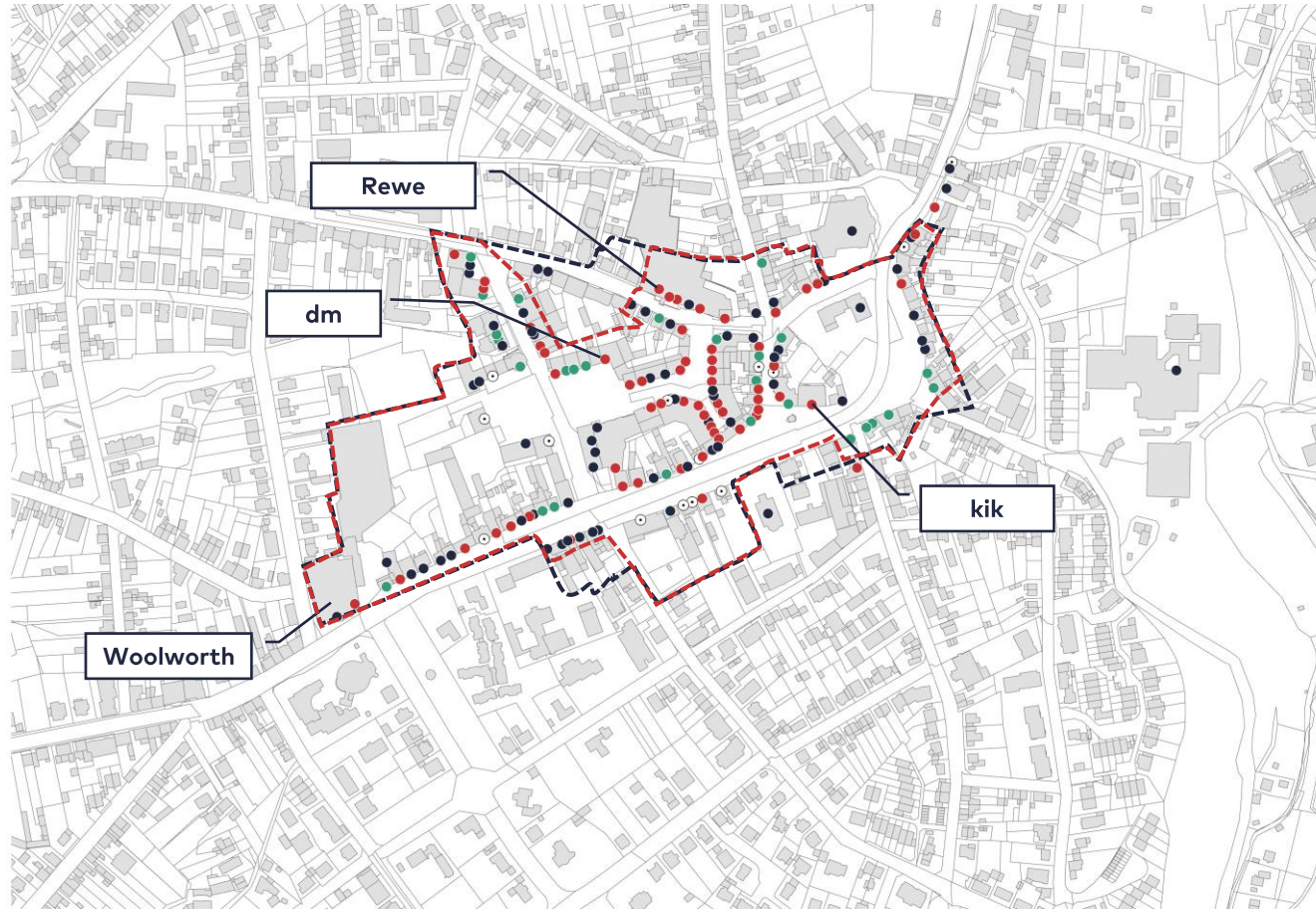
## ZVB Innenstadtzentrum Haan - Räumlicher Abgrenzungsvorschlag

### Bestand nach Nutzung

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Leerstand

--- ZVB Abgrenzung EHK 2013

--- ZVB Abgrenzung Teil EHK 2021



Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele für die Innenstadt Haan folgende, begründete und geänderte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.

