



Zukunft Langenhorner Markt

2. Werkstatt

Montag, 23. Februar 2009
Ev.-Luth. Pfarramt Langenhorn Eirene
Willerstwiete 13A
22415 Hamburg

Protokoll

konsalt
Gesellschaft für Stadt- und Regional-
analysen und Projektentwicklung mbH

 Büro Düsterhöft
Architektur und Stadtplanung

Tel. 040 -35 75 270

Im Auftrag des Bezirksamtes Hamburg-Nord, Fachamt für Stadt- und
Landschaftsplanung

Inhalt

1	Begrüßung	3
2	Rückblick auf das Verfahren und Ziele des Verfahrens	4
3	Vorstellung der bisherigen Planungsansätze	5
3.1	Standortmarketing	5
3.2	Planungsansätze für Teilbereiche und Verkehrliche Maßnahmen	6
4	Arbeitsgruppen	7
4.1	Arbeitsgruppe 1: Marketing und Kommunikation	7
4.2	Arbeitsgruppe 2: Planungsansätze für das Gebiet	10
4.3	Arbeitsgruppe 3: Planungsansätze für das Gebiet	11
5	Votum zu verschiedenen Vorschlägen	13
6	Weiteres Vorgehen (Zeitplan), Hinweise und Informationen	15
7	Anlagen:	16
7.1	Tagesordnung	16
7.2	Liste der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den Arbeitsgruppen	17

1 Begrüßung

Herr Zauner (Ev.-Luth. Pfarramt Langenhorn Eirene, Kirchenvorstand) als Gastgeber des Abends begrüßt die anwesenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Herr Boltres (Bezirksamt Hamburg-Nord, Leiter Fachamt Stadt- und Landschaftsplanung) als Auftraggeber bedankt sich bei Herrn Zauner für die Bereitstellung der Räumlichkeiten. Zudem begrüßt auch er die Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Anschließend geht Herr Boltres auf die Umsetzung und Finanzierung des Maßnahmenkonzepts ein: Der Langenhorner Markt wurde bereits für das Bund-Länderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ angemeldet. Im Anschluss an dieses Verfahren kann auf Basis des Maßnahmenkonzeptes eine Bereitstellung von Mitteln beantragt werden. Diese neue Stadterneuerungssäule hat eine Laufzeit von mehreren Jahren. Zum Thema Hertie betont Herr Boltres, dass die Verwaltung keinen Einfluss auf die Schließung der Filiale hat und nur eingeschränkte Möglichkeiten über eine Nachnutzung mitzubestimmen. Diese sollen aber voll ausgeschöpft werden.

Frau Bonacker begrüßt als Moderatorin die anwesenden Teilnehmer und stellt den Ablauf der 2. Zukunftswerkstatt Langenhorner Markt vor.

Sie verweist zudem auf die speziell für das Verfahren eingerichtete Website, die den aktuellen Stand des Verfahrens, die erarbeiteten Planungsansätze und Protokolle wiedergibt, auf der aber auch eigene Kommentare abgegeben werden können und motiviert die Beteiligten, die Seite zu besuchen: www.zukunft-langenhornermarkt.de



Abbildung 1 Blick ins Plenum / Herr Boltres begrüßt (Quelle: konsalt GmbH 2009)

2 Rückblick auf das Verfahren und Ziele des Verfahrens

In einem kurzen Vortrag erläutert Frau Bonacker das bisherige Vorgehen: Das Bezirksamt Hamburg Nord hat die konsalt Gesellschaft für Stadt- und Regionalanalysen und Projektentwicklung mbH und das Büro Düsterhöft mit der Erstellung eines Gutachtens und Maßnahmenkonzeptes zum Langenhorner Markt beauftragt. Für eine verkehrliche Beratung steht LK Argus Stadt- und Verkehrsplanung bereit. Ziel: Ein Handlungs- und Maßnahmenkonzept für die weitere Entwicklung des Standortes Langenhorner Markt unter Einbindung der lokalen Akteure mit den Aspekten: Gestaltung, Sicherheit, Orientierung, Sauberkeit, Aufenthaltsqualität, Marketing.

Nach detaillierter Bestandsaufnahme des Gebietes wurden unter intensiver Beteiligung unterschiedlichster Akteure (Kundenbefragung; Expertenrunden mit Einzelhändlern, Verkehrsexperten, Marktbeschickern und Grundeigentümern; Mobiler Workshop und die 1. Werkstatt Zukunft Langenhorner Markt) erste Ideen und Maßnahmevorschläge erarbeitet. Diese wurden dann von den Gutachtern weiterentwickelt und werden nun in der 2. Werkstatt vorgestellt. In den Arbeitsgruppen werden die Maßnahmevorschläge noch einmal weiterentwickelt und Prioritäten gesetzt. Zudem gibt es die Möglichkeit neue Ideen einzubringen.

