Innenstadt am Wasser

Ergebnisse der Studie
im Rahmen des Förderprojekts
Zukunftsräume Niedersachsen

Nordhorn

Wasserstadt

Grußworte

Der Ausbau der Wasserstadt Nordhorn ist seit vielen Jahren das zentrale Leitthema unserer Stadtentwicklung. Wasser fasziniert die Menschen, es strahlt Lebendigkeit aus und zieht uns geradezu magisch an. Nordhorns Lage an der Vechte, mehreren Kanälen und dem Vechtesee bietet die ideale Ausgangslage, um unsere Stadt sowohl für die Einwohnerinnen und Einwohner, als auch für unsere Gäste Schritt für Schritt immer attraktiver zu machen.

Das Projekt „Innenstadt am Wasser" mit dem Innenstadthafen ist der nächste Meilenstein dieser erfolgreichen Entwicklung. Es ergänzt sich hervorragend mit unserer Innenstadtoffensive zur optimierten Nutzung der Geschäftsräume in den Einkaufsstraßen. Ich danke der Landesregierung, dass sie beide Projekte mit Mitteln aus dem Förderprogramm „Zukunftsräume Niedersachsen" unterstützt. Stadt und Land investieren somit gemeinsam massiv in den Erhalt der Nordhorner Innenstadt als wichtiges Versorgungszentrum für die Region.

Mich freut besonders, dass sich im nationalen Architektenwettbewerb mit hochkarätigen Teilnehmern ein Team aus Nordhorner Architekten durchgesetzt hat. In die weitere Projektausgestaltung haben sich anschließend alle Interessengruppen aus Politik, Wirtschaft, Tourismus, Gesellschaft und Verwaltung sowie die Bürgerinnen und Bürger intensiv eingebracht. Dadurch ist die „Innenstadt am Wasser" eine echte Gemeinschaftsleistung, passgenau und nachhaltig. Ich danke allen, die dazu ihren Beitrag geleistet haben und weiterhin leisten!

Thomas Berling

Thomas Berling
Bürgermeister der Stadt Nordhorn

Die Umgestaltung des ehemaligen ZOB-Geländes ist eine historische Chance für die Nordhorner Innenstadt. Möglich wurde sie nur durch die erfolgreiche Rückkehr der Personenzüge und die damit verbundene Verlagerung des Nahverkehrsknotenpunkts an den Hauptbahnhof. Das hat uns in die außergewöhnliche Lage versetzt, mitten im Stadtzentrum einen ganz neuen Anziehungspunkt zu entwickeln.

Diese Chance gilt es zu ergreifen, gerade in einer Zeit, in der unsere Innenstädte vor großen Herausforderungen stehen. Aufenthaltsqualität und Erlebnischarakter werden zunehmend zu entscheidenden Erfolgsfaktoren für den Fortbestand von Einzelhandel und Gastronomie. Die lokale Wirtschaft zu fördern war von Beginn an ein zentraler Leitgedanke bei den Planungen für das Projekt „Innenstadt am Wasser".

Nun gilt es, die in dieser Broschüre zusammengefassten Planungen in die Tat umzusetzen und die Innenstadt ans Wasser zu bringen. Ich freue mich, dass Sie dabei sind!

Thimo Weitemeier
Stadtbaurat der Stadt Nordhorn

Einleitung

Das Projekt Innenstadt am Wasser wurde aufgenommen in das Förderprogramm Zukunftsräume Niedersachsen. Das Programm Zukunftsräume richtet sich an niedersächsische Klein- und Mittelstädte sowie Gemeinden und Samtgemeinden in ländlichen Räumen ab 10.000 Einwohnerinnen und Einwohnern, in denen ein Grund- oder Mittelzentrum festgelegt ist. Diese Zentren übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen für ihr Umland – etwa in den Bereichen medizinische Versorgung, Einzelhandel oder auch Kultur – und fungieren als wesentliche Motoren der regionalen Entwicklung. Ziel des Programms ist die Initiierung stadtregionaler Kooperationen und die Entwicklung von Projekten zu stärken, die dazu beitragen, die Ankerfunktion von Mittel- und Grundzentren für die sie umgebenden ländlichen Räume zu stärken.

Definiertes Ziel der Stadt Nordhorn ist die Umwandlung und Aufwertung innerstädtischer Flächen, um Nordhorn als Mittelzentrum mit oberzentralen Teilfunktionen nachhaltig zu stärken. Indem wir die „Wasserstadt Nordhorn" lebendig weiterentwickeln, fördern wir ihre Urbanität und stärken den sie umgebenden ländlichen Raum. Die Fläche des ehemaligen Busbahnhofs bietet großes Potential, um eine Innenentwicklung lebendig zu gestalten.

Der Busbahnhof soll zum Hafen umgebaut und das Flussufer zur Erholungspromenade aufgewertet werden. Der zentrale Marktplatz wird durch die neuen Gebäude gefasst. Die gesamte Innenstadt wird stärker zum Wasser hin geöffnet und ihre Insellage aufgewertet. So entstehen attraktive, öffentliche Plätze, Räume für Gastronomie, Kultur, Wohnen, Freizeit und Arbeiten, die die Aufenthaltsqualität im Zentrum deutlich verbessern und die Lebensqualität in der Region steigern.

Als Mittelzentrum mit Abstand zur nächsten Großstadt hat Nordhorn eine wichtige Anker- und Versorgungsfunktion für das ländliche Umland. Das neue Quartier stärkt die Innenstadt als Einkaufsort, wertet den öffentlichen Raum auf und verbindet unterschiedliche Funktionen und Akteure miteinander.

Die Entwicklungen im Bereich der ehemaligen Flächen des Zentralen Omnibusbahnhofs sollen in erster Linie zur Aufwertung des Einkaufserlebnisses und somit zur Stärkung des Einzelhandels und Tourismus in der Stadt Nordhorn beitragen. Die Innenstadt Nordhorns soll gestärkt werden und einen attraktiven Anlaufpunkt darstellen.

Im Rahmen der Beauftragung von Ingenieuren und Gutachtern sind Nutzungsvorschläge für die geplanten Gebäude am geplanten Hafen im Hinblick auf die definierten Ziele erarbeitet worden. Hierbei sind das angrenzende Gemeindehaus und das Pfarrhaus wie auch die Übergangsbereiche (Alte Synagogenstraße) zur Hauptstraße in die Überlegungen einbezogen worden.

Gemeindehaus
Mögl. Bühne
Mögl. Bühne
+ 23.20
+ 23.50
+ 23.50
+ 23.50
+ 23.50
+ 23.50
+ 23.50
+ 23.50
+ 23.50
+ 23.50
+ 22.90
+ 23.10
+ 23.15
+ 21.70
+ 22.20
+ 23.70
+ 21.70
+ 23.40
+ 23.50
Bouleplatz
Kletterturm
Gastroschiff
Terrasse
"Stadthaus"
Sitzstufen
Café am Hafen
II+D
Café
Eingang OG
VVV
VVV
Ausflugsboote
Kleinboote
Wasser-fontäne
"Hafenhäuser"
II+D
II+D
Bushaltestelle für Linienbusse und Besucherbusse
Bus
Bus
Bus
Bus
Ergänzung der historischen Kaimauer Vergrößerung der Nutzfläche
Vechte
Parkpalette ggf. aufstocken
Seeuferstraße
Seeuferstraße
Hagenstraße

Städtebaulicher Wettbewerb

Die Stadt Nordhorn hat im Jahr 2019 einen städtebaulichen Wettbewerb für die Umnutzung eines innerstädtischen Bereiches ausgelobt, auf dem sich in den letzten Jahren der Zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) befand. Die Flächen grenzen östlich an die Innenstadt, Der Entwurf des ersten Preisträgers des Wettbewerbs sieht die Anlage eines Hafenbeckens mit drei um das Becken gruppierten Gebäuden vor. Die Gebäude haben Grundflächen von ca. 870 qm („Stadthaus"), 580 qm („Hafenhäuser"), 380 qm („Bootshaus") und sollen drei Geschosse erhalten.

ENTWURFSKONZEPT – STÄDTEBAULICHE IDEE

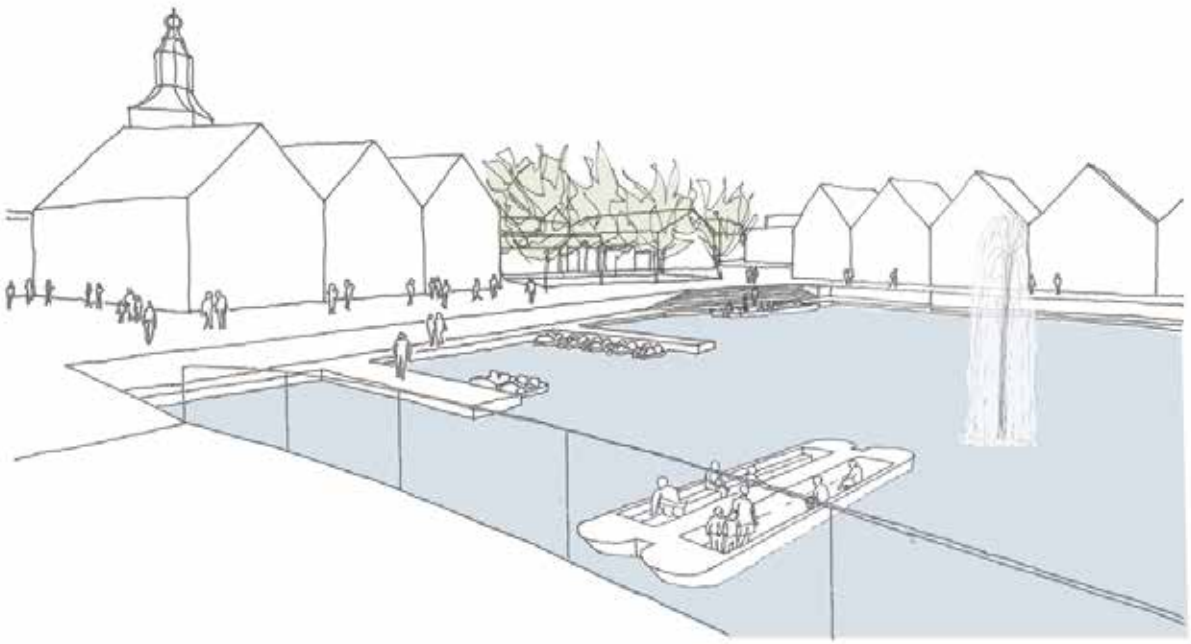
Die Ausgangsfrage war: „Wie kann man Nordhorns Innenstadt langfristig stärken und in der gesamten Breite für Besucher und Bewohner attraktiver machen?"

