



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTART

EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE GEMEINDE WIETZE

Endbericht für den Auftraggeber

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck

Tel.: 0451-38968-0
Fax: 0451-38968-28
E-Mail: cima.luebeck@cima.de
Internet: www.cima.de

Bearbeitung:
M.A. Geographin Katharina Menz
menz@cima.de

Projektleitung:
Dipl.-Geogr. Martin Kremming
kremming@cima.de



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus



© CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Dieser Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Er ist dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Es wurden ggf. Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

INHALT

1	AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG	7	5	ZENTRENKONZEPT	35
2	PLANERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE RAHMENDATEN	8	5.1	Was sind „Zentrale Versorgungsbereiche“?	36
2.1	Zentralörtliche Bedeutung	8	5.2	Was sind „Schädliche Auswirkungen“?	37
2.2	Makrostandort Gemeinde Wietze	9	5.3	Zentrenstruktur der Gemeinde Wietze	38
2.3	Sozioökonomische Rahmendaten	10	5.3.1	Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“	39
3	BÜRGERBEFRAGUNG IN DER GEMEINDE WIETZE	12	5.3.1.1	Ausgangssituation und Begründung der Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches	39
3.1	Wietze als Einzelhandelsstandort	13	5.3.1.2	Entwicklungsstrategien des Zentralen Versorgungsbereiches	42
3.2	Einkaufsorientierung und vermisste Angebote	15	5.3.2	Solitäre Nahversorgungsstandorte	45
3.3	Stärken und Schwächen der Gemeinde Wietze	17	5.3.2.1	Ausgangssituation	45
3.4	Maßnahmenvorschläge	18	5.3.2.2	Entwicklungsstrategien	45
4	MARKTANALYTISCHE RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL IN DER GEMEINDE WIETZE	20	6	BRANCHENKONZEPT	46
4.1	Marktgebiet Gemeinde Wietze	20	6.1	Sortimentsliste	46
4.2	Kaufkraftniveau im regionalen Vergleich	21	6.1.1	Notwendigkeit von Sortimentslisten	46
4.3	Nachfragesituation in der Gemeinde Wietze	22	6.1.2	Wietzer Sortimentsliste	47
4.4	Angebotssituation in der Gemeinde Wietze	23	6.2	Einzelhandelsschwerpunkte im Branchenkonzept	53
4.4.1	Einzelhandelszentralität	26	6.3	Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien	55
4.4.2	Verkaufsflächendichte	30	6.3.1	Ansiedlungsstrategien für den Zentralen Versorgungsbereich	56
4.4.3	Kaufkraftstromanalyse für die Gemeinde Wietze	31	6.3.2	Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte in integrierten Lagen (aktuell Netto und Edeka)	57
4.5	Gesamtüberblick Bestandsanalyse Gemeinde Wietze	32	6.3.3	Ansiedlungsstrategien für sonstige integrierte Lagen im Kernort	58
4.6	Einzelhandelsstandorte in der Gemeinde Wietze	33	6.3.4	Ansiedlungsstrategien für sonstige integrierte Lagen in den Ortsteilen	58
			6.3.5	Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte in nicht-integrierten Lagen (aktuell Rewe und Aldi)	59
			6.3.6	Sonstige nicht-integrierte Lagen im Kernort und den Ortsteilen	60

7	NAHVERSORGUNGSKONZEPT	62
7.1	Einführung: Allgemeine Trends in der Nahversorgung	62
7.2	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Gemeinde Wietze	67
7.3	Alternative Nahversorgungsmöglichkeiten für ländlich strukturierte Gebiete	70
7.3.1	Kioske und Bäckereien mit erweitertem Lebensmittelsortiment	70
7.3.2	Mobile Verkaufsstätten	70
7.3.3	Optimierung des Nahverkehrs	71
8	STANDORTPRÜFUNGEN	72
8.1	Prüfstandort 1: „ehemalige Bahntrasse“	73
8.2	Prüfstandort 2: „Ortsmitte“	74
8.3	Prüfstandort 3: „Hasselmanscher Hof“	75
9	UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTS	76
10	ANHANG	78
10.1	Methodik und Begriffsdefinitionen	78
10.1.1	Analyse der Angebotsseite	78
10.1.2	Analyse der Nachfrageseite	81
10.1.3	Weitere Kennzahlen	81

ABBILDUNGEN

Abb. 1:	Das Grundzentrum Wietze im RROP LK Celle 2005.....	8	Abb. 25:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze differenziert nach Lagebereichen in der Gemeinde Wietze	34
Abb. 2:	Die Lage der Gemeinde Wietze in der Region	9	Abb. 26:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“	40
Abb. 3:	Bevölkerungs-, Beschäftigten- und Pendlerentwicklungen.....	10	Abb. 27:	Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“	44
Abb. 4:	Was sind die Gründe für Ihren Aufenthalt in Wietze?	13	Abb. 28:	Solitäre Nahversorgungsstandorte	45
Abb. 7:	Wie lange halten Sie sich üblicherweise in Wietze auf um Besorgungen zu machen?	14	Abb. 29:	Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in der Gemeinde Wietze (kurzfristiger Bedarfsbereich)	47
Abb. 8:	Wie bewerten Sie das aktuelle Einzelhandelsangebot in Wietze?	15	Abb. 30:	Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in der Gemeinde Wietze (mittelfristiger Bedarfsbereich)	48
Abb. 9:	Welche Einzelhandelsangebote vermissen Sie in Wietze?.....	15	Abb. 31:	Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in der Gemeinde Wietze (langfristiger Bedarfsbereich)	48
Abb. 10:	Bitte nennen Sie Ihren Haupteinkaufsort für die folgenden Sortimente	16	Abb. 32:	Wietzer Sortimentsliste	49
Abb. 11:	Stärken von Wietze, Top 9	17	Abb. 33:	Handelszentralitäten 2012 als Hinweis für Ansiedlungspotenziale	54
Abb. 12:	Schwächen von Wietze, Top 9	17	Abb. 34:	Übersicht über Standortkategorien in der Gemeinde Wietze	55
Abb. 13:	Was müsste in Wietze passieren, damit Sie dort häufiger einkaufen würden als heute?.....	18	Abb. 35:	Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen	61
Abb. 14:	Marktgebiet Gemeinde Wietze	20	Abb. 36:	Anzahl der Artikel im Lebensmitteleinzelhandel	62
Abb. 15:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	21	Abb. 37:	Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Supermärkten	64
Abb. 16:	Nachfragepotenzial in der Gemeinde Wietze	22	Abb. 38:	Profile der standardisierten Lebensmittel-Betriebstypen	65
Abb. 17:	Angebotssituation in der Gemeinde Wietze	24	Abb. 39:	Entfernung des Einkaufsortes zum Wohnort	66
Abb. 18:	Entwicklung von Verkaufsfläche und Umsatz von 2006 zu 2012	25	Abb. 40:	Verkehrsmittelwahl nach Entfernung des Einkaufsortes	66
Abb. 19:	Umsatz, Nachfragevolumen und Zentralität in der Gemeinde Wietze	26	Abb. 41:	Nahversorgungssituation in der Gemeinde Wietze (schematisch)	67
Abb. 20:	Einzelhandelszentralitäten der Gemeinde Wietze nach Warengruppen	29	Abb. 43:	Kioske und Bäckereien mit erweitertem Lebensmittelsortiment.....	70
Abb. 21:	Verkaufsflächendichte in der Gemeinde Wietze.....	30	Abb. 44:	Mobile Verkaufsstätten	71
Abb. 22:	Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Gemeinde Wietze.....	31	Abb. 45:	Optimierungsmöglichkeiten Nahverkehr.....	71
Abb. 23:	Gesamtüberblick über die Entwicklung der Kennzahlen.....	32			
Abb. 24:	Übersicht der Lagebereiche in der Gemeinde Wietze	33			



Abb. 46: Übersicht über die Prüfstandorte bzw. Potenzialflächen.....	72
Abb. 47: Prüfstandort „ehemalige Bahntrasse“	73
Abb. 48: Prüfstandort „Ortsmitte“	74
Abb. 49: Prüfstandort „Hasselmanscher Hof“	75
Abb. 50: Die 32 CIMA-Branchen	78
Abb. 51: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen	80

1 AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG

Auftrag

- Erstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Wietze

Auftraggeber

- Gemeinde Wietze

Zeitraum

- Oktober 2011 bis September 2012

Untersuchungsdesign

- Expertengespräche
- Passanten- und Onlinebefragung
- Ermittlung aktueller Rahmendaten zum Einzelhandelsstandort
- Einzelhandelsbestandsanalyse
- Ermittlung von Kennzahlen zum Einzelhandel
- Zentrenkonzept
- Branchenkonzept
- Nahversorgungskonzept

Aufgabenstellung und Ziele

- **Entwicklung/ Stärkung des Ortskerns** sowie der gesamten Gemeinde Wietze
- Benennung von Ansiedlungspotenzialen/ Bestimmung spezifischer Entwicklungsperspektiven
- Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Grundversorgung, auch in den peripheren Ortsteilen
- Reduzierung der Kaufkraftabflüsse aus dem Gemeindegebiet
- Planungs- und Investitionssicherheit (Entwicklungsperspektiven für die Wirtschaft)
- Rechtssicheres und verbindliches kommunales Einzelhandelskonzept

2 PLANERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE RAHMENDATEN

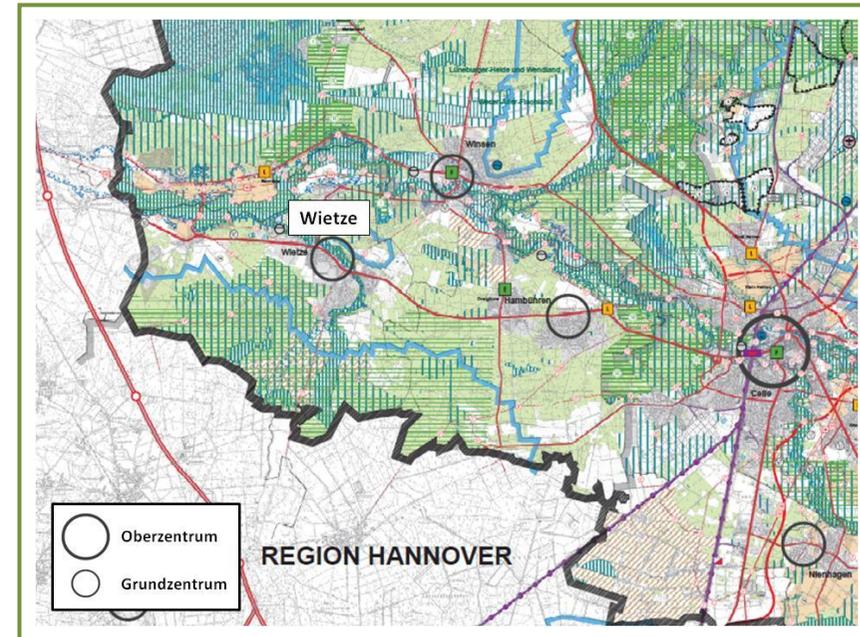
2.1 Zentralörtliche Bedeutung

Die Gemeinde Wietze ist laut dem Regionales Raumordnungsprogramm des Landkreises Celle 2005 als Grundzentrum eingestuft. Dementsprechend übernimmt die rund 8.000 einwohnerstarke Gemeinde die raumordnerische Funktion, zentrale Einrichtungen und Angebote für den allgemeinen, täglichen Grundbedarf bereitzustellen.

Relevante und zum Teil konkurrierende zentrale Orte im Umfeld von Wietze sind:

- Oberzentrum Celle
- Oberzentrum Hannover
- Mittelzentrum Großburgwedel
- Mittelzentrum Nienburg (Weser)
- Mittelzentrum Walsrode
- Grundzentrum Hambühren
- Grundzentrum Schwarmstedt
- Grundzentrum Winsen (Aller)

Abb. 1: Das Grundzentrum Wietze im RROP LK Celle 2005

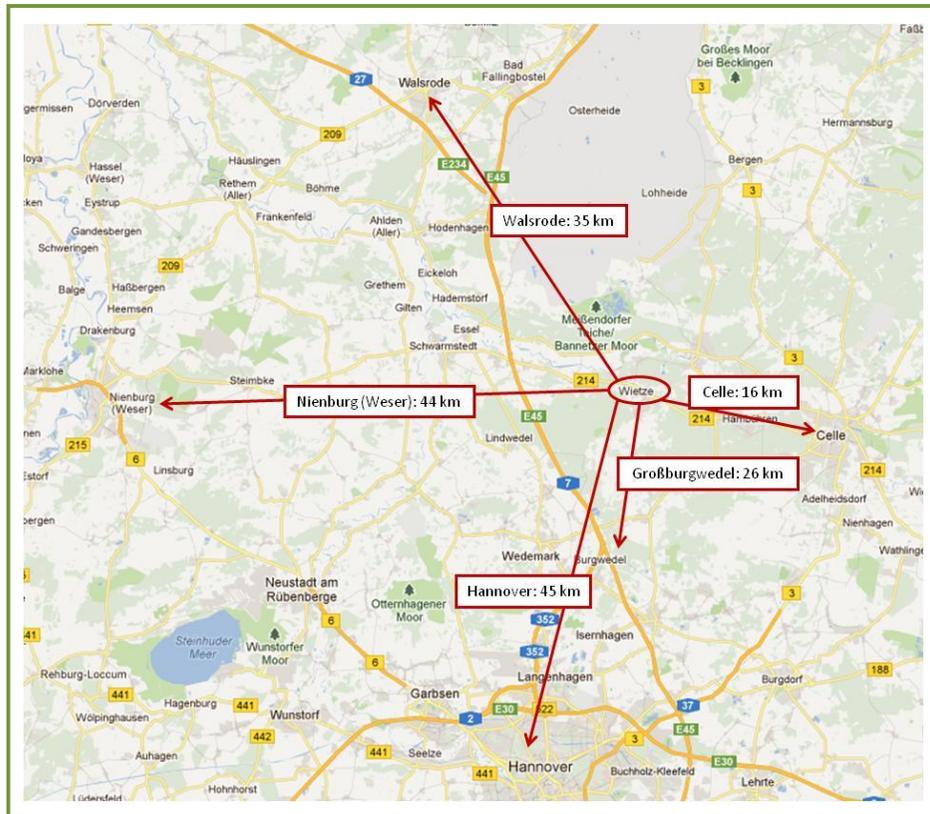


Quelle: Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Celle 2005
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Der grundzentrale Verflechtungsbereich wird hauptsächlich durch die nahegelegenen Grundzentren Winsen (Aller), Hambühren und Schwarmstedt begrenzt. Die Gemeinde Wietze ist Teil des oberzentralen Verflechtungsbereichs der Stadt Celle.

2.2 Makrostandort Gemeinde Wietze

Abb. 2: Die Lage der Gemeinde Wietze in der Region



Quelle: Google Maps 2012
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Die Gemeinde Wietze liegt im Süd-Westen des Landkreises Celle. Im Süden grenzt die Region Hannover, im Westen der Heidekreis an. Die Gemeinde gliedert sich in die Ortsteile Wietze, Hornbostel, Jeveresen und Wieckenberg. Der Ortsteil „Wietze“ bildet den Kernort der Gemeinde.

Naturräumlich wird die Region durch den Fluss Aller und seiner Auenlandschaft geprägt. Die Lüneburger Heide als bekanntestes Naturschutzgebiet Niedersachsens beginnt ca. 60 km nördlich von Wietze.

Die benachbarte Kreisstadt Celle liegt ca. 16 km östlich der Gemeinde Wietze, die Landeshauptstadt Hannover ca. 45 Kilometer südlich. Außerdem befinden sich Hambühren sowie Winsen (Aller) in unmittelbarer Nähe.

Wietze liegt nahe der westlich gelegenen Bundesautobahn A 7. Die Bundesstraße B 214 durchquert das gesamte Gemeindegebiet in west-östlicher Richtung und ist gleichzeitig der Autobahnzubringer von und nach Celle. Dementsprechend hoch ist das tägliche Verkehrsaufkommen in Wietze.

Eine überregionale Anbindung an das Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn ist in der Stadt Celle gewährleistet. Der Heeresflugplatz südwestlich von Celle wird ausschließlich militärisch genutzt und damit für den zivilen Luftverkehr ausgeschlossen.

Der größte Arbeitgeber der Gemeinde Wietze ist die Produktionsstätte „Celler Land Frischgeflügel“. Zurzeit sind hier im 2-Schicht-Betrieb über 600 Mitarbeiter beschäftigt. Nach Planungen des Unternehmens könnten in Zukunft noch weitere Arbeitsplätze geschaffen werden.¹

¹ vgl. <http://www.landgefluegel.de>

2.3 Sozioökonomische Rahmendaten

Abb. 3: Bevölkerungs-, Beschäftigten- und Pendlerentwicklungen

Indikatoren		Gemeinde Wietze	Landkreis Celle	Nieder- sachsen
Bevölkerungs- entwicklung	30.09.2006	8.277	182.094	7.986.868
	30.09.2007	8.264	181.411	7.979.194
	30.09.2008	8.016	180.458	7.956.343
	30.09.2009	8.071	179.578	7.935.672
	30.09.2010	8.099	178.868	7.923.536
	30.09.2011	7.979	178.185	7.925.968
+/- in % 2006-2011		-3,6	-2,1	-0,8
sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2006	1.115	45.495	2.320.167
	30.06.2007	1.156	46.495	2.356.527
	30.06.2008	1.147	47.623	2.415.920
	30.06.2009	1.183	47.711	2.416.282
	30.06.2010	1.183	48.342	2.455.391
	30.06.2011	1.325	49.460	2.531.297
+/- in % 2006-2011		18,8	8,7	9,1
Einpendler	30.06.2007	567	9.278	214.493
	30.06.2007	1.895	16.524	340.688
Saldo		-1.328	-7.246	-126.195
Einpendler	30.06.2008	563	9.835	226.813
	30.06.2008	1.954	16.956	353.604
Saldo		-1.391	-7.121	-126.791
Einpendler	30.06.2009	591	9.769	227.557
	30.06.2009	1.916	17.140	356.674
Saldo		-1.325	-7.371	-129.117
Einpendler	30.06.2010	597	9.979	232.788
	30.06.2010	1.980	17.328	359.114
Saldo		-1.383	-7.349	-126.326
Einpendler	30.06.2011	728	10.232	239.462
	30.06.2011	2.003	17.740	366.897
Saldo		-1.275	-7.508	-127.435

Quellen: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Bundesagentur für Arbeit; 14.02.2012

Indikatoren		Gemeinde Wietze	Landkreis Celle	Nieder- sachsen
Arbeitslosenzahlen im Jahres- durchschnitt	31.12.2007	360	7.854	323.820
	31.12.2008	290	6.733	288.629
	31.12.2009	316	7.293	298.220
	31.12.2010	294	7.076	282.826
	31.12.2011	278	6.683	256.119
+/- in % 2007-2011		-22,8	-14,9	-20,9

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 27.01.2012

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Die Gemeinde Wietze weist im Zeitraum von 2006 bis 2011 einen Bevölkerungsverlust von -3,6 % auf. Im Vergleich dazu verlor der Landkreis Celle -2,1 % der Bevölkerung, dagegen das Land Niedersachsen lediglich -0,8 %. Auch in Zukunft ist vor dem Hintergrund des demographischen Wandels mit einer weiteren Abnahme der Bevölkerung zu rechnen. Laut Prognosen der Bertelsmann Stiftung² ist bis zum Jahr 2030 von einem Rückgang der Wietzer Bevölkerung von rd. 4,4 % auszugehen. Weiterhin ist anzunehmen, dass insbesondere die Anzahl der Älteren erheblich zunehmen wird.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Gemeinde Wietze (18,8 %) ist im Vergleichszeitraum 2006/ 2011 deutlich stärker gewachsen als im Landkreis (8,7 %) und dem Land insgesamt (9,1 %). Hierbei fällt insbesondere der deutliche Anstieg der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der

² vgl. www.wegweiser-kommune.de

Gemeinde zwischen 2010 und 2011 auf. Der markante Zuwachs ist v.a. auf die Realisierung neuer Arbeitsplätze zurückzuführen, die durch die Etablierung der Produktionsstätte „Celler Land Frischgeflügel“ in der Gemeinde Wietze entstanden sind.

Betrachtet man die Pendlerzahlen, so wird der deutliche Negativ-Saldo zwischen Ein- und Auspendlern deutlich. Die Nähe zu Hannover ist auch die Ursache für den deutlichen Auspendlerüberschuss für den gesamten Landkreis Celle.

Sehr positiv haben sich die Arbeitslosenzahlen im Zeitraum 2007-2011 entwickelt. So ist in der Gemeinde Wietze mit -22,8 % ein erheblicher Rückgang der Arbeitslosenzahlen seit 2007 zu verzeichnen.

Fazit

Für die Gemeinde Wietze lassen sich aus den sozioökonomischen Rahmendaten der letzten Jahre konstante bis leicht negative Voraussetzungen für die zukünftige Entwicklung ableiten.

Hinsichtlich der Bevölkerungszahlen sind Negativ-Tendenzen zu verzeichnen. Die Bevölkerung der Gemeinde Wietze wird auch zukünftig weiter sinken. Weiterhin ist mit einer deutlichen Zunahme der Älteren zu rechnen.

Die Entwicklung der Rahmendaten aus dem Wirtschaftsbereich weisen hingegen Positiv-Tendenzen auf. Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort hat zugenommen, die Zahl der Arbeitslosenzahlen hat deutlich abgenommen. Auch sollen künftig ggf. noch mehr Arbeitsplätze am Standort geschaffen werden.

In der Gesamtschau der aufgezeigten Eckdaten ergibt sich für die nächsten Jahre eine im besten Fall gleich bleibende, wahrscheinlich jedoch eher schmäler werdende Nachfrageplattform für den Einzelhandel. Um die Gemeinde in ihrer Attraktivität zu stärken, aktuellen Entwicklungen Rechnung zu tragen (u.a. demographischer Wandel) und vorhandene Potenziale optimal auszuschöpfen, bedarf es künftig einer gezielten Steuerung des Einzelhandels.

3 BÜRGERBEFRAGUNG IN DER GEMEINDE WIETZE

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes fand vom November bis Dezember 2011 eine Befragung statt. Es wurde eine Passantenbefragung vor Ort sowie eine Online-Befragung auf www.wietze.de durchgeführt. Außerdem lag der Befragungsbogen an zwei Tagen im November dem Nachrichtenblatt „Nachrichten aus Wietze“ bei. So hatten die Bürger die Möglichkeit ihre Meinung in den Prozess der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Wietze mit einzubringen. Thematisch wurde der Schwerpunkt der Befragung gelegt auf:

- individuelles Einkaufs- und Versorgungsverhalten,
- persönliche Einschätzungen zu den Angeboten in Wietze und
- Stärken, Schwächen sowie Verbesserungsvorschläge.

Insgesamt nahmen 204 Personen an der Befragung teil, davon waren rd. 55 % aller Befragten weiblich, 45 % männlich. Hinsichtlich der Altersstruktur der Befragten zeigt sich, dass rd. 29 % zwischen 15 und 45 Jahren und rd. 71 % 46 Jahre und älter waren.

Der größte Teil der Befragungsteilnehmer kam aus der Gemeinde Wietze (rd. 95 %), 61 % aus dem Kernort Wietzes, 14 % aus Hornbostel, 9 % aus Wieckenberg und 8 % aus Jeverßen (Ortsteile der Gemeinde Wietze). Lediglich 16 Befragte (8 %) stammten aus anderen Orten (primär Thören und Ovelgönne).

Anmerkungen:

Aufgrund der geringen Anzahl der beantworteten Fragebögen bietet die Bürgerbefragung zwar einen guten Überblick über das Meinungsbild der Einwohner und Besucher der Gemeinde Wietze, hat jedoch keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit und Repräsentativität.

Die Ergebnisse aus der Online-Befragung und der Befragung über das Nachrichtenblatt wurden zusammengefasst und der Passantenbefragung gegenübergestellt.

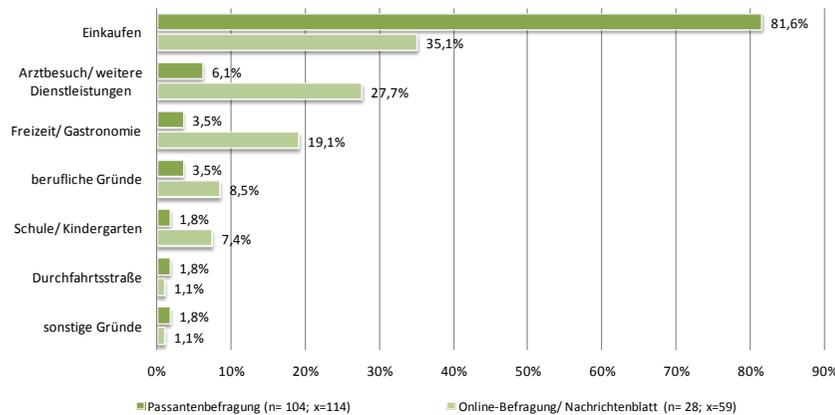
Um eine größere Übersichtlichkeit zu gewährleisten, wurde in vielen Fällen nur eine Zusammenstellung der häufigsten Nennungen als Grafik aufbereitet. Fehlende Nennungen sind durch die Angaben „weiß nicht“ oder „nein/ nichts“ bedingt.

Die Ergebnisse der Bürgerbefragung sind in die Analyseergebnisse zur Bewertung des Wietzer Einzelhandels eingeflossen.

3.1 Wietze als Einzelhandelsstandort

Einkaufen (rd. 82 %) wurde von den Passanten am häufigsten als Grund für den Aufenthalt in Wietze genannt. Nur vereinzelt führten die Befragten Arztbesuch/ weitere Dienstleistungen, Freizeit/ Gastronomie, berufliche Gründe, Schule/ Kindergarten oder Durchfahrtsstraße als Besuchsgrund auf.

Abb. 4: Was sind die Gründe für Ihren Aufenthalt in Wietze? (Mehrfachnennung möglich)³



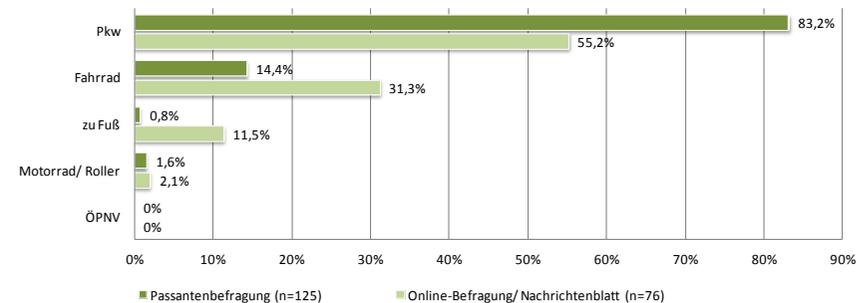
Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

In der Online-Befragung/ Befragung im Nachrichtenblatt wurde ebenfalls Einkaufen als häufigster Grund für den Aufenthalt in Wietze genannt (rd. 35%), wenn auch der Anteil mit rd. 35 % erheblich geringer war, als in der Passantenbefragung. So wurden über die Online-Befragung/ Befragung im Nachrichtenblatt auch die Bürger erreicht, die nicht in zwingend in Wietze einkaufen, sondern ggf. ausschließlich in anderen Orten. Bei den online Befragten/ bei den Befragten über das Nachrichtenblatt nahmen, konträr zur Passantenbefragung,

³ n=Anzahl der Befragten, welche diese Frage beantwortet haben; x=Anzahl der Nennungen

andere Besuchsgründe einen ähnlich hohen Stellenwert ein, wie das Einkaufen. So nannten rd. 28 % Arztbesuch/ weitere Dienstleistungen und rd. 19 % Freizeit/ Gastronomie als häufige Aufenthaltsmotive. Berufliche Gründe sowie Schule/ Kindergarten spielten jedoch auch bei den Teilnehmern der Online-Befragung/ Befragung im Nachrichtenblatt eine eher untergeordnete Rolle für den Aufenthalt in Wietze. Die Tatsache, dass insgesamt neben Einkaufen auch verschiedene andere Besuchsgründe von den Befragten genannt wurden zeigt, dass Wietze bereits heute verschiedene Aufgaben wahrnimmt. Diese Tatsache stellt für die anvisierte Entwicklung des Ortskerns von Wietze ein wichtiges Potenzial dar und sollte künftig weiter forciert werden.⁴

Abb. 5: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie i.d.R. in Wietze unterwegs?