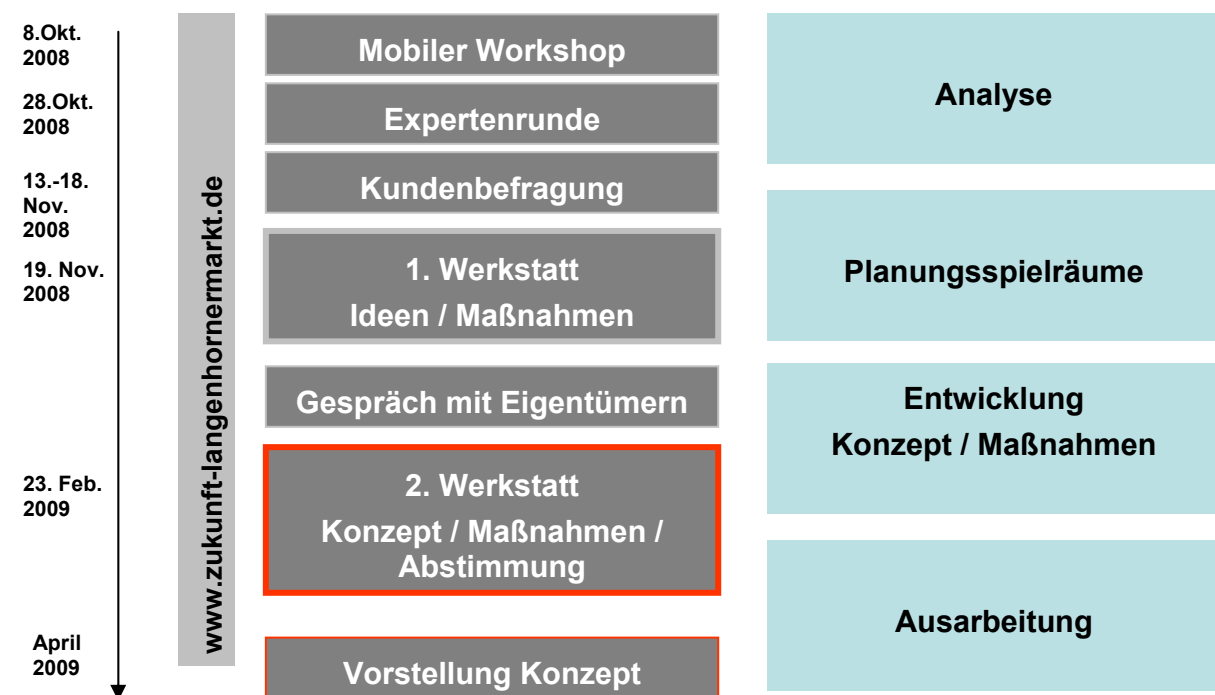


Abbildung 2 Ablauf des Verfahrens

3 Vorstellung der bisherigen Planungsansätze

3.1 Standortmarketing

Margit Bonacker (konsalt GmbH) erläutert die im Rahmen des Verfahrens erarbeiteten Planungsansätze zum Handlungsfeld Standortmarketing:

Marketing

- Umfassendes Kommunikations- und Marketingkonzept
- Gemeinsame Dachmarke (neuer Name), „cooperate Identity“ für den gesamten Standort

Kooperation

- Wiederbelebung einer gemeinsamen Runde: Marktleute, IG Langenhorn, EKZ, Hertie, Krohnstieg-Center, Anlieger der Tangstedter Landstraße, Grundeigentümer
- Entwicklung einer formellen Kooperationsstruktur: Quartiersmanagement, BID,...

Angebot

- Neue Angebote und Ergänzungen im Branchenmix: Elektrofachmarkt, Möbel, Textil-Markengeschäfte, Fast-Food, ...
- „Verjüngung“ des Zentrums, das Angebot für Kinder und Jugendliche stärken
- Belegung in den Abendstunden durch Gastronomie und Kulturnutzungen, vor allem auf der Marktfläche
- Umgestaltung des Bürgerhauses, intensivere Nutzung, stärkere Verankerung im Stadtteil
- Magnetfunktion Hertie und/oder Langenhorner Loch



Abbildung 3 Frau Düsterhöft und Frau Bonacker referieren (Quelle: konsalt GmbH 2009)

3.2 Planungsansätze für Teilbereiche und Verkehrliche Maßnahmen

Hinweis: Ein genauere Darstellung der räumlichen Planungsansätze in Plänen finden Sie unter: www.zukunft-langenhornermarkt.de/ Material und Fotos

Frau Düsterhöft (Büro Düsterhöft - Architektur und Stadtplanung) erläutert die im Rahmen des Verfahrens erarbeiteten Planungsansätze, untergliedert in folgende Teilbereiche:

Langenhorner Markt und umgebende Bauwerke

- Charakter als „Durststrecke“ zwischen Bahnhof und Einkaufszentrum aufheben, durch: Stärkung der Aufenthaltsqualität (Bänke, Marktcafé, Kultur, Skulptur)
- Bänke und Beleuchtung: Mit den Marktbesuchern wurden verschiedene Varianten der Bankpositionierung und Beleuchtungselementen diskutiert und verschiedene Varianten erstellt
- Ein Dach über den Marktplatz als gemeinsames Erkennungszeichen und verbindendes Element, die Umsetzung denkbar als Energiedach mit Solaranlage. Frau Düsterhöft stellt die einzelnen Dachvarianten vor: Nordseite oder Südseite, bzw. über den ganzen Marktplatz („Markthalle“), Problem: Nutzung außerhalb der Markttage
- Anordnung der umgebenden Bebauung, verschiedene Varianten, Beispiel: „Bramfelder Regal“