Die Vechte soll in der Wasserstadt Nordhorn erlebbarer gemacht und der innerstädtische Uferbereich als öffentlicher Raum mit hoher Aufenthaltsqualität entlang des Wassers weiterentwickelt werden. Mit dem neu gestalteten Marktplatz und dem neuen Stadthafen entsteht eine übergeordnete städtebauliche Uferpromenade, die sich vom Schweinemarkt bis zum Vechtesee erstreckt. Als Ausgangs- und Zielpunkt für Besuche in die Nordhorner Innenstadt wird mit dem neuen Stadthafen ein städtebauliches Angebot geschaffen, welches keine Konkurrenzsituation für Handel und Gewerbe auf der Innenstadtinsel kreiert, sondern diese besser in die Bewegungsströme der Besucher einbindet und damit deutlich aufwertet.

Derzeit wird die Innenstadt vor allem in der Achse der Hauptstraße wahrgenommen und besucht. In Zukunft werden Bewohner und Besucher Nordhorns auch am historischen Hafen entlang flanieren, in Cafés und Restaurants am Hafen verweilen oder öffentliche Angebote wie Liegewiesen, Bouleplätze, Sitzstufen am Wasser und Spielplätze nutzen. Der neue Stadthafen lädt zum Verweilen, Wohnen und Bootsfahren ein.

Um den Stadthafen herum entstehen neue Gebäude, in denen der VVV untergebracht werden könnte, sowie ausreichend Platz für Gastronomie und Wohnen am Wasser geschaffen wird.

Durch das neue Quartier am Wasser mit seiner schönen Uferpromenade und den öffentlichen Plätzen wird die gesamte Innenstadt östlich der Hauptstraße aufgewertet und in den Fokus von Besuchern und Bewohnern Nordhorns gerückt.



MARKTPLATZ

Der Marktplatz soll zu einem schönen, großen, öffentlichen Platz aufgewertet werden. Ein Ort, an dem man sich gerne aufhält und der für viele verschiedene Nutzungen geeignet ist. Man liegt auf der Wiese, schaut aufs Wasser, spielt Boule oder trinkt einen Kaffee, während die Kinder auf dem nahe gelegenen Spielplatz toben oder auf dem autofreien Platz Fahrrad fahren. Der Platz ist zugleich Marktplatz und Veranstaltungsort.

Der Platz erhält an der Südseite ein neues große Gebäude mit einer öffentlichen Nutzung und an der Lingener Torbrücke ein kleines Brückenhaus. Durch diese Bebauung erfährt der Platz eine neue räumliche Fassung und inhaltliche Aufwertung. In dem Brückenhaus lädt ein Café zum Auftakt in die Innenstadt ein und bildet so eine Verbindung zwischen Uferpromenade und Hauptstraße. Vor dem „Stadthaus" auf der gegenüberliegenden Seite kann die Café-Terrasse mit dem bestehenden Höhenunterschied von ca. 60 cm als Bühne für Veranstaltungen genutzt werden.

Der historische Hafen wird in seiner ursprünglichen Größe wieder hergestellt, so dass Anlegeplätze für weitere Schiffe entstehen. Denkbar wäre zum Beispiel ein Gastronomieschiff. Die Uferkante wird durch behutsame Eingriffe zu einer Hafenpromenade ausgebaut mit einer Spiel- und Liegewiese. Dabei sollen die Höhenbarrieren zum Marktplatz weitgehend abgebaut werden, damit der Wasserbezug auch auf dem Marktplatz erlebbar wird. Der tiefer gelegte Parkplatzbereich wird aufgelöst und die Platzfläche ebenerdig vergrößert, um eine bessere Flexibilität in der Nutzung zu erreichen. Durch die Vergrößerung des Platzes können auch die Marktstände neu organisiert werden, so dass diese sich, anders als bisher, zur Stadt und dem Wasser hin öffnen.

STADTHAFEN

Der neue Stadthafen lädt zum Flanieren und Verweilen ein und wird zum ansprechenden Anziehungspunkt in der Nordhorner Innenstadt. Für Besucher der Stadt wird der Stadthafen mit seinem Informations- und Freizeitangebot künftig auch der Ausgangs- und Zielpunkt sein. Über eine Haltestelle für Busse in der Morsstiege kommt man über den von Blumen eingerahmten Vorplatz in das neue Quartier mit dem Hafenbecken und den prägnanten Hafenhäusern. Von hier aus hat man bereits einen schönen Blick auf die Silhouette der Nordhorner Innenstadt.

In dem zentralen Gebäude zwischen Marktplatz und Hafenbecken sind als erster Anlaufpunkt der VVV und ein Café untergebracht. Im OG könnten die verschiedenen Standorte der Musikschule unter einem Dach zusammengeführt werden. Unter dem „Bootshaus" südlich des Hafenbeckens können die Ausflugsboote witterungsgeschützt gewartet und bestückt werden. Über dem Bootshaus und in dem Gebäuderiegel entlang der östlichen Hafenkante sind schöne Wohnungen oder eine Hotelnutzung denkbar.

In dem großzügigen Hafenbecken mit einer Wasserfontäne könnten weit mehr als die geforderten Ausflugsboote untergebracht werden, so dass auch eine mögliche Weiterentwicklung langfristig abgedeckt wäre. Darüber hinaus entsteht ein deutlicher Mehrwert für die Innenstadt. Durch die Bebauung entlang der Hafenkanten entsteht in der Wasserstadt Nordhorn ein lebendiges Quartier mit Leben, Wohnen und Arbeiten am Wasser.

MOBILITÄT

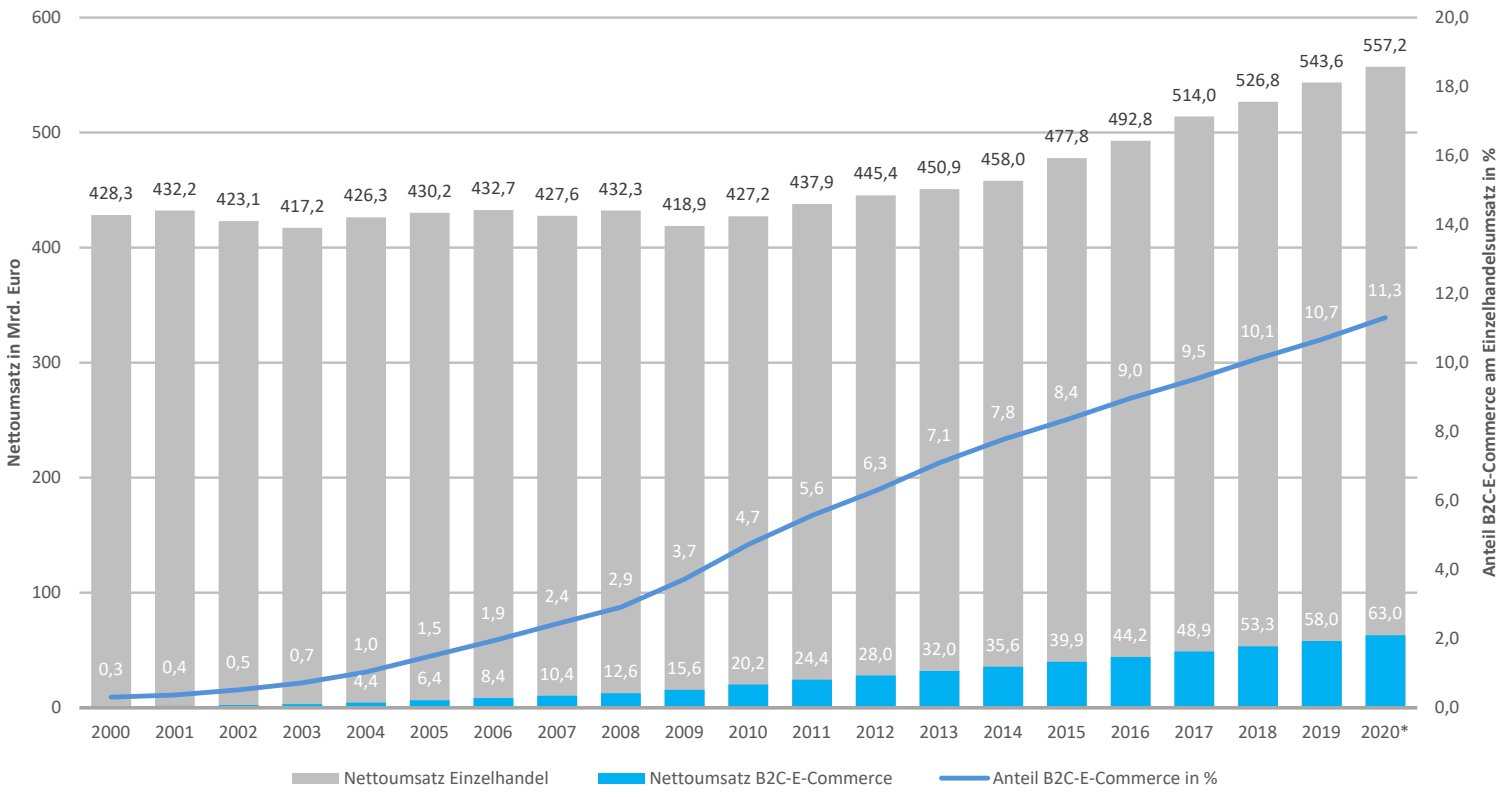
ÖPNV: Entlang der Seeuferstraße sind neue Bushaltestellen für Linien- und Reisebusse geplant.