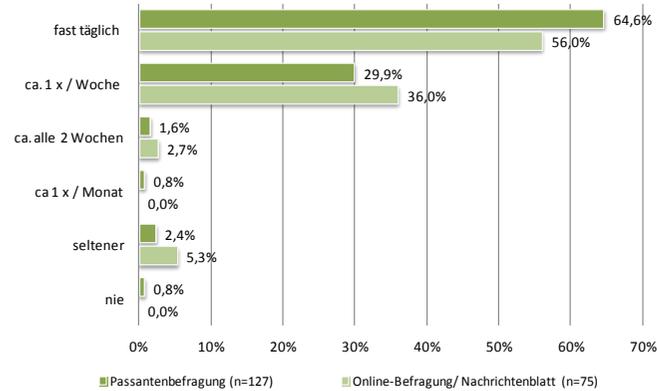


Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Für einen Besuch in Wietze wird vor allem der Pkw genutzt. 71 % aller Befragten sind i.d.R. mit dem Pkw in Wietze unterwegs. 22 % nutzen das Fahrrad und 5 % gehen zu Fuß. Rd. 2 % nutzen das Motorrad/ den Roller. Der ÖPNV spielt für den Einkaufsstandort Wietze gemäß den Befragungsergebnissen nahezu keine Rolle (keine Nennungen).

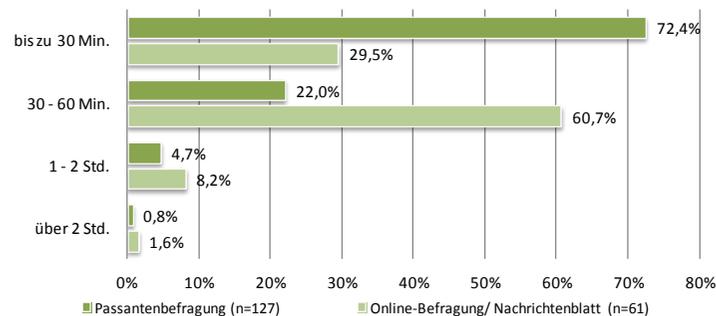
⁴ Das Thema „Entwicklung einer Ortsmitte“ war auch bereits zentrales Thema in der Machbarkeitsstudie „Neue Mitte“ (Sellhorn Hafkemeyer GmbH), die die Gemeinde Wietze 2011/ 2012 erstellen ließ.

Abb. 6: Wie häufig tätigen Sie in Wietze Besorgungen?



Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Abb. 7: Wie lange halten Sie sich üblicherweise in Wietze auf um Besorgungen zu machen?

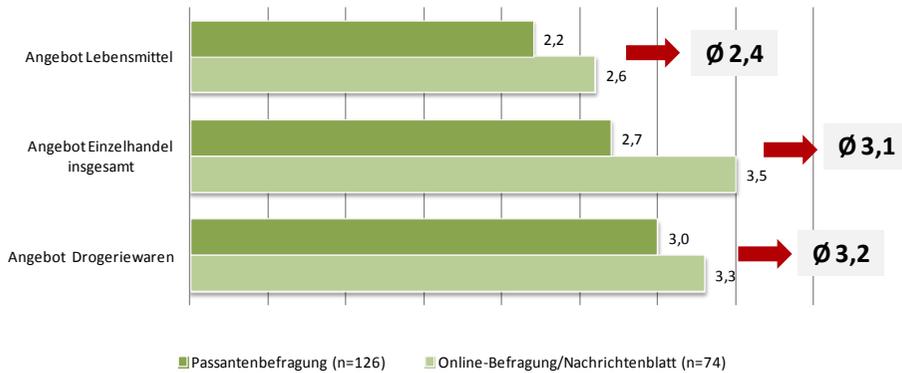


Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Abb. 6 stellt die Häufigkeit des Aufenthalts der Fragebogenteilnehmer in Wietze dar: Die meisten aller Befragten suchen Wietze (fast) täglich auf (rd. 61 %). Ca. 1x pro Woche sind rd. 43 % aller Befragten in Wietze. Dies deutet auf eine starke Bindung der Befragten an Wietze hin (hohes Maß an Stammkunden).

Abb. 7 gibt einen Überblick darüber, wie lange sich die Fragebogenteilnehmer in Wietze aufhalten. Es zeigt sich, dass rd. 93 % aller Befragten hier nur bis zu einer Stunde verbringt um Besorgungen zu tätigen. Dies weist auf mangelnde Aufenthaltsqualität und fehlende Angebote vor Ort hin.

Abb. 8: Wie bewerten Sie das aktuelle Einzelhandelsangebot in Wietze?
(Bewertung nach Schulnoten: Lebensmittel, Drogeriewaren, Angebot insgesamt)



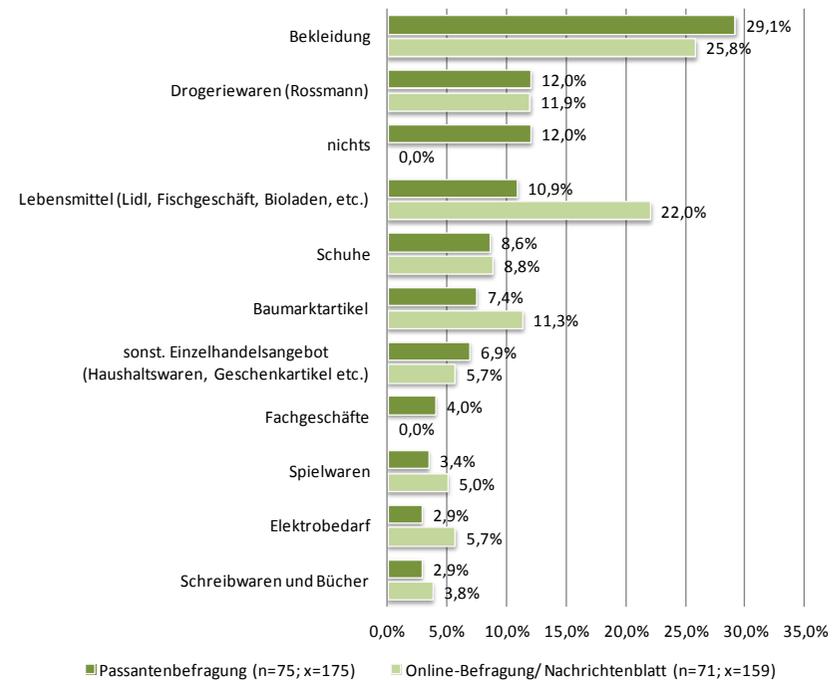
Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Die Befragungsteilnehmer wurden gebeten, das aktuelle Angebot an Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie das Einzelhandelsangebot insgesamt mit Schulnoten (1 = sehr gut; 6 = ungenügend) zu bewerten. Allgemein fällt auf, dass die vor Ort befragten Passanten tendenziell bessere Bewertungen für den Einzelhandel abgaben, als die Teilnehmer der anderen Befragungsgruppe. Die Benotung (kumuliert) bewegt sich zwischen 2,2 und 3,3. Der Lebensmittelbereich wurde insgesamt am besten bewertet (2,4). Eine deutlich schlechtere Durchschnittsnote weist der Bereich Drogeriewaren (3,2) auf. Auch das Einzelhandelsangebot insgesamt kann nur eine Gesamtbewertung von 3,1 verzeichnen.

3.2 Vermisste Angebote und Einkaufsorientierung

Aus der Befragung geht hervor, dass in Wietze bestimmte Geschäfte, Sortimente und Einzelhandelsangebote vermisst werden.

Abb. 9: Welche Einzelhandelsangebote vermissen Sie in Wietze?
(bis zu drei Nennungen)



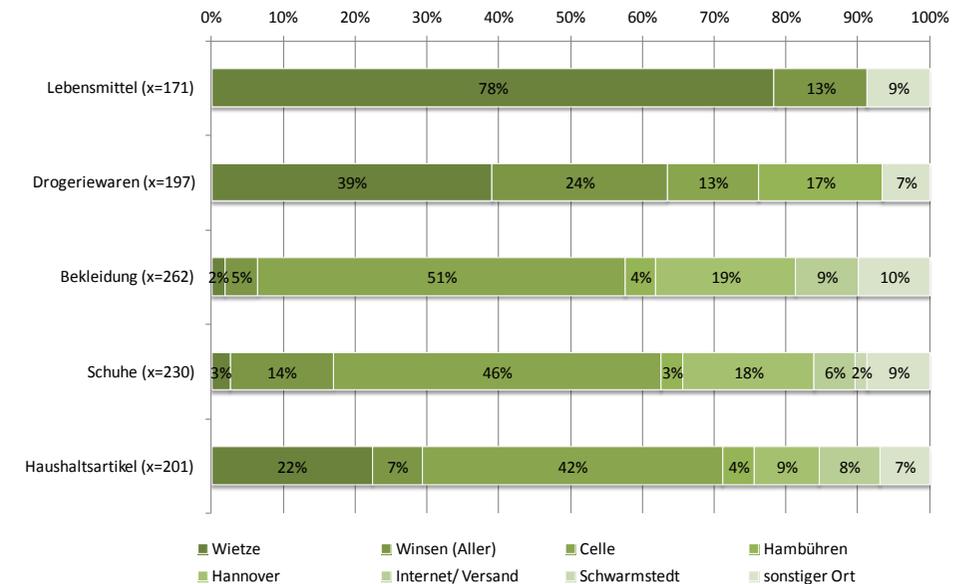
Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Hinsichtlich der Ergebnisse der Passantenbefragung und der Onlinebefragung/ Befragung im Nachrichtenblatt kann ein ähnliches Antwortverhalten festgestellt werden. Die Befragten benannten vorrangig Angebote aus dem Bereich Mode und Bekleidung als fehlend. Zudem sprachen sich die Teilnehmer der Befragung insbesondere auch für ein ergänzendes Lebensmittelangebot (u.a. Lidl, Fischgeschäft, Reformhaus) aus. Dies wurde von den Befragungsteilnehmern online/ des Nachrichtenblatts erheblich häufiger als fehlend benannt, als von den vor Ort befragten Passanten. Weiterhin geht aus den Befragungsergebnissen der Wunsch nach zusätzlichen Angeboten u.a. im Bereich Drogeriewaren (speziell genannt: Rossmann) und Schuhe hervor. Auch wird ein Angebot an Baumarktartikeln vermisst sowie diverse weitere spezielle Sortimente aus dem aperiodischen Bedarfsbereich. Explizit wurde auch der Wunsch nach weiteren Fachgeschäften geäußert.

Die Befragten wurden gebeten, ihren jeweiligen **Haupteinkaufsort** für die Bereiche Lebensmittel, Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe, sowie Haushaltsartikel zu benennen, um Hinweise auf die Einkaufsorientierung zu bekommen. Wie aus Abb. 10 deutlich wird, nannten 78 % aller Befragten Wietze als Haupteinkaufsort für den Bereich Lebensmittel. 13 % gaben Winsen (Aller) an und die übrigen 9% nannten sonstige Orte (u.a. Celle und Hambühren). Drogeriewaren werden von den Fragebogenteilnehmern zu 39 % prioritär in Wietze gekauft. Danach folgen Winsen (24 %), Hambühren (17 %) und Celle (13 %) sowie sonstige Orte (7 %) für den Drogeriewareneinkauf. Als Haupteinkaufsort für Bekleidung wurde zu 51 % Celle genannt. Die übrigen 49 % verteilen sich v. a. auf Hannover, Winsen, Internet/ Versandhandel sowie sonstige Orte. Eine ähnliche Verteilung ist bei den Sortimenten Schuhe sowie Haushaltsartikel zu erkennen. Erwähnenswert ist, dass 22 % der Befragten Wietze als Haupteinkaufsort für Haushaltsartikel nannten. Dies ist v.a. auf den in Wietze angesiedelten Fach-einzelhändler „Dolk“ zurückzuführen.

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass Waren des **periodischen Bedarfsbereichs** primär in Wietze gekauft werden. Waren des **aperiodischen Bedarfs** hingegen werden v.a. außerhalb von Wietze erworben (u.a. Winsen, Celle, Hambühren, Hannover). Da es sich bei der Gemeinde Wietze um ein Grundzentrum handelt, ist diese Tatsache nicht ungewöhnlich. So hat ein Grundzentrum den Auftrag, Güter der nahversorgungsrelevanten Sortimente für die eigene Bevölkerung bereitzustellen. Das umfassende Vorhalten von Gütern des aperiodischen ist nicht Teil des Versorgungsauftrages eines Grundzentrums.

Abb. 10: Bitte nennen Sie Ihren Haupteinkaufsort für die folgenden Sortimente

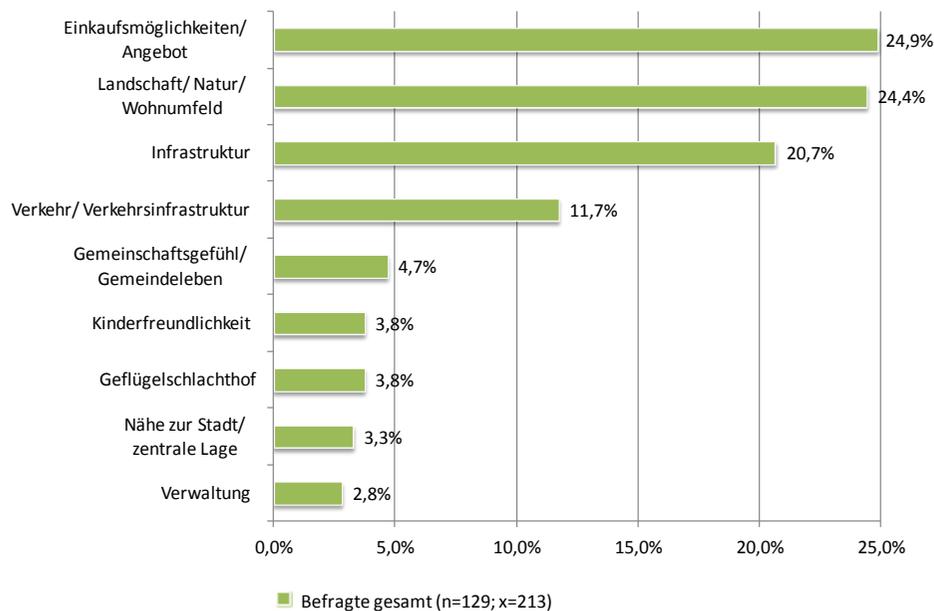


Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

3.3 Stärken und Schwächen von Wietze

Bei der Frage nach Stärken und Schwächen der Gemeinde Wietze handelte es sich um eine offene Frage. Den Fragebogenteilnehmern wurden also keine Antwortkategorien vorgegeben. Abb. 11 zeigt die Stärken auf, die die Fragebogenteilnehmer mit Wietze in Verbindung bringen, Abb. 12 gibt einen Überblick über die genannten Schwächen. Die Befragungsergebnisse der Passantenbefragung und Online-Befragung/ Nachrichtenblatt sind zusammengefasst dargestellt (kein Erkenntnisgewinn durch separate Darstellung).

Abb. 11: Stärken von Wietze, Top 9 (Mehrfachnennung möglich)

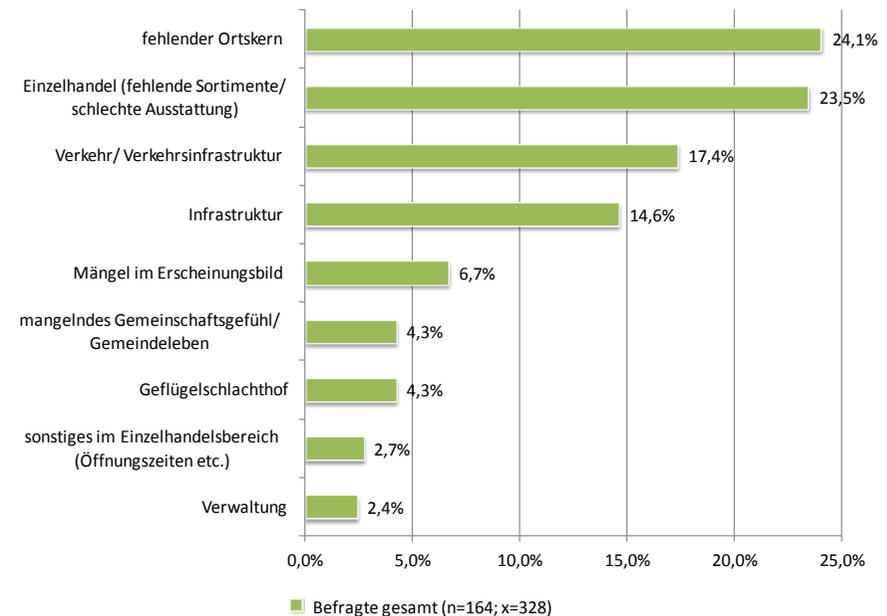


Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Die Teilnehmer der Befragung nannten am häufigsten Einkaufsmöglichkeiten/ Angebot (rd. 25 %) Landschaft/ Natur/ Wohnumfeld (rd. 24 %) sowie Infrastruktural (rd. 21 %) als Stärke der Gemeinde Wietze. Der Aspekt Verkehr/ Verkehrsinfrastruktur wurde von rd. 21 % der Befragten als Stärke aufgeführt.

Zu deutlich geringeren prozentualen Anteilen wurden folgende Punkte als positiv bewertet: Gemeinschaftsgefühl/ Gemeindeleben, Kinderfreundlichkeit, Geflügelschlachthof, Nähe zur Stadt/ zentrale Lage sowie Verwaltung.

Abb. 12: Schwächen von Wietze, Top 9 (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

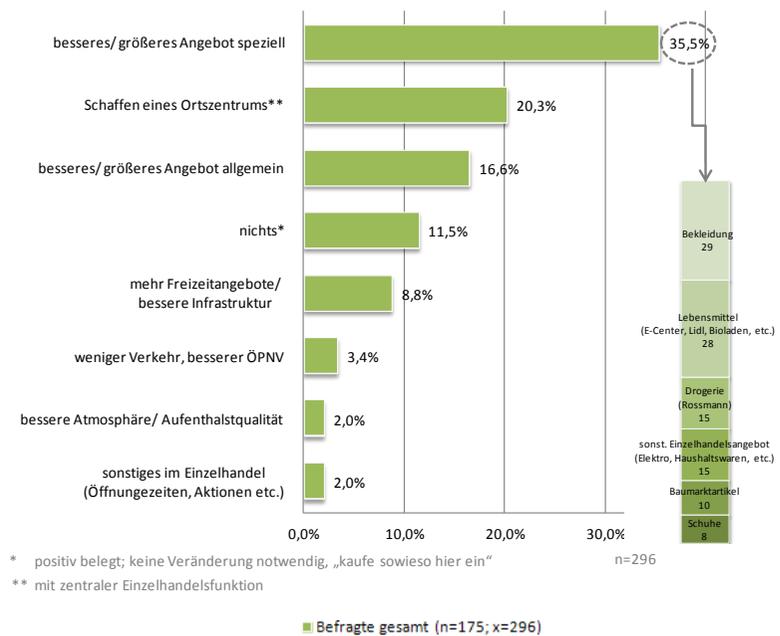
Am häufigsten gaben die Fragebogenteilnehmer den fehlenden Ortskern (rd. 24 %) sowie Mängel im Einzelhandelsbesatz (rd. 23 %) als Schwäche der Gemeinde Wietze an. Rd. 17 % bemängelten den Verkehr/ die Verkehrsinfrastruktur, rd. 15 % sonstige infrastrukturelle Gegebenheiten. Mängel im Erscheinungsbild wurden von rd. 7 % als Schwäche aufgeführt. Auch als Schwächen angesehen wurden: mangelndes Gemeinschaftsgefühl/ Gemeindeleben, Geflügelschlachthof, sonstiges im Einzelhandelsbereich (uneinheitliche Öffnungszeiten etc.) und Verwaltung.

Bei der Gesamtbetrachtung der Stärken und Schwächen zeigt sich, dass einige Themenbereiche sehr kontrovers bewertet wurden. So benannte eine Vielzahl der Befragungsteilnehmer den Einzelhandelsbesatz als Stärke während dieser Aspekt ebenso von diversen Befragten als erhebliche Schwäche herausgestellt wurde. Auch die infrastrukturellen Gegebenheiten wurden von den Teilnehmern der Befragung sehr unterschiedlich beurteilt wie auch die Ansiedlung des Geflügelschlachthofes (Produktionsstätte „Celler Land Frischgeflügel“). Auf Grund unterschiedlicher Ansprüche, Sichtweisen und Bewertungsmaßstäbe einzelner Bevölkerungsgruppen ist ein solch teilweise kontroverses Bild nicht ungewöhnlich.

3.4 Maßnahmenvorschläge

Die Teilnehmer der Befragung wurden nach Maßnahmen gefragt, die den Standort Wietze aufwerten könnten. Die Befragungsergebnisse der Passantenbefragung und Online-Befragung/ Nachrichtenblatt sind hier zusammengefasst dargestellt, um die Relevanz der Einzelaspekte (Rangfolge) deutlich zu unterstreichen und in den Vordergrund zu stellen.

Abb. 13: Was müsste in Wietze passieren, damit Sie dort häufiger einkaufen würden als heute? (bis zu drei Nennungen möglich)⁵



Quelle: Bürgerbefragung Wietze, CIMA Beratung + Management GmbH 2011

⁵ n=Anzahl der Befragten, welche diese Frage beantwortet haben; x=Anzahl der Nennungen

Wie aus Abb. 13 hervorgeht, sprachen sich die Befragungsteilnehmer in erster Linie für ein **besseres bzw. größeres Einzelhandelsangebot** aus, das allgemein (rd. 17 %) aber auch speziell (rd. 35 %) benannt wurde. Hier tauchen diverse Nennungen erneut auf, die bereits von der Frage nach fehlenden Angeboten bekannt sind: Bekleidung, Lebensmittel (u.a. E-Center, Lidl, Bioladen), Drogerie (speziell: Rossmann), Baummarktartikel, Schuhe wie auch „sonstige Einzelhandelsangebote“ waren Meistgenanntes. Die Mehrfachnennung einzelner Sortimente unterstreicht noch einmal das Empfinden deutlicher Branchenlücken vor Ort, die auch durch die ausführliche Einzelhandelsanalyse bestätigt werden konnten. Trotz der grundzentralen Position Wietzes kann die Ansiedlung einiger der genannten Sortimente als durchaus realistisch angesehen werden und sollte gezielt verfolgt werden.

Als deutlicher Wunsch der Befragten kristallisiert sich außerdem das **Schaffen eines Ortszentrums** (rd. 20 %) heraus. Dies soll künftig den zentralen Einzelhandelsschwerpunkt der Gemeinde bilden. Wie sich auch in den weiteren Erläuterungen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes zeigen wird, sollte dies prioritäres Ziel der zukünftigen Entwicklungen in der Gemeinde Wietze sein und mit Nachdruck verfolgt werden. Hinsichtlich der genannten Maßnahmen ist als positiv zu bewerten, dass rd. 11 % aller Befragten der Meinung waren, dass in Wietze keine Verbesserungsmaßnahmen erforderlich sind.

Weiterhin wurde eine Aufwertung des Freizeitangebotes/ der Infrastruktur vorgeschlagen sowie Maßnahmen im Bereich Verkehr/ ÖPNV. Auch sprach man sich für eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität aus sowie für weitere Maßnahmen im Einzelhandel (Öffnungszeiten, Aktionen).

Fazit der Bürgerbefragung

Aus den Befragungsergebnissen wird deutlich, dass Wietze primär zum gezielten Versorgungseinkauf aufgesucht wird, was sich v.a. durch die explizite Nennung der Haupteinkaufsorte für einzelne Warengruppen äußert. Dies ist nicht außergewöhnlich, da es sich bei der Gemeinde Wietze um ein Grundzentrum handelt. So hat Wietze den Auftrag, v.a. nahversorgungsrelevante Sortimente für die eigene Bevölkerung bereitzustellen.

Die Gemeinde verfügt über ein hohes Maß an Wietzer Stammkunden, die fast täglich im Kernort sind, um Erledigungen zu tätigen. Gemäß den Befragungsergebnissen, des Angebotes in Wietze sowie Einschätzungen der CIMA sind die Kaufkraftzuflüsse von außerhalb als eher niedrig einzuschätzen.

Im Rahmen der Befragung wurden Stärken und Schwächen von Wietze abgefragt. Die Befragung ergab, dass insbesondere der Einzelhandelsbesatz recht unterschiedlich beurteilt wird. Während einige Befragte die Einkaufsmöglichkeiten vor Ort eher positiv bewerteten, wurde das Angebot von einer Vielzahl der Befragungsteilnehmer als maßgebliche Schwäche benannt. Als eindeutige Schwäche hingegen wurde mit einer hohen Anzahl an Nennungen das fehlende Ortszentrum aufgeführt.

An die aufgeführten Schwächen knüpfen die Maßnahmenvorschläge bzw. die Nennungen der vermissten Angebote an. So sprachen sich die Befragten einerseits für ein besseres bzw. größeres Einzelhandelsangebot aus. Gewünscht wurden z.B. Angebote aus dem Segment Bekleidung sowie spezielle Lebensmittelangebote; auch der Bereich Drogerie stand weit oben auf der Wunsch-Liste. Mehrfach sprachen sich die Bürger für die Entwicklung eines Ortszentrums mit zentraler Einzelhandelsfunktion aus.

Wie die Befragung bestätigt, sind die bedeutendsten Konkurrenzstandorte des Wietzer Einzelhandels die Landeshauptstadt Hannover, das Oberzentrum Celle, die Grundzentren Hambühren und Winsen (Aller) sowie Schwarmstedt.

