



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

## Innenstadtkonzept Ahrensburg - Abschlusspräsentation

Maßnahmenvorschläge aus Blick des Einzelhandels / der  
Gastronomie



Halina Gebert  
Projektleiterin, Dipl. Geographin

Dr. Lademann & Partner  
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH  
Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Germany  
Telefon +49 40 6455770 · [info@dr-lademann-partner.de](mailto:info@dr-lademann-partner.de) · [www.dr-lademann-partner.de](http://www.dr-lademann-partner.de)



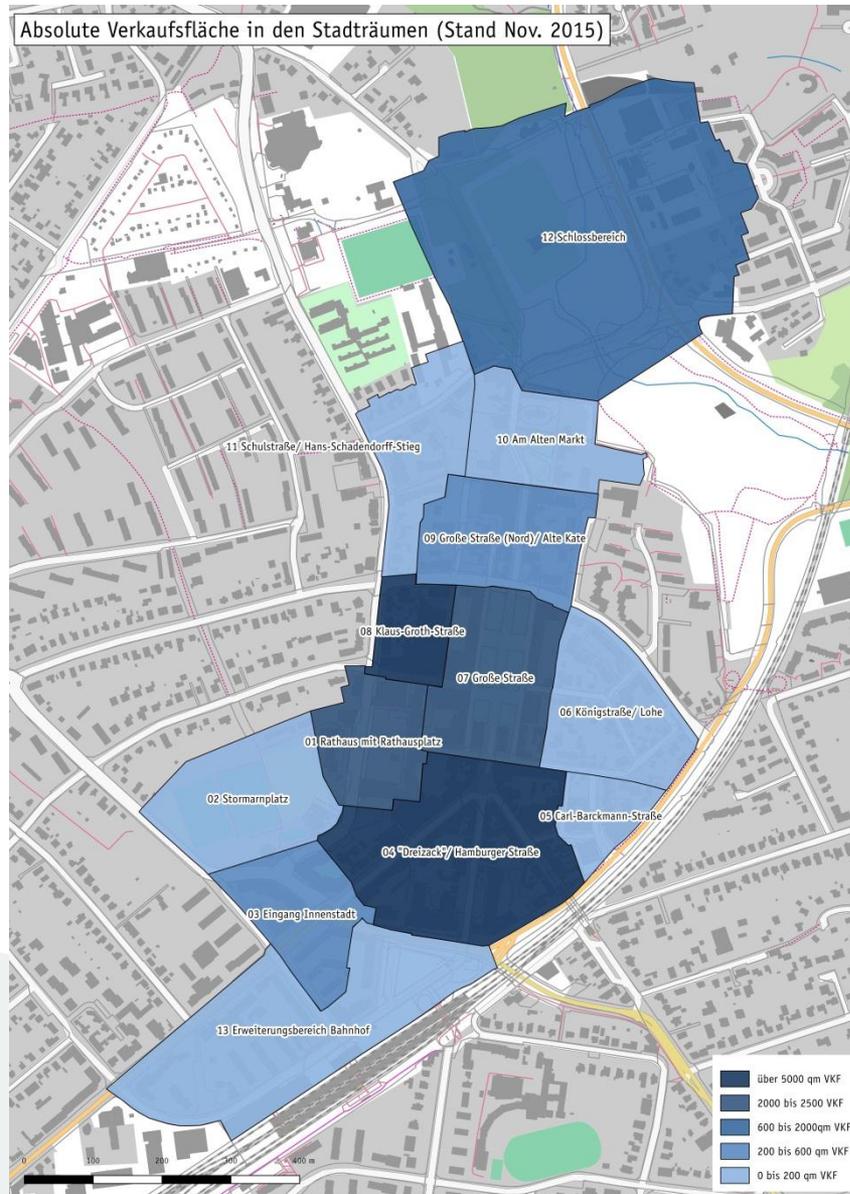
Maßnahmen Einzelhandel Ahrensburg

## Inhaltsübersicht

- Auszug aus der Analyse
- Handlungsbedarf und Maßnahmenvorschläge



## Maßnahmen Einzelhandel Ahrensburg





## Nutzungsempfehlungen für die untersuchten Stadträume

Stadtraum	Handel	Gastro	DL	Nutzungsschwerpunkt
01 Rathaus mit Rathausplatz	●	●	●	Öffentl. Nutzungen, EH, Gastro
03 Eingang Innenstadt	●	●	●	Mischnutzungen
04 "Dreizack"/ Hamburger Straße	●	●	●	EH, DL, Gastro
05 Carl-Barckmann-Straße	●	●	●	Wohnen
07 Große Straße (Süd)	●	●	●	Einzelhandel, DL, Gastro
08 Klaus-Groth-Straße	●	●	●	Einzelhandel
09 Große Straße (Nord)/ Alte Kate	●	●	●	Gastro, DL, Wohnen
10 Am Alten Markt	●	●	●	Wohnen, Kultur, hochwertige Gastro
11 Schulstraße / Hans-Schadendorff-Stieg	●	●	●	Wohnen