Fahrrad: Das neue Quartier wird Start- und Endpunkt des regionalen Hauptradwegenetztes werden. Sowohl für Radreisende als auch für Anwohner aus Nordhorn wird das Quartier ein wichtiger Zugangspunkt in die Innenstadt sein. Es werden zahlreiche Abstellmöglichkeiten für Fahrräder zur Verfügung gestellt. Für Radreisende sind gesicherte Stellplätze angedacht. Der Fahrradverleih könnte an diesem Standort im Zusammenhang mit dem VVV deutlich sichtbarer präsentiert werden.

Boote: Das Hafenbecken wird Start- und Zielpunkt für Ausflüge auf dem Wasser z.B durch die Innenstadt und zum Tierpark. Neben den größeren Ausflugsbooten des VVV könnten auch Individualboote, zum Beispiel mit Elektroantrieb, vermietet werden. Es besteht die Möglichkeit, die Boote unterhalb des Bootshauses witterungsgeschützt zu parken.

Platz zum Ankommen: Durch den räumlich gefassten Platz entsteht eine sympathische Eingangssituation für Besucher und Kunden, um sich zu Versammeln, zu Orientieren und Informationen einzuholen. Durch neu gepflanzte Bäume und durch Sitzbänke mit Aussicht auf das Hafenbecken und die Innenstadt, entsteht eine hohe Aufenthaltsqualität.

Entwicklung des E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz in Deutschland



Nutzungskonzept für den Einzelhandel

Welche Aufgaben bzw. Nutzungen kann der Stadthafen für die Ergänzung/Stärkung der Innenstadt wahrnehmen?

GESELLSCHAFTLICHE WANDLUNGSPROZESSE

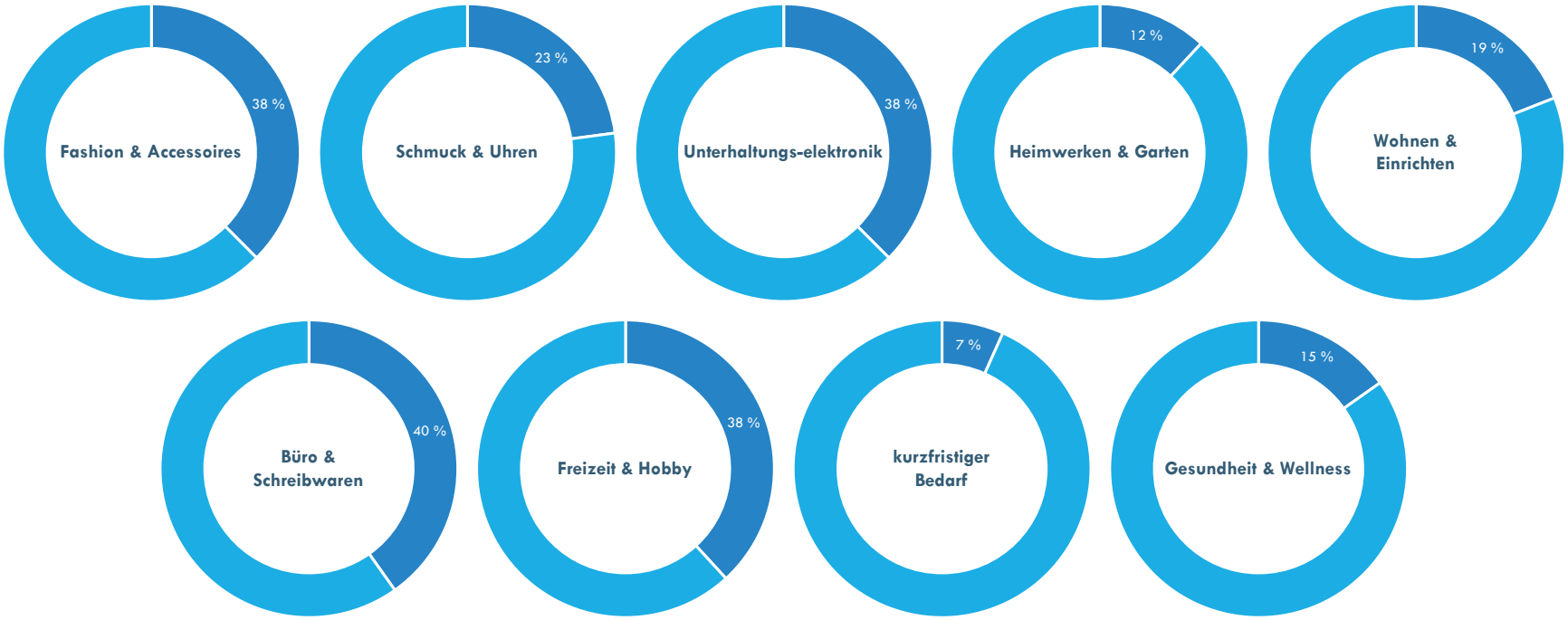
Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert beigemessen.

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird weniger und durchschnittlich älter. 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).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel 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 wichtige Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als „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 Lebensmitteln 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 Großstadtregionen betreffen.

.

Online-HandelAnteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2025 (Prognose)

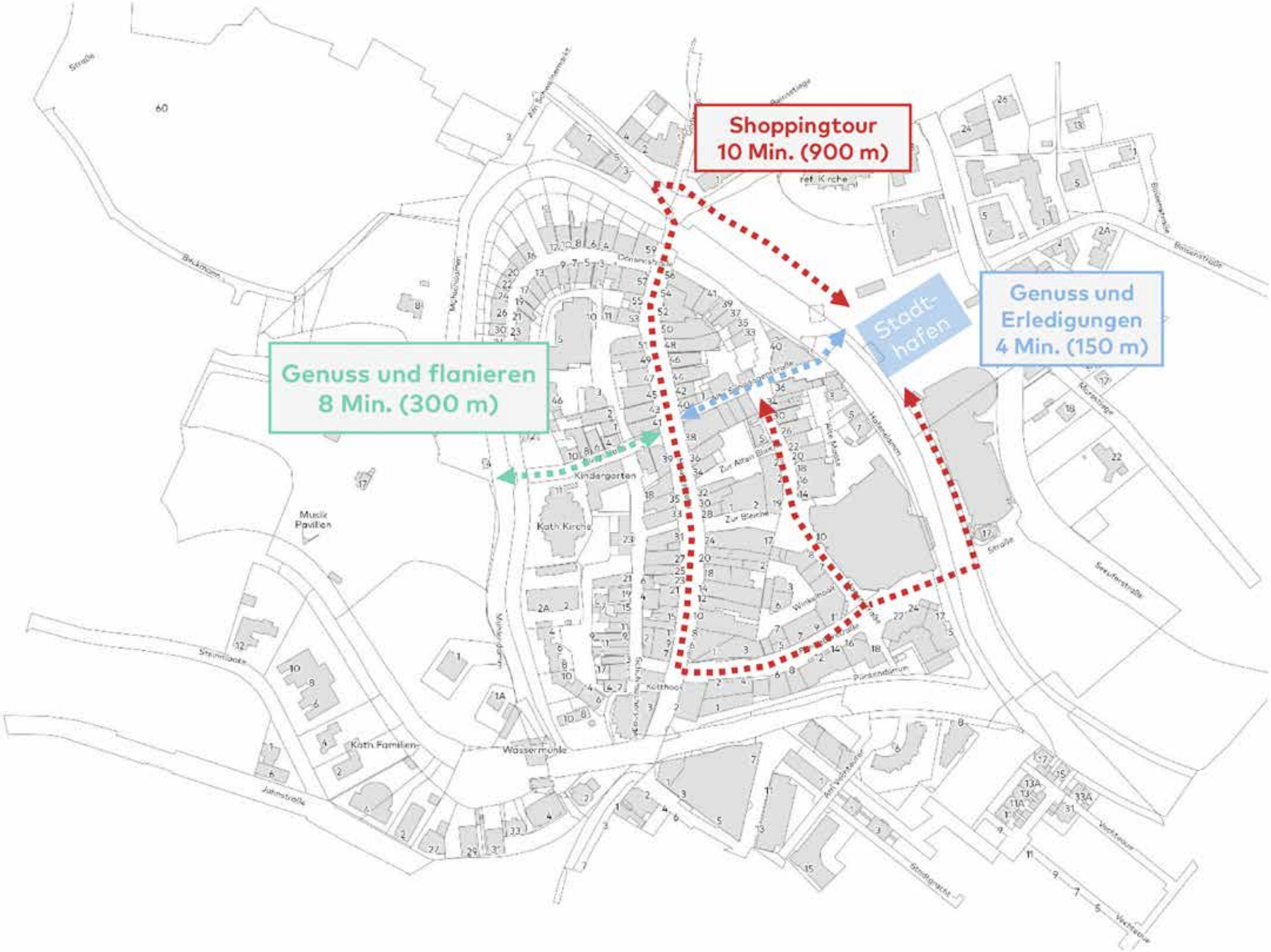


TRENDS IM EINZELHANDEL

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich. Sortimentsspezifisch sind allerdings große Unterschiede festzustellen. Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen. Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

Hinsichtlich der Bedeutung des E-Commerce sind zwischen den einzelnen Warengruppen große Unterschiede zu verzeichnen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen und weisen bereits heute signifikante Marktanteile auf. In anderen (insbesondere kurzfristigen) Warengruppen des täglichen Bedarfs (u. a. Nahrungs- und Genussmittel) vollzieht sich die Steigerung der Online-Einkäufe hingegen auf einem deutlich niedrigeren Niveau und wird zukünftig maßgeblich vom Markteintritt entsprechender Akteure abhängen. Auch der Online-Handel hat die Service- und Erlebnisorientierung der Verbraucher erkannt und versucht in den letzten „stationären Tugenden", Beratung, Service und Erlebnis, mittels telefonischer Stilberatung (z. B. Outfittery), Same-Hour-Delivery (z. B. Amazon Prime Now) und stationären Showrooms in Großstädten (z. B. Zalando) zu punkten. Die Corona-Pandemie und damit verbundenen „Lock-Down-Maßnahmen" haben den Trend zum Online-Shopping allerdings insgesamt deutlich verstärkt.