U-Bahnhof Nordseite, Bereich vor Hertie

- Wichtiges Thema: Barrierefreiheit, Treppe als Problem, Idee der Rampe zw. Marktplatz und Ring 3, Überweg ebenerdig
- Fahrradstellplätze konzentrieren, Löcher schließen, Dachkonstruktion

Bahnhofsvorplatz Süd

- U-Bahnhofsvorplatz umgestalten, Übersichtlichkeit, Stellplätze reduziert, Tunneleingang ansprechender gestalten
- Tunnel: Beleuchtungskonzept, Innenwände gestalten
- Taxenstellplätze und Bushaltestelle tauschen um einen Durchgang vom Bahnhof direkt zur Bushaltestelle zu erreichen
- Randbebauung Kioske:
Variante Abriss - Fahrradabstelleinheit und Nutzungen in das Hauptgebäude mit Ausrichtung zum Bahnhofsvorplatz;
Variante Renovierung: Neue attraktivere Nutzung, Gastronomie

Ehemaliger Post-Standort („Langenhorner Loch“)

Riegelbebauung 5-geschossig, bis Rossmann, Gebäude ist prägnanter Ort am Ring 3, wichtig für die Identifikation des Langenhorner Zentrums, Durchgang Bürgerhaus, Krohnstiegcenter, Wohnbebauung mit Stadthäusern im hinteren Bereich

Südliche Tangstedter Landstraße

- Dorfweiher: Attraktive Randnutzung z.B. mit Gastronomieterrasse, Spielplatz, bessere Eingangssituation schaffen, den Park besser in die Umgebung integrieren (verschiedene Varianten)

Gedanken zu Hertie

- Wohnen, Einkaufszentrum, Passage

Verkehrliche Maßnahmen

- Zusätzlicher Überweg über den Krohnstieg (Ring 3)
- Verkehrsberuhigter Geschäftsbereich in der Tangstedter Landstraße

anschl. Pause + Imbiss

4 Arbeitsgruppen

Es werden zwei Arbeitsgruppen mit den Schwerpunkten Gestaltung, Aufenthaltsqualität, Orientierung, Anbindungen, Nutzung, Sauberkeit, Sicherheit des Langenhorner Marktes (Themenschwerpunkt: Planungsansätze für das Gebiet) gebildet.

Eine dritte Arbeitsgruppe beschäftigt sich mit dem Thema Marketing und Kommunikation sowie mit der Außendarstellung des Langenhorner Marktes (Themenschwerpunkt: Standortmarketing).

In den Arbeitsgruppen werden sowohl gestalterische als auch strukturelle-diskursive Ansätze für die Stärkung des Zentrums erarbeitet. Die von der Auftraggebergemeinschaft erarbeiteten Maßnahmenvorschläge und Planungsansätze werden dabei weitgehend aufgenommen und im Detail verfeinert und konkretisiert.



Abbildung 4 Diskussion in den Arbeitsgruppen (Quelle: konsalt GmbH 2009)

4.1 Arbeitsgruppe 1: Marketing und Kommunikation

Teilnehmende: Siehe Liste „Teilnehmende AG 1“ im Anhang

Moderation: Margit Bonacker, konsalt GmbH

Die Arbeitsgruppe Marketing und Kommunikation beschäftigt sich mit der Fragestellung einer besseren Außenwirkung des Standortes Langenhorner Markt besser präsentieren könnte. Außerdem wurde ein einheitliches Angebotsprofil für den Langenhorner Markt diskutiert.

Die Arbeitsgruppe setzt sich zusammen aus Vertreterinnen und Vertretern von Politik, Anwohnern, Marktbesckickern, Einzelhändlern, Bürgerverein und Verwaltung.

Die Ergebnisse werden durch Margit Bonacker dem Plenum vorgestellt.

Ergebnisse:

Wie kann sich das Zentrum Langenhorner Markt präsentieren („Dachmarke“)?

Das Ziel ist, durch geeignete Maßnahmen den Langenhorner Markt als Zentrum zu stärken und damit Kaufkraft zu halten, das Image des Standortes zu fördern und ihn nach außen besser zu vermarkten. Hierzu wurden Instrumente und Maßnahmen genannt.