12 Schlossbereich	●	●	●	Gastro, ggf. Spezial-EH
13 Erweiterungsbereich	●	●	●	Wohnen, Gastro, EH untergeordnet

● bevorzugt    ● als Beimischung    ● nicht zu forcieren



## Passantenbefragung: Was dem Ahrensburger Einzelhandel fehlt

- Vielseitigeres **Bekleidungsangebot** (21%)
- Attraktivere Einkaufsatmosphäre im **Bereich Rathausplatz, Klaus-Groth-Straße** (16%)
- **Mehr Geschäfte** aus diversen Bereichen (12%)
- **Mehr Grünanlagen** (12%)
- **Elektromarkt eröffnen** (12%)
- Gemütlichere **Cafés** (11%)
- Mehr kleine Facheinzelhandelsgeschäfte (8%)
- Ein Kino (8%)
- Mehr kulturelle Angebote der Stadt in den Straßen, z.B. Open-Air-Musik (5%)
- Kein Kopfsteinpflaster (5%)
- Weniger Leerstände (4%)
- Neubauten im ursprünglichen Stil der Stadt errichten (4%)

Passantenbefragung 2015, n=113 (Werte gerundet, Mehrfachnennungen möglich)



Maßnahmen Einzelhandel Ahrensburg

## Inhaltsübersicht

- Auszug aus der Analyse
- Handlungsbedarf und Maßnahmenvorschläge



## Maßnahme 1: Zusätzlicher Magnetbetrieb in der Innenstadt zur Frequenzerhöhung

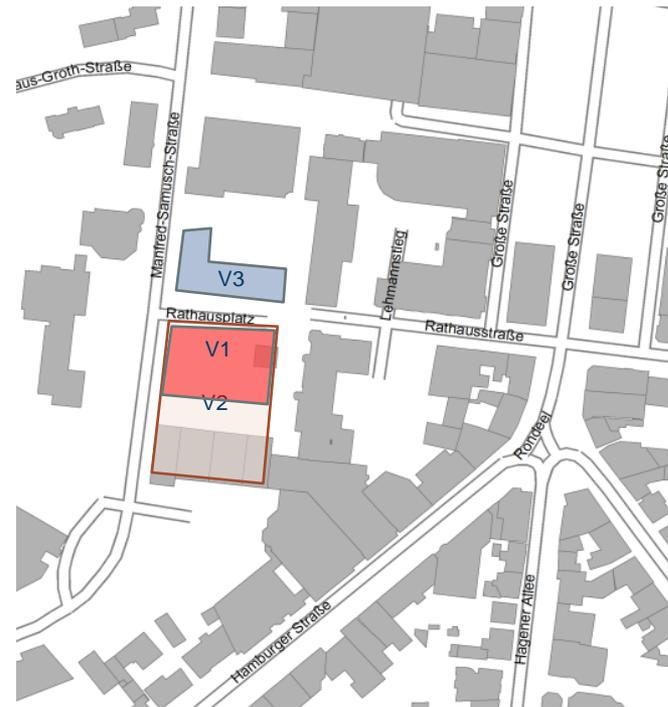
- Erhöhung der Passantenfrequenz durch zusätzlichen Magneten wichtig für Kleinbetriebe
- Insbesondere ein Elektromarkt oder H&M (mindestens rd. 1.000 VK) werden als geeignete Frequenzbringer bewertet.
- Potenziale durch Mieterwechsel in Bestandseinheiten (z.B. CCA)