4 MARKTANALYTISCHE RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL IN DER GEMEINDE WIETZE

4.1 Marktgebiet Gemeinde Wietze

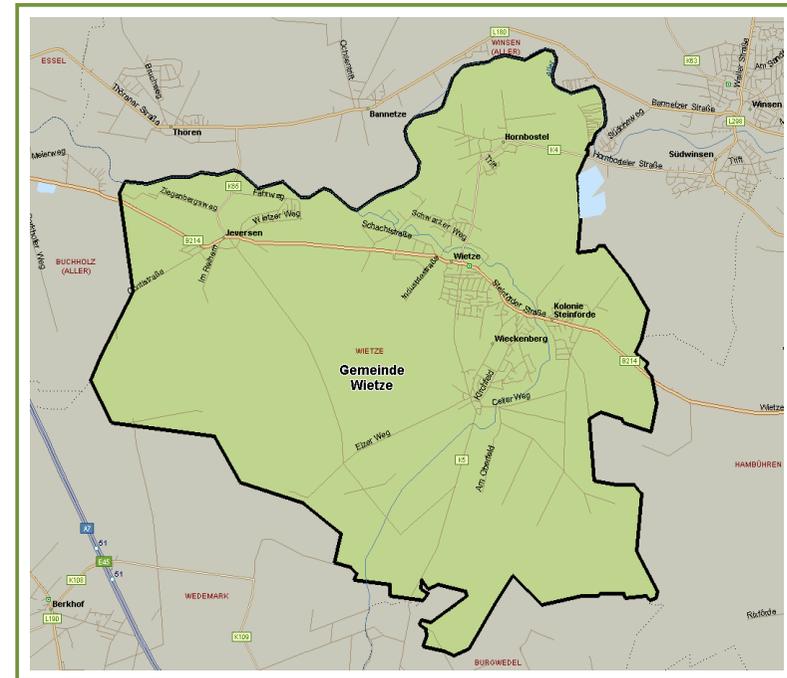
Das Marktgebiet der Gemeinde Wietze umfasst im Wesentlichen das eigene Gemeindegebiet, bestehend aus dem Kernort „Wietze“ sowie den umliegenden Ortsteilen Hornbostel, Jevern und Wieckenberg. Es entspricht damit dem raumordnerisch zugewiesenen Versorgungsraum, der sich allein auf das Grundzentrum Wietze beschränkt. Die Ermittlung der Ausbreitung des Marktgebiets erfolgte anhand des Computersimulationssystems Huff⁶, mit dem regionale Kaufkraftströme berechnet werden. Dabei wurden vor allem folgende Faktoren einbezogen:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebots im Gemeindegebiet,
- Branchenmix,
- Sogkraft ansässiger Einzelhandels(groß)betriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten,
- räumliche Verteilung der Bevölkerung,
- Verkehrsinfrastruktur und Mobilität der Bevölkerung,
- Pendlerbewegungen,
- Nähe zu Konkurrenzorten sowie
- die Sogkraft des Angebots in den Konkurrenzorten.

⁶ Die CIMA interpretiert das ökonomische Prognosemodell nach Huff (Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“) als ein Denkmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird.

Das ermittelte Marktgebiet entspricht der Ist-Situation und bildet ab, welches **Einzugsgebiet der Durchschnitt aller Betriebe** in der Gemeinde Wietze erreichen kann. Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Betriebe (u. a. Spezialanbieter und alteingesessene Fachgeschäfte) ein ungleich höheres Einzugsgebiet aufweisen können. Daneben ist die Einkaufsorientierung der Wietzer Bevölkerung vor allem bei Waren des aperiodischen Bedarfsbereichs auf die nahe gelegenen Standorte Celle, Winsen, Hambühren etc. gerichtet.

Abb. 14: Marktgebiet Gemeinde Wietze



Quelle: Microsoft MapPoint 2006
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

4.2 Kaufkraftniveau im regionalen Vergleich

Die Kaufkraft einer Region ist abhängig von der Bevölkerungszahl sowie vom Einkommen der jeweiligen Bevölkerung. Dies wiederum ist unter anderem abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung der Region bzw. der Kommune.

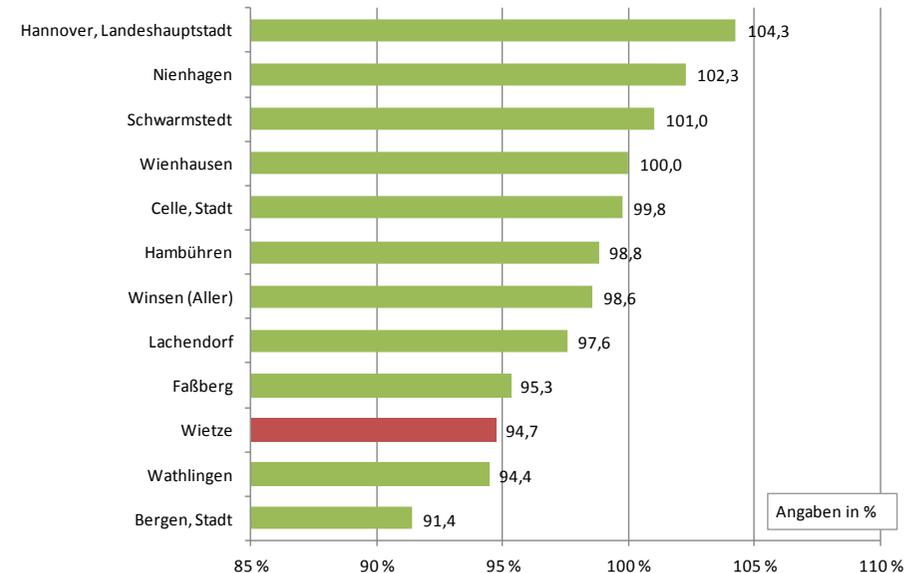
Die Gemeinde Wietze liegt mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 94,7 % im Jahr 2011 deutlich unter dem bundesweiten Durchschnitt (100 %) und im regionalen Vergleich eher auf den hinteren Plätzen, wie aus Abb. 15 hervorgeht. Die benachbarten Grundzentren Winsen (98,6 %) und Hambühren (98,8 %) verfügen über ein deutlich höheres Kaufkraftniveau.

Die Landeshauptstadt Hannover hat mit 104,3 % den höchsten Wert, was auf eine relativ starke Kaufkraft der Bevölkerung schließen lässt. Die Stadt Celle liegt mit 99,8 % nahezu im Bundesdurchschnitt.

Das geringste Kaufkraftniveau in der regionalen Betrachtung weist die Stadt Bergen im Landkreis Celle auf, die mit 91,4 % deutlich unter dem Durchschnitt liegt.

Im Entwicklungszeitraum von 2005 (95,8 %), 2007 (96,6 %), 2009 (95,9 %) bis 2011 (94,7 %) hat sich die Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Wietze leicht negativ entwickelt.

Abb. 15: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (für das Jahr 2011, Deutschland = 100%)



Quelle: MB Research 2011
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

4.3 Nachfragesituation in der Gemeinde Wietze

Die Berechnung des Nachfragepotenzials⁷ in Wietze erfolgt auf der Basis der Einwohnerzahl der Gemeinde (7.979 Einwohner, Stand: 30.09.2011⁸) und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (94,7 %)⁹ für das Jahr 2011. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.506,00 € für das Jahr 2011 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Gemeinde Wietze mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wurde.

Der einzelhandelsrelevante Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Gemeinde entspricht demnach 5.214,20 € im Jahr 2011. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt der statistische Ausgabesatz pro Kopf in Wietze deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 5.506,00 €.

Das Nachfragepotenzial in der Gemeinde Wietze insgesamt beläuft sich auf rd. 41,6 Mio. €. Davon entfallen ca. 22,4 Mio. € auf den periodischen Bedarf (ca. 54 %). Im aperiodischen Bedarfsbereich weisen die Sortimente Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik (3,7 Mio. €), Bekleidung/ Wäsche (3,6 Mio. €) sowie Baumarktspezifische Sortimente (3,6 Mio. €) das größte Nachfragepotenzial auf.

Im Vergleich zu 2006 hat sich das Nachfragepotenzial in der Gemeinde Wietze um rd. 2,5 Mio. € erhöht, obgleich die Einwohnerzahl um ca. 280 Bewohner abgenommen hat. Dies ist vor allem auf die gestiegenen Verbrauchsausgaben zurückzuführen.

⁷ Die Ausgaben (in €) der Einwohner von Wietze, die in den Einzelhandel fließen (statistischer Wert).

⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen

⁹ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2011

Abb. 16: Nachfragepotenzial in der Gemeinde Wietze

CIMA Warengruppen	Nachfragepotenzial (in Mio. €)
Periodischer Bedarf	22,4
Lebensmittel und Reformwaren	15,4
Gesundheit und Körperpflege	6,3
übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften, etc.)	0,7
Persönlicher Bedarf insgesamt	5,6
Bekleidung, Wäsche	3,6
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck, Optik, Hörgeräteakustik	0,9
Medien und Technik insgesamt	4,7
Bücher, Schreibwaren	1,0
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	3,7
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1,7
Sportartikel	0,8
Spielwaren	0,4
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,5
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,7
Einrichtungsbedarf	3,0
Möbel, Antiquitäten	2,3
Heimtextilien	0,6
Baumarktspezifische Sortimente	3,6
SUMME	41,6
EINWOHNER	7.979

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2011

4.4 Angebotssituation in der Gemeinde Wietze

Vorbemerkung

Die Ermittlung der Einzelhandelsdaten in der Gemeinde Wietze basiert auf Einzelhandelserhebungen, die im Rahmen der Fortschreibung des Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel im erweiterten Wirtschaftsraum Hannover durch den Landkreis Celle im Juli 2011 durchgeführt wurden.

Aufgrund der Schnelllebigkeit der Einzelhandelslandschaft („Handel ist Wandel“) nicht unüblich, haben sich bereits im Zeitraum zwischen der Aufnahme der Einzelhandelsdaten und der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft ergeben. Zu benennen sind hier insbesondere die Schließung der Schlecker-Filiale in der Gemeinde sowie die Neueröffnung des Schreibwarengeschäftes „Schreib-Fit Schmidt“. Diese Veränderungen wurden im Rahmen der Erstellung des vorliegenden Berichtes berücksichtigt.

Die Berechnung der Umsätze für den Einzelhandel in Wietze erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2011 (Umsatz je m² Verkaufsfläche p. a.) für insgesamt 32 Branchen. Diese Flächenproduktivitäten werden vom Institut für Handelsforschung (IfH), Köln, durch Betriebsvergleiche ermittelt und jährlich durch aktuelle Forschungsergebnisse und eine Vielzahl von einzelbetrieblichen Beratungen durch die CIMA aktualisiert. Die Flächenproduktivitäten liegen für insgesamt sechs Stadtgrößenklassen vor und werden zusätzlich durch die Berater der CIMA an die örtliche und regionale Situation angepasst.

Außer dem Facheinzelhandel und dem filialisierten Einzelhandel werden die folgenden Betriebstypen zum Einzelhandel hinzugerechnet:

- Gewerbliche Betriebe mit für den Kunden zugänglichen Verkaufsflächen (z. B. Sanitärfachhandel)
- Gärtnereien (Verkaufsfläche)

Dienstleistungsbetriebe wie Reisebüros, Fitnesscenter oder Kreditinstitute zählen nicht zum Einzelhandel.

Der Handel mit Pkw zählt ebenfalls nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne und wurde, wie auch der Handel mit Kraft-, Brenn- und Baustoffen, nicht in die nachfolgenden Betrachtungen einbezogen.

Bezüglich der Analyse der Betriebs- und Branchenstruktur des Einzelhandels in der Gemeinde Wietze (Datenstand: Juli 2011; Einzelaktualisierungen 2012) ist die CIMA zu folgenden Ergebnissen gekommen:

- In der Gemeinde Wietze wurden insgesamt 32 Einzelhandelsbetriebe erfasst. Davon zählen 17 Betriebe zum periodischen und 15 Betriebe zum aperiodischen Bedarfsbereich.
- Die Gemeinde verfügt über eine einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt 5.775 m². Davon entfallen ca. 68 % auf den periodischen und 32 % auf den aperiodischen Bedarf.
- Der von der CIMA errechnete Einzelhandelsumsatz liegt bei insgesamt 23,1 Mio. € (brutto p. a.). Die erfassten 17 Betriebe mit ihrem Hauptsortiment im periodischen Bedarfsbereich erwirtschaften rd. 83 % des Einzelhandelsumsatzes in Wietze, während die dem aperiodischen Bedarfsbereich zugerechneten 15 Betriebe rd. 17 % des Umsatzes einnehmen.
- Die durchschnittliche Raumleistung (Flächenproduktivität) liegt branchenübergreifend über alle Branchen bei rd. 3.993 € je qm Verkaufsfläche. Damit bewegt man sich in Wietze über dem Bundesdurchschnitt von rd. 2.957 € je m².¹⁰

Bezogen auf die einzelnen Warengruppen ergibt sich für die Gemeinde Wietze folgendes Bild:

Abb. 17: Angebotssituation in der Gemeinde Wietze

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe 2012*	Verkaufsfläche in qm	Anteil der Verkaufsfläche in %	Umsatz in Mio. €	Anteil des Umsatzes in %
Periodischer Bedarf	17	3.905	67,6	19,2	83,1
Lebensmittel, Reformwaren	13	3.315	57,4	14,1	61,3
Gesundheit und Körperpflege	2	450	7,8	4,5	19,6
übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften, etc.)	2	140	2,4	0,5	2,1
Aperiodischer Bedarf insgesamt	15	1.870	32,4	3,9	16,9
Persönlicher Bedarf insgesamt	2	200	3,5	0,6	2,7
Bekleidung, Wäsche	1	80	1,4	0,2	0,8
Schuhe, Lederwaren	0	40	0,7	0,1	0,3
Uhren, Schmuck, Optik, Hörgeräteakustik	1	80	1,4	0,4	1,6
Medien und Technik insgesamt	3	380	6,6	1,2	5,1
Bücher, Schreibwaren	2	160	2,8	0,5	2,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	1	220	3,8	0,6	2,7
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1	235	4,1	0,4	1,8
Sportartikel	0	0	0,0	0,0	0,0
Spielwaren	0	70	1,2	0,1	0,4
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1	165	2,9	0,3	1,4
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3	275	4,8	0,5	2,3
Einrichtungsbedarf	1	70	1,2	0,1	0,5
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0	0,0	0,0
Heimtextilien	1	70	1,2	0,1	0,5
Baumarktspezifische Sortimente	5	710	12,3	1,0	4,5
Einzelhandel insgesamt	32	5.775	100,0	23,1	100,0

* mit jeweiligem Sortiment im Hauptsortiment

* mit jeweiligem Sortiment im Hauptsortiment

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

¹⁰ Destatis, Stand 2009

Im Vergleich der aktuellen Verkaufsflächen- und Umsatzzahlen aus dem Jahr 2012 zum Jahr 2006 sind folgende Entwicklungen festzustellen:

- Hinsichtlich der **Einzelhandelssituation insgesamt** musste die Gemeinde Wietze zwischen 2006 und 2012 einen saldierten Verkaufsflächenrückgang von -9,6 % (610 m²) hinnehmen. Auch der von der CIMA errechnete Einzelhandelsumsatz ist im Zeitraum 2006 bis 2012 um 7,6 % (-1,9 Mio. €) gesunken.
- Der **periodische Bedarfsbereich** verzeichnet zwischen 2006 und 2012 einen Verlust von 550 m² (-12,3 %) Verkaufsfläche sowie einen Umsatzrückgang von 1,9 Mio. € (9,1 %).
- Im **aperiodischen Bedarfsbereich** ist im Zeitraum von 2006 bis 2012 ein Verkaufsflächenrückgang um 60 m² (-3,1 %) zu dokumentieren. Der Umsatz stagniert im Vergleichszeitraum, während bei genauer Betrachtung jedoch deutliche Unterschiede in den Einzelsortimenten auffallen.

Abb. 18: Entwicklung von Verkaufsfläche und Umsatz von 2006 zu 2012

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm 2006	Verkaufsfläche in qm 2012	+ / - in %	Umsatz in Mio. € 2006	Umsatz in Mio. € 2012	+ / - in %
Periodischer Bedarf	4.455	3.905	-12,3	21,1	19,2	-9,1
Lebensmittel, Reformwaren	3.700	3.315	-10,4	16,6	14,1	-14,8
Gesundheit und Körperpflege	660	450	-31,8	4,1	4,5	10,6
übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften, etc.)	95	140	47,4	0,4	0,5	33,5
Aperiodischer Bedarf insgesamt	1.930	1.870	-3,1	3,9	3,9	0,4
Persönlicher Bedarf insgesamt	390	200	-48,7	1,2	0,6	-46,7
Bekleidung, Wäsche	110	80	-27,3	0,4	0,2	-48,9
Schuhe, Lederwaren	200	40	-80,0	0,5	0,1	-83,7
Uhren, Schmuck, Optik, Hörgeräteakustik	80	80	0,0	0,3	0,4	12,5
Medien und Technik insgesamt	285	380	33,3	1,0	1,2	23,2
Bücher, Schreibwaren	175	160	-8,6	0,6	0,5	-1,2
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	110	220	100,0	0,4	0,6	56,8
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	275	235	-14,5	0,4	0,4	17,3
Sportartikel	0	0	-	0,0	0,0	-
Spielwaren	75	70	-6,7	0,1	0,1	-3,3
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	200	165	-17,5	0,3	0,3	26,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	95	275	189,5	0,2	0,5	227,0
Einrichtungsbedarf	70	70	-	0,1	0,1	-15,0
Möbel, Antiquitäten	0	0	-	0,0	0,0	-
Heimtextilien	70	70	-	0,1	0,1	-15,0
Baumarktspezifische Sortimente	815	710	-12,9	1,1	1,0	-5,9
Einzelhandel insgesamt	6.385	5.775	-9,6	25,0	23,1	-7,6

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

4.4.1 Einzelhandelszentralität

Vorbemerkung Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z. B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Für die Gemeinde Wietze lässt sich aus der Gegenüberstellung von Umsatz und Nachfragepotenzial für das Jahr 2012 Folgendes ablesen:

- Die **Einzelhandelszentralität über alle Branchen** beträgt nach Berechnungen der CIMA 55,4 %. Der Einzelhandelsumsatz der Gemeinde Wietze liegt somit signifikant unter dem vorhandenen Nachfragepotenzial. So wird deutlich, dass derzeit Kaufkraft aus dem Gemeindegebiet in das Umland abfließt.
- Im **gesamten periodischen Bedarfsbereich** liegt die Zentralität bei 85,5 %, was auf saldierte Kaufkraftabflüsse in der nahversorgungsrelevanten Sparte der Gemeinde Wietze hinweist. Jedoch bewegen sich die Zentralitäten im periodischen Bedarfsbereich auf einem, für ein Grundzentrum, recht hohen Niveau.
- Im **gesamten aperiodischen Bedarfsbereich** werden bei einer Handelszentralität von insgesamt 20,3 % saldierte Kaufkraftabflüsse sichtbar.

Abb. 19: Umsatz, Nachfragevolumen und Zentralität in der Gemeinde Wietze

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Einzelhandelszentralität in % 2012
Periodischer Bedarf	19,2	22,4	85,5
Lebensmittel, Reformwaren	14,1	15,4	91,7
Gesundheit und Körperpflege	4,5	6,3	71,7
übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften, etc.)	0,5	0,7	73,5
Aperiodischer Bedarf insgesamt	3,9	19,2	20,3
Persönlicher Bedarf insgesamt	0,6	5,6	11,4
Bekleidung, Wäsche	0,2	3,6	5,3
Schuhe, Lederwaren	0,1	1,0	7,7
Uhren, Schmuck, Optik, Hörgeräteakustik	0,4	0,9	39,7
Medien und Technik insgesamt	1,2	4,7	24,8
Bücher, Schreibwaren	0,5	1,0	55,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,6	3,7	16,8
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0,4	1,7	24,8
Sportartikel	0,0	0,8	0,0
Spielwaren	0,1	0,4	24,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,3	0,5	63,2
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,5	0,7	78,5
Einrichtungsbedarf	0,1	3,0	4,0
Möbel, Antiquitäten	0,0	2,3	0,0
Heimtextilien	0,1	0,6	19,2
Baumarktspezifische Sortimente	1,0	3,6	28,7
Einzelhandel insgesamt	23,1	41,6	55,4

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Als Grundzentrum hat die Gemeinde Wietze den Auftrag, Güter der nahversorgungsrelevanten Sortimente für die eigene Bevölkerung bereitzustellen. Die recht hohen Handelszentralitäten im periodischen Bedarfsbereich zeigen, dass die Gemeinde Wietze diese Funktion weitestgehend erfüllt. Das umfassende Vorhalten von Gütern des aperiodischen ist nicht Teil des Versorgungsauftrages eines Grundzentrums. Hohe Zentralitätswerte sind in diesem Bereich somit für ein Grundzentrum nicht maßgeblich. Bei dezidierter Betrachtung sämtlicher Einzelhandelszentralitätswerte des Jahres 2012 können folgende Besonderheiten herausgestellt werden:

- Wie bereits dargelegt, liegt die Zentralität im **periodischen Bedarfsbereich** im Jahr 2012 insgesamt bei rd. 85,5 %. Hinsichtlich der einzelnen Warengruppen, in die sich der periodische Bedarfsbereich untergliedert, zeichnen sich Unterschiede hinsichtlich der Zentralitätswerte ab. Für die Warengruppen **Lebensmittel/ Reformwaren** kann ein Wert von 91,7 % dokumentiert werden. So verfügt die Gemeinde Wietze über ein umfangreiches Angebot an Lebensmittelbetrieben, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen. Teilweise kann Wietze auch Kunden aus dem Umland gewinnen. Die Lebensmittelmärkte befinden sich in unmittelbarer Nähe zur Bundesstraße, die durch den Kernort Wietze verläuft, und sind dadurch auch für potenzielle Kunden aus dem Umland gut erreichbar. Dennoch ist anzumerken, dass bzgl. des vorhandenen Angebotes erheblicher Neupositionierungs- und Modernisierungsbedarf besteht. Der Bereich **Gesundheit/ Körperpflege** weist eine Zentralität von 71,7 % auf. Dies weist auf Angebotsdefizite in der Gemeinde Wietze in diesem Bereich hin. Nach Schließung des Schlecker-Marktes an der Hornbosteler Straße ist aktuell kein Drogerie-Markt mehr in der Gemeinde verfügbar. Auch fehlt ein Betrieb, der Sanitätswaren anbietet. Vor Ort werden somit Waren aus dem Bereich Gesundheit/ Körperpflege ausschließlich in den beiden ansässigen Apotheken angeboten sowie als Randsortiment in den Lebensmittelbe-

trieben. Der **übrige periodische Bedarfsbereich (Schnittblumen, Zeitschriften)** weist einen Zentralitätswert von 73,5 % auf. Bei dem übrigen periodischen Bedarfsbereich handelt es sich generell um eine Warengruppe, die sehr wohnortbezogen ist, also in der Regel nur über geringe Kaufkraftabflüsse verfügt. Gewisses Steigerungspotenzial ist in diesem Bereich somit gegeben.

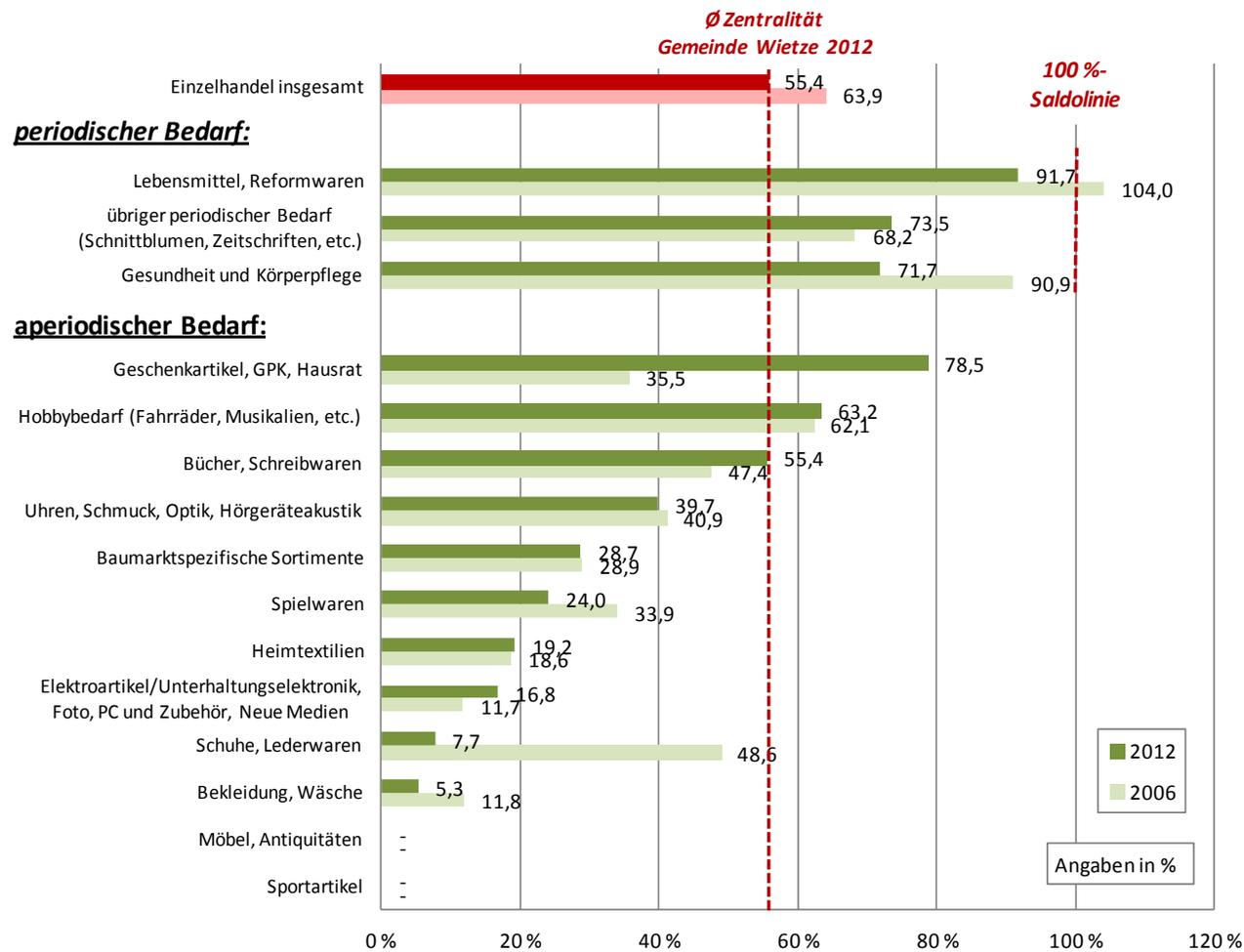
- Die Handelszentralität über alle Branchen im **aperiodischen Bedarfsbereich** liegt aktuell bei 20,3 %. Auch hier sind Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen zu erkennen. Den höchsten Zentralitätswert weist die Warengruppe **Geschenkartikel/ Glas/ Porzellan und Hausrat** (78,5 %) auf. Die Zentralitätswerte der übrigen Warengruppen des aperiodischen Bedarfsbereichs sind teilweise erheblich niedriger. Sogar unterhalb der Nachweisgrenze liegen die Zentralitäten der Warengruppen „Möbel, Antiquitäten“ und „Sportartikel“.

Die Zentralitäten der Warengruppen des aperiodischen Bedarfsbereichs liegen zum großen Teil weit unter 100 %. Das bedeutet, dass tlw. erhebliche Abflüsse von Kaufkraft existieren, die per Saldo nicht durch Zuflüsse kompensiert werden können. Die Werte weisen zwar auf Ansiedlungspotenziale in der Gemeinde Wietze hin. Wie jedoch bereits erwähnt, ist das Vorhalten von Gütern des aperiodischen Bedarfs grundsätzlich nicht Teil des Versorgungsauftrags eines Grundzentrums. Weiterhin ist anzumerken, dass aufgrund der räumlichen Nähe der Gemeinde Wietze zum Oberzentrum Celle sowie weiteren Konkurrenzstandorten die Kaufkraftabflüsse nur in begrenztem Umfang reduziert werden können.