Die Teilnehmer der Arbeitsgruppe stimmen darin überein, dass das Zentrum Langenhorner Markt eine gemeinsame „Dachmarke“ erhalten sollte. Mit der Marke solle den Kunden ein deutliches Angebotsprofil vermittelt werden. Die Frage, welche vorrangige Funktion das Zentrum haben könnte, wird jedoch unterschiedlich beantwortet: Einige Teilnehmer glauben nicht, dass das Zentrum mit benachbarten, größeren Zentren konkurrieren könnte und sollte. So wird die Definition „Einkaufszentrum (EKZ)“ als „zu hoch angesetzt“ eher abgelehnt. Im Gegensatz dazu sehen die Teilnehmenden den Langenhorner Markt in all seinen Teilbereichen als Nahversorger mit einer gewissen „Gemütlichkeit, mit geeigneten Aufenthaltsqualitäten und kommerziellen wie nicht-kommerziellen Angeboten. Er soll als „Mitte“ des Stadtteils sowohl die Versorgung mit Gütern des täglichen und übergeordneten Bedarfs sichern als auch soziale und kulturelle Funktionen übernehmen, Treffpunkt sein und Events bieten. Eine besondere Bedeutung als „Image-Förderer“ für den Standort hat der

Wochenmarkt. Er hat eine wichtige Funktion für die als Nahversorgung, hat aber darüber hinaus auch Bedeutung als Treffpunkt und Kommunikationsforum für Anwohner.

Zur Erreichung eines deutlichen Profils muss die Vermarktung des Standortes nach „Außen“ (Präsentation in Richtung Konsumenten) und nach „Innen“ (Kommunikation der beteiligten Akteure wie Marktbesucher, andere Gewerbetreibende, Kunden) verbessert werden. Hierzu wurden Kommunikationsstrategien nach Außen wie ein gemeinsames Marketingkonzept, Logo und Werbeauftritt empfohlen, um das Image des Standortes zu verbessern und für den besseren Zusammenhalt der Akteure eine Infozeitung aber auch gemeinsame regelmäßige Treffen (z.B. „Marktrunde“; „Grundeigentümergegenseite“ aber auch die Einbeziehung der Wirtschaftsbehörde. Wichtig ist die Bereitschaft, zur Kooperation und die Einigkeit über das den Charakter und Aufgaben des Langenhorner Marktes als Zentrum. Wichtig ist in jedem Fall die Initiative des Akteure vor Ort, Einbeziehung der Wirtschaft neben den Mitteln der öffentlichen Hand, um das Zentrum zu beleben.

Die Teilnehmer der Arbeitsgruppe befürworteten eindeutig ein gemeinsames Standortprofil. Folgende Vorschläge wurden gemacht:

- Zentrum als Einheit
- Funktion als „Mitte“ betonen
- Nahversorgung“
- Nicht „EKZ“
- Wochenmarkt,
- Gemütlichkeit“
- „Langenhorner Forum“

Was braucht das Zentrum, um seine Attraktivität zu steigern („Angebote“)?

Wichtig wären neben einem ausgewogenen Nahversorgungsangebot auch besondere Anziehungspunkte wie z.B. ein attraktiver Filialist („Kaffeehauskette“), ein Eiscafé und bislang fehlende Angebote wie z.B. gehobene Textilien, Spielzeug, Kurzwaren, Haushaltswaren.

Da der Langenhorner Markt nicht nur als kommerzielles Zentrum gesehen, sondern auch als Kommunikationsort und Treffpunkt für Langenhorner gesehen wird, sollen Orte und Events geschaffen werden, die die Menschen anziehen und Identifikationspunkte bilden: In Übereinstimmung mit den Ergebnissen der anderen Arbeitsgruppen, die sich mit „Planungsansätzen für das Gebiet“ befassten, wurden auch in dieser Arbeitsgruppe konkrete bauliche Ideen wie z.B. ein Brunnen oder einen Skulptur auf dem Markt, ein gestalterisch verbesserter Bahnhofsvorplatz als „Visitenkarte“ für den Standort, aber auch Events wie z.B. Gastronomie in Verbindung mit kulturellen Veranstaltungen oder Events (z.B. Open-air-Kino auf dem Marktplatz). Großen Zuspruch fand die Idee eines Marktcafés.

Ein wichtiges Ergebnis der Arbeitsgruppe war die Erkenntnis, dass der Langenhorner Markt nicht nur für Kunden, sondern auch für neue Gewerbetreibende an Attraktivität gewinnen muss. Um dies zu erreichen muss - neben der gestalterischen Aufwertung und einem klaren Profil - auch über Strategien für die Ansiedlung neuer Geschäfte nachgedacht werden.

Als Übergeordnete Instrumente, die die Umsetzung der genannten Maßnahmen unterstützen sollen, wurde das Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ genannt, welches die Finanzierung sichern könnte oder „Programmaktive Stadtentwicklung“. Aber genannt wurden auch Maßnahmen, wie z.B. die Subventionierung der Gewerbemieten für Existenzgründer und Existenzgründerberatung. Zentrales Instrument ist die Einrichtung eines Quartiersmanagements.