Die Abgrenzung wird im Vergleich zur bestehenden Abgrenzung um zwei kleinere Bereiche im Süden (insb. um rückwärtige Lagebereiche), in denen sich keine relevanten Funktionen verorten lassen, verkürzt. Eine weitere Einkürzung erfolgt im nördlichen Bereich der Friedrichstraße und im Bereich der Dieker Straße. Der Bereich der Dieker Straße zwischen Rewe und Medi-Center ist mittlerweile überwiegend durch Wohnnutzung geprägt. Dieser Bereich steht nicht mehr in städtebaulich-funktionalem Zusammenhang mit den zentralen Bereichen.

Insgesamt wird die Abgrenzung des ZVBs im Vergleich nur geringfügig verändert. Der in der Analyse aufgezeigte Handlungsbedarf ergibt sich dabei vornehmlich aus der inneren Struktur.

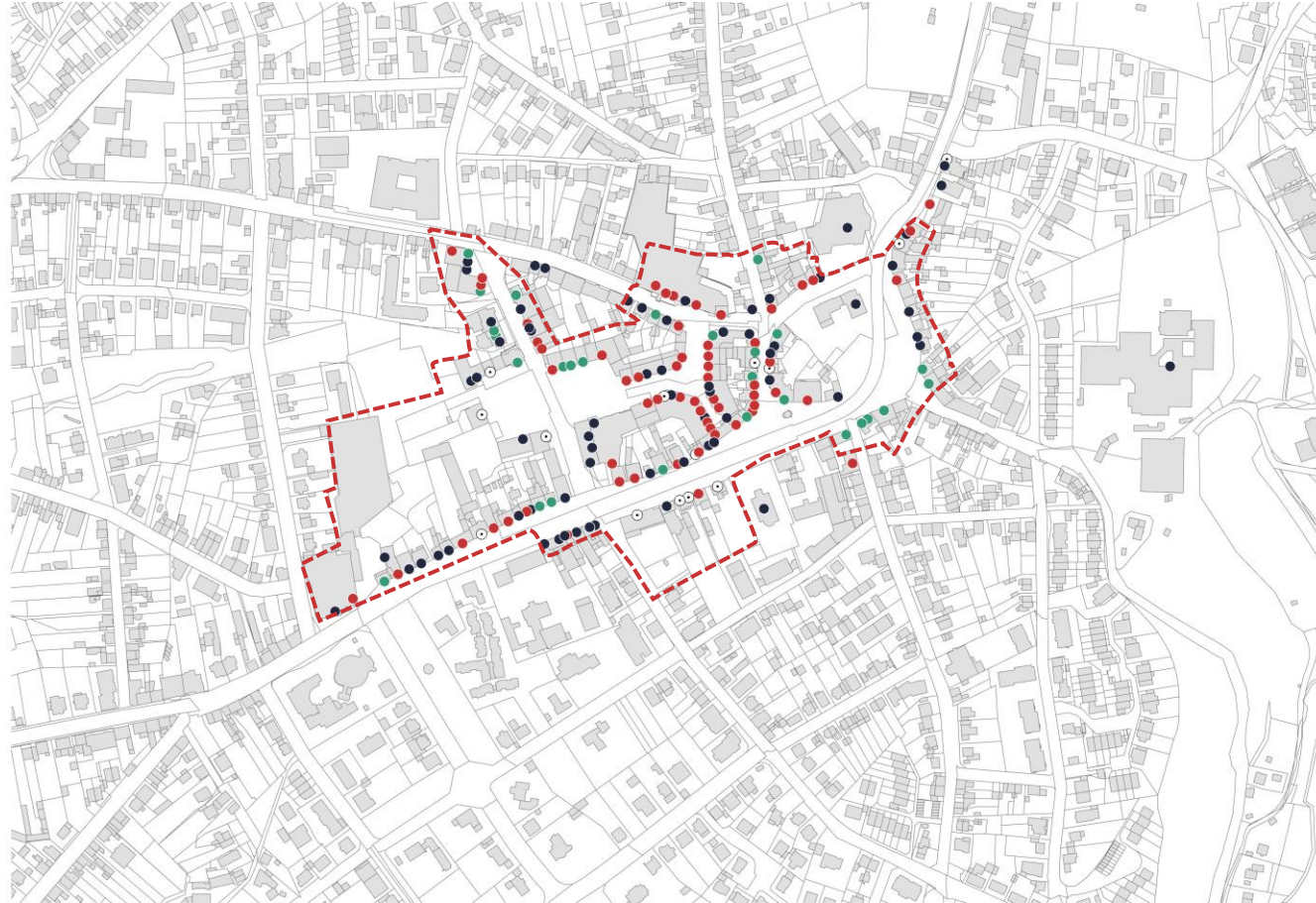
# Konzeption

## ZVB Innenstadtzentrum Haan - Entwicklungsziele

### Bestand nach Nutzung

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Leerstand

▭ ZVB Abgrenzung Teil EHK 2021



### Entwicklungsziele

- Festlegung des Innenstadtzentrums als mittelzentralen Versorgungsstandort für die Stadt Haan mit kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern
- Quantitative und branchenspezifische Arrondierung des Einzelhandelsangebotes
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Betriebsstruktur: (großflächige) Magnetbetriebe und kleinteilige Fach- und Spezialgeschäfte
- Gleichzeitig Sicherung und Stärkung sowie Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe
- Erhalt und Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie und zentrenergänzenden Funktionen ergänzt durch Wohnen
- Schaffung von marktadäquaten und zukunftsfähigen Flächen durch Nachnutzung bestehender Leerstände und Entwicklung von Potenzialflächen
- Konzentration der Einzelhandelsnutzungen auf die Fußgängerzone und mittlere Kaiserstraße



# Konzeption

## Flächenpotenziale

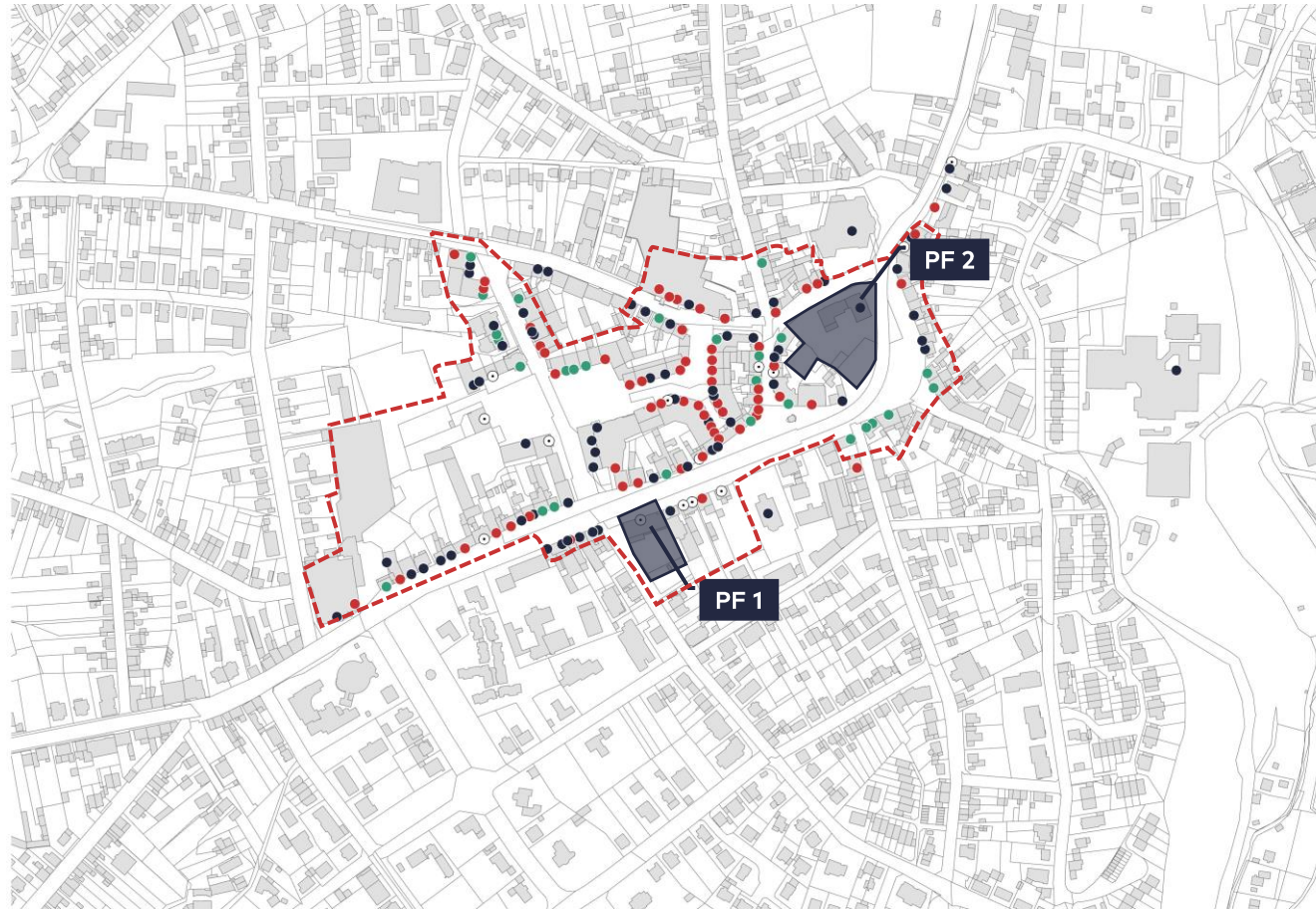
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2021; Karten-  
grundlage: Stadt Haan; ZVB-Abgrenzung: Fortschreibung des Einzelhandels-konzepts für  
die Stadt Haan. Stadt + Handel 2013. Daten: Teilfortschreibung Einzelhandelskonzept –  
Potentialstandorte. Stadt + Handel 2021.