Der Vergleich der aktuellen Handelszentralitäten 2012 (55,4 %) mit den Werten aus dem Jahr 2006 (63,9 %) zeigt, dass insgesamt ein Rückgang der Handelszentralitäten stattgefunden hat. Hinsichtlich der einzelnen Warengruppen sind jedoch teilweise deutlich unterschiedliche Entwicklungen zu verzeichnen, die im Folgenden dargelegt werden:

- Im **periodischen Bedarfsbereich** ist zwischen 2006 und 2012 ein markanter Rückgang der Einzelhandelszentralität zu verzeichnen (- 14,8 Prozentpunkte). Diese Veränderung stellt sich ausdifferenziert in die Einzelbranchen wie folgt dar: Die Zentralität im Bereich **Lebensmittel/ Reformwaren** hat mit einem Rückgang um - 12,4 Prozentpunkte deutlich abgenommen. So entsprechen die in Wietze angesiedelten Betriebe in ihrer aktuellen Form tlw. nicht mehr den Ansprüchen des Betreibers an wirtschaftlich zu betreibende und für die Kunden ansprechende Ladenlokale. Dies schlägt sich schließlich auch in der Kaufkraftbindung nieder. So existieren Abflüsse von Kaufkraft, die im Jahr 2012 per Saldo nicht mehr durch Zuflüsse kompensiert werden können. Darüber hinaus sind in dem Zeitraum 2006 bis 2012 Betriebsschließungen zu verzeichnen (z.B. Tankstelle Steinförde, Bäckerei Segelke), die sich ebenso minimierend auf die Einzelhandelszentralitätswerte auswirken. Die Warengruppe **Gesundheit/ Körperpflege** weist zwischen 2006 und 2012 ebenso einen Rückgang der Handelszentralität auf. Dies ist einerseits auf die Schließung des Schlecker-Marktes zurückzuführen. Vor allem aber ist der Zentralitätsrückgang einer stark veränderten Nachfragesituation im Bereich Gesundheit/ Körperpflege geschuldet. Im **übrigen periodischen Bedarfsbereich (Schnittblumen, Zeitschriften)** ist die Zentralität um + 5,2 Prozentpunkte gestiegen. Begründen lässt sich dies v. a. durch allgemeine Sortimentsumstrukturierungen vorhandener Betriebe (v.a. der Lebensmittelmärkte). Außerdem können die Veränderungen durch eine detailliertere Erfassung der Randsortimente erklärt werden.
- Ein eher marginaler Rückgang der Einzelhandelszentralität kann im **aperiodischen Bedarfsbereich** für den Vergleichszeitraum 2006/ 2012 konstatiert werden (- 1,2 Prozentpunkte). Dabei sind zwischen den einzelnen Sortimentsgruppen teilweise deutliche Unterschiede zu erkennen. Die größten Veränderungen fanden in der Warengruppe **Geschenke/ Glas, Porzellan/ Keramik und Hausrat** statt. Hier kann ein Anstieg der Zentralität von 35,5 % (2006) auf 78,5 % (2012) dokumentiert werden (+ 43,0 Prozentpunkte). Hauptgründe liegen hierfür insbesondere in einer Änderung und Verfeinerung der Erhebungs- und Branchensystematik der CIMA. Ein besonders auffälliger Rückgang des Zentralitätswertes ist außerdem in der Warengruppe **Schuhe/ Lederwaren** zu verzeichnen. Die Zentralität ist von 48,6 % (2006) auf 7,7 % (2012) gesunken. Dies kann v.a. durch die Betriebsschließung des ehemals in Wietze angesiedelten Schuhgeschäftes (W. v. Bostel) erklärt werden. Weitere Verschiebungen bzw. Veränderungen hinsichtlich der Zentralitätswerte können neben Betriebsschließungen, -eröffnungen, Veränderungen der Nachfragesituation und der Konkurrenzsituation u.a. beispielweise auch auf eine Ab- und Zunahme wie auch eine allgemein detailliertere Erfassung der Randsortimente in den Einzelhandelsbetrieben zurückgeführt werden.

Abb. 20: Einzelhandelszentralitäten der Gemeinde Wietze nach Warengruppen



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

4.4.2 Verkaufsflächendichte

Vorbemerkung Flächendichte

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt derzeit bei 1,50 m² Verkaufsfläche je Einwohner¹¹ (inkl. ländlich geprägter Räume). Bei der Betrachtung der Bedarfsbereiche muss beachtet werden, dass insgesamt 32 Branchen zu den jeweiligen Bedarfsbereichen zugeordnet wurden. Die nachfolgende Abbildung gibt somit lediglich einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in der Gemeinde Wietze. Die Verkaufsflächendichte gibt nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben, kann aber erste Hinweise auf mögliche Potenziale geben.

Abb. 21: Verkaufsflächendichte in der Gemeinde Wietze

Gemeinde Wietze	
Verkaufsflächendichte in qm je Einwohner	0,72
davon periodischer Bedarf	0,49
davon aperiodischer Bedarf	0,23

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

¹¹ Gemäß EHI Handel aktuell 2009/2010

Für die Gemeinde Wietze könne folgende Aussagen getroffen werden:

- Wietze verfügt über eine Gesamtverkaufsflächendichte von 0,72 m² je Einwohner. Dieser Wert liegt deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnitt von 1,50 m² je Einwohner.
- Auf Basis einer umfassenden kommunalen Vergleichsdatenbank hat die CIMA eine Ausstattungskennziffer von mindestens 0,51 m² Verkaufsfläche im periodischen Bedarf pro Einwohner als Schwellenwert ausgemacht, der besagt, dass die Versorgung im periodischen Bedarf grundsätzlich gewährleistet ist. Der Wert für die Gemeinde Wietze liegt mit rd. 0,49 m² je Einwohner nur leicht darunter.
- Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel beträgt in deutschen Kommunen durchschnittlich zwischen 0,4 und 0,6 m² je Einwohner. Hier liegt der Wert für die Gemeinde Wietze mit 0,42 m² je Einwohner an der Untergrenze.
- Der aperiodische Bedarf weist eine Verkaufsflächendichte von rd. 0,23 m² je Einwohner auf. Dieser Wert liegt deutlich unter dem Durchschnittswert von 0,52 m² je Einwohner, der für alle Grundzentren im Landkreis Celle für das Jahr 2011 im Rahmen des Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover (CIMA GmbH, 2012) berechnet wurde.

4.4.3 Kaufkraftstromanalyse für die Gemeinde Wietze

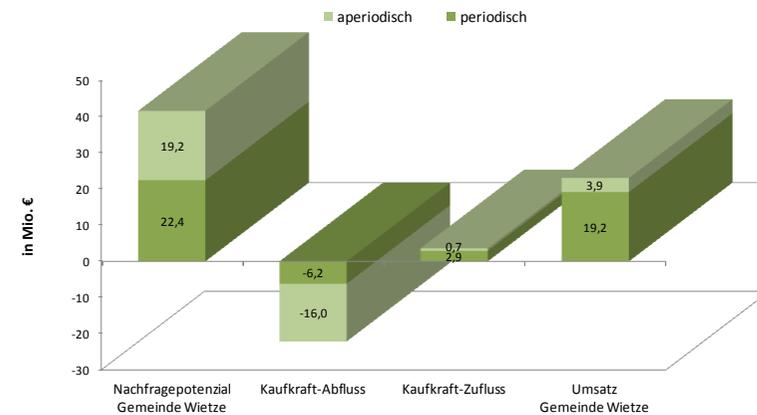
Vorbemerkung Kaufkraftbindung

Die Kaufkraftbindung (in %) beschreibt den Teil des Nachfragepotenzials in der Gemeinde Wietze, der zum Analysezeitpunkt tatsächlich im Wietzer Einzelhandel gebunden wird.

Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche dividiert durch das Nachfragepotenzial dieser Branche. Die Zahlen der Kaufkraftbindung und zu den Kaufkraftströmen basieren unter anderem auf den Ergebnissen der Huff-Kaufkraftstromanalyse für die Gemeinde Wietze und das Umland. Das Huff-Modell quantifiziert die Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum. Einflussgrößen sind vor allem

- geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegzeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,
- Attraktivitätsgrade und Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkte konkurrierender Einkaufsorte.

Abb. 22: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Gemeinde Wietze



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Dem vorhandenen Nachfragepotenzial der Gemeinde Wietze in Höhe von 41,6 Mio. € steht ein Umsatz von 23,1 Mio. € gegenüber. Die Kaufkraftzuflüsse belaufen sich auf rd. 3,6 Mio. €; sie gleichen die Kaufkraftabflüsse von 22,1 Mio. € in keiner Weise aus. Insgesamt können rd. 47 % des Nachfragepotenzials der Einwohner Wietzes (19,5 Mio. €) im Einzelhandel der Gemeinde gebunden werden. 53 % fließen in Konkurrenzstandorte ab (22,1 Mio. €). Die Zuflüsse von außerhalb belaufen sich auf rund 6 % des Umsatzes der Gemeinde Wietze.

Im Ergebnis führt dies dazu, dass die Gemeinde Wietze, saldiert betrachtet, in allen Warengruppen (teilweise deutliche) Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen hat. Zur **Sicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion** der Gemeinde Wietze (aktuelle Bindung im periodischen Bedarfsbereich: 72 %) sollte insbesondere eine **Stärkung des periodischen Bereichs** angestrebt werden.

4.5 Gesamtüberblick Bestandsanalyse Gemeinde Wietze

Entwicklung der Einzelhandelskennzahlen im Vergleich 2006 zu 2012

Einen grundsätzlichen Eindruck über die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Gemeinde Wietze liefert der folgende Kennzahlenvergleich:

Abb. 23: Gesamtüberblick über die Entwicklung der Kennzahlen

Gemeinde Wietze	2006	2012	
Anzahl Betriebe	38	32	↘
Verkaufsfläche (in qm)	6.386	5.775	↘
Umsatz (in Mio. €)	25,0	23,1	↘
Flächenproduktivität (in €/qm)	3.908	3.993	↔
Nachfragepotenzial (in Mio. €)	39,1	41,6	↗
Zentralität (in %)	63,9	55,4	↘
- im periodischen Bedarf (in %)	100,3	85,5	↘
- im aperiodischen Bedarf (in %)	21,5	20,3	↔
Einwohner	8.260	7.979	↘
Verkaufsfläche in qm je Einwohner	0,77	0,72	↘
- periodischen Bedarf	0,54	0,49	↘
- aperiodischen Bedarf	0,23	0,23	↔
Umsatz je Einwohner (in €)	3.022	2.890	↘
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	93,8	94,7	↗

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2006 und 2012

Bei der Betrachtung der wichtigsten Kennzahlen der Gemeinde Wietze im Vergleich von 2006 zu 2012 wird Folgendes deutlich:

- Trotz rückläufiger Einwohnerzahl ist ein Anstieg des Nachfragepotenzials zu verzeichnen. Dies ist auf die leicht angestiegene Kaufkraftkennziffer sowie den deutlich gestiegenen Ausgabesatz pro Kopf im Vergleichszeitraum zurückzuführen.
- Die Anzahl der Betriebe ist seit 2006 gesunken. Ebenso ist im Vergleichszeitraum die Verkaufsfläche wie auch der Gesamtumsatz zurückgegangen. Anteilig betrachtet ist der Umsatzrückgang niedriger als der Rückgang der Verkaufsfläche. Daher kann ein minimaler Anstieg der Flächenproduktivität, also des Umsatzes je m² Verkaufsfläche, beobachtet werden.
- Die Einzelhandelszentralität ist seit dem Jahr 2006 gesunken. Dies ist v.a. auf Veränderungen im periodischen Bedarfsbereich zurückzuführen.

4.6 Einzelhandelsstandorte in der Gemeinde Wietze

Ausschließlich im Kernort Wietze der Gemeinde Wietze sind Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Die Ortsteile Hornbostel, Jeverßen und Wieckenberg weisen keinen Bestand an Einzelhandelsbetrieben auf. Der Dienstleistungs- und Einzelhandelsbesatz im Kernort ist dispers entlang bzw. nahe der Bundesstraße 214 (Nienburger Straße/ Steinförder Straße) positioniert, die durch denselben verläuft.

Der Kernort Wietze kann in unterschiedliche Einzelhandelslagen unterteilt werden (vgl. Abb. 24). Aktuell fehlt es jedoch an einem Bereich, in dem kompakte Strukturen vorgefunden werden, die für eine „klassische Ortsmitte“ typisch sind. Es wäre wünschenswert, die Entwicklungen zukünftig auf einen festgesetzten, integrierten zentralen Bereich zu konzentrieren, um langfristig einen attraktiven Ortskern schaffen zu können. Im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes wurde im Kernort ein solcher zentraler Bereich abgegrenzt, der langfristig zum Zentralen Versorgungsbereich „Ortskern“ entwickelt werden soll (vgl. dazu Kap. 5.3.1).

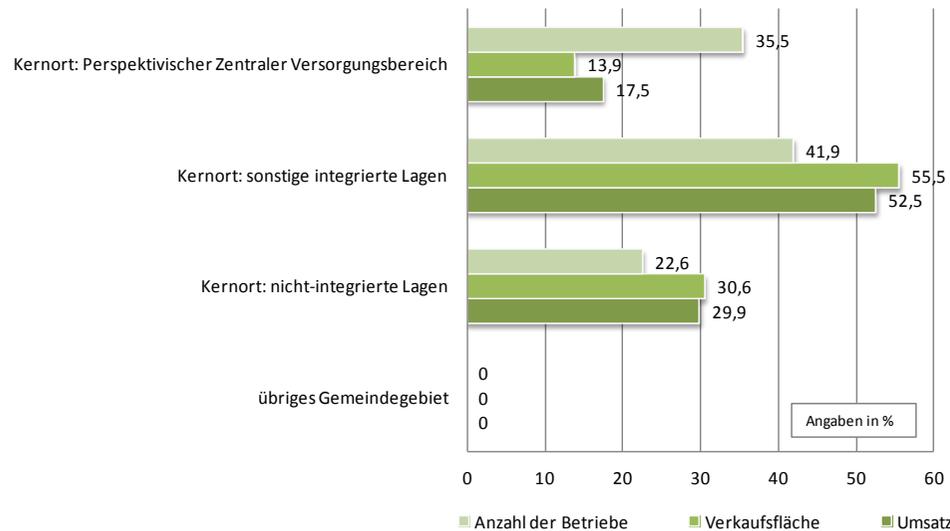
Abb. 24: Übersicht der Lagebereiche in der Gemeinde Wietze



Kartengrundlage: Google Earth Pro 2012

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 25: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze differenziert nach Lagebereichen in der Gemeinde Wietze



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

- In diesem „**perspektivischen**“ **Zentralen Versorgungsbereich** sind aktuell 11 (entspricht rd. 36 %) der Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Dazu gehören u.a. zwei Bäcker, ein Optiker, eine Apotheke, ein Fleischer, ein Blumengeschäft und auch ein Sonderpostenmarkt. Diese Betriebe erwirtschaften aufgrund ihrer kleinteiligen Struktur nur rd. 14 % des Gesamtumsatzes in Wietze. Der Verkaufsflächenanteil liegt bei rd. 18 %. Zukünftig ist die Entwicklung sowie der Ausbau dieses Bereiches verstärkt anzugehen (vgl. Kapitel 5.3.1.2).
- In den übrigen **integrierten Lagen des Kernortes** sind 13 Einzelhandelsbetriebe (entspricht rd. 42 %) angesiedelt. Diese nehmen rd. 56 % der Verkaufsfläche ein und erwirtschaften in etwa 53 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes in der Gemeinde Wietze. Zu den hier angesiedelten Betrieben gehören u. a. der Lebensmittelvollsortimenter „Edeka“, der Lebensmitteldiscounter „Netto“ sowie ergänzender – vor allem kleinteiliger – Besatz.
- In **nicht-integrierter Lage des Kernortes** von Wietze existieren weitere 7 Einzelhandelsbetriebe (entspricht rd. 23 %). Dabei handelt es sich u.a. um den Vollsortimenter „Rewe“ und den Discounter „Aldi“, die am Ortszugang einen Koppelstandort bilden und durch einen Bäcker (Vorkassenzone REWE-Markt) ergänzt werden. Der Verkaufsflächenanteil, gemessen an der Gesamtverkaufsfläche der Gemeinde Wietze, liegt hier bei rd. 31 %; der Anteil des Umsatzes bei rd. 30 %.
- Das **übrige Gemeindegebiet** verfügt über keinen Einzelhandelsbesatz.

5 ZENTRENKONZEPT

Vorbemerkung zur Notwendigkeit der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche nach § 34 (3) BauGB

Lange Zeit galt für Einzelhandelsansiedlungen innerhalb im Zusammenhang bebauter Ortsteile, dass sich das Vorhaben lediglich „nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche [...] in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist“ (§ 34, 1 BauGB). Demnach war es innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile nicht relevant, ob ein Einzelhandelsvorhaben zentrenrelevante Sortimente angeboten hat oder nicht. Einziger Bewertungsmaßstab war, dass es sich in die nähere Umgebung einfügte. Dies erschwerte jedoch für viele Städte und Gemeinden die nachhaltige Steuerung einer wohnortnahen Einzelhandelsversorgung. Hatte zum Beispiel ein großflächiger Lebensmittelmarkt (über 800 m² Verkaufsfläche) in der Nähe eines Autohauses oder eines Baumarktes im unbeplanten Innenbereich (§ 34-Gebiet) einen Bauantrag gestellt, bestand in der Regel aus bauplanungsrechtlicher Sicht keine Verhinderungsmöglichkeit (vgl.: Geyer“, 2005: Neuregelungen für den Einzelhandel.“ In: PlanerIn 3_05, Dortmund. S. 14).

Um Vorhaben dieser Art entgegenzutreten zu können, trifft die Regelung nach § 34 (3) BauGB nun die Festsetzung, dass von entsprechenden Vorhaben „keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche“ in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein dürfen. Eine ähnliche Festsetzung trifft der § 11 (3) BauNVO für großflächige Einzelhandelsbetriebe in Sondergebieten; demnach sind Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche auszuschließen. Schutzobjekt sind also ein oder mehrere „Zentrale Versorgungsbereiche“.

Darüber hinaus schafft § 9 (2a) BauGB die Möglichkeit, zur Entwicklung und zur Erhaltung Zentraler Versorgungsbereiche mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der Nutzung (nach § 34 (1) und (2) BauGB) zu steuern.

Demnach stellen sich zunächst die Fragen:

- Wie definiert man einen „Zentralen Versorgungsbereich?“
- Was ist unter „schädlichen Auswirkungen“ zu verstehen?

Mittlerweile haben sich mehrere Gerichte mit den Fragen auseinandergesetzt, die sich durch die geänderte Gesetzeslage ergeben. Die nachfolgenden Kapitel geben einen kurzen Überblick, was aus den neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen für die kommunale Einzelhandelsplanung folgt.

5.1 Was sind „Zentrale Versorgungsbereiche“?

Zunächst scheint es offensichtlich, wo zentrale Einkaufslagen zu finden sind. Die Innenstadt/der Ortskern wird in der Regel als Zentraler Versorgungsbereich eingestuft, ebenso die Stadtteilzentren. Schwieriger wird es indes bei der Einordnung von Nahversorgungsstandorten. Zu betonen bleibt, dass eine Gemeinde mehrere Zentrale Versorgungsbereiche haben kann, etwa stadtteilbezogen (vgl.: Berkemann, Halama, 2005: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 361).

Demnach handelt es sich bei Zentralen Versorgungsbereichen um „räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen (häufig ergänzt durch Dienstleistungsbetriebe und gastronomische Betriebe) eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt“ (vgl. OVG Münster: 7 A 964/05). Dieser Bereich kann sowohl anhand vorhandener Betriebe als auch anhand planerischer Zielsetzungen der Gemeinde festgesetzt werden.

Somit können sich Zentrale Versorgungsbereiche ergeben aus:

- bestehenden Bauleitplänen, d.h. auf die Darstellung in B-Plänen, insbesondere aber auch auf die Darstellung im Flächennutzungsplan,
- Raumordnungsplänen/Regionalplänen, die als Ziel der Raumordnung im Sinne des § 3, 2 ROG festgelegt werden können oder
- der Situation vor Ort (d.h. im Wesentlichen aus dem vorhandenen Einzelhandelsbestand).

Daraus ergibt sich, dass Zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als Zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein müssen, sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, legt die CIMA folgende Bewertungsmaßstäbe an:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes/ Umfang der bestehenden Versorgungsfunktion
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur
- Städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit, ÖV-Anschluss), Nähe zu Wohngebieten

Dem Zentralen Versorgungsbereich muss für die Versorgung der Bevölkerung eine „zentrale Funktion“ zukommen, eine bloße Agglomeration von Betrieben reicht nicht aus. Dabei muss die Gesamtheit der Nutzungen in einem Zentralen Versorgungsbereich die Funktion besitzen, das „gesamte Gemeindegebiet oder einen Teilbereich mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs“ zu versorgen (vgl. OVG Münster: 7 A 964/ 05).

Innerhalb grundzentraler Strukturen werden in der Regel als Zentrale Versorgungsbereiche angesehen:

- Ortsteil-/ Grundzentrum(en): Mittlerer Einzugsbereich (gesamte Gemeinde oder bestimmte Ortsteile), ein breites Spektrum an Waren für den mittel- und kurzfristigen Bedarf.
- Nahversorgungszentrum(en): Kleinerer Einzugsbereich (bestimmte Quartiere), vorwiegend Waren für den kurzfristigen, ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs.

Um eindeutig zuordnen zu können, ob einzelne Betriebe oder Grundstücke in einem Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit „schützenswert“ sind, sollte die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche nach Möglichkeit grundstücksgenau erfolgen. Eine gewisse Generalisierung ist jedoch möglich, um der Kommune bei der Umsetzung im Bauleitverfahren gewisse Abwägungsspielräume zu lassen. Kreisförmige Markierungen oder vage Bezeichnung des jeweiligen Bereiches reichen jedoch nicht aus.

5.2 Was sind „Schädliche Auswirkungen“?

Bisherige Beurteilungen und Gutachten gehen bei der Bewertung von „schädlichen Auswirkungen“ auf die Regelungen nach § 11 (3) BauNVO zurück. Hierunter sind Auswirkungen zu verstehen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“ (vgl. § 11 (3) BauNVO).

Die Rechtsprechung ging bislang bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass bei etwa 10 % Umsatzverlagerung Auswirkungen anzunehmen sind. Teilweise wird jedoch bereits bei 7 % Umsatzverlagerungen davon ausgegangen, dass Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche anzunehmen sind. In neueren Urteilen wird vielfach sogar davon ausgegangen, dass erst ein prognostizierter Kaufkraftabfluss von etwa 20 % des Einzelhandelsumsatzes schädliche Auswirkungen zur Folge hat (vgl. Berkemann, Halama, 2005: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 363).

Die Abwägung erfolgt in Abhängigkeit vom Standort. Außerdem bleibt bei der Abwägung zu bedenken, dass der Kaufkraftabfluss nur ein Indiz, im Sinne eines „Anfangsverdacht“ ist. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch „Trading-Down-Effekte“ gekennzeichnet sind. Maßgeblich sind bei Bewertungen letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzverlagerungen ab ca. 7 bis um 10 % eintreten können. Diese Funktionsverluste

können sich ausdrücken in städtischen Verödungen und durch zu erwartende „Trading-Down-Effekte“.

„Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können ‚schädliche‘ Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein“ (vgl.: Berkemann, Halama, 2005: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 363).

Als Konsequenz hieraus ergibt sich für neue Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche die Notwendigkeit, einen Verträglichkeitsnachweis einzubringen. Für neue Einzelhandelsprojekte in § 34-Gebieten bzw. für großflächige Einzelhandelsansiedlungen (über 800 m² VKF) in Sondergebieten muss demnach objektiv festgestellt werden, dass schädliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten sind. Das macht in der Regel die Einholung eines unabhängigen Verträglichkeitsgutachtens notwendig. Dies bezieht sich auch auf Flächen, die mittelbar oder unmittelbar an die definierten Zentralen Versorgungsbereiche angrenzen.

5.3 Zentrenstruktur der Gemeinde Wietze

Die folgenden Abschnitte beschäftigen sich mit der Zentrenstruktur der Gemeinde Wietze. Es wird erläutert, ob Einzelhandelsstandorte als Zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden können und welche Standorte die Kriterien dafür nicht oder noch nicht erfüllen. Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatz) wird die Bedeutung der einzelnen Bereiche innerhalb der gesamt-gemeindlichen Zentrenstruktur erläutert. Darauf aufbauend erfolgt die Ableitung von Entwicklungsstrategien.

Aktuell kann in Wietze kein Bereich die Kriterien eines Zentralen Versorgungsbereiches erfüllen. Da ein Zentraler Versorgungsbereich aber auch Zielcharakter (vgl. Kapitel 5.1) haben kann, erfolgte die Abgrenzung eines Bereiches, der erhebliches Potenzial für eine entsprechende Entwicklung aufweist.

Diesem festgesetzten Zentralen Versorgungsbereich wird nach Beschluss des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und damit auch des Zentralen Versorgungsbereiches die Schutzfunktion nach § 34,4 BauGB bzw. § 11,3 BauNVO zukommen. Dies jedoch nur, wenn die Gemeinde planerische Anstrengungen erkennen lässt, den Bereich aktiv und gezielt zu einem Zentralen Versorgungsbereich fortzuentwickeln.

Weitere Einzelhandelslagen in der Gemeinde Wietze sind die Nahversorgungsstandorte **Netto** (Steinförder Straße), **Edeka** (Bonifatiusstraße), **Aldi und Rewe** (Nienburger Straße). Allesamt liegen außerhalb des zu entwickelnden Zentralen Versorgungsbereiches „Ortskern“ und erfüllen auch nicht die Voraussetzungen für die Einstufung als eigenständiger Zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum).

Im Gesamtüberblick stellt sich die Zentrenstruktur der Gemeinde Wietze wie folgt dar (vgl. dazu Abb. 24):

Hauptzentrum:

- **perspektivischer Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“**

Solitäre Nahversorgungsstandorte:

- **Netto**, Steinförder Straße (integrierte Lage)
- **Edeka**, Bonifatiusstraße (integrierte Lage)
- **Rewe und Aldi**, Nienburger Straße (nicht-integrierte Lage)

5.3.1 Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“

5.3.1.1 Ausgangssituation und Begründung der Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches

Wie schon dargelegt verfügt die Gemeinde Wietze über kein historisch gewachsenes Ortszentrum. Auch kann in Wietze aktuell kein Bereich die Kriterien hinreichend erfüllen, die für die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches notwendig wären. So steht keiner der im Kernort angesiedelten Lebensmittelnahversorger in direktem räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit einem entsprechenden, ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsmix.¹² Weiterhin ist in keinem Bereich kompakter Nutzungsbesatz vorhanden, wie generell für die Abgrenzung eines rechtssicheren Zentralen Versorgungsbereiches erforderlich.

Dennoch sind im Kernort der Gemeinde Wietze teilweise bereits heute gute Grundvoraussetzungen vorhanden, die für die anvisierte Entwicklung eines attraktiven, funktionierenden Ortszentrums¹³ und gleichzeitig eines wettbewerbsfähigen Zentralen Versorgungsbereiches mit zentraler Nahversorgungsfunktion elementar sind. Daher hat die CIMA im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Wietze einen „Zielbereich“ empfohlen, der aus Gutachtersicht langfristig gesehen das größte Potenzial für eine entsprechende Entwicklung birgt. Die Kriterien zur Definition eines Zentralen Versorgungsbereiches lassen zwar in Wietze aufgrund der besonderen Vor-Ort-Situation gewissen Spielraum bzgl. der Abgrenzung zu. Aus Sicht der CIMA stellt sich je-

doch der empfohlene Bereich, gemessen an den Ausgangsbedingungen in der Gemeinde Wietze, am geeignetsten für die anvisierte Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches dar.