Mögliche Instrumente und Maßnahmen

- Instrumente für die Kommunikation nach „Außen“:
 - Gemeinsame Imagekampagne für Langenhorner als Stadtteil insgesamt
 - Gemeinsames Marketingkonzept, Logo
 - Gemeinsamer Werbeauftritt
 - Orientierung verbessern
 - Gestalterische Anbindung schaffen
- Instrumente für die Kommunikation nach „Innen“:
 - Marktrunde
 - Grundeigentümerrunde
 - Wirtschaftsbehörde als Akteur einbeziehen
 - Kooperationsbereitschaft wecken
 - „Alle sollen an einem Strang ziehen“
- Schnittstelle „Innen“ und „Außen“:
 - Gemeinsame Zeitung
 - Beschilderung (z.B. Wegweiser Einzelhandel „Was bekomme ich wo?“)
- Ideen / Instrumente / Maßnahmen für die Umsetzung:
 - Anlässe schaffen / Orte schaffen
 - Events, Eventfläche Langenhorner Markt, z.B. open-air Kino
 - Gastronomie mit Veranstaltungen
 - Gestalterische Fix- bzw. Orientierungspunkte setzen
 - Brunnen / Kunstwerk auf dem Markt
 - „Visitenkarte“ Bahnhof Langenhorn
 - Gestalterische Anbindung schaffen zw. den Bereichen
 - Beschilderung zur Orientierung verbessern
- Angebot Langenhorner Markt
 - Angebot am Langenhorner Markt verbessern
 - Nahversorgung langfristig sichern
 - Mehr Angebote für Kinder und Ältere
 - Ein gehobenes Gastronomieangebot
 - Kaffeehauskette
 - Eiscafé
- Übergeordnete Instrumente
 - Leerstandsmanagement
 - Übergeordnete Instrumente
 - Programmaktive Stadtentwicklung
 - Existenzgründer-Beratung
 - Gewerbemieten subventionieren
 - Leerstandsmanagement
 - Programm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren
 - Quartiersmanagement



Abbildung 5 Stelltafel AG Kommunikation und Marketing (Quelle: konsalt GmbH 2009)

4.2 Arbeitsgruppe 2: Planungsansätze für das Gebiet

Teilnehmende: Siehe Liste „Teilnehmende AG 2“ im Anhang

Moderation: Bettina Bachmeier, konsalt GmbH

Die Arbeitsgruppe setzt sich zusammen aus Vertreterinnen und Vertretern von Politik, Anwohnern, Marktbeschickern, Polizei, Einzelhändlern, Bürgerverein, Verwaltung und Hochbahn.

Die Ergebnisse werden durch Oliver Panz dem Plenum vorgestellt.

Konsens:

- Zweigeschossiges Markt-Café an südlicher Zeile mit Gesicht zur Straße. In dem Gebäude soll es auch ein Büro für den Marktmeister geben und eine öffentliche Toilette untergebracht werden.
- Das Thema der Überdachung wurde ausgiebig diskutiert (Wie soll es aussehen? Wer finanziert es?). Am meisten fand die Idee einer Teilüberdachung (Regenschutz) Anklang. Hier ist aber eine genaue Detailplanung nötig. Wichtig ist vor allem, dass es durch das Dach keinen Lichtverlust geben darf.
- Die Bänke auf dem Platz sind gute Idee. Auch die Marktbeschicker sind damit einverstanden.
- Es muss ein hochwertiges Material für den Pflasterbelag verwendet werden (Druckbelastung durch die Marktstände)
- An Nicht-Markttagen muss ein Highlight geschaffen werden, z.B. Schachfelder (Mosaik).
- Herti: nur kurz diskutiert, da hier zurzeit kaum Informationen vorliegen.
 - Das Abstellen der Räder muss sicherer und besserer organisiert werden. Hier muss mehr Ordnung geschaffen werden, da es heute so ist, dass das Vorfeld des heutigen Kaufhauses Herti mit den Blumenrabatten und den Stellplätzen zu ungeordnet und wenig einladend ist. Der Krohnstieg wird vom Kaufhaus zu unangemessen trennt.
 - Hochbahn prüft, ob die Löcher zur U-Bahn Lüftungsschächte sind und somit notwendig sind.

- Bahnhofsvorplatz:
 - Das Treppenaufmaß zum Tunnel unterm Krohnstieg ist ungünstig und für gehbehinderte oder ältere Menschen schnell ermüdend. Hier ist eine freundliche und barrierefreie Umgestaltung notwendig
 - Die Personen, die sich zurzeit auf dem Bahnhofsvorplatz regelmäßig und dauerhaft aufhalten, können nicht einfach so „vertrieben“ werden, sonst verlagert man das Problem an eine andere Stelle. Hier müssen den Personen Alternativen aufgezeigt werden
- Tausch Bus- und Taxihaltstellen:
 - Die Frage ist, ob man dadurch eine bessere Übersicht schafft. Die Mehrheit der Gruppe hat sich dafür ausgesprochen, weil man dadurch direkter von der U-Bahn zum Bus gelangt
- Aufpflasterung der Kleinen Tangstedter Landstraße:
 - Kann gemacht werden, aber es muss durch Experten geprüft werden, ob das aufgrund des Verkehrsaufkommens überhaupt möglich ist. Die Maßnahme ist sinnvoll, um eine gewisse Aufenthaltsqualität zu schaffen und um die westliche Seite (Langenhorner Loch) mit Bahnhof und Bahnhofsvorplatz zu verbinden

Kontroverse

- Abriss Gebäudezeilen am Platz: Kann man das einfach so beschließen? Wem gehören Sie eigentlich? Würde der Besitzer das überhaupt mitmachen?
- Pkw-Stellplätze: Wegnahme ja/nein?