Discountorientierung: Fachgeschäfte verlieren zunehmend ihre Funktion als Leitbetriebe in kleineren bis mittleren Städten. Stattdessen stellen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör) zunehmend prägende Magnetbetriebe dar.


Shoppingtour
10 Min. (900 m)
Genuss und Erledigungen
4 Min. (150 m)
Stadt-
hafen
Genuss und flanieren
8 Min. (300 m)
ref. Kirche
Kindergarten
Kath. Kirche
Musik
Pavillon
Kath. Familien
Wassermühle

ZIELGRUPPEN FÜR DEN STADTHAFEN

Der Stadthafen schließt direkt an die östlich gelegene Wohnsiedlung an. Der Stadthafen kann Freizeitbedürfnisse der Bewohnerschaft abdecken. Durch eine mögliche Verlagerung des VVV an den Stadthafen wird dieser zur Destination für Besucher und Touristen. Touristische Potenziale und Angebote können hier verortet werden.

Der Stadthafen ist in wenigen Minuten (2 – 5 Min.) von den Einkauflagen Hauptstraße, Ring-Center und Vechte Arkaden zu erreichen. Der Stadthafen kann einen Ruheanker zum „Trubel" der Haupteinkaufslagen darstellen und somit den Aufenthalt in der Innenstadt verlängern.

FAZIT

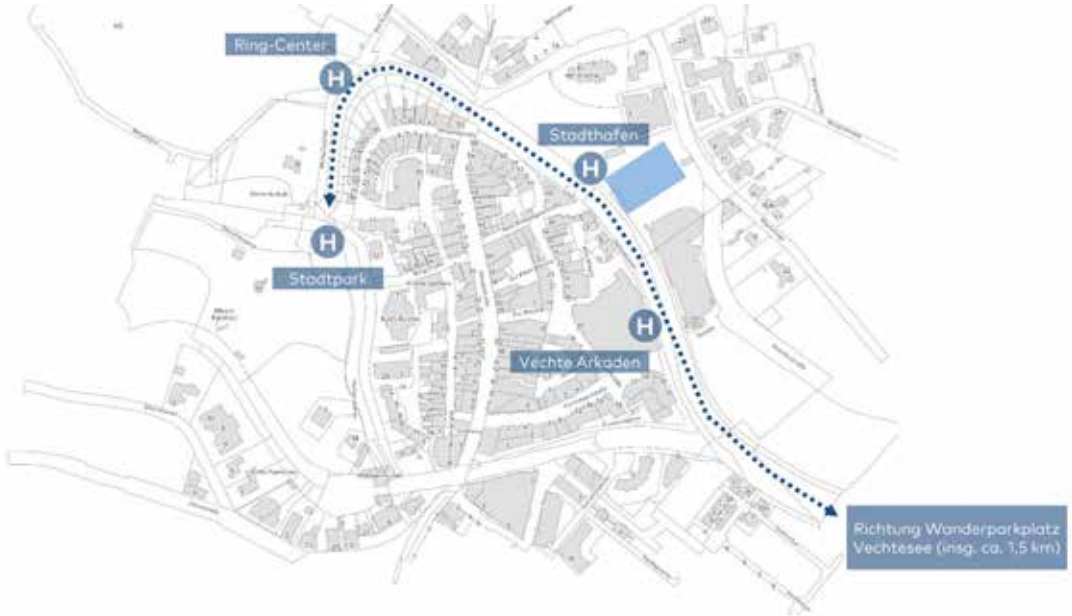
Für den Bereich des geplanten Stadthafens liegen unterschiedliche Zielgruppenansprüche vor. Hieraus sollte eine multifunktionale Ausrichtung aus Freizeit, Gastronomie, Einkaufen und Dienstleistungen folgen.

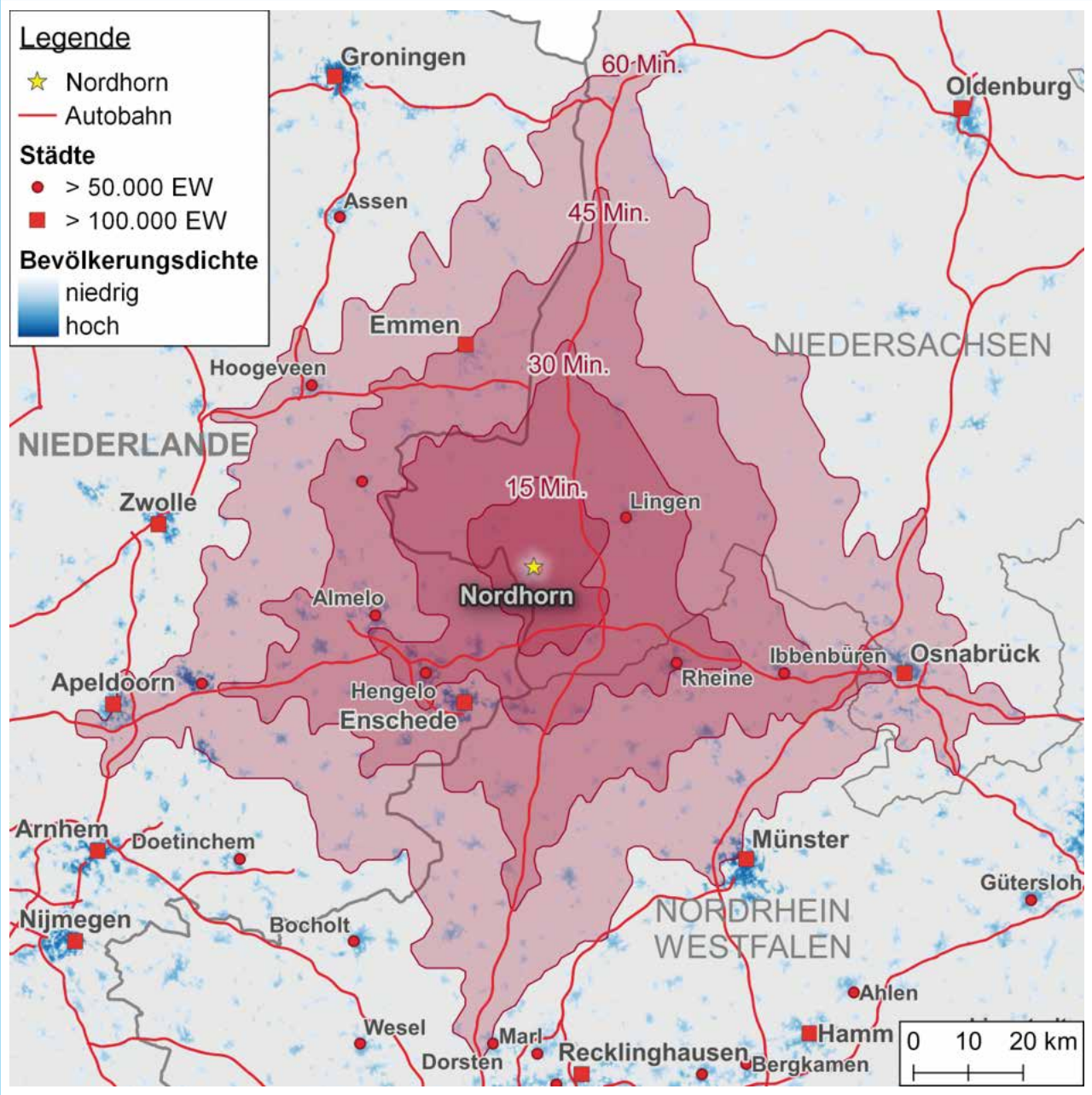
Es gibt ein hohes Gastronomiepotenzial aus Perspektive der örtlichen Voraussetzungen (Atmosphäre, Lage am Wasser, Nähe zur Hauptlage, Erreichbarkeit und Freisitzflächenpotenzial) sowie im Vergleich mit Good-Practice-Beispielen. Zielgruppenspezifische Nischenangebote des Einzelhandels können das Angebotsportfolio am Stadthafen jedoch sinnvoll ergänzen.

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie sind zum jetzigen Zeitpunkt in diesem Zusammenhang noch nicht absehbar. Der Stadthafen kann „Ausgangs- und Ankommens-Ort" sowie Treffpunkt für einen „Kurzurlaub" in der Innenstadt werden.

MÖGLICHE ERREICHBARKEIT ÜBER DAS WASSER

Die Innenstadt kann auch vom Wasser erreicht werden (Potenziale für Hop-on-Hop-off-Fähre als touristisches Highlight: Bequem, nachhaltig und barrierefrei). Der Stadthafen kann Ausgangspunkt eines Innenstadtbesuchs sein. Weitere touristische Angebote können über das Wasser verbunden werden (z. B. Tierpark).