### Bestand nach Nutzung

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Leerstand

▭ ZVB Abgrenzung Teil EHK  
2021

▭ Potenzialfläche



### Potenzialfläche 1:

Ehemaliger Standort der Post

- Grundfläche 500 m<sup>2</sup>
- aufgrund der Größe der Fläche in seiner heutigen Form nicht für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes oder Biomarktes geeignet

### Ansiedlungsempfehlung:

- Nutzungen im Bereich Kultur/Freizeit/Soziales (z. B. Veranstaltungssaal, Kino, Theater, Begegnungsstätte)
- Einzelhandelsnutzungen: z. B. Fahrradgeschäft, ggf. Einrichtungsgeschäft, kleiner Fachmarkt im Bereich Glas/Porzellan/Keramik

### Potenzialfläche 2:

Standort des heutigen Rathauses

- ca. 4.000 m<sup>2</sup> Fläche
- eignet sich für die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters oder Biomarktes

# Fazit

Die Innenstadt Haan weist unter den dargestellten Rahmenbedingungen insbesondere hinsichtlich der Kaufkraftpotenziale und ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur grundsätzlich eine gute Ausgangsbasis für die innerstädtische Entwicklung auf. Die Innenstadt verfügt bereits über einen guten Angebotsmix aus Einzelhandel, Gastronomie und zentrenergänzenden Funktionen, den es weiterzuentwickeln gilt. Die hohe Gastronomievielfalt und die Verortung zweier wesentlicher Ankerbetriebe aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich in der Fußgängerzone stärken die Innenstadt zusätzlich. Im Zuge der Innenstadtanalyse wurde jedoch ersichtlich, dass die Auswirkungen des Strukturwandels, die Anzahl und Verteilung der Leerständen und die nicht mehr zeitgemäße Gestaltung des Innenstadtbereichs einen hohen Handlungsbedarf erfordern.

Um langfristig einen attraktiven und belebten Innenstadtbereich zu schaffen und zu erhalten, gilt es die vier erarbeiteten Entwicklungsstrategien zu verfolgen:

- **Gestalterische Aufwertung und Stärkung der Aufenthaltsqualität**
- **Konzentration der Innenstadtnutzungen auf die Fußgängerzone und die mittlere Kaiserstraße**
- **Erhalt und Stärkung der Gastronomie**
- **Zusätzliche Etablierung von Freizeit, Kultur und Kunst**

In diesem Zuge ist auch die Umsetzung der geplanten Maßnahmen des Integrierten Handlungskonzeptes von hoher Bedeutung für die Stärkung der Innenstadt. Ein besonderer Fokus sollte hier auf den Maßnahmen zur Neugestaltung der Fußgängerzone und der Neugestaltung des Neuen Marktes liegen. Hierfür gilt es die Neuplanung des Rathauses angrenzend an den Neuen Markt als positiven Entwicklungsimpuls zu nutzen und eine städtebauliche und funktionale Integration des Rathauses zu erwirken. Langfristig kann eine positive Entwicklung der Innenstadt vor allem durch Multifunktionalität, ein aktives Leerstandsmanagement und die Stärkung der Aufenthaltsqualität erreicht werden.