4.3 Arbeitsgruppe 3: Planungsansätze für das Gebiet

Teilnehmende: Siehe Liste „Teilnehmende AG 3“ im Anhang

Moderation: Bastian Schröder, konsalt GmbH

Die Arbeitsgruppe setzt sich zusammen aus Vertreterinnen und Vertretern von Politik, Anwohnern, Marktbeschickern, Polizei, Einzelhändlern, Grundeigentümern, Verwaltung und Hochbahn.

Die Arbeitsgruppe 3 beschäftigte sich im Schwerpunkt mit dem Langenhorner Marktplatz selbst, sowie einer möglichen Überdachung. Daneben wurde die Verknüpfung der Teilbereich als zentrales Thema benannt, daher kristallisierten sich Verkehrsfragen als wichtiger Diskussionspunkt heraus. Zudem war ein wichtiger Diskussionspunkt die Schließung von Hertie. Sorge war, ob es überhaupt sinnvoll ist weiter zu planen, da die dortige Entwicklung sehr entscheidend ist. Hier war Konsens, dass man unabhängig weitermachen muss. Ein neues Konzept bei Hertie muss sich zudem in den Standort einfügen.

Die Ergebnisse werden von Bastian Schröder im Plenum vorgestellt.

Konsens

- **Marktplatz:**
 - Die Gestaltung soll vor allem mit ebenerdigen Elementen durchgeführt werden
 - Wichtig ist hierbei ein neuer, hochwertiger und einheitlicher Bodenbelag
 - In den Boden eingelassene Lampen und Wasserspiele gliedern den Platz und dienen zugleich auch als Wegeführung
 - Wasserspiele mit in den Boden versenkten Düsen dienen im Sommer als Spielmöglichkeit für Kinder und können an Markttagen einfach abgeschaltet werden
 - Eine Möblierung mit Sitzgelegenheiten kann nur eingeschränkt erfolgen und soll mit der Technik kombiniert werden

- **Überdachung Marktplatz:**
 - Gesamtüberdachung wird verworfen – zu dunkel, zu aufwendig,
 - Teilüberdachung ist erwünscht
 - Technik für Markt soll in das Dach integriert werden
 - Eine Bespielung des Platzes z.B. mit einer mobilen Bühne sollte unter dem Dach stattfinden, „im Trockenen sitzen“

- **Verbindung der Teilbereiche**
 - Ein neuer Überweg über den Krohnstieg wird stark befürwortet, er kann gut den Überweg am Parkhaus Krohnstiegscenter ersetzen
 - Die Überprüfung der Ampelphasen (Signalberechnung) muss kurzfristig durchgeführt werden, da der Überweg eine wichtige Maßnahme für das Gesamtkonzept darstellt.
 - „Countdown-Ampeln“ an allen Überwegen
 - „Rampe ist Erlösung“ - Die barrierefreie Verbindung der Teilbereiche ist wichtiges Ziel, daher ist der Bau der Rampe eine zentrale Maßnahme
 - Ein Café über zwei Geschosse dient als „Markenzeichen!“ und Orientierungspunkt – wird auch von Centermanagement geteilt. Hier muss dann auch eine öffentliche Toilette integriert werden und das Marktmeisterhäuschen.

- **Bahnhofsvorplatz / Tangstedter Landstraße**
 - Die Gestaltung ist das zentrale Thema
 - -> Nachdenken über Parkplatzverlust ist erlaubt, trotz kritischer Haltung! Gilt für Bahnhofsvorplatz und südliche Tangstedter Landstraße
 - Keine Schließung der Tangstedter Landstraße, der Durchgangsverkehr ist wichtig für die Einzelhändler in der Südlichen Tangstedter Landstraße
 - Für die „unerwünschten Personen“ muss es eine Alternative geben, um den Platz gestalten zu können
 - Einen abgeschrägten Platz als Alternative überdenken?

Kontroverse

- Ein neuer Überweg wäre höher frequentiert als z.B. jetzt der jetzige Übergang am Parkhaus Krohnstiegcenter. Wie ist es um die Verkehrssicherheit bestimmt?
- Ein verkehrsberuhigter Geschäftsbereich ist notwendig um die Anbindung zu schaffen, er wird dennoch auch kritisch gesehen. Es bleibt das Trennsystem (kein Shared Space). Sorge ist, dass dort eine Verkehrsberuhigung zu Minderung des Durchgangsverkehrs kommt
- Wie kann man mit den Randgruppen am Bahnhofsvorplatz umgehen? Wie kann eine Alternative aussehen?
- Für einen Abriss der Ladenzeilen am Langenhorner Markt oder Verringerung der Flächen muss es schon eine wirklich sehr gute Ausgleichsfläche geben! Sonst ist das überhaupt nicht denkbar aus Eigentümersicht und Sicht des Centermanagements. Der Abriss wird auch aus Lärmschutz kritisch gesehen, dafür muss gesorgt sein (Es gibt technische Lösungen, Glaswand etc.).
- Verlagerung der Bushaltestelle muss auf Störung des Verkehrs überprüft werden