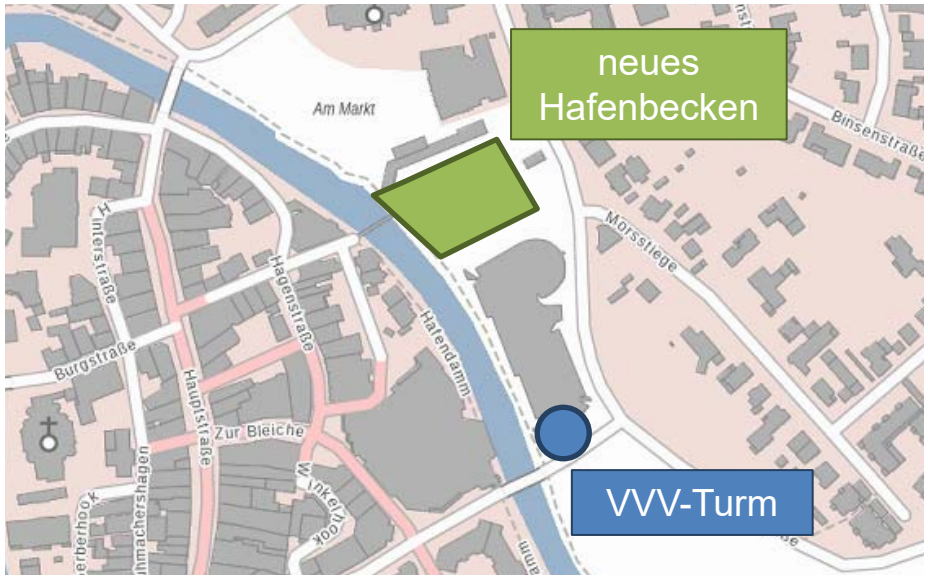
Im Einzugsgebiet von 15 Minuten befinden sich 106.912 Einwohner, bei 30 Minuten sind es ingesamt 608.940, bei 45 Minuten 1.656.968 und bei 60 Minuten 3.220.138 (Stand 5/2021)

Touristische Untersuchung

Konzeptentwicklung VVV Stadt- und Citymarketing Nordhorn

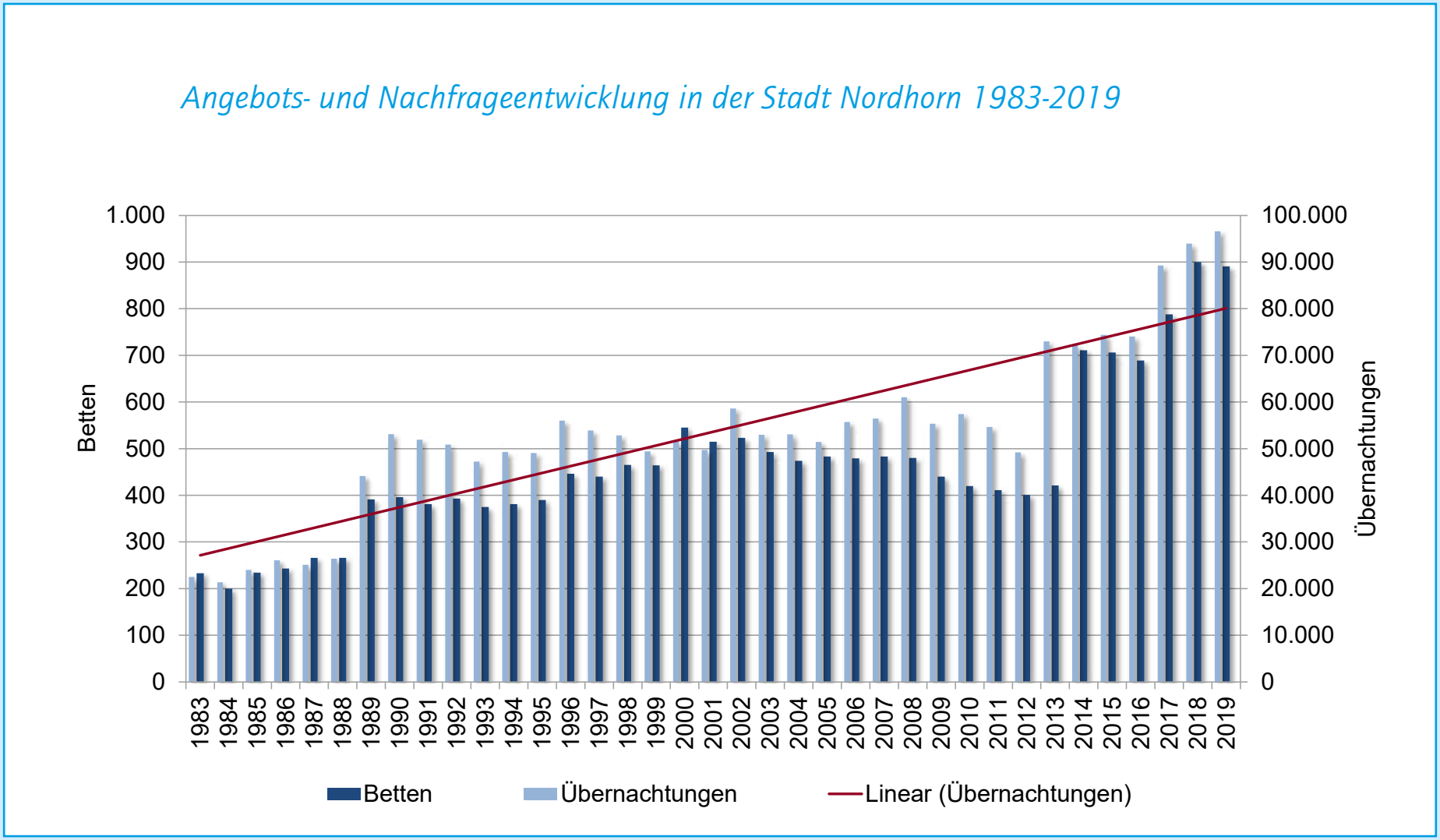
Der VVV-Stadt- und Citymarketing Nordhorn e.V., der primär Aufgaben zur Förderung der Stadt Nordhorn als attraktiver Tourismus- sowie Wirtschaftsstandort wahrnimmt, hat seinen Standort derzeit rund 200 m südlich des neuen Hafenbeckens, an der Vechte gelegen. Die Aufgaben des VVV und deren Erfüllung sollen künftig optimiert und gegebenenfalls erweitert werden. Dazu besteht im Rahmen der Entwicklung der Fläche die Option eines Umzugs des VVV in den Bereich des neuen Hafenbeckens.

Die Erfassung, Darstellung und Bewertung der verschiedenen Faktoren touristischer Attraktivität in Nordhorn dient als Ausgangspunkt für alle nachfolgenden Überlegungen.



Sechs Faktoren bestimmen zusammen die Attraktivität eines städte-, kultur- und aktivtouristischen Reise- und Ausflugsziels, wie der Stadt Nordhorn. Die gute Erreichbarkeit und verkehrliche Erschließung schaffen die Grundvoraussetzung für eine umfassende Abschöpfung des vorhandenen Nachfragepotenzials:

- gute MIV-Anbindung: A31 (Nord-Süd), A30 (Ost-West)
- Bahnhof Nordhorn (RB 56), Bad Bentheim (IC > Amsterdam/Berlin)
- Flughafen Münster/Osnabrück (etwa 75 km)
- Mobilität vor Ort: lokales und grenzüberschreitendes Busnetz
- gut ausgebautes Radwegenetz


Angebots- und Nachfrageentwicklung in der Stadt Nordhorn 1983-2019
Betten
Übernachtungen
1.000
900
800
700
600
500
400
300
200
100
0
100.000
90.000
80.000
70.000
60.000
50.000
40.000
30.000
20.000
10.000
0
1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019
Betten
Übernachtungen
Linear (Übernachtungen)

ANGEBOT UND NACHFRAGE

Die Bedeutung des Tourismus ist in der ehemaligen Textilstadt Nordhorn seit den 1980er-Jahren kontinuierlich gestiegen. Im Jahr 2019 konnten fast 100.000 Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben verzeichnet werden. Dies entspricht einer Vervierfachung der Übernach-tungsnachfrage in den vergangenen rund 30 Jahren.

Die Monate Juni und August waren im Jahr 2019 die Monate mit der höchsten Übernachtungsnachfrage. Die Monate Januar und Februar verzeichneten mit jeweils rund 5.000 Übernachtungen weniger als die Hälfte der Übernachtungen. Die Saisonalität der Nachfrage ist damit stärker ausgeprägt als in anderen Städten im Umfeld (u. a. Lingen, Meppen, Bad Bentheim). Dies ist ein Indikator für einen höheren Anteil an Urlaubern unter den Gästen, und analog dazu einem geringeren Anteil Geschäftsreisender und Kurgäste.

Nordhorn positioniert sich touristisch über die Themen Wasser, Radfahren und Einkaufen. In der Kategorie der Städte mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern ist Nordhorn die fahrradfreundlichste Stadt Deutschlands und bietet auch seinen Gästen ein attraktives und überregionales touristisches Radwegenetz. Verschiedene wassersporttouristische Angebote und das Rundfahrtangebot des VVV ergänzen die aktivtouristische Angebotspalette und bieten in Kombination eine überregionale Alleinstellung. Insbesondere im Shoppingtourismus profitiert Nordhorn von einem grenzüberschreitenden Einzugsgebiet und seiner guten verkehrlichen Anbindung. Aufgrund seiner attraktiven Innenstadt mit Fußgängerzone und zentraler Einkaufsstraße sowie weiteren innenstadtnahen Einkaufsmöglichkeiten vermarktet sich Nordhorn neben der „Wasserstadt“ auch als „Einkaufsstadt“.

Die weitestgehend ursprünglich erhaltene Innenstadt mit ihrer Insellage, die nach wie vor erlebbare Geschichte Nordhorns als Textilstadt und ein vielfältiges Museumsangebot schaffen in der Kernstadt ergänzende städte- und kulturtouristische Reiseanlässe. Mit dem Tierpark verfügt Nordhorn zudem über eine überregional bekannte und vor allem tagestouristisch relevante Ankerattraktion mit rund 470.000 Besuchen pro Jahr.