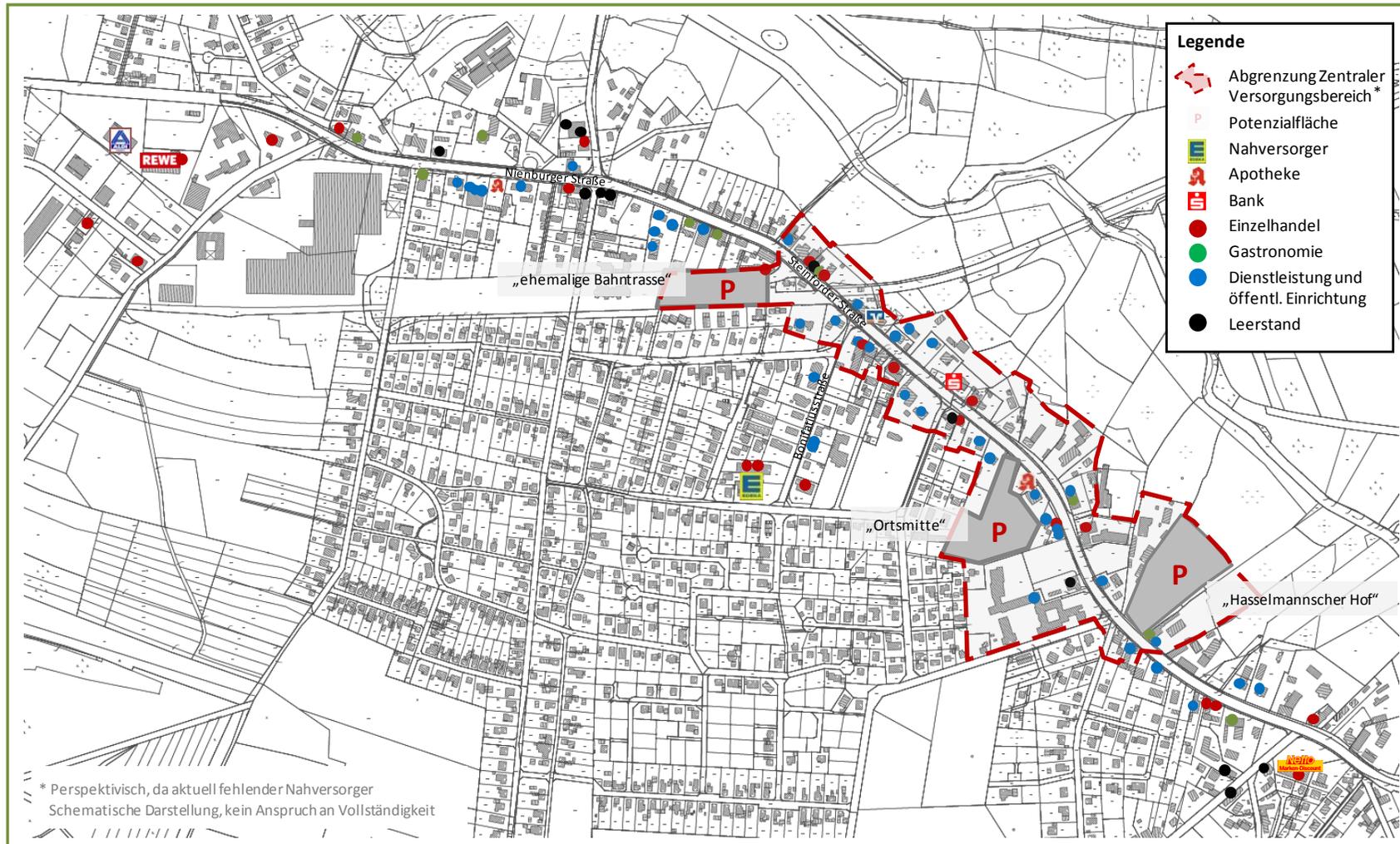
Die Abgrenzung dieses „perspektivischen“ Zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich an dem Bereich im Kernort, der bereits heute gewissen Zentrumscharakter hat und weiterhin Potenziale für eine langfristige Entwicklung zum attraktiven, wettbewerbsfähigen Zentralen Versorgungsbereich im Kernort Wietze bietet. So erstreckt sich die Abgrenzung vom Pastor-Isenberg-Weg im Nordwesten entlang der Bundesstraße (Nienburger Straße/ Steinförder Straße) bis hin zum Meißdorweg im Südosten. Die Liegenschaften, die sich zwischen Pastor-Isenberg-Weg und dem Meißdorweg entlang der Nienburger Straße/ Steinförder Straße befinden, sind alle Teil des zu entwickelnden Zentralen Versorgungsbereiches. Mit ausschlaggebend für diese Abgrenzung sind die drei Potenzialflächen „ehemalige Bahntrasse“, „Ortsmitte“ sowie „Hasselmannscher Hof“, entlang derer sich der Zentrale Versorgungsbereich erstreckt und die eminenten Entwicklungsmöglichkeiten für den Zentralen Versorgungsbereich bieten, insbesondere auch für die Ansiedlung großflächiger (Magnet-) Betriebe, die heute im Zentralen Versorgungsbereich fehlen.

Aktuell ist in dem zu entwickelnden Zentralen Versorgungsbereich bereits kleinteiliger, inhabergeführter Einzelhandelsbesatz vorzufinden. Insbesondere Betriebe aus dem periodischen, vereinzelt auch aus dem aperiodischen Bedarfsbereich sind hier angesiedelt. So befinden sich u. a. zwei Bäcker, ein Fleischer, eine Apotheke, ein Tabakwarengeschäft, ein Sonderpostenmarkt sowie ein Blumengeschäft und ein Optiker im Zentralen Versorgungsbereich. Der Einzelhandelsbesatz wird ergänzt durch Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe (z.B. Friseur, Banken) und öffentliche Einrichtungen (z.B. Rathaus, Kirche). Partiiell sind auch Leerstände zu verzeichnen.

¹² Für die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches in Grundzentren ist mitunter laut Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover (CIMA GmbH, 2012), S.23, u.a. mindestens ein Lebensmittelnahversorger notwendig.

¹³ vgl. auch u.a. Machbarkeitsstudie „Neue Mitte“ (Sellhorn Hafkemeyer GmbH, 2012)

Abb. 26: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“



Kartengrundlage: Gemeinde Wietze, 2011

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Zwar sind auch in dem abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich, wie im übrigen Kernort, u.a. größere Lücken im Nutzungsbesatz vorhanden. Dies trägt dazu bei, dass die Abgrenzung aktuell in gewisser Weise angreifbar ist und auch die Festsetzung des Ortszentrums für Besucher möglicherweise derzeit noch nicht eindeutig nachzuvollziehen ist. Dennoch kristallisierte sich aufgrund von Kriterien wie „Art der Nutzungen“, „Städtebauliche Einheit“, „Flächenverfügbarkeit“ und „Lage an der Hauptverkehrsstraße“ für die CIMA dieser Bereich als bestmögliche Abgrenzungsvariante für die langfristige Entwicklung eines funktionsfähigen Zentralen Versorgungsbereiches heraus. **Für eine zielführende Entwicklung des Bereiches wird verstärkt darauf zu achten sein, den Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz allgemein soweit wie möglich nachzuverdichten, in seiner Attraktivität zu steigern und insbesondere Frequenzbringer in Form von mindestens einem Lebensmittelmarkt anzusiedeln.**

Aktuell ist der Zentrale Versorgungsbereich rd. 850 m lang, was für ein Grundzentrum bereits erheblich ist. Eine noch größere Abgrenzung würde sich zwangsläufig kontraproduktiv auf die anvisierte kompakte Ortskernentwicklung auswirken. Ein möglicher Kundenaustausch zwischen den Einzelnutzungen im Zentralen Versorgungsbereich würde deutlich erschwert. Weiterhin wäre mit einer Erweiterung der Abgrenzung eine erhebliche Reduzierung der Schutzwirkung gegenüber großflächigen Neuansiedlungen im Umfeld verbunden.

Von einer engeren Fassung des Zentralen Versorgungsbereichs ist aus Sicht der CIMA jedoch ebenfalls abzuraten, da sich der abgegrenzte Zentrale Versorgungsbereich über die drei bekannten ausgewiesenen Potenzialflächen erstreckt. Zwar eignen sich nicht alle der Flächen in gleichem Maße für eine (Einzelhandels-) Entwicklung, dennoch ist bei keiner dieser Flächen von einer Entwicklung gänzlich abzuraten. Wie in Kapitel 8 dargelegt, ist grundsätzlich auf jeder der Flächen eine (Einzelhandels-)Entwicklung denkbar. Mit Eingliederung

aller drei Potenzialflächen in den Zentralen Versorgungsbereich ist automatisch eine erheblich größere Flexibilität gegenüber Investoren und potenziellen Betreibern verbunden. Dadurch werden mehrere zukünftige Entwicklungsoptionen offen gehalten und beachtlicher Gestaltungsspielraum ermöglicht.

Eine Integration des Edeka- und/ oder des Netto-Marktes in den Zentralen Versorgungsbereich ist aus Sicht der CIMA für die Abgrenzung eines rechtssicheren Zentralen Versorgungsbereiches nicht sinnvoll. So übernehmen beide Standorte zwar eine wichtige Funktion als Nahversorger in der Gemeinde Wietze, bilden jedoch klassische „solitäre Nahversorgungsstandorte“. Beide Lebensmittelmärkte stehen in keinem räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem Nutzungsbesatz des zu entwickelnden Zentralen Versorgungsbereiches. Darüber hinaus existiert aus Sicht der CIMA kein nennenswerter Kundenaustausch zwischen dem Edeka- bzw. Netto-Markt und dem Einzelhandels- und Dienstleistungsbestand im Zentralen Versorgungsbereich. Auch im Falle einer Neupositionierung und damit Attraktivierung von einem der/ beider Märkte am jeweiligen Standort ist davon auszugehen, dass keiner der beiden Lebensmittelbetriebe am heutigen Standort als der Frequenzbringer des Ortskerns/ des Zentralen Versorgungsbereiches mit entsprechender „Sogkraft“ fungieren kann.

5.3.1.2 **Entwicklungsstrategien des Zentralen Versorgungsbereiches**

Durch das feste Planungsziel, den abgegrenzten Bereich als Zentralen Versorgungsbereich zu entwickeln, ist dieser zukünftig als besonders schützenswert anzusehen, so dass großflächige Einzelhandelsvorhaben in der Umgebung keine negativen städtebaulichen Auswirkungen hervorrufen dürfen. Um jedoch ein langfristig attraktives, funktionierendes Ortszentrum (Zentraler Versorgungsbereich) mit zentraler Versorgungsfunktion schaffen zu können, das auch wettbewerbsfähig gegenüber konkurrierenden Standorten in der Region ist, ist eine aktive Entwicklung dieses festgesetzten Zentralen Versorgungsbereiches zu forcieren.

Für die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches muss das oberste Ziel die Ansiedlung von **mindestens einem großflächigen Lebensmittelmarkt** im Zentralen Versorgungsbereich sein. So ist mindestens ein Lebensmitteldiscounter oder Lebensmittelvollsortimenter, in Ergänzung eines hinreichenden Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, u.a. Grundvoraussetzung für die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches.¹⁴ Die gleichzeitige Etablierung des anvisierten Bürger-/ Rathauses¹⁵ am Standort (moderne architektonische Lösung) würde außerdem einen erheblichen Beitrag zur Entwicklung eines attraktiven Ortszentrums leisten.¹⁶

Auch bedingt durch die hohe Einkaufshäufigkeit in einem Lebensmittelmarkt eignet sich das Sortiment „Lebensmittel“ ganz besonders für eine großflächige Ansiedlung als „Anker“ in der Ortsmitte von Wietze. Eine solche Ansiedlung mit

Magnetfunktion kann sich auch sehr positiv auf die mögliche Etablierung kleinteiliger Nutzungen im Umfeld dieses Ankerbetriebes auswirken.¹⁷

Aufgrund des in der Gemeinde Wietze stark begrenzten Ansiedlungsspielraums im Lebensmittelbereich (vgl. Kapitel 6) sollten die noch verfügbaren Potenziale möglichst für die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereich genutzt werden. Da aktuell in der Gemeinde Wietze nicht ausreichend Potenzial für die Neuansiedlung eines Lebensmittelbetriebes¹⁸ gegeben ist, ist prioritär die Verlagerung und Neupositionierung von mindestens einem der Bestandsbetriebe, die aktuell bereits in der Gemeinde Wietze angesiedelt sind, in den zu entwickelnden Zentralen Versorgungsbereich zu verfolgen.¹⁹

Dadurch wird ein wichtiger Grundbaustein für die Entwicklung des Zentraler Versorgungsbereiches gelegt. So kann der neu angesiedelte Lebensmittelbetrieb²⁰ im Zentralen Versorgungsbereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion übernehmen und eine entsprechende „Sogwirkung“ entfalten, die für ein funktionierendes Ortszentrum von großer Wichtigkeit ist. Diese „Sogwirkung“ kann sich positiv auf bereits vorhandenen Nutzungsbesatz aber auch auf eine zusätzliche Ansiedlung von ergänzenden Betrieben auswirken. Besonders empfehlenswert wäre v.a. die zusätzliche Etablierung eines wettbewerbsfähigen Drogeriemarktes im Zentralen Versorgungsbereich. Weiterer kleinteiliger Besatz könnte das Angebot noch gewinnbringend ergänzen. Hierfür würde sich v.a. zentrenrelevanter Einzelhandel mit frequenzbringender Wirkung (Bekleidung, Schuhe, Geschenkartikel...) als attraktive Nutzungsoption anbieten. Diese Sortimente wurden u.a. auch in der Befragung als „Wunschsortimente“ geäußert.

¹⁴ vgl. auch Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover (CIMA GmbH, 2012), S.23

¹⁵ vgl. auch Machbarkeitsstudie „Neue Mitte“ (Sellhorn Hafkemeyer GmbH), die die Gemeinde Wietze 2011/2012 erstellen ließ.

¹⁶ Umsetzung eines Gesamtkonzeptes ggf. im Rahmen eines Investorenauswahlverfahrens möglich.

¹⁷ Erfahrungsgemäß stellt es sich dagegen als eher schwierig dar, den angestrebten kleinteiligen Besatz ohne einen signifikanten Frequenzbringer anzusiedeln.

¹⁸ Dieser ist für die Etablierung des Zentralen Versorgungsbereiches unabdingbar.

¹⁹ ggf. gesonderte Verträglichkeitsanalyse erforderlich.

²⁰ bzw. können die neue angesiedelten Lebensmittelbetriebe

Auch konnte deutlicher Ansiedlungsspielraum im Rahmen der Einzelhandelsanalyse für das Segment Drogerie aber auch Bekleidung und Schuhe bestätigt werden. Grundsätzlich ist auch in allen weiteren Sortimenten des aperiodischen Bedarfsbereichs noch gewisser Ansiedlungsspielraum (Kapitel 6.2).

Die **Potenzialflächen** im Zentralen Versorgungsbereich bieten unterschiedliche räumlichen Voraussetzungen für mögliche Ansiedlungen und Entwicklungen. Grundsätzlich sind alle drei geprüften Flächen für Einzelhandelsansiedlungen geeignet, wenn auch nicht jede in gleichem Maße (vgl. Kapitel 8): Aus Sicht der CIMA ist generell die aktuell brachliegende Fläche „**Ortsmitte**“ für die Etablierung eines markanten (Nah-)Versorgungsschwerpunktes mit Zentrumscharakter (Treffpunktfunktion) im Zentralen Versorgungsbereich den anderen Potenzialflächen vorzuziehen.²¹ Genaueres hinsichtlich der Nutzungsmöglichkeiten und Empfehlungen bzgl. der einzelnen Potenzialflächen wird im Standortkonzept, Kapitel 8, erläutert. Die Freifläche befindet sich in mittiger Lage des Zentralen Versorgungsbereiches und verfügt über ausreichend Platz für eine moderne, hochwertige Immobilie, in der ein attraktiver Funktionsmix mit gewisser „Strahlkraft“ umgesetzt werden könnte.

Bezüglich der Potenzialflächen „**ehem. Bahntrasse**“ sowie „**Hasselmanscher Hof**“ ist zwar nicht gänzlich von einer (Einzelhandels-)Entwicklung abzuraten, dennoch sind diese aus Perspektive der CIMA eher für ergänzende Nutzungen in Betracht zu ziehen: Insbesondere hinsichtlich der Fläche „**Hasselmanscher Hof**“ könnten kleinteilige Nutzungsergänzungen zur Ortsmitte in Erwägung gezogen werden. So birgt das Höfe-Ensemble wichtiges städtebauliches Potenzial für die Gemeinde Wietze, weswegen eine Verwertung, bei der die historische Bausubstanz erhalten werden kann, wünschenswert wäre. So könnte eine

Nachnutzung des Gebäudeensembles in Form von gastronomischer Nutzung, kleinteiligem Einzelhandel oder eines Seniorentreffs zu einer erheblichen Aufwertung des Zentralen Versorgungsbereiches beitragen. Die Verwertung in Form solcher Nutzungsoptionen ist zwar überaus erstrebenswert, wenn auch im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit eher schwierig zu realisieren. Grundsätzlich ist jedoch empfehlenswert, die Nutzung der historischen Bausubstanz im Rahmen einer möglichen Projektentwicklung zu prüfen. Sollte hinsichtlich dieser Potenzialfläche dennoch über die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel nachgedacht werden, so ist eine Integration der historischen Bausubstanz zu empfehlen. Die Potenzialfläche „**ehemalige Bahntrasse**“ eignet sich aufgrund der Lage und des Flächenzuschnitts nicht optimal für die anvisierte Ansiedlung des Hauptmagneten (Lebensmittelnahversorger). Hier ist ggf. über Alternativnutzungen in Form von ergänzendem Einzelhandel, Dienstleistungen oder Wohnen nachzudenken.

Grundsätzliches Ziel sollte sein, einen Versorgungsschwerpunkt zu schaffen, der Zentrumscharakter bietet und über gewisse Aufenthaltsqualität verfügt. Wichtig ist, dass dies im Rahmen eines fundierten Gesamtkonzeptes umgesetzt wird. Neben einem entsprechenden Nutzungsmix (Einzelhandel, Rathaus/ Bürgerhaus, Dienstleistungen...) sind hier auch gestalterische Aspekte hinsichtlich des öffentlichen Raums zu berücksichtigen. Mögliche Ansatzpunkte können hier beispielsweise sein: Zusammenspiel von Möblierung, Begrünung, Beleuchtung, etc. Darüber hinaus sollte auch kurzfristig versucht werden, vorhandene Leerstände im Ortskern optisch zu kaschieren, Zwischennutzungen zu installieren und vorhandene Leerstände gezielt zu vermarkten. Auch sollten einzelne der angesiedelten Bestandsbetriebe über eine Optimierung der Laden-, und Schaufenstergestaltung nachdenken sowie eine Verbesserung der Warenpräsentation und Aufsteller vor den Geschäften anvisieren.

²¹ Vgl. dazu auch Machbarkeitsstudie „**Neue Mitte**“ (Sellhorn Hafkemeyer GmbH, 2012) und Integriertes städtisches Entwicklungs-/ Wachstumskonzept (infraplan Gesellschaft für Infrastrukturplanung mbH, 2007); auch hier Fläche „**Ortsmitte**“ im Fokus für Entwicklungen

Mit der Entwicklung und Positionierung des Zentralen Versorgungsbereiches werden gleichzeitig folgende Ziele verfolgt:

- Schaffen eines Ortszentrum, Schaffen von Aufenthaltsqualität, Belebung,
- Optimierung/ Attraktivierung des Angebotes, Schließen von Versorgungslücken,
- Erzeugen von Impulsen für den übrigen Einzelhandel im Kernort Wietze,
- Steigerung der Attraktivität für mögliche Ansiedlungen neuer Betriebe,
- Erzeugen von positiven städtebaulichen Impulsen,
- Sicherung der Nahversorgung,
- Stärkung der Gemeinde in ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion und gegenüber umliegenden Konkurrenzstandorten sowie
- Entgegenwirken von zunehmenden Trading-Down-Prozessen.

Abb. 27: Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2011

5.3.2 Solitäre Nahversorgungsstandorte

5.3.2.1 Ausgangssituation

Die folgenden Lebensmittelbetriebe übernehmen aktuell die Nahversorgungsfunktion in der Gemeinde Wietze. Die CIMA hat sich im Rahmen von Vor-Ort-Begehungen mit den Voraussetzungen dieser Standorte auseinandergesetzt und kommt zu dem Schluss, dass diese aufgrund des Mangels an ergänzendem Besatz (Dienstleistungen, Einzelhandel...) oder/ und der fehlenden Nähe zur Wohnbevölkerung aktuell nicht die Voraussetzungen eines Zentralen Versorgungsbereiches erfüllen. Bei den in der Gemeinde Wietze angesiedelten solitären Nahversorgungsstandorten handelt es sich um folgende Betriebe:

- **Netto**, Steinförder Straße (integrierte Lage)
- **Edeka**, Bonifatiusstraße (integrierte Lage)
- **Rewe + Aldi**, Nienburger Straße (Koppelstandort, nicht-integrierte Lage)

5.3.2.2 Entwicklungsstrategien

Aus Sicht der CIMA ist folgende Strategie-Leitlinie zu verfolgen (vgl. dazu vertiefend Kapitel 6.3):

- **integrierte Lage (Netto und Edeka):** ggf. Erweiterung bestehender Märkte in den integrierten Lagen im Rahmen der Anpassungen an die Marktbedingungen möglich.²²

²² Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches sollte prioritär verfolgt werden. Verbleibende Entwicklungspotenziale sollten genutzt werden, um Nahversorgung in den integrierten Lagen zu sichern (derzeit

- **nicht-integrierte Lage (Rewe + Aldi):** Kein Ausbau des nicht-integrierten Nahversorgungsstandortes; Neupositionierung der Betriebe unter Vergrößerung der Verkaufsfläche nur im Zentralen Versorgungsbereich möglich.

Abb. 28: Solitäre Nahversorgungsstandorte



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Netto und Edeka) und den betreffenden Anbietern entsprechende Weiterentwicklungsoptionen zu gewährleisten.

6 BRANCHENKONZEPT

Im Folgenden soll aufgezeigt werden, in welchen Sortimenten bzw. Warengruppen noch Ansiedlungspotenziale bzw. Ansiedlungschancen bestehen. Dabei steht die Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung im Vordergrund. Gleichzeitig sollen anhand der Sortimentsliste und der Ansiedlungsstrategie Neuansiedlungen gezielt auf geeignete Standorte gelenkt werden.

6.1 Sortimentsliste

6.1.1 Notwendigkeit von Sortimentslisten

Laut aktueller Rechtsprechung (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/ 02.NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.²³ Der Ausschluss kann alle Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in der Innenstadt/ im Ortskern erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die Innenstadt/ den Ortskern von erheblicher Bedeutung ist. Laut Oberverwaltungsgericht müssen für einen solchen Ausschluss städtebauliche Gründe vorliegen. Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Oberverwaltungsgerichten gestellt werden, bedeuten jedoch auch, dass eine Begründung ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept nicht rechtssicher denkbar ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf den jeweiligen Ort angepassten Sorti-

²³ Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 bis 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimenten auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeit Gebrauch macht.“

mentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.

Auch der VGH Mannheim unterstreicht in seinem Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/ 05) noch einmal die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt eine Gemeinde mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelsortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“²⁴

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung bedeutet dies, dass der bloße Übertrag einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem LROP oder RROP) auf die spezifische Situation innerhalb einer Kommune nicht zu empfehlen ist. Das macht aus Sicht der CIMA die Aufstellung einer auf die jeweilige Stadt angepassten kommunalen Sortimentsliste notwendig.

Eine solche Liste muss dann, soll sie in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden, politisch bestätigt werden. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzern, vorhandenen Einzelhandelsbetrieben), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

²⁴ Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03.Juni 2002 – 7 A 92/99.NE: „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als ‚zentrenrelevant‘ erweist. Ebenso wenig legt der für das Land Nordrhein-Westfalen ergangene Einzelhandelserlass 1996 (MBI NRW 1996 S. 922) verbindlich fest, dass bestimmte Sortimentsgruppen ‚zentrenrelevant‘ sind; Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente.“

6.1.2 Wietzer Sortimentsliste

Die „Wietzer Sortimentsliste“ der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente baut auf den in den vorherigen Kapiteln dargestellten Bestandsdaten und Analyseergebnissen auf. Bei der Erstellung der Wietzer Sortimentsliste hat die CIMA außerdem die folgenden Grundsätze zur Beurteilung der einzelnen Sortimente herangezogen:

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf).

Als zentrenrelevant werden die Sortimente bezeichnet, die

- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend im Ortskern oder in Zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

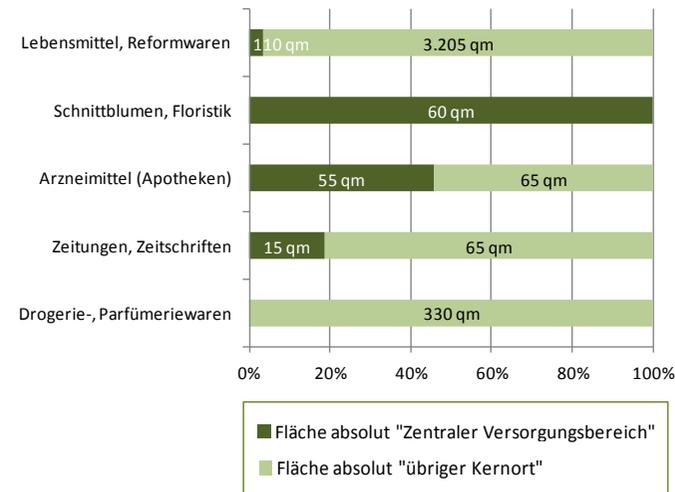
Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind hingegen vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen und
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden.
- Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu den anderen Sortimenten (siehe oben) geringe Flächenproduktivität.

Von Bedeutung ist darüber hinaus, welche Sortimente vorwiegend im Ortskern und welche Sortimente in der Regel an nicht-integrierten Standorten angeboten werden.

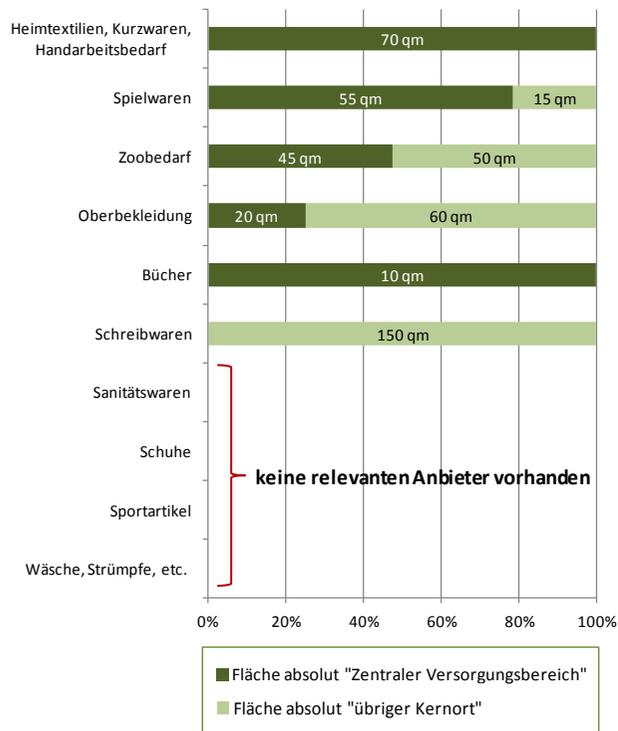
Die nachfolgenden Abbildungen geben einen Überblick darüber, welche Sortimente im perspektivischen Zentralen Versorgungsbereich und welche im übrigen Kernort der Gemeinde Wietze vorgehalten werden.