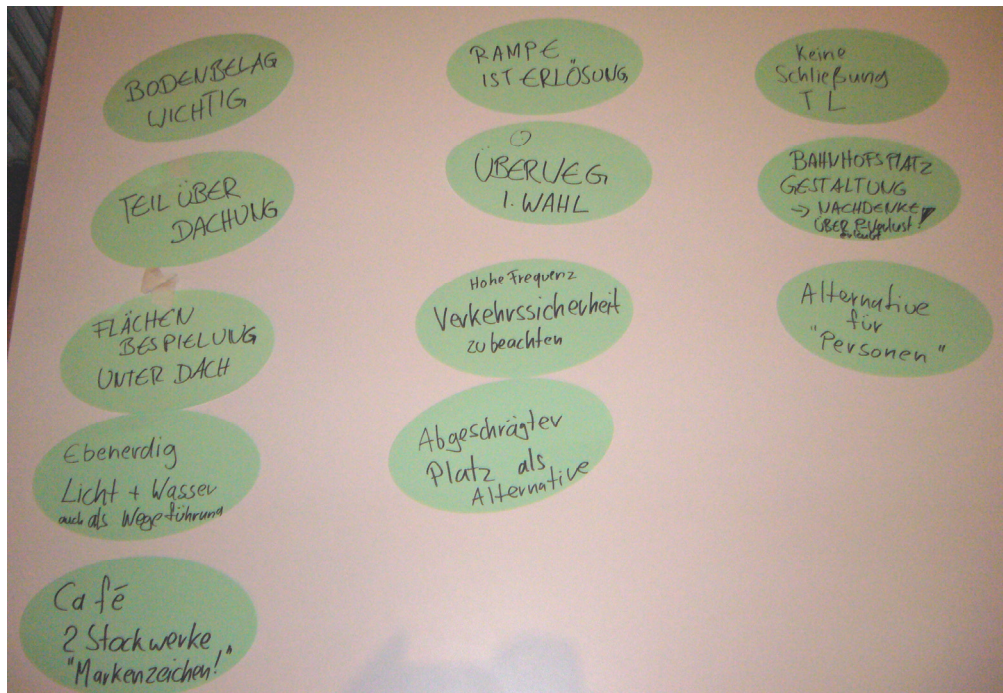


Abbildung 6 Zusammenfassung der Ergebnisse AG3 vor Ort (Quelle: konsalt GmbH 2009)

5 Votum zu ausgewählten Maßnahmevorschlägen

Einige ausgewählte Maßnahmen für den Langenhorner Markt, die sich im Laufe des Verfahrens herausgestellt haben, werden in der Pause mit einem Punkteverfahren von den Teilnehmern bewertet: Es fällt auf, dass die meisten der aufgeführten Maßnahmen viel Zustimmung erhalten, nur wenige Gegenstimmen oder „Na ja“- Entscheidungen lehnen die Maßnahmen eindeutig ab oder sind unentschieden. Nur der „Kinderspielplatz auf dem Marktplatz“ findet wenig Zustimmung. Eindeutige Befürwortung ist erkennbar bei Marktcafe und bei der Neugestaltung des Tunnels (Tab. 1). Weiterhin sollten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Ideen für den ehemaligen Poststandort („Langenhorner Loch“) und den Hertiestandort äußern (Tab. 2.)

Tab. 1: „Geben Sie Ihr Votum“

Maßnahme /Thema	Gute Idee (Punkte)	Naja (Punkte)	Nicht gut (Punkte)
Überdachung Marktplatz	12	2	1
Sitzmöglichkeiten auf dem Marktplatz	10	4	1
Kunstwerk auf dem Marktplatz	6	3	2
Kinderspielplatz auf dem Marktplatz	3	1	4
Marktcafe	16	0	0
Neugestaltung des Tunnels (Beleuchtung, Farben, Vitrinen)	16	0	0
Neuer Überweg über den Krohnstieg in Höhe Tangstedter Landstraße	13	2	0

Tab. 2: Ideen für den Hertiestandort, Ideen für das „Langenhorner Loch“

Ideen für den Hertiestandort	Ideen für das „Langenhorner Loch“
Auf jeden Fall Gewerbe, um Personen auf den Platz zu locken	Senioren Wohnungen (betreutes Wohnen)
	Restaurants
	Kino Theater
	Thermalbad



Abbildung 7 Teilnehmende beim "Voten" (Quelle: konsalt GmbH 2009)

6 Weiteres Vorgehen (Zeitplan), Hinweise und Informationen

Die Ergebnisse der 2. Werkstatt Langenhorner Markt werden in die erarbeiteten Maßnahmen einfließen und in einem übergreifenden Konzept zusammengefasst. Bis April 2009 soll die Konzepterstellung abgeschlossen sein. Im Anschluss wird das fertige Konzept im Rahmen einer öffentlichen Sitzung im Bezirk-Hamburg-Nord vorgestellt. Für die Umsetzung und Finanzierbarkeit der Maßnahmen wurde der Langenhorner Markt durch das Bezirksamt bereits für die neue Stadterneuerungssäule „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“, ein Bundesländerprogramm, angemeldet.