TRENDS

Der moderne Gast erwartet in erster Linie ein breites Spektrum an kostenlosen Services und Basiseinrichtungen. Sanitäranlagen halten beispielsweise 63 % der Besucher für unverzichtbar. Dennoch steigen mit zusätzlich entstehenden Angeboten auch die Erwartungen der Gäste. In Tourist-Informationen wird nicht mehr nur nach dem Weg und Öffnungszeiten gefragt oder die Zimmerbuchung übernommen, vielmehr sind sie heute multifunktionale Service-Center, in denen analoge und digitale Angebote gleichermaßen bereitgestellt und miteinander vernetzt werden.

Die Tourist-Information der Zukunft ist nicht nur ein Ort der Information, sondern ein Ort

- der Inspiration
- der Interaktion
- der Teilhabe
- der Begegnung
- des emotionalen Markenkontakts
- der Zugehörigkeit und
- Information.

Analyse Ausgangssituation I SWOT-Profil

Stärken	Schwächen
Nordhorn	**Nordhorn**
✓ Ankerattraktion Tierpark (ca. 500.000 Besucher p.a.) ✓ grenzüberschreitendes Einzugsgebiet ✓ gut ausgebautes, attraktives touristisches Wegenetz (Rad, Wasser) ✓ Profilierung als Wasserstadt → regionaler USP ✓ gute Erreichbarkeit in wachsender Tourismusregion ✓ attraktive, lebendige Innenstadt ✓ wachsende Bedeutung als Ausflugs- und Reiseziel	× wachsendes, noch schwach ausgeprägtes Tourismusbewusstsein × geringer Bekanntheitsgrad × Verbindung Tierpark – Innenstadt × geringe Angebotstiefe und -breite in Beherbergung × starker Fokus auf Tagestourismus mit hoher Saisonalität × Nutzungsrestriktionen Wasserwege/-flächen × geringe Vernetzung der Angebote
VVV-Stadt- und Citymarketing Nordhorn e.V.	**VVV-Stadt- und Citymarketing Nordhorn e.V.**
✓ vielfältiges und zielgruppenorientiertes Angebotsspektrum → hohe Nachfrage, gerade im Gruppen- und Ticketinggeschäft ✓ gutes Veranstaltungsangebot ✓ hohe betriebswirtschaftliche Orientierung/Vertriebsorientierung ("Profit-Center"), hohe Refinanzierungsquote ✓ zentraler Standort (Wasser / Zugang Innenstadt) mit umfangreichem Stellplatzangebot ✓ räumliche Nähe Front- und Back-Office unter einem Dach ✓ Vernetzung von fast 400 Mitgliedern	× beengte, in Teilen veraltete und nicht erweiterbare Räumlichkeiten × im Front-Office → fehlende Größe und Willkommensatmosphäre × im Back Office → wenig Flexibilität / Synergie Front-/Back-Office × unzureichende Barrierefreiheit und Serviceangebote (WC, Schließfächer etc.) × hohe Pflege-/Instandhaltungskosten für Boote × Trennung von Bootsbetrieb und Point of Sale × geringe Sichtbarkeit und Bekanntheit Fahrradverleih

Die Tourist-Information wird dadurch zur Markenerlebniswelt und zum Flagshipstore einer Destination. Viele Touristen verfügen heute bereits beim Betreten einer Tourist-Information durch eigene Recherchen vorab über umfangreiche Informationen und sind auf der Suche nach ergänzendem, speziellerem Wissen. Dadurch wachsen die Ansprüche an Inspiration, Geheimtipps und konkrete Anregungen und damit an das Personal. Der persönliche Kontakt und das damit verbundene Vertrauen zu den Mitarbeitern ist das wesentliche Alleinstellungsmerkmal einer Tourist-Information.

FAZIT

Aktivtouristische Angebote im städtischen Umfeld boomen nicht erst seit Ausbruch der Corona-Pandemie. Es ist viel mehr davon auszugehen, dass zusätzliche Potenziale in diesen Themenfeldern in den kommenden Jahren sukzessive erschlossen werden, Qualitätsansprüche steigen und der Wettbewerb sich zunehmend intensiviert.

Die Tourist-Information als Repräsentanz der Stadt Nordhorn und zentrale Anlaufstelle für ihre Gäste muss mit dieser Entwicklung Schritt halten und den neuen Anforderungen gerecht werden.

SWOT-PROFIL

Der Tierpark ist die herausragende Ankerattraktion Nordhorns. Allerdings ist die Anbindung des Tierparks an die Innenstadt aus touristischer Sicht noch nicht ausreichend attraktiv, sodass Potenziale noch nicht vollständig ausgeschöpft werden können. Dabei verfügt Nordhorn über ein attraktives und in weiten Teilen gut ausgebautes touristisches Wegenetz an Land und zu Wasser und kann sich vor allem über die Wasserwege im regionalen Wettbewerb mit hoher Alleinstellung positionieren. Durch seine Lage in der Grafschaft Bentheim profitiert Nordhorn von einem grenzüberschreitenden Tagesausflugsverkehr in einem wachsenden touristischen Markt. Jedoch fehlt es den Akteuren und Bewohnern z. T. noch an einem entsprechend ausgeprägten Tourismusbewusstsein.

Die größte Stärke des VVV ist seine hohe betriebswirtschaftliche Orientierung und das damit verbundene Angebotsportfolio, welches über das einer „typischen" Tourist-Information hinausgeht. Aufgrund der derzeitigen räumlichen Gegebenheiten stößt der VVV inzwischen an die Grenzen seiner Entwicklung und wird in der Ausschöpfung seiner Möglichkeiten eingeschränkt.

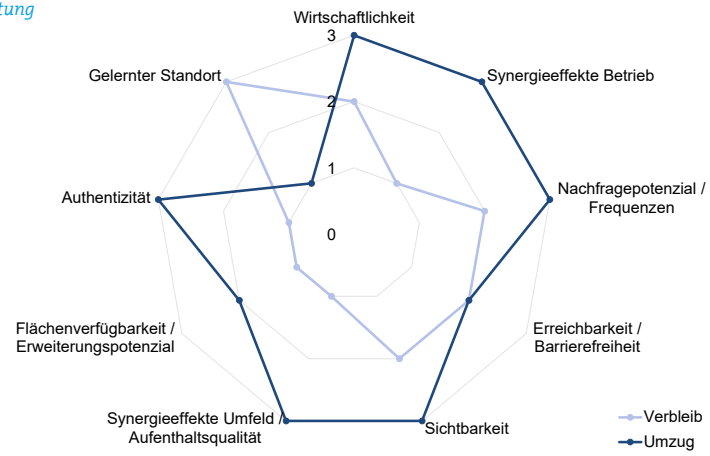
Die aktuellen städtebaulichen Entwicklungen bieten die Chance, diese Situation grundlegend zu verändern. Der VVV bekäme dadurch die Möglichkeit, dem steigenden Wettbewerb und weiteren Herausforderungen im Tourismus mit einem modernen, kundenfreundlichen Auftritt und zusätzlichen attraktiven Angeboten in boomenden Themenfeldern zu begegnen.

Die Themenfelder Wasser und Rad bieten dazu aus gutachterlicher Sicht und unter Berücksichtigung der vorangegangenen Analysen die größten Potenziale. Neben einer Erweiterung des touristischen Angebots sowie einer möglichen Optimierung der Wirtschaftlichkeit des VVV bieten diese Geschäftsfelder auch die Gelegenheit, die vorhandenen touristischen Attraktionen, und insbesondere den Tierpark, besser mit der Innenstadt zu verknüpfen.

Zur Ausschöpfung der themenspezifischen Potenziale bedarf es einer attraktiven Tourist-Information als erste Anlaufstelle für künftige Gäste und Point of Sale. Diese kann u. a. durch eine Ausweitung des Shop-Angebots zusätzliche eigene Ertragsquellen erschließen.

VVV Nordhorn
ERLEBE DIE WASSERSTADT
TOURISTINFORMATION
VVV NORDHORN
NORDHORN GUTSCHEIN
KARTENVORVERKAUF
17

Abb.: Kriterienbasierte Bewertung beider Konzeptvarianten (1 = schwach ausgeprägt bis 3 = stark ausgeprägt)



KONZEPTENTWICKLUNG

Ziel ist es, ein zeitgemäßes Welcome Center für die Stadt Nordhorn zu schaffen, das zum Ort der Inspiration und Interaktion für Gäste und Bewohner wird.

Neben der Möglichkeit zur Erweiterung des vorhandenen Angebotsportfolios bietet ein Umzug des VVV auch die Chance, bestehende räumliche und organisatorische Einheiten aufzulösen und diese künftig neu zu definieren. Dies betrifft insbesondere die räumlich-funktionale Ausgestaltung einer zeitgemäßen Tourist-Information sowie die Beziehung zwischen Front- und Back-Office und somit die Organisation des Betriebs der Tourist-Information.

Ein Verbleib des VVV an seinem derzeitigen Standort im VVV-Turm an der Firnhaber Straße begrenzt aufgrund seiner Lage und räumlichen sowie baulichen Gegebenheiten die Möglichkeiten zur Erweiterung des Angebotsportfolios und zur Neugestaltung der Tourist-Information.

Die geringe Flächengröße und eingeschränkten Sicht- und Wegeachsen im Front-Office verhindern das Entstehen einer Willkommensatmosphäre und erschweren eine ungezwungene persönliche Interaktion der Gäste und Berater.

Ein Umzug des VVV an einen neuen Standort im künftigen Stadthafen eröffnet nicht nur im Angebotsportfolio, sondern auch in der räumlich-funktionalen Gestaltung von Front- und Back-Office-Bereichen neue Möglichkeiten.