Abb. 29: Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in der Gemeinde Wietze (kurzfristiger Bedarfsbereich)



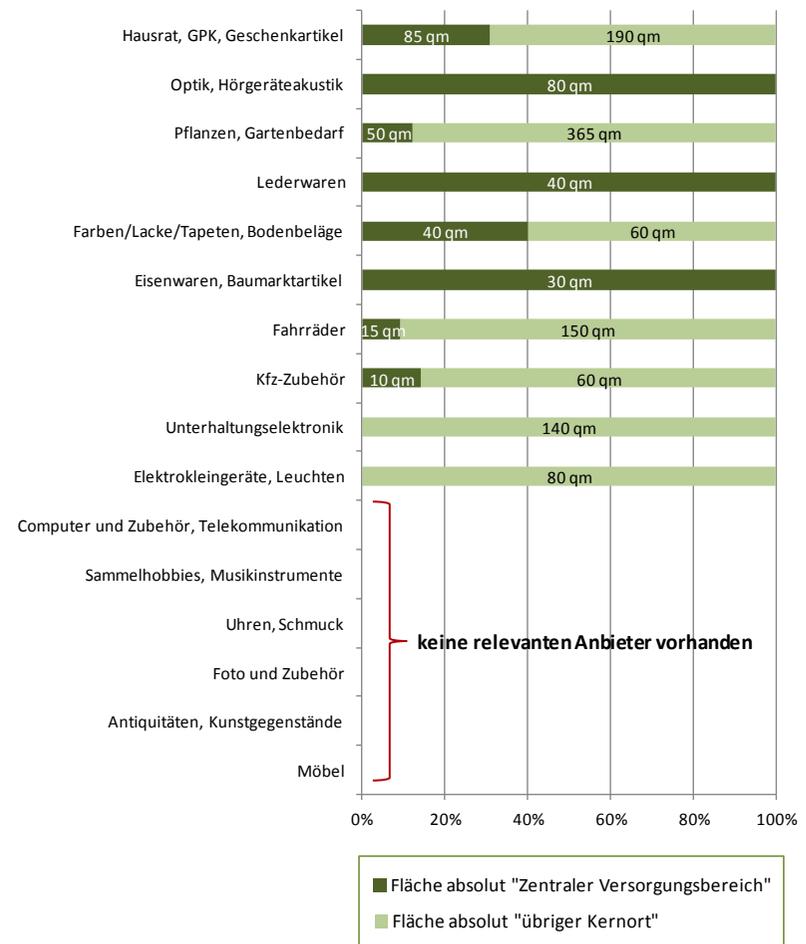
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 30: Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in der Gemeinde Wietze (mittelfristiger Bedarfsbereich)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 31: Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in der Gemeinde Wietze (langfristiger Bedarfsbereich)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 32: Wietzer Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	Nahversorgungsrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekleidung (Damen, Herren, Kinder) ▪ Bücher ▪ Computer und Zubehör, Telekommunikation ▪ Elektroartikel (Elektrokleingeräte), Lampen, Leuchten ▪ Foto, Film ▪ Geschenkartikel ▪ Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat ▪ Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Heimtextilien ▪ Lederwaren, Kürschnerwaren (inkl. Pelze, Taschen, Schulranzen) ▪ Musikinstrumente, Sammelhobbies ▪ Optik, Hörgeräteakustik ▪ Sanitärwaren ▪ Schreibwaren ▪ Schuhe ▪ Spielwaren (inkl. Basteln) ▪ Sportartikel, Sportschuhe, Sportbekleidung ▪ Uhren und Schmuck ▪ Unterhaltungselektronik (TV, HiFi, Video, Ton- und Datenträger) ▪ Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arzneimittel (Apotheken) ▪ Drogerieartikel, Parfümerieartikel ▪ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke), Reformwaren ▪ Schnittblumen ▪ Zeitschriften/ Zeitungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände ▪ Baustoffe, Baumarktartikel ▪ Bodenbeläge (inkl. Teppiche und Teppichböden) ▪ Büromaschinen ▪ Campingartikel ▪ Fahrräder (und Zubehör) ▪ Farben, Lacke, Tapeten ▪ Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Großelektro (weiße Ware) ▪ Jagd-, Reit- und Angelausstattung, Waffen ▪ Kfz-Zubehör ▪ Möbel (inkl. Matratzen, Küchen, Gartenmöbel, Kinderwagen) ▪ Sanitärbedarf ▪ Sportgroßgeräte ▪ Werkzeuge, Eisenwaren ▪ Zoobedarf (inkl. Tiere und Tiernahrung)

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Die Gemeinde Wietze verfügt bisher über keine eigene Sortimentsliste, die den ortsspezifischen Gegebenheiten Rechnung trägt. Im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2008) wird eine allgemeine Liste zentrenrelevanter Sortimente aufgeführt. Es wird gleichzeitig darauf hingewiesen, dass die aufgeführte Liste keine abschließende und landesweit dauerhaft gültige Sortimentsliste sein kann, sondern lediglich Sortimente aufzählt, die „in der Regel“ zentrenrelevant sind. Dies trifft analog auch für die Liste des Regionalen Raumordnungsprogramms Celle (2005) zu. Bei den überwiegenden Sortimenten ist eine Übereinstimmung mit der Wietzer Sortimentsliste festzustellen. Soweit Abweichungen bestehen, werden diese in den folgenden Erläuterungen zu den einzelnen Sortimenten begründet.

Es wurden einige Sortimente als zentrenrelevant eingestuft, die aktuell ausschließlich oder zu größeren Anteilen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt sind. Der Grund dafür ist, dass diese Sortimente bei einer Ansiedlung im Zentralen Versorgungsbereich erheblich zur Stärkung dessen beitragen könnten und deren Ansiedlung im Zentralen Versorgungsbereich „Ortskern“ somit ausdrücklich erwünscht ist. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass es aufgrund der allgemein geringen Verkaufsflächen in der Gemeinde Wietze schon durch kleinflächige Ansiedlungen zu erheblichen Verschiebungen der Verkaufsflächenanteile innerhalb des Kernortes kommen kann.

Es gibt lediglich einige Sortimente, die im Landesraumordnungsprogramm als zentrenrelevant vorgeschlagen werden, in Wietze jedoch als nicht-zentrenrelevant eingestuft wurden, um keine zu strenge Reglementierung des Einzelhandels zu bewirken und den örtlichen Strukturen zu entsprechen. Es handelt sich hierbei um Sortimente, die aufgrund ihrer typischen Vertriebsformen nicht (mehr) als relevant und schützenswert für den Ortskern von Wietze angesehen werden. Namentlich sind dies die Sortimente Antiquitäten/ Kunstgegenstände, Teppiche, Campingartikel, sowie Fahrräder und Zoobedarf.

Erklärungen zu den einzelnen Sortimenten

Mit steigender Mobilität eines großen Anteils der Kunden und sich verändernden Betriebstypen hat sich auch das Einkaufsverhalten der Kunden in den letzten Jahren deutlich geändert. **Lebensmittel und Reformwaren** sowie **Gesundheits- und Körperpflegeprodukte (periodischer Bedarf)** werden heute sehr häufig in größeren Mengen, z.B. ein Mal in der Woche, mit dem Pkw eingekauft. Dabei spielt die unmittelbare Entfernung zum Wohnort, also eine „Nah“-Versorgung im eigentlichen Sinne, nur noch eine untergeordnete Rolle. Gleichzeitig ist es stadtplanerisch wünschenswert – insbesondere vor dem Hintergrund des demographischen Wandels – für den wachsenden Anteil der weniger mobilen Bevölkerungsgruppen eine adäquate wohnortnahe Grundversorgung sicherzustellen. Von daher ist es zu empfehlen, weiterhin **städtebaulich integrierte Lagen als Nahversorgungsstandorte** zu entwickeln. Die CIMA sieht die Sortimente des periodischen Bedarfsbereichs deshalb weiterhin als zentrenrelevant an. Dies, zumal die Lebensmittelmärkte in der Gemeinde Wietze eine elementare Rolle für die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereichs spielen (Frequenzbringer, Synergie-Effekte). Für eine wohnortnahe Versorgung mit Sortimenten des periodischen Bedarfs sind aus Gutachtersicht unter Umständen jedoch auch Standorte außerhalb eines Zentrums geeignet (vgl. Kap.6.3 und Kap. 7.3). Neben den Kriterien für einen neuen Standort (u.a. städtebaulich integrierte Lage, Nähe zu bestehenden Wohngebieten, ÖPNV-Anbindung), sollten vor allem die Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich als Maßstab für die Planung weiterer Nahversorgungsstandorte herangezogen werden. Zur besseren Feinsteuerung differenziert die CIMA von den zentrenrelevanten Sortimenten zusätzlich die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für **Sanitätswaren** lässt sich eindeutige Relevanz für den Ortskern Wietzes ableiten. Aktuell existiert in der Gemeinde kein Anbieter mit Sanitätswaren. Aus Sicht der CIMA erscheint es sinnvoll, Neuansiedlungen von solchen Betrieben analog zu Drogeriewaren und Apotheken zukünftig auf den Zentralen Versorgungsbereich „Ortskern“ zu fokussieren. Auch aufgrund seiner Eigenschaften,

v.a. dem geringen Flächenbedarf und insbesondere seiner Fokussierung auf mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere), wird das Sortiment als zentrenrelevant eingestuft.

Die Sortimentsgruppe **Antiquitäten/ Kunstgegenstände** besteht i.d.R. zu einem wesentlichen Teil aus antiken Möbeln, großen Gemälden und ähnlichen sperrigen Gegenständen. Aus Sicht der CIMA sollte daher diese Sortimentsgruppe genauso eingeordnet werden wie neue Möbel. Das Sortiment Antiquitäten und Kunstgegenstände wird daher den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Zudem sind positive Agglomerationseffekte durch Antiquitätengeschäfte aufgrund der geringen Kundenfrequenz und der niedrigen Kopplungsaffinität nicht zu erwarten. Es besteht daher stadtplanerisch kein Anlass, künftig die Ansiedlung von Antiquitäten- oder Kunsthandlungen außerhalb des Ortskerns zu unterbinden.

Die sehr umfangreiche Warengruppe **Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC und Zubehör/ Neue Medien** wird in der Gemeinde Wietze nicht komplett den zentrenrelevanten Sortimenten zugeteilt. Die Einordnung der Sortimentsgruppen **Elektrokleingeräte, Computer/ Telekommunikation, Foto/ Film** und **Unterhaltungselektronik** sowie auch das Teilsortiment **Leuchten/ Lampen/ Leuchtmittel** wurde als zentrenrelevant eingestuft. Diese Artikel sind i.d.R. leicht transportierbar und stellen andererseits Frequenzbringer und Kundenmagneten dar. Sie besitzen eine große Wichtigkeit für die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches „Ortskern“.

Elektrogroßgeräte (weiße Ware) sind hingegen in der Regel sperrig und relativ schwer zu transportieren. Zudem wird für die Warenpräsentation eine vergleichsweise größere Fläche bei geringer Flächenproduktivität benötigt. Darum wurde das Sortiment als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Das Teilsortiment **Teppiche** (Stapelware) wurde in Wietze der Sortimentsgruppe Bodenbeläge zugeordnet, zu welcher auch Teppichböden, Parkett, Laminat usw. zählen. Diese Sortimentsgruppe wird ganzheitlich den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (im LROP werden Teppiche als zentrenrele-

vant eingestuft). Heutzutage werden Teppiche überwiegend als Teilsortiment in Teppich- oder Einrichtungsfachmärkten, in Möbelmärkten usw. angeboten. Solche Betriebstypen haben einen hohen Flächenbedarf und erzielen relativ geringe Flächenproduktivitäten, weshalb sie auf Fachmarkt-Standorte außerhalb des Ortskerns angewiesen sind. Auch die schwierige Transportierbarkeit von Teppichen spricht für einen Standort, der für den Kunden per Pkw erreichbar ist. Zudem ist zu bedenken, dass Teppichgeschäfte überwiegend Zielkundschaft generieren und kaum auf „zufällige“ Laufkundschaft abzielen. Dementsprechend sind von Teppichmärkten kaum positive Synergieeffekte für den Einzelhandel im Ortskern zu erwarten. Daher wurde das Sortiment Teppiche in Wietze als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Das Sortiment **Zoobedarf (inkl. Tiere und Tiernahrung)** wurde in der Gemeinde Wietze – abweichend von der Liste im LROP – als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Hintergrund ist der bereits weit fortgeschrittene Strukturwandel in diesem Segment. Tierfutter und Heimtierbedarf werden mittlerweile zunehmend in Fachmärkten und als Randsortiment in großen Lebensmittel- und Drogeriemärkten angeboten. Immer mehr Kunden kaufen diese Artikel zwecks Vorratshaltung in größeren Mengen mit dem Pkw ein. Bei der Entwicklung bezüglich der Standorte und Betriebstypen im Bereich Zoobedarf ist derzeit keine Trendwende absehbar. Aus diesem Grund wurde der Sortimentsbereich Zoobedarf ebenfalls den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Der Gemeinde Wietze werden damit größere Möglichkeiten eröffnet, zukünftig einen Zoo-Fachmarkt im Gemeindegebiet ansiedeln zu können.

Campingartikel, als besondere Form von Sportartikeln, werden bislang in der Gemeinde Wietze nicht angeboten. Da das Sortiment zudem oftmals einen hohen Flächenbedarf erfordert, wurde es den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Eine mögliche Ansiedlung eines Anbieters wird dadurch erleichtert. Ähnliches gilt für die Sortimente **Jagd-, Reit- und Angelausstattung**, welche vielfach in Spezialgeschäften in direktem Umfeld von entsprechenden Freizeiteinrichtungen angeboten werden. Zudem ist zu berücksichti-

gen, dass diese Spezialgeschäfte primär auf Zielkundschaft abzielen und kaum „zufällige“ Laufkundschaft generieren.

Das Sortiment **Fahrräder (inkl. Zubehör)** ist für den Zentralen Versorgungsbereich nur von untergeordneter Bedeutung. In Wietze ist derzeit nur ein Fahrradgeschäft ansässig, das sich im Kernort in siedlungsstrukturell integrierter Lage befindet, jedoch recht weit entfernt vom Zentralen Versorgungsbereich liegt. Dieses nimmt rd. 91 % der Verkaufsflächen in diesem Sortiment ein. Die übrigen 9 % der Verkaufsfläche befinden sich als Randsortiment des Sonderpostenmarktes „Dolk hat´s“ im Zentralen Versorgungsbereich. Da sich außerdem ein aktueller Trend zu größeren Fahrrad-Fachmärkten abzeichnet, wurde das Sortiment Fahrräder (inkl. Zubehör) den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Dadurch wird langfristig die Möglichkeit geschaffen, das Angebot am Sortiment „Fahrräder“ weiter auszubauen, das u.U. einen erhöhten Platzbedarf erfordert.

6.2 Einzelhandelsschwerpunkte im Branchenkonzept

Die Analyse der Einzelhandelssituation und die hier berechneten Einzelhandelszentralitäten haben gezeigt, dass die Gemeinde Wietze in den Warengruppen des **periodischen Bedarfsbereiches** (85,5 %) ihre raumordnerische Aufgabe, die eigene Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu versorgen, bereits heute größtenteils erfüllen kann. Teilweise ist jedoch ein gewisser Spielraum für einen Ausbau (qualitativ und quantitativ) einzelner Warengruppen vorhanden.

Der aktuelle Zentralitätswert im Bereich **Lebensmittel/ Reformwaren** (91,7 %) weist darauf hin, dass zwar ein Großteil an Kaufkraft an die Gemeinde Wietze gebunden werden kann, dennoch existieren derzeit Kaufkraftabflüsse, die per Saldo nicht durch Zuflüsse aus dem Umland kompensiert werden können. Für komplette Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben besteht zwar in der aktuellen Situation kein Spielraum mehr, dennoch existieren qualitative und (begrenzte) quantitative Entwicklungsmöglichkeiten für die bestehenden Betriebe. Da einige der in Wietze angesiedelten Lebensmittelbetriebe in ihrer aktuellen Form nicht mehr den Ansprüchen des jeweiligen Betreibers an wirtschaftlich zu betreibende und für den Kunden ansprechende Ladenlokale entsprechen, sollte/ n die vorhandenen Potenziale für Modernisierung/ en, Verlagerung/ en und moderate Verkaufsflächenerweiterung/ en genutzt werden.²⁵

Die CIMA weist im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes nochmals nachdrücklich darauf hin, dass Neupositionierung von Lebensmittelbetrieben vorzugsweise im Zentralen Versorgungsbereich durchgeführt werden sollten.²⁶ Konträre Herangehensweisen würden sich kontraproduktiv auf die

²⁵ im konkreten Fall ggf. gesonderte Verträglichkeitsanalyse erforderlich

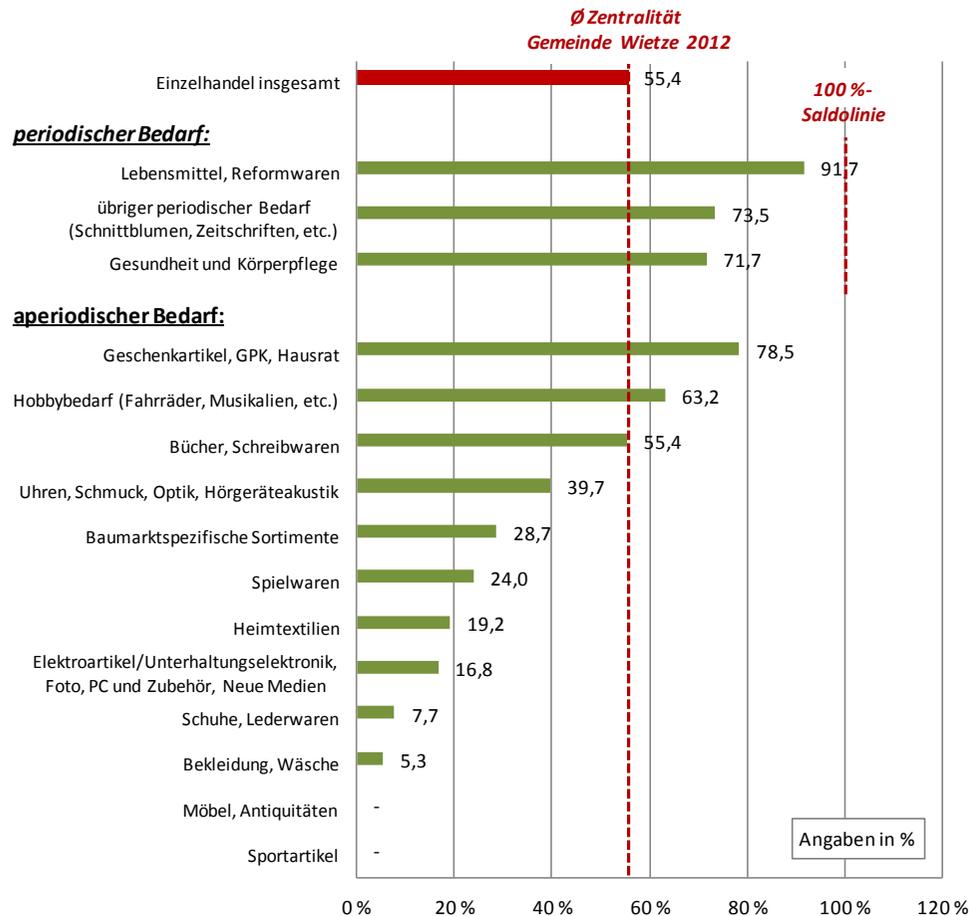
²⁶ Ausnahme: Edeka- und Netto-Markt; ggf. Erweiterung im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen am aktuellen Standort zulässig (integrierte Lage)

Entwicklung eines Zentralen Versorgungsbereiches und eine angestrebte, kompakte Ortsentwicklung auswirken.

Die Einzelhandelszentralität im Bereich **übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften, etc.)** liegt mit 73,5 % ebenso unterhalb der 100 %-Saldo-Linie, was darauf hindeutet, dass auch hier Kaufkraftabflüsse bestehen, die per Saldo nicht durch Zuflüsse aus dem Umland kompensiert werden können. Diese Warengruppe bietet somit ebenso gewissen Spielraum für einen Ausbau des Angebotes. Dies kann einerseits durch die Ansiedlung von ergänzenden Einzelhandelsbetrieben, andererseits aber auch im Zuge der angestrebten Neupositionierung und Neustrukturierung der Lebensmittelbetriebe vor Ort angegangen werden (Ausbau der Randsortimente).

Im Bereich **Gesundheit/ Körperpflege** (71,7 %) sind dringend Entwicklungen anzuraten. Nach Schließung des Schlecker-Marktes ist nun kein Drogerie-Betrieb mehr in der Gemeinde ansässig. Der Bedarf an Drogerie- und Parfümerieartikeln kann also aktuell in Wietze nur noch über Einzelhandelsbetriebe gedeckt werden, die Drogerie- und Parfümerieartikel im Randsortiment führen (v.a. Lebensmittelnahversorger, Apotheken). Die Gemeinde Wietze kann im Bereich Gesundheit/ Körperpflege aktuell ihre grundzentrale Versorgungsaufgabe nicht erfüllen. Weiterhin ist anzumerken, dass die Ausgaben in dieser Warengruppe in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen sind. Auch ist davon auszugehen, dass sich in den kommenden Jahren die Verbrauchsausgaben weiter positiv entwickeln werden. Dementsprechend sind Entwicklungen zwingend notwendig, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden und langfristig wieder mehr (eigene) Kaufkraft an die Gemeinde binden zu können. Neben der Ansiedlung eines Drogeriemarktes sollten Ansiedlungsbemühungen außerdem auf die Etablierung ein Sanitätshaus gelenkt werden.

Abb. 33: Handelszentralitäten 2012 als Hinweis für Ansiedlungspotenziale



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

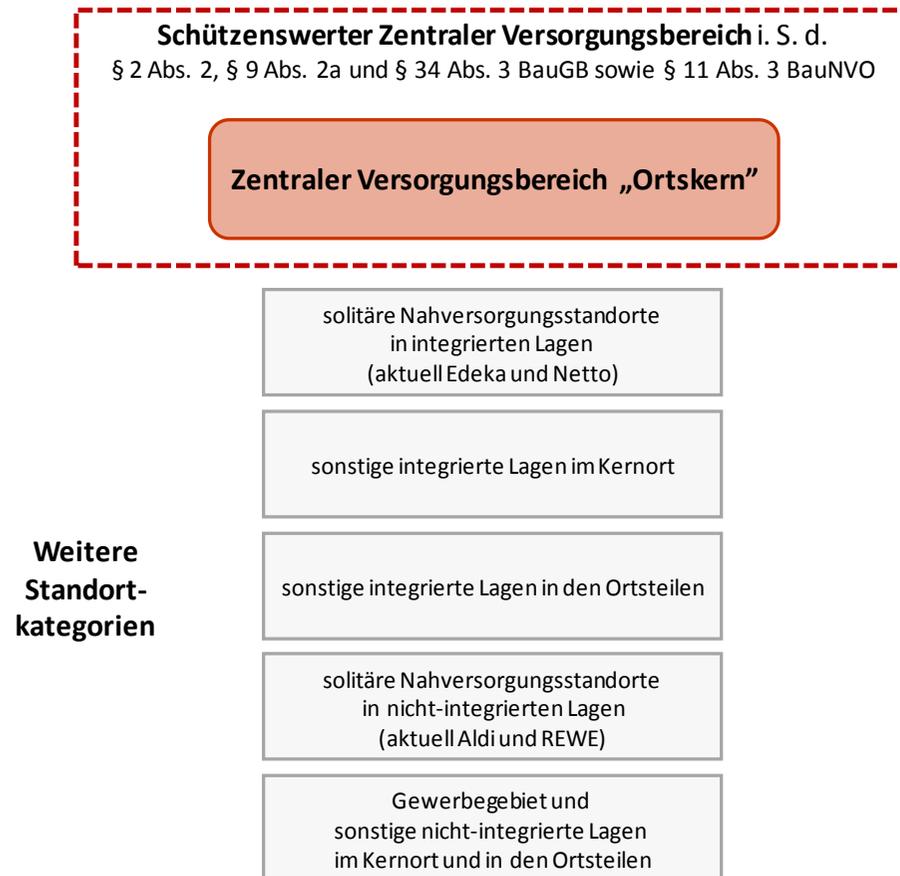
Nahezu alle Segmente des **aperiodischen Bedarfsbereichs** weisen eine Zentralität auf, die erheblich unter dem aktuellen durchschnittlichen Zentralitätswert von Wietze (55,4 %) liegen. So liegt die Handelszentralität über alle Branchen im **aperiodischen Bedarfsbereich** aktuell bei 20,3 %. Die Einzelwerte bewegen sich zwischen 0 % und 78,5 %. Dies deutet darauf hin, dass in allen Bereichen mehr Kaufkraft aus der Gemeinde Wietze abfließt, als durch Einzelhandel vor Ort gebunden werden kann. Insbesondere auch in den Warengruppen **Bekleidung/ Wäsche** sowie **Schuhe/ Lederwaren**, die maßgebliche Frequenzbringer einer Innenstadt/ eines Ortskerns sind, ist quasi kein Angebot vorhanden. Ausschließlich im Second-Hand-Betrieb „Taka-Tuka“ sowie in Randsortimenten der Lebensmittelmärkte im Kernort werden diese Sortimente vorgehalten. Zwar ist es nicht Versorgungsauftrag eines Grundzentrums, Waren des aperiodischen Bedarfs (umfassend) bereit zu stellen, dennoch besteht im aperiodischen Bedarfsbereich Ansiedlungsspielraum. In moderatem Maße sind Ansiedlungen durchaus wünschenswert, um den Zentralen Versorgungsbereich vor Ort durch einen ansprechenden Nutzungsmix entwickeln und stärken zu können und Synergieeffekte zwischen den einzelnen Nutzungen zu erzeugen. Aufgrund der unmittelbaren räumlichen Nähe zu Celle, Winsen, Hannover, etc. wird es jedoch besonders schwierig sein, insbesondere zentrentypische Sortimente (z. B. Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, ...) in Wietze neu anzusiedeln. Daher ist es umso entscheidender, attraktive Rahmenbedingungen vorzuhalten, um für potenzielle Betreiber interessanter zu sein.

Alle künftigen Neuansiedlungen sollen eine optimale Wirkung entfalten können. Es ist die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches und damit auch die Stärkung des gesamten Gemeindegebietes zu forcieren. Also besteht der Anspruch, dass die Neuansiedlungen auf geeignete Standorte im Gemeindegebiet gelenkt werden. Im Folgenden werden daher die Ansiedlungsregeln für neue Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Wietze beschrieben.

6.3 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien sind verschiedene Einzelhandelsschwerpunkte zu differenzieren.

Abb. 34: Übersicht über Standortkategorien in der Gemeinde Wietze



Für die unterschiedlichen Standortkategorien ergeben sich folgende strategische Aussagen:

Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“:

- Fokussierung zukünftiger Entwicklungen auf den Zentralen Versorgungsbereich (v. a. bzgl. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente)
- Ermöglichung der Marktanpassung vorhandener Lebensmittelmärkte in Form von Verlagerung/ Erweiterung/ Modernisierung²⁷
- Ziel: Entwicklung eines attraktiven, langfristig wettbewerbsfähigen Zentralen Versorgungsbereiches „Ortskern“

Nahversorgung:

- Gezielte Umsetzung von Neuansiedlungen zur Schließung von Versorgungslücken
- Konzentration der limitierten Potenziale im Lebensmittelbereich v.a. auf Neupositionierung bestehender Betriebe im Zentralen Versorgungsbereich
- Sicherung und Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung

Einzelhandel außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs in integrierten Lagen:

- v.a. Fokus auf Nachnutzung der Leerstände durch Kleinstbetriebe wie z.B. Lebensmittelhandwerk, Gemüseladen

Einzelhandel außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs in nicht-integrierten Lagen:

- Fokussierung auf nicht-zentrenrelevante Sortimente im Hauptsortiment

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

²⁷ ggf. gesonderte Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich

6.3.1 Ansiedlungsstrategien für den Zentralen Versorgungsbereich

Der Zentrale Versorgungsbereich „Ortskern“ soll langfristig entwickelt und attraktiv aufgestellt werden. Ziel ist ein Ausbau der Versorgungsfunktion sowie die Entfaltung einer Zentrumsfunktion. Um dies erreichen zu können, sind innerörtliche Entwicklungen zukünftig prioritär auf diesen Bereich zu konzentrieren. Zur Etablierung und Positionierung des Zentralen Versorgungsbereiches „Ortskern“ sollen hier Neuansiedlungen von Betrieben v. a. mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig gezielt stattfinden. **Insbesondere ist die Ansiedlung von einem Lebensmittelmarkt/ mehreren Lebensmittelmärkten mit Nachdruck zu verfolgen, um den Ansprüchen an einen Zentralen Versorgungsbereich gerecht zu werden und einen Magnetbetrieb mit Sogkraft zu etablieren.**

Für den Zentralen Versorgungsbereich „Ortskern“ gelten daher folgende Ansiedlungsstrategien:

- Klein- und großflächige, prioritäre Ansiedlung bzw. Umsiedlung sowie Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente.
- Klein- und großflächige, prioritäre Ansiedlung sowie Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente.
- Klein- und großflächige Ansiedlung sowie Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

Es sollte grundsätzlich versucht werden, neben einem gezielten Ausbau und einer gezielten Stärkung des Lebensmittelbereiches, zusätzliche Magnetbetriebe im Zentralen Versorgungsbereich zu etablieren um dadurch den Ortskern zu entwickeln und zu stärken. Von besonderer Wichtigkeit ist v. a. das Schließen von Versorgungslücken.