Die quartiersbezogenen Profilierungsmöglichkeiten geben Entwicklungsansätze für einzelne Lagebereiche der Innenstadt, um diese hinsichtlich ihres individuellen Charakters zielorientiert zu entwickeln.

# Verzeichnisse

# Literatur- und Quellenverzeichnis

## LITERATUR

**AUSGEWOGEN-unverpackt GbR (2021):** [www.ausgewogen-unverpackt.de](http://www.ausgewogen-unverpackt.de)

**Cs Consult (2018):** Der neue Hotspot in Quickborn: das Winat Fashion-Café. [www.quickborn1.info](http://www.quickborn1.info)

**Handelsverband Deutschland (HDE); IFH Köln GmbH (Hrsg.) (2021):** Online Monitor 2021. Berlin.

**IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2021):** Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021. Köln.

**Knut's (2021):** [www.knuts-witten.de](http://www.knuts-witten.de)

**Knut's (2021):** [www.roxi-witten.de](http://www.roxi-witten.de)

**Kultur und Wissenschaft in Nordrhein-Westfalen (2021):** Dritte Orte.

**PSA Publisher Ltd. (Hrsg.) (2020):** Neues Rathaus für Haan.

**Schmale, C. (2020):** „Kultur-Wohnzimmer“ soll den Weg zu Waltrops neuem „Dritten Ort“ ebnet. [www.3ortwaltrop.de](http://www.3ortwaltrop.de)

**Stadt + Handel (2013):** Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Haan. Dortmund.

**Stadt + Handel (2021):** Teilfortschreibung Einzelhandelskonzept – Potenzialstandorte. Dortmund. (Entwurfsfassung)

**Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (2015):** Gartenstadt Haan. Integriertes Handlungskonzept. Innenstadt Haan. Köln

**We love Warstein e.V. (2019):** FH3- Future Home 3.0. Lasst uns die Zukunft überholen! [www.welovewarstein.de](http://www.welovewarstein.de)

# Literatur- und Quellenverzeichnis

## DATENBANKEN

**Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.):** [statistik.arbeitsagentur.de](https://statistik.arbeitsagentur.de)

**Handelsverband Deutschland (Hrsg.):** [einzelhandel.de](https://einzelhandel.de)

**Stadt Haan:** Bevölkerungsdaten

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** [destatis.de](https://destatis.de)

**EHI Retail Institute (Hrsg.):** [handelsdaten.de](https://handelsdaten.de)

**Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) (Hrsg.):** [it.nrw.de](https://it.nrw.de)

**IFH Köln (Hrsg.) (2021):** Handelsdaten

# Abkürzungsverzeichnis

<b>BBSR</b>	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
<b>EHK</b>	Einzelhandelskonzept
<b>EW</b>	Einwohner
<b>GPK</b>	Glas/Porzellan/Keramik
<b>HBT</b>	Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche
<b>Hrsg</b>	Herausgeber
<b>InHK</b>	Integriertes Handlungskonzept
<b>KK</b>	Kaufkraft
<b>LM</b>	Lebensmittel
<b>MIV</b>	motorisierter Individualverkehr
<b>NRW</b>	Nordrhein-Westfalen
<b>ÖPNV</b>	öffentlicher Personennahverkehr
<b>PF</b>	Potenzialfläche
<b>SWOT</b>	Strength/ Weaknesses/ Opportunities/ Threats
<b>ZVB</b>	zentraler Versorgungsbereich

**Neue Wege.**  
**Klare Pläne.**

# STADT+HANDEL



[www.linkedin.com/company/stadt-und-handel](https://www.linkedin.com/company/stadt-und-handel)



[www.instagram.com/stadtundhandel/](https://www.instagram.com/stadtundhandel/)

**Stadt + Handel Beckmann und  
Föhler Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer

HRB 33826

Hauptsitz Dortmund

**Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

**Standort Hamburg**

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 49

Fax +49 40 53 30 96 47

**Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

**Standort Leipzig**

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43