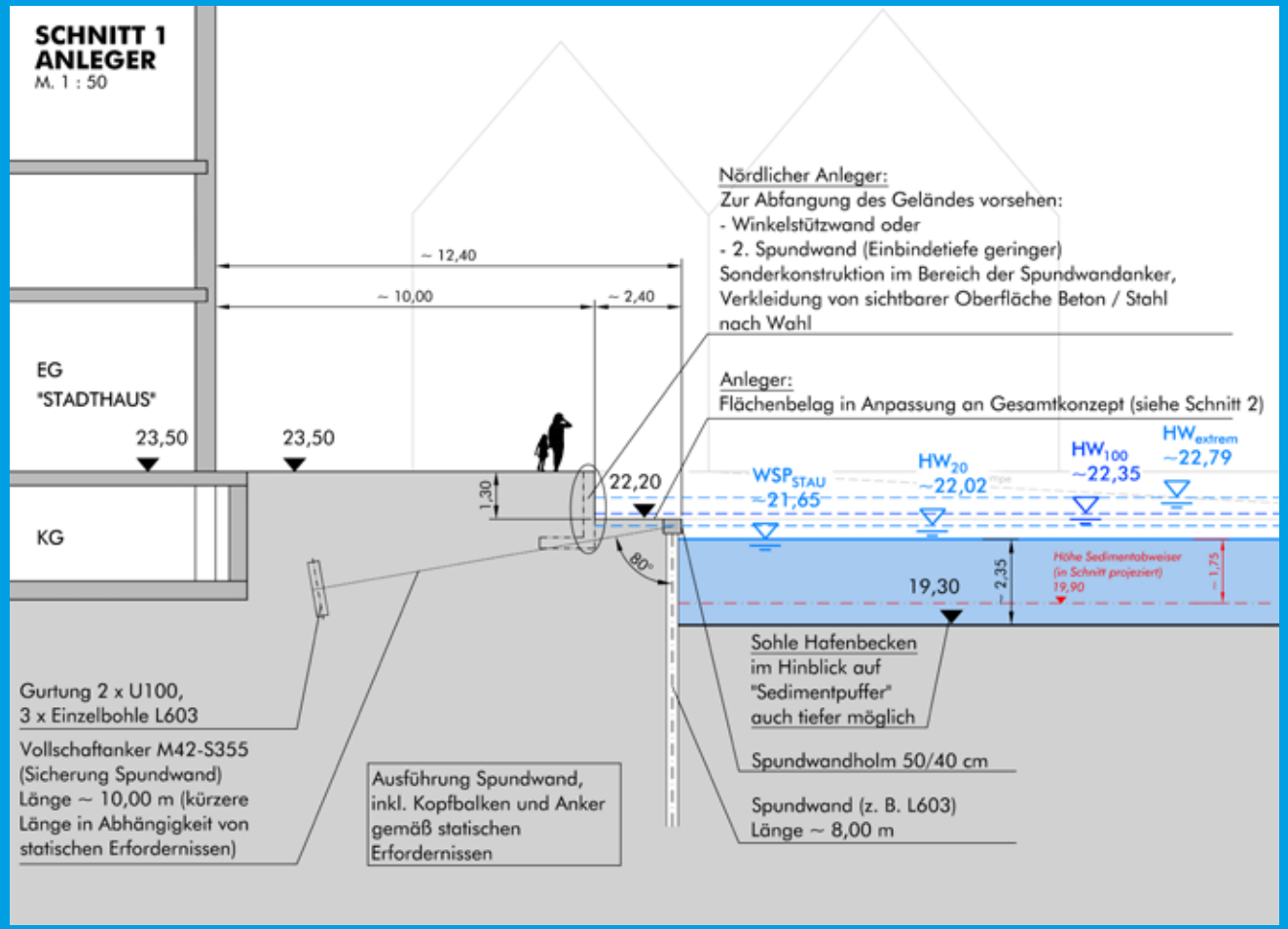
Eine direkte räumliche Verbindung von Front- und Back-Office schafft zusätzliche Synergien und erhöht die Effektivität des eingesetzten Personals, insbesondere außerhalb der Stoßzeiten. Die räumliche Nähe sowie die bestehenden Sichtachsen zwischen Point of Sale und dem Liegeplatz der Boote (Ort des Konsums) erleichtern nicht nur den „Verkauf" der Vechterundfahrten, sondern im Sinne einer Prozessoptimierung auch deren Organisation und Abwicklung

EMPFEHLUNG UND AUSBLICK

Gemäß der vorangegangenen gutachterlichen Einschätzung der Konzeptvarianten wird die Variante eines Umzugs des VVV an den neuen Standort im Stadthafen zur Weiterverfolgung empfohlen. Die bei nahezu allen relevanten Kriterien auftretenden Vorteile dieser Variante gegenüber der eines Verbleibs am jetzigen Standort machen diese zur Vorzugsvariante.

Die Vermarktung sowie der Vertrieb der Angebote und Leistungen muss in enger Abstimmung mit den regionalen Tourismusorganisationen in der Grafschaft Bentheim und der Reiseregion sowie den lokalen Leistungsträgern erfolgen. Vor diesem Hintergrund wird die Erstellung eines Tourismuskonzeptes für die Stadt Nordhorn sowie eine Fortschreibung des kreisweiten Tourismuskonzeptes empfohlen, die sich jeweils in die landesweiten touristischen Strategien eingliedern. Davon profitiert neben der Stadt Nordhorn auch maßgeblich der VVV als touristische Repräsentanz der Stadt.

Ein Umzug des VVV an den neuen Standort im Hafen schafft hierfür eine langfristige, zeitgemäße und authentische Grundlage und trägt maßgeblich zur Attraktivitätssteigerung der Stadt Nordhorn als Reiseziel bei.


SCHNITT 1
ANLEGER
M. 1 : 50
~ 12,40
~ 10,00
~ 2,40
EG
"STADTHAUS"
23,50
23,50
KG
1,30
22,20
80°
Nördlicher Anleger:
Zur Abfangung des Geländes vorsehen:
- Winkelstützwand oder
- 2. Spundwand (Einbindetiefe geringer)
Sonderkonstruktion im Bereich der Spundwandanker,
Verkleidung von sichtbarer Oberfläche Beton / Stahl
nach Wahl
Anleger:
Flächenbelag in Anpassung an Gesamtkonzept (siehe Schnitt 2)
WSP STAU
~21,65
HW 20
~22,02
HW 100
~22,35
HW extrem
~22,79
19,30
~ 2,35
Höhe Sedimentabweiser
(in Schnitt projeziert)
19,90
~ 1,75
Sohle Hafenbecken
im Hinblick auf
"Sedimentpuffer"
auch tiefer möglich
Spundwandholm 50/40 cm
Spundwand (z. B. L603)
Länge ~ 8,00 m
Gurtung 2 x U100,
3 x Einzelbohle L603
Vollschaftanker M42-S355
(Sicherung Spundwand)
Länge ~ 10,00 m (kürzere
Länge in Abhängigkeit von
statischen Erfordernissen)
Ausführung Spundwand,
inkl. Kopfbalken und Anker
gemäß statischen
Erfordernissen

Wasserwirtschaftliche Untersuchung

Hydraulik und Geometrie des Hafenbeckens

WASSERWIRTSCHAFTLICHE UNTERSUCHUNG

Die wasserwirtschaftliche Untersuchung erfolgt auf Grundlage des bereitgestellten städtebaulichen Entwurfs, im Folgenden auch „Bestand" genannt. Der Umfang der wasserwirtschaftlichen Untersuchung umfasst die folgenden, teilweise untereinander verknüpften, Themen:

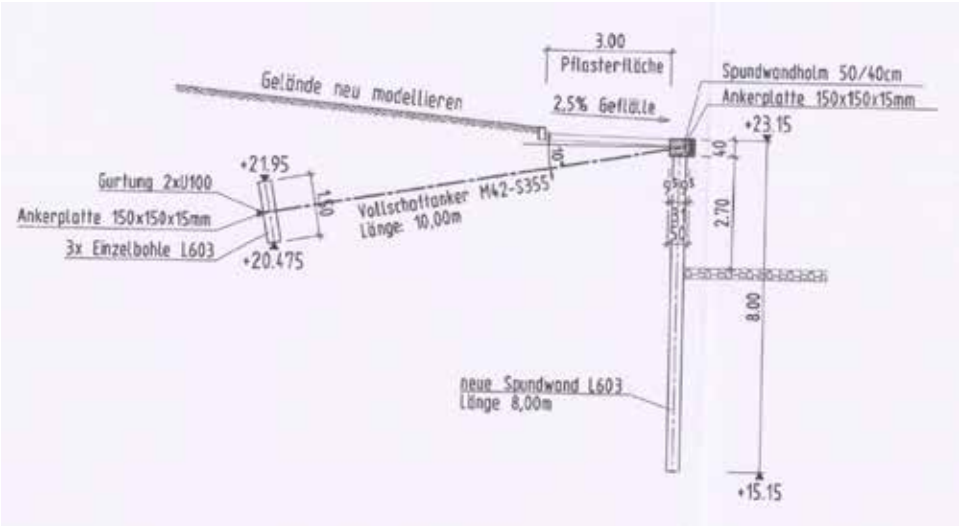
- Konzeption der möglichen Ausführung der Spundwand (Tiefe, Rückverankerung, Trasse)
- Hydraulische Modellierung der Hafenzufahrt bzw. Optimierung im Hinblick auf möglichen
- Sedimenteintrag
- Sedimententnahme