So wäre beispielsweise die Ansiedlung eines Drogeriebetriebes empfehlenswert. Bei potenziellen, neuen Vorhaben ist grundsätzlich darauf zu achten, dass diese eine sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote sind. Auch eine ansprechende und zeitgemäße, gestalterische Umsetzung neuer Entwicklungen sollte berücksichtigt werden. Die konkrete Verträglichkeit von Planvorhaben (v.a. großflächig) sollte gegebenenfalls durch ein gesondertes Gutachten überprüft werden.

6.3.2 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte in integrierten Lagen (aktuell Netto und Edeka)

Die aktuellen solitären Nahversorgungsstandorte Edeka und Netto nehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen für die umliegenden Wohngebiete wahr. Anders als ein Zentraler Versorgungsbereich unterliegen sie jedoch keinem besonderen baurechtlichen Schutz.

- Grundsätzlich ist eine Neupositionierung und moderate Erweiterung bestehender Standorte im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen möglich. **Priorität hat jedoch die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches.**
- Verbleibende Entwicklungspotenziale sollten genutzt werden um die Nahversorgung in den integrierten Lagen zu sichern (derzeit Netto und Edeka) und den betreffenden Anbietern ggf. entsprechende, moderate Weiterentwicklungsmöglichkeiten einzuräumen.
- Im Falle der Verlagerung eines Marktes/ der Märkte ist aufgrund der stark begrenzten Potenziale im Lebensmittelbereich ggf. ein Konzept der Nachnutzung für den jeweiligen Altstandort unter Ausschluss der Ansiedlung des Sortimentes „Lebensmittel“ zu prüfen.
- Grundsätzlich ist aktuell keine Neuansiedlung weiterer Nahversorger empfehlenswert, da dies i.d.R. keine qualitative Verbesserung der Nahversorgungssituation bewirken würde. Jede Neuansiedlung würde zwangsläufig entsprechende Verdrängungseffekte auslösen, deren Verträglichkeit von Konzept, Größe und Leistung des Anbieters abhängt und ein entsprechendes Risiko birgt.
- Kleinflächige Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente ist durchaus möglich, wenn auch diese prioritär im Zentralen Versorgungsbereich erfolgen sollten.

- Kleinflächige Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente ist möglich wenn auch eine Ansiedlung prioritär im Zentralen Versorgungsbereich realisiert werden sollte.
- Kleinflächige Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist möglich.

Allgemein ist anzumerken, dass die bestehenden Betriebe am Standort selbstverständlich Bestandsschutz genießen.

Die konkrete Verträglichkeit von Planvorhaben (v.a. großflächig) sollte gegebenenfalls durch ein gesondertes Gutachten geprüft werden.

6.3.3 Ansiedlungsstrategien für sonstige integrierte Lagen im Kernort

Auch in sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen im Kernort ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich zu begrüßen. So können Ansiedlungen hier z.B. eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung erfüllen.

Die CIMA empfiehlt daher folgende Strategie:

- Grundsätzlich sollte die Neuansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment prioritär im Zentralen Versorgungsbereich erfolgen. Um jedoch insbesondere die Nachnutzung leer stehender Ladenlokale im Kernort zu erleichtern, ist durchaus auch die Ansiedlung von kleinflächigen Betrieben in sonstigen integrierten Lagen im Kernort möglich, die zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente im Hauptsortiment führen.
- Bei der Ansiedlung von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren kleinflächigen Anbietern mit prioritärer wohnortnaher Grundversorgungsfunktion sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich zu erwarten.
- Eine Ansiedlung von Lebensmittelvollsortimentern und -discountern ist grundsätzlich zwar möglich (kleinflächig), sollte jedoch prioritär gezielt im Zentralen Versorgungsbereich erfolgen um die stark begrenzten Potenziale im Lebensmittelbereich für eine Entwicklung und langfristige Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches zu nutzen.

Allgemein ist anzumerken, dass die bestehenden Betriebe am Standort selbstverständlich Bestandsschutz genießen.

Die konkrete Verträglichkeit von Planvorhaben (v.a. großflächig) sollte gegebenenfalls durch ein gesondertes Gutachten geprüft werden.

6.3.4 Ansiedlungsstrategien für sonstige integrierte Lagen in den Ortsteilen

Auch in siedlungsstrukturell integrierten Lagen in den Ortsteilen kann die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben häufig einen gewinnbringenden Beitrag zur Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung leisten. So können solche Ansiedlungen beispielsweise eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung übernehmen.

Die CIMA empfiehlt daher folgende Strategie:

- Neuansiedlungen zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sind auszuschließen. Diese sind dem Kernort vorbehalten und sollten prioritär im Zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.
- Bei Ansiedlung von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren kleinflächigen Anbietern mit prioritärer wohnortnaher Grundversorgungsfunktion sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich zu erwarten.
- Eine Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder -vollsortimentern ist grundsätzlich möglich (unter 800 m²). Prioritär sollten die aktuell stark begrenzten Potenziale im Lebensmittelbereich jedoch zur Etablierung des Zentralen Versorgungsbereichs genutzt werden.
- Da die Ansiedlung eines konventionellen Nahversorgers in den Ortsteilen der Gemeinde Wietze zwar möglich dennoch aufgrund der geringen Einwohnerzahlen eher unrealistisch ist, sollte die Realisierung alternativer Nahversorgungsstrukturen (z.B. Bringdienste; serviceorientierte Nachbarschaftläden vgl. z.B. www.nahversorgeroffensive.de) geprüft werden (vgl. auch Kapitel 7).

- Eine Ansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sollte kleinflächig möglich sein.

Die konkrete Verträglichkeit von Planvorhaben sollte gegebenenfalls durch ein gesondertes Gutachten geprüft werden.

6.3.5 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte in nicht-integrierten Lagen (aktuell Rewe und Aldi)

Bei den solitären Nahversorgern Rewe und Aldi (Verbundstandort) handelt es sich um einen nicht-integrierten Standort, der v.a. die Versorgungsfunktion für Pkw-Kunden übernimmt. Dieser Nahversorgungsstandort erfüllt nicht die Kriterien für einen Zentralen Versorgungsbereich und genießt somit auch nicht den baurechtlichen Schutz, der einem Zentralen Versorgungsbereich grundsätzlich zukommt.

Die CIMA empfiehlt folgende Strategie:

- Erweiterung und Verlagerung ist nur im/ in den Zentralen Versorgungsbereich möglich. Eine Erweiterung am Standort widerspricht den Richtlinien des RROP 2005 und dem Integrationsgebot LROP 2008.
- Neuansiedlungen zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sind auszuschließen. Diese sind dem Kernort vorbehalten und sollten prioritär im Zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.
- Im Falle der Verlagerung eines Marktes/ der Märkte ist ein Konzept der Nachnutzung für den jeweiligen Altstandort/ die jeweiligen Altstandorte unter Ausschluss der Ansiedlung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment erforderlich.
- Grundsätzlich sollte keine Neuansiedlung weiterer Nahversorger am Standort erfolgen, da diese i.d.R. keine qualitative Verbesserung der Nahversorgungssituation bewirken würde. Jede Neuansiedlung würde zwangsläufig entsprechende Verdrängungseffekte auslösen, deren Verträglichkeit von Konzept, Größe und Leistung des Anbieters abhängt und ein entsprechendes Risiko birgt.

- Kleinflächige Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind möglich, im begründeten Ausnahmefall sind auch großflächige Ansiedlungen zulässig.

Allgemein ist anzumerken, dass die bestehenden Betriebe am Standort selbstverständlich Bestandsschutz genießen.

Die konkrete Verträglichkeit von Planvorhaben (v.a. großflächig) sollte gegebenenfalls durch ein gesondertes Gutachten geprüft werden.

6.3.6 Sonstige nicht-integrierte Lagen im Kernort und den Ortsteilen

Diese Kategorie umfasst das Gewerbegebiet Industriestraße der Gemeinde Wietze wie auch weitere nicht-integrierte Lagen im gesamten Gemeindegebiet. Die CIMA empfiehlt für das Gewerbegebiet Industriestraße und sonstige nicht-integrierte Lagen die nachfolgende Strategie:

- Neuansiedlungen zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sind auszuschließen. Diese sind dem Kernort vorbehalten und sollten prioritär im Zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.
- Neuansiedlungen nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sind auszuschließen. Diese sind dem Kernort vorbehalten und sollten prioritär im Zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.
- Ausnahmsweise kann Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- und Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) auch mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ermöglicht werden, wenn diese eine deutlich untergeordnete Betriebsfläche aufweisen (ggf. Vorhabenprüfung erforderlich).
- Kleinflächige Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment ist möglich, im begründeten Ausnahmefall ist auch großflächige Ansiedlung zulässig.
- Um Kaufkraftabflüsse aus dem Ortskern an sonstige Lagen zu reduzieren, sollten zentrenrelevante Randsortimente in den jeweiligen Bebauungsplänen auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche beschränkt werden.

Die konkrete Verträglichkeit von Planvorhaben (v.a. großflächig) sollte gegebenenfalls durch ein gesondertes Gutachten überprüft werden.

Abb. 35: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen

		Hauptsortiment zentrenrelevante Sortimente	Hauptsortiment nahversorgungsrelevante Sortimente	Hauptsortiment nicht-zentrenrelevante Sortimente
Zentraler Versorgungsbereich „Ortskern“		uneingeschränkte Ansiedlung, prioritäre Ansiedlung	uneingeschränkte Ansiedlung, prioritäre Ansiedlung	uneingeschränkte Ansiedlung
weitere Standortkategorien				
integrierte Lagen	solitäre Nahversorgungsstandorte in integrierten Lagen (aktuell Edeka und Netto)	kleinflächig möglich	ggf. Erweiterung bestehender Standorte im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen	kleinflächig möglich
	sonstige integrierte Lagen im Kernort	kleinflächig möglich	kleinflächig möglich	kleinflächig möglich
	sonstige integrierte Lagen in den Ortsteilen	keine Ansiedlung	kleinflächig möglich	kleinflächig möglich
nicht-integrierte Lagen	solitäre Nahversorgungsstandorte in nicht-integrierten Lagen (aktuell Aldi und REWE)	keine Ansiedlung	keine Neuansiedlung und keine Erweiterung bestehender Standorte möglich	kleinflächig möglich, im begründeten Ausnahmefall auch großflächig zulässig
	Gewerbegebiet und sonstige nicht-integrierte Lagen im Kernort und in den Ortsteilen	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	kleinflächig möglich, im begründeten Ausnahmefall auch großflächig zulässig

Ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich (v.a. bei Ansiedlung/ Erweiterung/ Verlagerung von Fachmärkten), raumordnerische Verträglichkeit vorausgesetzt

Zu „sonstige integrierte Lagen im Kernort“/ „sonstige integrierte Lagen in den Ortsteilen“: bezieht sich in erster Linie auf Nachnutzung von Leerständen, ergänzende kleinflächige Ansiedlungen (z.B. Bäcker, Gemüseladen), weniger auf Fachmärkte

Ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutl. untergeordneter Betriebsfläche, ggf. Vorhabenprüfung erforderlich

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

7 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

7.1 Einführung: Allgemeine Trends in der Nahversorgung

In den letzten Jahren haben sich bundesweit im Nahversorgungseinzelhandel insbesondere die Lebensmitteldiscounter sehr expansiv entwickelt. Diese Betriebsform dringt in letzter Zeit auch in immer kleinere Kommunen vor und verdrängt vor allem inhabergeführte Nahversorger, die der aggressiven Preispolitik der überregional agierenden Unternehmen in der Regel wenig entgegenzusetzen haben. Nach einer langjährigen Stagnation scheint sich nun auch die Zahl der Supermärkte (Lebensmittelvollsortimenter bis 1.500 qm Verkaufsfläche) wieder positiv zu entwickeln. Obwohl die Gesamtzahl der Lebensmittelmärkte deutlich zurückgegangen ist (von rd. 85.000 im Jahr 1990 auf rd. 50.000 im Jahr 2008), ist die Gesamtverkaufsfläche deutlich gestiegen.

Von Bedeutung für die Nahversorgung ist diese Tatsache vor allem in qualitativer Hinsicht. Denn Lebensmitteldiscounter bieten deutlich weniger Artikel an als Supermärkte. Demnach kann die Qualität der Nahversorgung in einer Kommune erheblich differieren, je nachdem, wie der Anteil der Lebensmittelverkaufsflächen auf Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) verteilt ist. Daher ist es erstrebenswert, ein ausgewogenes Angebot zwischen Lebensmittelvollsortimentern und Lebensmitteldiscountern herzustellen.

Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.000 bis 1.500 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind selbst Flächen bis 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“).

Abb. 36: Anzahl der Artikel im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: EHI 2009/ 2010; eigene Bearbeitung

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmittel-Einzelhandel in der Notwendigkeit zu einer verbesserten Warenpräsentation, neuen Service- und Angebotsbausteinen und in signifikanten Prozess-Veränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten Kundenservice – zur Verfügung hat.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Kundenwünsche und die demographische Entwicklung wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, so dass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der geänderten Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können, oder die mehrfach (zuletzt zum 1.5.2006) verschärfte Pfandregelung.
- Serviceelemente wie z.B. Automaten zur Rücknahme von Pfandflaschen und Getränkekästen oder Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur wie z.B. Obst, das erst im Markt selbst aufgeschnitten und abgepackt wird, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Verkehrswege, tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abb. 37: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Supermärkten



Tengelmann



REWE



EDEKA



EDEKA

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, die die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem „one-stop-shopping“ entgegen. Ein **idealtypisches Nahversorgungskonzept** in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten) und Lebensmittel-Handwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden.

Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte **Angebotsmix** sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form“ des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z.B. Netto, Penny) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse, etc.). Für die standardisierten Betriebstypen des Lebensmittel-Einzelhandels gelten im Wesentlichen folgende Standortkriterien:

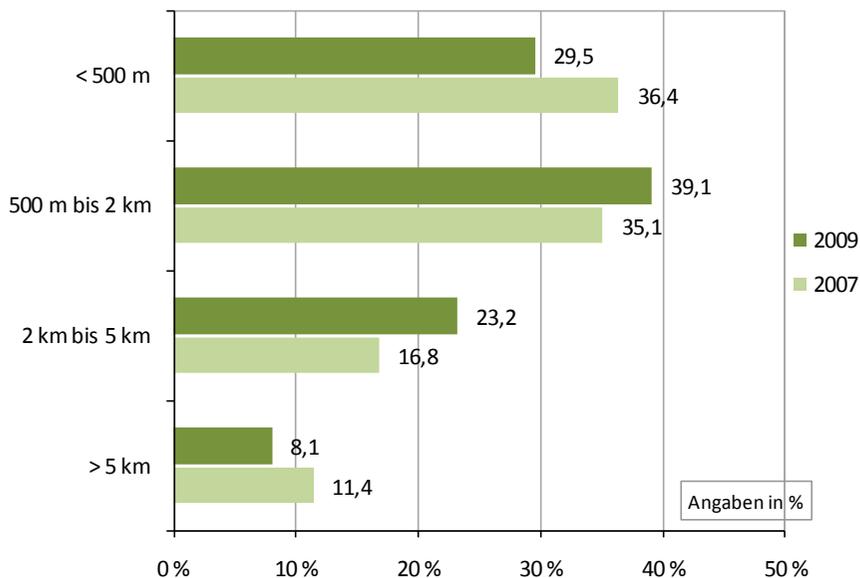
Abb. 38: Profile der standardisierten Lebensmittel-Betriebstypen

Merkmale	Betriebstypen				
Betriebstyp	Supermarkt (Vollsortiment)	Soft-Discounter	Hard-Discounter	Verbrauchermarkt	SB-Warenhaus
Beispiele	Edeka, Rewe, Tengelmann	Netto, Penny, Plus	Aldi, Lidl, Norma	E-Center, HIT, Kaufland, Rewe	Globus, Kaufland, Real, TOOM, Marktkauf
Verkaufsfläche bei Neugründung ca.	1.000 - 2.000 m ²	700 – 1.000 m ²	900 – 1.200 m ²	ab 1.500 m ²	ab 5.000 m ²
Nebenflächen zusätzlich ca.	20 - 30 %	20 - 30 %	30 %	30 %	30 %
Einzugsgebiet	ab 5.000 Ew.	ab 5.000 Ew.	ca. 20.000 Ew.	ab 20.000 Ew.	ab 50.000 Ew.
Sortimentstiefe Food	4.000 – 12.000	1.200 – 3.500	700 – 1.500	8.000 – 15.000	8.000 – 20.000
Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Typischer Nahversorger mit Vollsortiment ▪ aktuell in Frische und Qualität ▪ Markenartikel mit steigendem Anteil an Handelsmarken 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ preisaggressiv ▪ Eigenmarken mit ausgewählten Markenartikeln, tlw. Frische-Angebote ▪ positioniert sich verstärkt als Nahversorger 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autokundenorientiert ▪ Preisführer ▪ nur Handelsmarken (Aldi), zusätzlich bis zu 150 Markenartikel (Lidl, Norma) ▪ bis zu 20 % Aktionsfläche für Non-Food ▪ Tendenz bei Lidl zeigt bereits Richtung Marken-Discounter (Soft-Discounter) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vollsortiment ▪ ähnliche Konzepte wie große Supermärkte ▪ großzügige Warenpräsentation ▪ Non-Food-Flächenanteil 30 – 60 % ▪ je nach Standort mit noch hohem Nahversorgungsanspruch 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vollsortiment ▪ Autokundenorientiert ▪ Großzügige Warenpräsentation ▪ Non-Food-Flächenanteil 60 – 75 %
m² Vk.-Fläche je Stellplatz	14 - 15	8 - 12	8-12	12 - 14	13 - 15

Quelle: Eigene Erhebung, 2010;
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Neben dem Angebotsumfang spielt beim Konsumenten vor allem die Nähe des Einkaufsortes zum Wohnort eine Rolle bei der Entscheidung, welchen Lebensmittelmarkt er aufsucht. Abb. 39 veranschaulicht die Ergebnisse deutschlandweiter, repräsentativer, telefonischer Haushaltsbefragungen in den Jahren 2007 und 2009. Demnach besuchten im Jahr 2009 29,5 % (2007: 36,4 %) der befragten Personen Lebensmittelmärkte, die weniger als 500 Meter vom Wohnort entfernt sind. 35,1 % (2007: 39,1 %) der befragten Personen suchen Lebensmittelmärkte auf, die 500 m bis zu 2 km vom Wohnort entfernt sind.

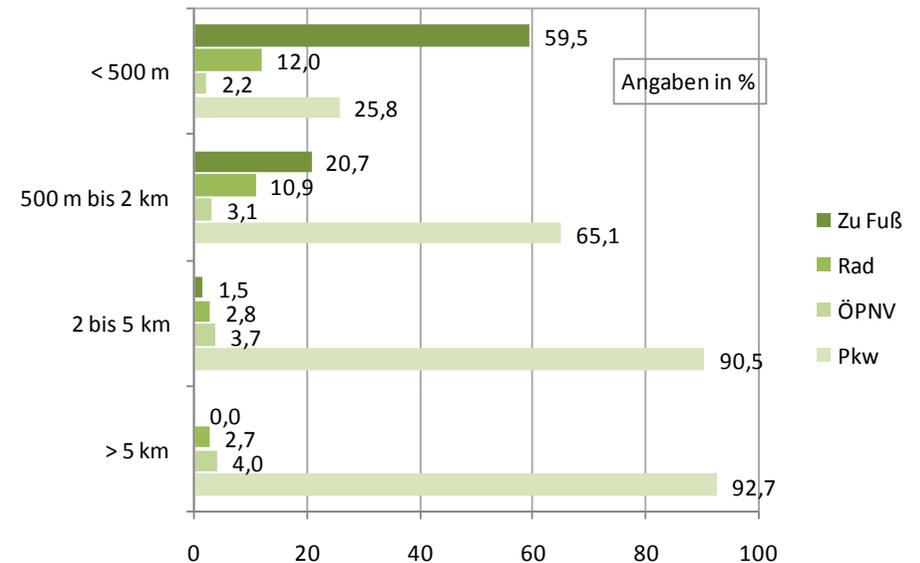
Abb. 39: Entfernung des Einkaufsortes zum Wohnort



Quelle: CIMA-Monitor 2007/ 2009; n (2007) = 1.800; n (2009) = 2.000
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2011

Wie wichtig die Nähe des Einkaufsortes zum Wohnort ist, geht aus Abb. 40 hervor. Je näher der Einkaufsort am Wohnort liegt, desto höher ist der Anteil der Fußgänger und Radfahrer. Bei Distanzen von mehr als 500 m geht der Anteil der fußläufig Einkaufenden schon stark zurück, der Anteil der Pkw-Nutzer steigt hingegen deutlich an. Bei Distanzen von 2 km und mehr legen bereits mehr als 90 % den Weg zum Einkaufsort mit dem Pkw zurück.

Abb. 40: Verkehrsmittelwahl nach Entfernung des Einkaufsortes



Quelle: CIMA-Monitor 2007/ 2009; n (2007) = 1.800; n (2009) = 2.000
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2011

7.2 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Gemeinde Wietze

Für die derzeitige Nahversorgungssituation in der Gemeinde Wietze lässt sich Folgendes festhalten:

Für den Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs stehen im Kernort aktuell vier Lebensmittelmärkte zur Verfügung. Es sind zwei Lebensmittelsupermärkte (Edeka und Rewe) sowie zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi und Netto) angesiedelt. Das Angebot im Kernort wird durch weitere kleinflächige Betriebe ergänzt (Bäcker, Fleischer,...).

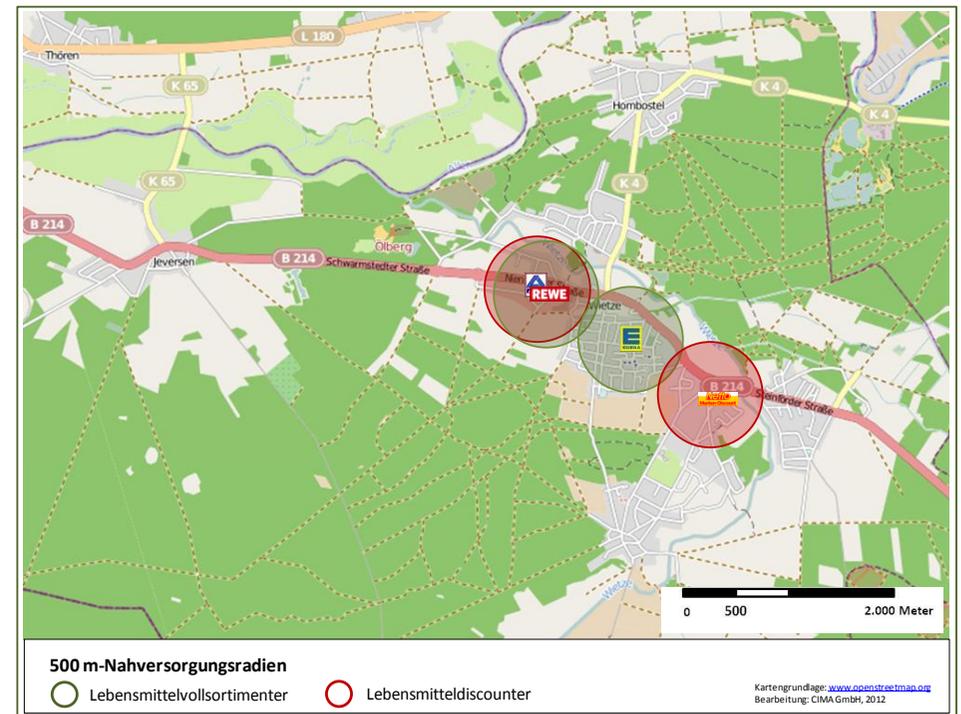
Rewe befindet sich in nicht-integrierter Lage am Ortseingang, ist von der Bundesstraße aus direkt sichtbar und bildet mit **Aldi** einen Koppelstandort, der in erster Linie auf Pkw-Kunden ausgerichtet ist. Insbesondere der Rewe-Markt genügt hinsichtlich Dimensionierung und Zustand nicht (mehr) den Anforderungen an einen zeitgemäßen Lebensmittelvollsortimenter.

Netto ist siedlungsstrukturell integriert und ihm kommt eine wichtige Nahversorgungsfunktion insbesondere für die umliegenden Wohngebiete zu. Er profitiert zwar von seiner recht zentralen Lage im Kernort Wietzes und der guten Sichtbarkeit von der Bundesstraße aus. Der Markt verfügt jedoch über eine unkomfortable Auf- und Abfahrt auf das Grundstück. Zudem erschwert die Gebäude- und Grundstücksstruktur eine zeitgemäße Erweiterung des aktuell tendenziell eher kleinen Marktes am Standort. Hinsichtlich der Wettbewerbssituation des Discounters ergibt sich jedoch Optimierungsbedarf, der am aktuellen Standort in Form einer Vergrößerung nicht realisierbar ist.

Edeka befindet sich in einer Seitenstraße (Bonifatiusstraße) der Bundesstraße B 214, die sich durch den Kernort Wietzes zieht. Er liegt im Wohngebiet (siedlungsstrukturell integriert), spielt somit eine elementare Rolle für die wohnort-

nahe Grundversorgung der dort lebenden Bevölkerung und nimmt auch darüber hinaus eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die weiteren Bewohner der Gemeinde Wietze ein. Zwar ist der Markt hinsichtlich seiner Verkaufsflächengröße von rd. 1.450 qm (inkl. Getränkemarkt) als marktgerecht einzustufen, jedoch weist der Markt deutlichen Renovierungsbedarf auf und auch die eingeschränkte Sichtbeziehung zur Bundesstraße sowie die unattraktive Stellplatzsituation stellen deutliche Wettbewerbsnachteile dar.

Abb. 41: Nahversorgungssituation in der Gemeinde Wietze (schematisch)



Kartengrundlage: Open Street Map 2012
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

In Wieckenberg sowie in den peripheren Ortsteilen Jeversen und Hornbostel ist kein „klassischer“ Nahversorger ansässig. Auch sind hier keine kleinflächigen Betriebe zur Deckung der Grundversorgung angesiedelt. Die Bewohner sind für die eigene Versorgung auf die Standorte im Kernort angewiesen. Aufgrund der dünnen Besiedlung ist in den Ortsteilen kein Potenzial für einen eigenen Nahversorger vorhanden.