Herr Boltres bedankt sich als Auftraggeber und Frau Bonacker stellvertretend im Namen der Auftragnehmergemeinschaft für die intensive und produktive Mitarbeit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Herr Zauner als Gastgeber lädt ein, auch die nächsten Veranstaltungen in der Gemeinde Eirene abzuhalten.

Aktuelle Informationen, das Protokoll und alle Pläne stehen unter www.zukunft-langenhornermarkt.de/material zum Download bereit.

Zum Weiterdiskutieren: www.zukunft-langenhornermarkt.de/diskussion

Für Fragen steht Herr Schröder vom Büro konsalt zur Verfügung:

Tel.: 040 3575270

Fax.: 040 357527-16

schroeder@konsalt.de

Protokoll: Katharina Regenstein, Bastian Schröder, Bettina Bachmeier - 24. März 2009

7 Anlagen:

7.1 Tagesordnung

Moderation: Frau Bonacker, konsalt GmbH

Beginn: 17.30 Uhr

1. Begrüßung: Herr Zauner (Kirchenvorstand Gemeinde Eirene und Gastgeber), Herr Boltres (Bezirksamt Hamburg-Nord), Frau Bonacker (konsalt GmbH)
2. Rückblick auf das Verfahren und Ziele des Verfahrens
3. Vorstellung der bisherigen Planungsansätze (Roswitha Düsterhöft, Büro Düsterhöft, Margit Bonacker, konsalt GmbH), Verkehrliche Maßnahmen (Rolf Sachau, LK Argus)

Pause + Imbiss

4. Arbeitsgruppen
AG 1 Marketing und Kommunikation
AG 2 Planungsansätze für das Gebiet
AG 3 Planungsansätze für das Gebiet
5. Zusammenführung der Ergebnisse
6. Ideen für den Hertiestandort, Ideen für das Langenhorner Loch, Votum zu verschiedenen Vorschlägen
7. Weiteres Vorgehen (Zeitplan), Hinweise und Informationen

Ende: 21 Uhr

7.2 Liste der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den Arbeitsgruppen

AG 1 – Marketing und Kommunikation

Moderation: Margit Bonacker, Assistenz:
 Katharina Regenstein, konsalt

Name	Vorname	Firma / Institution
Boltres	Hans-Peter	BA-Nord, Abteilungsleiter Übergeordnete Planung
Bröcker	Peter	Anwohner, Presse
Dittmann	Karl-Heinz	BA-Nord, Regionalbeauftragter
Gerstenberg	Thomas	Markthändler
Hansen	Werner	Interessierter Bürger
Hardieck	Bettina	Langenhorner Bürgerverein, 1. Vorsitzende
Peters	Silke	Anwohnerin
Rode	Bernd	Anwohner
Schünemann	Alexander	Gewerbebund Alstertal

AG 2 – Planungsansätze für das Gebiet

Moderation: Bettina Bachmeier, konsalt

Name	Vorname	Firma / Institution
Bouchain	Johannes	Büro Düsterhöft
Gladiator	Beate	Wochenmarkt
Hoppe	Stefan	Wochenmarkt
Kloebe	Axel	FDP
Märkl	Bernd	EDEKA
Mendorff	Margrit	Anwohnerin
Meyer	Silke	Hamburger Hochbahn
Osinski	Petra	GAL HH-Nord
Panz	Oliver	Bezirksamt Hamburg-Nord
Rüprich	Karl-Heinz	Bürgerverein
Trenckmann	Rüdiger	PK 34

AG 3 – Planungsansätze für das Gebiet

Moderation: Bastian Schröder, konsalt

Name	Vorname	Firma / Institution
Andraschak	Stefan	Center Management EKZ LHM
Brauer	Jörg	-
Buck	Günter	SPD Hamburg-Nord
Buck	Bärbel	SPD Langenhorn-Süd
Djürkun	Holger	Anwohner
Düsterhöft	Roswitha	Büro Düsterhöft
Hamann	Peter	Bezirksamt Hamburg-Nord
Keller	Wolfgang	Polizeikommissariat 34
Lehmitz	Dirk	Weinhaus am Stadtrand
Lehmitz	Simone	Weinhaus am Stadtrand
Malik	Gulfam	SPD Fraktion
Marzahn	Klaus-Dieter	Bezirksamt Hamburg-Nord
Nissen	Angela	Langenhorner Bürger u. Heimatsverein
Palkowski	Monika	Essanelle Hair Group AG/Friseur
Sachau	Rolf	ARGUS
Steinberg	Stefanie	Essanelle Hair Group AG/Friseur