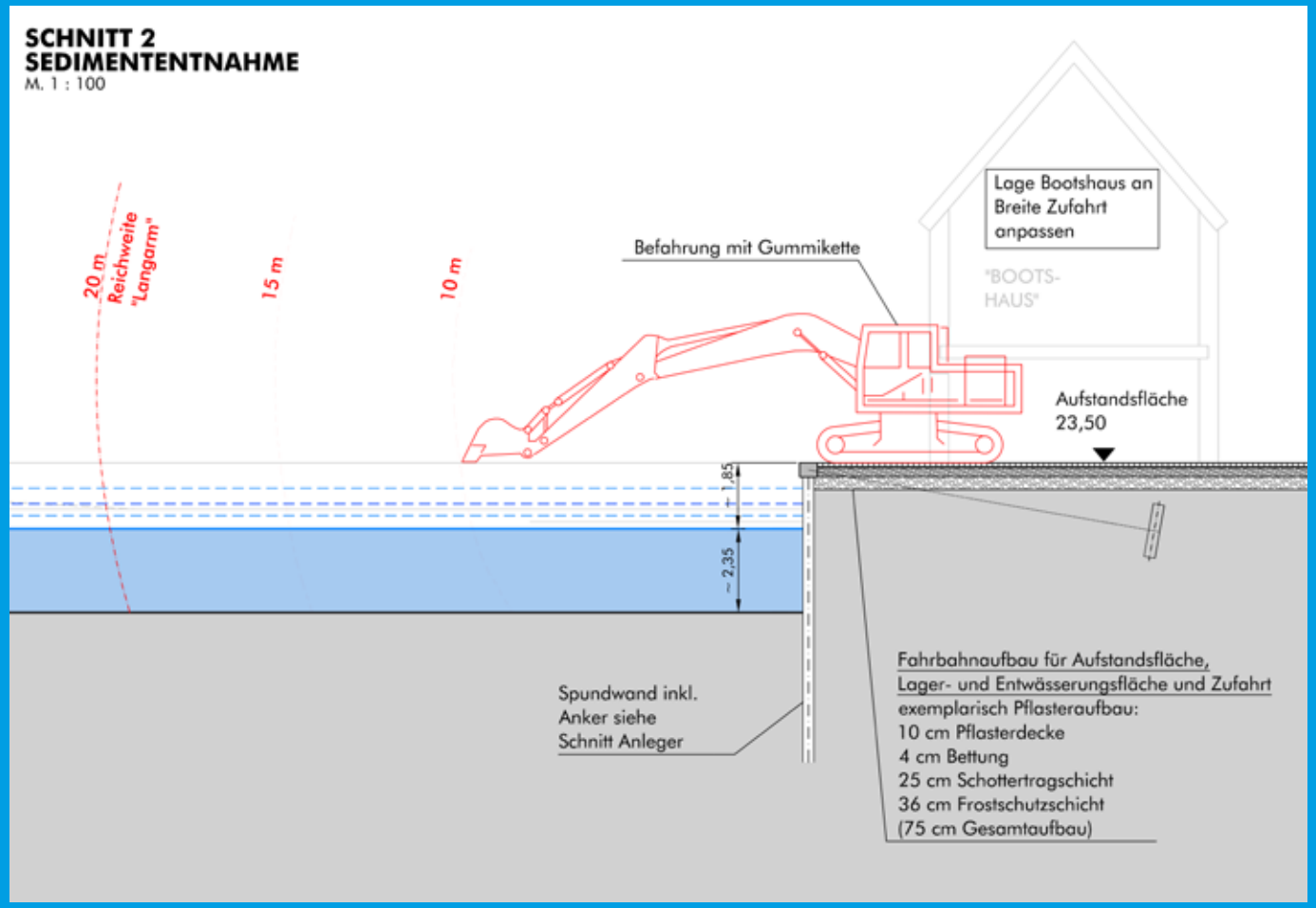
Die Schnittstelle zur Gesamtplanung ist dabei die „Umrandung" der Spundwand, die als Bearbeitungsgrenze für die Flächenkonzeption zurückgespiegelt wird..

KONZEPTION MÖGLICHE AUSFÜHRUNG SPUNDWAND

Aufgrund des zu erwartenden Untergrundes und der Höhe über der Hafensohle wird hier empfohlen, die Hafenmauer in Spundwandbauweise zu erstellen. Die Spundwand ist rückverankert, um die Einbindelänge zu minimieren. Als Muster dient dabei der Bauwerksplan, der zur Erstellung des in unmittelbarer Nähe befindlichen Anlegers der „Jantje" erstellt wurde, da die wasserwirtschaftlichen Randbedingungen identisch sind.

Konstruktion Spundwand



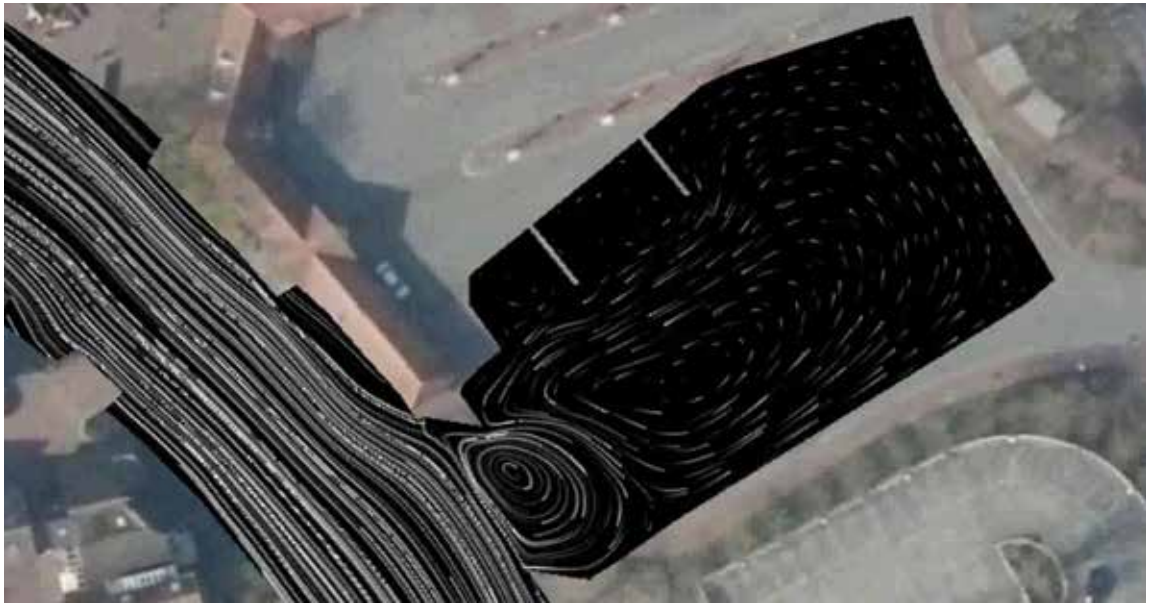

SCHNITT 2
SEDIMENTENTNAHME
M. 1 : 100
20 m
Reichweite "Langarm"
15 m
10 m
Befahrung mit Gummikette
Lage Bootshaus an Breite Zufahrt anpassen
"BOOTS-HAUS"
Aufstandsfläche 23,50
1,85
~ 2,35
Spundwand inkl. Anker siehe Schnitt Anleger
Fahrbahnaufbau für Aufstandsfläche, Lager- und Entwässerungsfläche und Zufahrt
exemplarisch Pflasteraufbau:
10 cm Pflasterdecke
4 cm Bettung
25 cm Schottertragschicht
36 cm Frostschutzschicht
(75 cm Gesamtaufbau)

STRÖMUNGSSIMULATION

Im Zuge der Machbarkeitsstudie wurden die Strömungen, welche im Anschlussbereich des zukünftigen Hafenbeckens und der bestehenden Fließverzweigungen im Maßnahmenbereich vorliegen, berechnet. Durch Bewertung der Fließgeschwindigkeitsvektoren wurden so Rückschlüsse auf die Sedimentbewegungen gezogen und der Einlaufbereich dahingehend optimiert. Die Betrachtung zielte darauf ab, den Anfall von Sediment zu bewerten, welcher zu Einschränkung in der touristischen Schifffahrt führen könnte. Durch eine Optimierung der Molenwände im Einfahrtsbereich und des Einbaus einer Grundschwelle kann der Sedimentationsschwerpunkt auf den vorderen Hafenbereich zentriert und ein Anfall minimiert werden.

SEDIMENTENTNAHME

Da trotz Optimierung des zukünftigen Hafenbeckens eine gewisse Sedimentablagerung unvermeidlich ist wird empfohlen im südlichen Bereich des Hafenbeckens eine Aufstandsfläche zu konzipieren, die eine wirtschaftliche Sedimentbewirtschaftung ermöglicht.



Strömungssimulation Hafenbecken

Quellenangaben

ENTWURFSKONZEPT – STÄDTEBAULICHE IDEE

ARGE
Architekturbüro Jan Lindschulte, Nordhorn
www.lindschulte.eu
Beike + Herrmann Architekten, Nordhorn
www.beike-herrmann.de

NUTZUNGSKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDEL

Stadt und Handel Beckmann und Föhrer
Stadtplaner PartGmbB, Dortmund
www.stadt-handel.de

TOURISTISCHE UNTERSUCHUNG

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, Köln
www.ift-consulting.de

WASSERWIRTSCHAFTLICHE UNTERSUCHUNG

Sönnichsen und Weinert Ingenieurgesellschaft
für Wasserbau und Wasserwirtschaft mbH, Minden
www.soe-ing.de

BILDQUELLEN

Seiten 1, 4, 6, 7, 8, 9, 10:
Architekturbüro Jan Lindschulte, Nordhorn

Seiten 2, 11 oben, 13:
Stadt Nordhon

Seite 5, 11 unten:
Grafschaft Bentheim Tourismus

Seiten 15, 16, 17:
Stadt und Handel Beckmann und Föhrer
Stadtplaner PartGmbB, Dortmund

Seiten 18, 19:
ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, Köln

Seite 24:
VVV-Stadt- und Citymarketing Nordhorn e.V.

Seiten 26, 27, 28, 29:
Sönnichsen und Weinert Ingenieurgesellschaft
für Wasserbau und Wasserwirtschaft mbH, Minden

Seite 30:
Adobe Stock, Bild 144644025

WEITERE INFORMATIONEN

Stadt Nordhorn
Amt für Stadtentwicklung
Bahnhofstr. 24 / 48529 Nordhorn
E-Mail: info@nordhorn.de
www.nordhorn.de

Nordhorn
Wasserstadt