## Maßnahme 2: (Endlich) Bebauung des Rathausplatzes.

Bebauung des Rathausplatzes mit einem Geschäftshaus und großflächige Handelsnutzungen im Erdgeschoss (mind. rd. 1.000 qm VK) und ergänzende Nutzungen:

- Variante 1: Teilbebauung des südlichen Rathausplatzes.
- Variante 2: Bebauung des südlichen Rathausplatzes unter Einbeziehung (Abriss/Neubau) der Rathausstraße 30-37.
- Variante 3: Nordbebauung (z.B. L-Form)





## Samstag Nachmittag nach dem Wochenmarkt



Szene Ahrensburg, Montag, 18. April 2011:  
„Der Wochenmarkt schrumpft. Warum?“



## Maßnahme 3: Attraktivierung des Wochenmarkts

- Wochenmarkt hat Frequenzfunktion (wie für viele Klein-/Mittelstädte)
- Schwieriges Marktumfeld: Die Mehrheit der Händler sieht schlechte Zukunftsaussichten und negative Umsatzerwartungen.
- Keine Verlässlichkeit: In Ahrensburg zahlen 47 % der Händler ohne Anmeldung spontan am jeweiligen Markttag; Keine Preisstaffelung.
- Wochenmarkt braucht Attraktivierung und sollte neu aufgestellt werden. Ggf. Verlagerung an andere Lage in der Innenstadt.

Voraussetzungen für den Erfolg des Wochenmarktes:

- Deutliche Investition in den Straßenraum zur Attraktivierung des Umfelds (im Falle der Großen Straße als Verlagerungsstandort) und Errichtung der notwendigen Infrastruktur/Anschlüsse sowie ggf. Baumfällungen.
- Professionalisierung des Wochenmarktes: Der Wochenmarkt könnte auch von einem externen Manager bewirtschaftet werden. (Bsp. Nessler Geesthacht)



## Maßnahme 3: Attraktivierung des Wochenmarkts

- Wochenmarkt hat Frequenzfunktion (wie für viele Klein-/Mittelstädte)
- Wochenmarkt braucht Attraktivierung und sollte neu aufgestellt werden - trotz bzw. wegen negativer Zukunftsaussichten der Händler
- Professionalisierung des Wochenmarktes (z.B. externer Manager)
- Deutliche Investitionen in den Straßenraum zur Attraktivierung des Umfelds



## Maßnahme 4: Attraktivierung von handelsnahen Aufenthaltsflächen. Der Platz vor dem CCA bietet derzeit wenig Aufenthaltsqualität







## Zusammenfassende Empfehlungen

- Maßnahme 1: Zusätzlicher Magnetbetrieb in der Innenstadt zur Frequenzerhöhung; insbesondere ein Elektromarkt oder H&M (je rd. 1.000 qm VK) werden als geeignete Frequenzbringer bewertet.
- Maßnahme 2: Bebauung des südlichen Rathausplatz, Stärkung des Zentrums - keine weitere Zergliederung;

***Änderung:** Umstrukturierung des Rathausplatzes unter Berücksichtigung einer barrierefreien öffentlichen Tiefgarage (mit Anschluss an vorhandene TGA)*

- Maßnahme 3: Attraktivierung des Wochenmarkts
- Maßnahme 4: Attraktivierung von handelsnahen Plätzen
- Geringfügige Ausweitung des ZVB Innenstadt in Richtung Lindenhof
  
- Schaffung von alternativen (Ersatz-)Parkflächen und Preisdifferenzierung der Parkhäuser
- Lindenhof-Bebauung nicht zu kleinteilig - Modeshops o.ä. würde sich hier nicht langfristig halten.