Aktuell kann die Gemeinde Wietze ihre grundzentrale Versorgungsfunktion v.a. im Bereich Lebensmittel erfüllen, wenn auch eine Modernisierung/ Neupositionierung einzelner Märkte vor Ort unabdingbar ist, um langfristig am Markt bestehen zu können. Weiterhin ist im Rahmen der Entwicklung eines Gesamtkonzeptes für den Ortskern eine Verlagerung von Bestandsbetrieben in den Zentralen Versorgungsbereich in Betracht zu ziehen, um den Zentralen Versorgungsbereich in der Gemeinde entwickeln und auf lange Sicht wettbewerbsstark positionieren zu können. Für Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten besteht derzeit rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial. Insbesondere im Bereich Gesundheit/ Körperpflege sind jedoch Versorgungslücken festzustellen. Genaueres wird im Folgenden beleuchtet.

Rechnerisch besteht bei einer Zentralität von rd. 92 % im Bereich **Lebensmittel/ Reformwaren** in der Gemeinde Wietze kein Ansiedlungspotenzial für weitere Lebensmittelmärkte. Die noch vorhandenen, stark begrenzten Potenziale sollten primär möglichst dafür genutzt werden, um bestehende Betriebe im Zentralen Versorgungsbereich neu zu positionieren (Verlagerung/ Erweiterung/ Modernisierung). Grundsätzlich ist eine Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches anzustreben, um Frequenzen zu bündeln und ein Ortszentrum zu schaffen, das über mindestens einen Magnetbetrieb (u.a. Lebensmittelnahversorger) verfügt und weitere umfassende Versorgungsmöglichkeiten vorhält.

In der Warengruppe **Gesundheit/ Körperpflege** liegt die Handelszentralität bei rd. 72 %. In diesem Bereich sind Ansiedlungen unabdingbar, um der Nachfragesituation vor Ort langfristig gerecht zu werden. Nach Schließung der Schlecker-Filiale ist in der Gemeinde Wietze kein Drogeriemarkt mehr angesiedelt. In Wietze können nun also Drogerieartikel ausschließlich als Randsortiment insbesondere in vor Ort ansässigen Lebensmittelmärkten oder Apotheken erworben werden. Der Bedarf an Sanitätswaren kann derzeit lediglich außerhalb der Wietzer Gemeindegrenze gedeckt werden. Vor allem vor dem Hintergrund der stetig steigenden Nachfrage in diesem Bereich, die mit bedingt durch den demographischen Wandel zu erklären ist, sind gezielte Ansiedlungen zu fokussieren. Diese könnten zu einer Vervollständigung des Angebotes vor Ort führen und dazu beitragen, dass die Gemeinde Wietze ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion auch in diesem Bedarfsbereich langfristig besser gerecht werden kann. Andernfalls ist davon auszugehen, dass die Zentralitätswerte künftig weiter sinken werden.

Durch eine Fokussierung zukünftiger Entwicklungen auf den Zentralen Versorgungsbereich kann ein attraktiver Ortskern geschaffen werden, in dem zeitgemäße Angebote in kompakten Strukturen vorgehalten werden. So wird insbesondere auch weniger mobilen Bevölkerungsgruppen die Nahversorgung erleichtert, da durch eine entsprechende Nachverdichtung gleichzeitig kürzere Wege Innerorts geschaffen werden. Im selben Zuge sind auch die Anbindungen des öffentlichen Nahverkehrs an den Zentralen Versorgungsbereich zu überprüfen, um potenziellen Kunden ein möglichst bequemes Erreichen des Ortskernes zu ermöglichen. Neben der Nahversorgungsfunktion kann hier auch ein Treffpunkt- und Erlebnischarakter zum Tragen kommen (Bürgerhaus, Gastronomie). Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Wietze und ein Hinwenden zu anderen Einkaufsorten kann dadurch verringert werden.

Wie bereits dargestellt befinden sich alle Nahversorger aktuell im Kernort der Gemeinde Wietze und zwar unmittelbar an bzw. in direkter Nähe zur Bundesstraße B 214. Teilweise kommt es zu Überlappungen der Nahversorgungsradien²⁸, was sich bei Realisierung der empfohlenen Handlungsempfehlungen ggf. noch verstärken wird (Verlagerung Nahversorger in den Zentralen Versorgungsbereich). Die Überlappung von Nahversorgungsradien deutet darauf hin, dass sich ein Teil der Wietzer Bevölkerung in mehreren Lebensmittelmärkten „nahversorgen“ kann, während in anderen Gebieten kein Markt in fußläufiger Entfernung vorhanden ist.

Grundsätzlich sollten die zukünftigen Entwicklungen im Einzelhandel in der Gemeinde Wietze verstärkt darauf abzielen, auch die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung im kurzfristigen Bedarf zu gewährleisten. Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes, und als Folge davon, die Verbesserung der Nahversorgung in den Ortsteilen, wäre somit prinzipiell erstrebenswert. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass diese Standorte nur in begrenztem Maße die Anforderungen der heute gängigen Betriebskonzepte im Bereich „Nahversorgung“ erfüllen. Die geringe Einwohnerzahl²⁹ und somit auch das zu geringe Kaufkraftpotenzial bzw. die fehlende Anbindung an das überregionale Straßennetz machen diese Standorte für konventionelle Anbieter wenig attraktiv. Da auch mittelfristig keine Umkehr bei der Standortwahl der konventionellen Anbieter zu erkennen ist, gilt es, sich mit alternativen Nahversorgungsmöglichkeiten auseinanderzusetzen. Im Folgenden werden beispielhaft einige Nahversor-

gungsmöglichkeiten dargestellt, die geeignet sind, eine fußläufig erreichbare Grundversorgung auch für die Bewohner der peripheren Ortsteile der Gemeinde Wietze sicherzustellen.

²⁸ Die CIMA nimmt als Maß für eine fußläufige Erreichbarkeit bzw. als „Nahversorgungsradius“ in der Regel eine maximale Distanz von 500 m an. Untersuchungen haben ergeben, dass nur ein geringer Anteil der Bevölkerung längere Distanzen zum Einkaufen zu Fuß zurücklegt. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

²⁹ Potenzielle Investoren und Betreiber von Lebensmittelnahversorgern rechnen nach Erfahrungen der CIMA häufig mit einer Bevölkerungszahl von mindestens 5.000 Einwohnern im Naheinzugsgebiet, die notwendig sei, um einen Markt wirtschaftlich zu betreiben.

7.3 Alternative Nahversorgungsmöglichkeiten für ländlich strukturierte Gebiete

Dort, wo das Kaufkraftpotenzial für klassische Supermärkte und Discounter und selbst für Kleinflächenkonzepte der Lebensmittelfilialisten (z.B. Ihre Kette, Nahkauf, Nah & Gut), Integrationsmärkte (z.B. CAP, BONUS) oder durch privates Engagement getragene Konzepte (Nachbarschafts-/Genossenschaftsläden) zu gering ist, sind alternative Konzepte die einzige Möglichkeit zur wohnortnahen Versorgung. Im Folgenden werden drei mögliche Varianten solcher alternativen Nahversorgungsoptionen vorgestellt.

7.3.1 Kioske und Bäckereien mit erweitertem Lebensmittelsortiment

Eine im ländlichen Raum häufig anzutreffende Variante, die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen, ist das Anbieten eines erweiterten Lebensmittelsortimentes in den örtlich vorhandenen, kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben. Zumeist sind dies Kioske, Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckereien) o. ä., welche neben dem eigentlichen Sortiment auch einige Regale mit Nahrungsmitteln, Getränken, Drogerieartikeln usw. vorhalten. So kann auf kleinster Fläche (meist ca. 20 bis 80 m² Verkaufsfläche) oft sogar ein Vollsortiment des täglichen Bedarfs bereitgehalten werden, sodass sich die in ihrer Mobilität eingeschränkten Personen hier umfassend versorgen können. Zudem können die Betreiber meist sehr flexibel auf die Kundenwünsche reagieren, sodass das Sortiment schnell nachfragegerecht angepasst werden kann.

Betreiber solcher Konzepte kooperieren für die Belieferung ihrer Läden häufig mit größeren Einzelhandelskonzernen (z.B. Rewe, Edeka) und können auf diese Weise Aufwand und Kosten für die Warenbeschaffung möglichst gering halten, um Waren zu einem angemessenen Preis anbieten zu können.

Abb. 42: Kioske und Bäckereien mit erweitertem Lebensmittelsortiment



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010 (links) und 2009 (rechts)

7.3.2 Mobile Verkaufsstätten

Eine weitere Möglichkeit, die wohnortnahe Versorgung im ländlichen Raum sicherstellen zu können, sind mobile Verkaufsstätten. Am weitesten verbreitet sind hier Bäckerei- oder Fleischerei-Verkaufswagen, aber auch Verkaufswagen mit vollständigem Lebensmittelsortiment und Drogerieartikeln sind in ländlich strukturierten Gebieten vermehrt vorzufinden.

Auch hier besteht ein Vorteil darin, dass die Betreiber bzw. Inhaber der mobilen Verkaufsstätten flexibel auf die Kundennachfrage reagieren können und ihr Sortiment so anpassen können, dass die (weniger mobilen) Kunden alle gewünschten Waren erhalten können. Zudem bieten mobile Verkaufseinrichtungen die Möglichkeit, dass selbst kleinste Siedlungsbereiche mit nur wenigen Häusern angefahren und „nahversorgt“ werden können.

Jüngste Beispiele zeigen, dass sich solche Verkaufswagen sogar in Randbereichen von Großstädten wirtschaftlich betreiben lassen. Es ist also nicht zwingend eine große Distanz zu „konventionellen“ Supermärkten erforderlich.

Abb. 43: Mobile Verkaufsstätten



Quelle: LVZ-Online, 16.06.2010 (links) und Kölner Stadt-Anzeiger, 27.01.2010 (rechts)

7.3.3 Optimierung des Nahverkehrs

Während die vorgenannten Beispiele zeigen, wie die Nahversorgung zum Verbraucher gebracht werden kann, besteht eine weitere Möglichkeit darin, die Verbraucher zu den vorhandenen Nahversorgungseinrichtungen zu bringen. Dieses Konzept basiert auf der Tatsache, dass in einwohnerschwachen und dünn besiedelten Regionen oft nur mangelhafte ÖPNV-Anbindungen bestehen, die eine Fahrt mit dem Linienbus zum Einkaufsort sehr schwierig gestalten.

Diese Lücke können Bürgerbusse füllen. So versucht aktuell bereits der Bürgerbus Wietze e.v. die Realisierung eines Bürgerbusses in die Tat umzusetzen (www.buergerbus.wietze.de). Bürgerbusse können sowohl mit ihren Ab- und Rückfahrtzeiten als auch mit der Routenführung flexibel auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt werden, um diese zu einem bestimmten Zeitpunkt zu einer Einkaufsstätte und wieder zurück zu bringen. Bürgerbusse sind häufig durch Spenden und Sponsoring finanziert, in einigen Fällen findet auch eine Kofinanzierung durch die Kommune und/oder Förderprogramme statt. Das Personal besteht meist aus ehrenamtlich Tätigen.

Auch Anruf-Sammel-Taxis (AST) werden vorwiegend dort eingesetzt, wo der Betrieb einer Buslinie aufgrund des geringen Fahrgastaufkommens nicht durchführbar ist. Dementsprechend werden ASTs meist von der Kommune bzw. den kommunalen Verkehrsbetrieben finanziert und betrieben. Bei diesem Konzept müssen Fahrgäste ihren Beförderungsbedarf zuvor anmelden, damit ihre Haltestelle vom AST bedient wird. Somit kann die Fahrtroute des AST bedarfsgerecht gestaltet werden, was die Kosten gegenüber einem normalen Linienbetrieb deutlich senkt.

Abb. 44: Optimierungsmöglichkeiten Nahverkehr



Quelle: Kreiszeitung Syke, 23.11.2009 (links) und www.faz.net, 28.06.2007 (rechts)

8 STANDORTPRÜFUNGEN

Grundlage für die nachfolgende Bewertung einzelner Standorte im Gemeindegebiet sind die zuvor erarbeiteten konzeptionellen Zielsetzungen. Im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Wietze wurden von der CIMA insgesamt drei Standorte auf die Eignung für mögliche Einzelhandelsansiedlungen geprüft. Durch die Entwicklung von mindestens einer dieser Potenzialflächen soll die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches ermöglicht werden.

Die einzelnen Standorte wurden einer einzelhandelsspezifischen Bewertung anhand der folgenden Kriterien unterzogen:

- Lage im Zentralen Versorgungsbereich
- Erreichbarkeit (fußläufig, ÖPNV, MIV)
- Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz)
- Zusammenhang zu bestehenden Einzelhandelslagen
- Städtebaulich und funktional integrierte/ nicht-integrierte Lagen sowie
- Eignung für nahversorgungsrelevanten/ zentrenrelevanten/ nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel gemäß Ansiedlungskonzept.

Folgende Standorte wurden von der CIMA geprüft:

- **Prüfstandort 1:** „ehemalige Bahntrasse“
- **Prüfstandort 2:** „Ortsmitte“
- **Prüfstandort 3:** „Hasselmannscher Hof“

Abb. 45: Übersicht über die Prüfstandorte bzw. Potenzialflächen



Kartengrundlage: Gemeinde Wietze 2011

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

8.2 Prüfstandort 2: „Ortsmitte“

Prüfstandort 2 umfasst den Bereich, der sich nördlich an die Grund- und Hauptschule angliedert. Die Potenzialfläche befindet sich südlich der Bundesstraße B 214. Aktuell liegt die Potenzialfläche größtenteils brach. Ein Teilbereich wird aktuell als Ausstellungsfläche für Anhänger genutzt.

Abb. 47: Prüfstandort „Ortsmitte“



Kartengrundlage: Google Earth Pro 2012

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Anfrage/ Planung

- Entwicklung eines Ortszentrums; Bau eines Zentrums mit Verwaltungssitz/ Bürgerhaus sowie Wohn- und Gewerbe

Bewertungskriterien

- Es handelt sich um einen städtebaulich integrierten Standort, der eine zentrale Lage im Zentralen Versorgungsbereich einnimmt. Der Potenzialfläche kommt eine begünstigte Lauflage zu beiden Seiten zu.
- Teilbereiche der Potenzialfläche befinden sich in „2. Reihe“, wodurch die Sichtbeziehung zur Bundesstraße B 214 aber nur leicht eingeschränkt ist.
- Die Pkw-Erreichbarkeit ist grundsätzlich als positiv zu bewerten.
- Der Standort ist außerdem optimal zu Fuß erreichbar.
- Die ÖPNV-Anbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Alter Bahnhof Wietze“ in fußläufiger Entfernung (rd. 300 m nordwestlich).

Bewertung und Entwicklungsperspektiven

- Der Standort ist optimal für die Ansiedlung von nahversorgungs-zentrenrelevanten Sortimenten geeignet, auch speziell für die Ansiedlung/ Verlagerung eines großflächigen Lebensmittelnahversorgers bzw. mehrerer Lebensmittelnahversorger in Kombination weiterer Nutzungen (Einzelhandel, Rathaus/ Bürgerhaus, Dienstleistungen).
- Zu berücksichtigen ist, dass sich eine Verwertung bei alleiniger Ansiedlung von kleinteiligem Besatz als eher schwierig erweisen würde.
- Mindestens ein großflächiger Magnetbetrieb als Frequenzbringer ist hier unverzichtbar, wenn ein attraktives Ortszentrums entwickelt werden soll.
- Schaffen von Baurecht für entsprechende Entwicklungen wäre notwendig.

8.3 Prüfstandort 3: „Hasselmannscher Hof“

Bei Prüfstandort 3 handelt es sich um eine Fläche, die aktuell von einem Höfe-Ensemble bebaut ist, das jedoch leer steht. Die Potenzialfläche befindet sich nördlich der Bundesstraße B 214.

Abb. 48: Prüfstandort „Hasselmannscher Hof“



Kartengrundlage: Google Earth Pro 2012

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Bewertungskriterien

- Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage. Die Potenzialfläche bildet den südöstlichen Endpunkt des Zentralen Versorgungsbezirks. Der Standort nimmt eine eher dezentrale Lage ein.
- Die Pkw-Erreichbarkeit ist als gut zu bewerten.
- Die fußläufige Erreichbarkeit ist grundsätzlich als gut zu bewerten, wenn auch die Fläche nördlich der Bundesstraße gelegen ist. Die unmittelbar nahe gelegenen Wohngebäude befinden sich prioritär auf der gegenüberliegenden Straßenseite.
- Die Verbindung zur Fläche „Ortsmitte“ ist als suboptimal zu bewerten.
- Eine ÖPNV-Anbindung ist über die Bushaltestelle „Rahte Wietze“ in fußläufiger Entfernung (rd. 300 m südöstlich) gegeben.

Bewertung und Entwicklungsperspektiven

- Der Standort ist für die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten geeignet, auch speziell für die Ansiedlung eines (großflächigen) Lebensmittelnahversorgers.
- Grundsätzlich sei jedoch darauf verwiesen, dass das Höfe-Ensemble als wichtiges städtebauliches Potenzial für die Gemeinde Wietze nicht zu unterschätzen ist. So kommt dem Ensemble durch die historische Bausubstanz eine erhebliche ortsbild- und identitätsprägende Funktion zu. Es ist dringend anzuraten, mögliche weitere Nutzungsoptionen zu prüfen.

9 UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTS

Das vorliegende kommunale Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Wietze trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien und Ortsteile. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitpläne der Gemeinde Wietze übernommen werden und Planungen sich an den Aussagen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Wietze mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der CIMA notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien der Gemeinde Wietze auch als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu beschließen.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplan-Festsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten³⁰. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Wietzer Liste zentrenrelevanter Sortimente bezogen werden.

³⁰ vgl. z.B. BVerwG, Urteil vom 26. 3. 2009 - 4 C 21. 07

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Kfz-Handel (dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen.) Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z.B. Installateure, Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Wietzer Sortimentsliste, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen ist darüber hinaus eine auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchung nach § 11 Abs. 3 BauNVO durchzuführen.

Um Entwicklungen zu verhindern, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche (d.h. die Bereiche, die einem akuten Handlungsdruck unterliegen) genau zu bestimmen und prioritär zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten und unbeplanten Innenbereich sein. Bei letzteren ist grundsätzlich die Aufstellung von Bebauungsplänen zu empfehlen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings bietet auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Grundsätzlich sollte bedacht werden, dass ein „informelles“ Einzelhandelskonzept lediglich einen Entwicklungsrahmen vorgeben kann. Für akute Fälle stehen im Städtebaurecht jedoch auch die Möglichkeiten der Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und der Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung. Auf diese Weise können kritische Planvorhaben zunächst gestoppt und entsprechende Bebauungsplanänderungen vorgenommen werden.

Abweichungen vom Einzelhandelskonzept sind grundsätzlich nicht vorgesehen. Sie sind nur im besonders begründeten Einzelfall vorstellbar und bedürfen generell einer fundierten städtebaulichen Begründung sowie abschließend einer Legitimation durch die zuständigen Gremien der Gemeinde Wietze, welche auch den Beschluss über das Einzelhandelskonzept gefasst haben. Eine dauerhafte Nichtbeachtung der Grundlagen und Ziele kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen aus der Gemeinde Wietze getrieben, noch Konkurrenzen grundsätzlich eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es aber zur Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Auf diese Weise sollen sich die Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde leistungsfähig aufstellen können und ihre Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den benachbarten Kommunen ausbauen. Wenn es in Wietze gelingt, sich durch Ratsbeschluss auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für gewünschte Entwicklungen in der Gemeinde.

Betriebsformen, Sortimente, Kundenerwartungen – alles ist im Fluss. Nach ein paar Jahren muss ein Einzelhandelskonzept aktualisiert werden. Wenn man dann den Erfolg des Konzeptes bilanzieren will, muss man es auch eingehalten und umgesetzt haben. Im Optimalfall bewegt man sich hierbei in einem Turnus von 5 bis 7 Jahren. Die frühzeitige Einbindung der politischen Entscheidungsträger in den Fortschreibungsprozess wird dringend empfohlen.

Um Synergien möglichst optimal hervorzurufen, sollten relativ zeitnah nach dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes Maßnahmen zur Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches, eingeleitet werden.

10 ANHANG

10.1 Methodik und Begriffsdefinitionen

Die Analyse des Einzelhandels in der Gemeinde Wietze wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- und die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Die Kennzahlen 2006 beruhen auf Bestandserhebungen, die im Rahmen der Bearbeitung des „Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover“ durchgeführt wurden. Die Daten für das Jahr 2012 basieren auf Aktualisierungen des Datensatzes, die im Rahmen der Fortschreibung des „Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover“ durch den Landkreis Celle im Jahr 2011 erfolgten. Außerdem wurden im Jahr 2012 einzelbetriebliche Aktualisierungen durch die CIMA selbst vorgenommen. In diesem Kapitel sollen die Datengrundlagen und die Berechnungsmethoden dargelegt und Veränderungen in der Methodik im Vergleichszeitraum erläutert werden.

10.1.1 Analyse der Angebotsseite

Die Ermittlung der Daten auf der **Angebotsseite** erfolgt über die Bestandserhebung im Einzelhandel:

- Vollständige Bestandserhebung im gesamten Gemeindegebiet
- Bestandsaktualisierung im September 2011
- Erfassung von einzelnen Sortimenten im Geschäft
- Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe („im engeren Sinne“) und Leerstände
- Branchenmix (32 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 CIMA-Warengruppen)

- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungsqualität
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt und Einschätzung durch Experten

Darstellung der 15 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen Bedarf (kurzfristiger Bedarfsbereich) und den aperiodischen Bedarf (mittel- und langfristiger Bedarfsbereich).

Abb. 49: Die 32 CIMA-Branchen

Lebensmittel
Reformwaren
Apotheken
Drogerie- und Parfümeriewaren
Blumen (Schnittblumen)
Zeitschriften (auch Zeitungen)
Bekleidung (auch Kindermode)
Wäsche, sonst. Bekleidung
Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf (ohne Teppiche)
Sportartikel
Schuhe
Sanitätshäuser
Bücher
Schreibwaren
Spielwaren (auch Babyspielzeug)
Zoobedarf
Möbel (auch Matratzen, Einbauküchen) (auch Kindermöbel- und wagen)
Antiquitäten, Kunstgegenstände
Eisenwaren, baumarktspezifische Sortimente
Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Hausrat
Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
Elektrogeräte, Leuchten
Unterhaltungselektronik
Foto
Optik, Akustik
Uhren, Schmuck
Lederwaren, Koffer
Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Fahrräder
Kfz-Zubehör
PC, Büro-/ Telekommunikation
Blumen (Großgebinde, Gartenmarktartikel)

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Erfassung der Verkaufsflächen

Die Erhebung der Verkaufsflächengrößen erfolgte gemäß den Vorgaben der CIMA Standard-Arbeitshilfe Verkaufsfläche. Diese Definition des Begriffes Verkaufsfläche wurde im Rahmen einer Studie der CIMA erarbeitet und spiegelt die herrschende Meinung in Forschung, Praxis und Rechtsprechung wider. Um einen Überblick über die bestehenden Definitionen zu erhalten, wurden die Expertenmeinungen von mehr als 20 Einzelhandelsgutachtern, Instituten, Verbänden und Rechtsanwälten eingeholt, aber auch behördliche Erlasse sowie richterliche Urteile und Beschlüsse ausgewertet.

Als Verkaufsfläche wird demnach die Fläche definiert, die für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu fördern. Dazu gehören:

- der Eingangsbereich mit der entsprechenden Kundenlauffläche,
- Standflächen für Einrichtungsgegenstände,
- Auslage- und Ausstellungsfläche (soweit sie dem Kunden zugänglich ist),
- Schaufenster, soweit sie dem Kunden zugänglich sind,
- die Fläche von Bedientheken und dahinter liegenden Warenträgern (ohne die dazwischen liegende Lauffläche der Verkäufer),
- Umkleidekabinen,
- dem Kunden zugängliche Gänge,
- die Kassenzone,
- der Bereich nach der Kassenzone („Pack- und Entsorgungszone“),
- Windfänge und
- Freiverkaufsflächen, die dem Kunden zugänglich sind und nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Erfasst wurden jedoch nur reine Einzelhandelsbetriebe und Ladenhandwerk (Einzelhandel im engeren Sinne). Großhandelnutzungen, Dienstleister und Baustoffhandel sowie Betriebe im Bereich des Kfz-Handels wurden nicht berücksichtigt.

Einzelhandelsbetriebe mit sehr großen Verkaufsflächen, bspw. Baumärkte und Gartencenter, verfügen oft über ausgedehnte Kalthallen, überdachte und unüberdachte Freiflächen, die dem Kunden zugänglich sind und somit als Verkaufsfläche betrachtet werden müssen. Auf diesen Flächen wird jedoch, trotz des verhältnismäßig hohen Flächenanteils, erfahrungsgemäß nur ein geringer Umsatzanteil des jeweiligen Betriebes erzielt. Um eine irreführende Verzerrung der Kennzahlen (insbesondere der Verkaufsflächen und des Umsatzes) durch die Kalthallen- und Freiflächen zu vermeiden, werden diese nur wie folgt anteilig berechnet:

- Kalthallen und überdachte Freiflächen mit der Hälfte der eigentlichen Verkaufsfläche
- unüberdachte Freiflächen mit einem Drittel der eigentlichen Verkaufsfläche

Abb. 50: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen

<p>Fachgeschäft</p> <p>Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.</p>	<p>Verbrauchermarkt</p> <p>Verkaufsfläche 1.500 bis unter 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).</p>
<p>Fachmarkt</p> <p>Größeres Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.</p>	<p>SB-Warenhaus</p> <p>Verkaufsfläche ab 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.</p>
<p>Supermarkt (Lebensmittel-Vollsortimenter)</p> <p>Verkaufsfläche 400 bis unter 1.500 qm, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.</p>	<p>Warenhaus</p> <p>In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.</p>
<p>Lebensmittel-Discounter</p> <p>Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 und 1.000 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.</p>	<p>Kaufhaus</p> <p>In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.</p>
<p>Fachmarktzentrum</p> <p>Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/ oder einem Lebensmittel-Discounter, viele Parkplätze.</p>	<p>Shopping-Center</p> <p>Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.</p>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

10.1.2 Analyse der Nachfrageseite

Die Berechnung der Kennzahlen der **Nachfrageseite** erfolgt mit der folgenden Methodik:

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in % (Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel: Pro-Kopf-Ausgaben in €/ Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2011)
 - Periodischer Bedarf: 2.886 €/ Einwohner p. a.
 - Aperiodischer Bedarf: 2.620 €/ Einwohner p. a.
 - Ausgabesatz gesamt: 5.506 €/ Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner × Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)

Die Kaufkraftbindung ist der Anteil des Nachfragepotenzials, der von den Einwohnern im lokalen Einzelhandel ausgegeben wird. Sie wird in % oder in Mio. € ausgewiesen. Der Rest des Nachfragepotenzials fließt in andere Einkaufsorte ab.

10.1.3 Weitere Kennzahlen

Mittels der **Handelszentralität** erfolgt die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage. Dort wird die Höhe des Umsatzes im Einzelhandel (in Mio. €) mit dem Nachfragepotenzial (in Mio. €) ins Verhältnis gesetzt.

$$\text{Handelszentralität (in \%)} = \frac{\text{Umsatz}}{\text{Nachfrage}} \times 100$$

Die Handelszentralität wird für

- die gesamte Stadt/ Einheits-/ Samtgemeinde,
- die Warengruppen und
- den periodischen und aperiodischen Bedarf ausgewiesen.

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Darüber hinaus werden folgende Kennzahlen ausgewiesen:

Versorgungsgrad/ Verkaufsflächendichte: Wird in Verkaufsfläche (in qm) je Einwohner dargestellt.

Flächenproduktivität: Stellt den Umsatz (in €) je qm Verkaufsfläche (brutto p.a.) dar.

Kaufkraftstromanalyse: Stellt das Nachfragepotenzial eines Ortes abzüglich der Kaufkraftabflüsse und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse dar, was den Umsatz im Einzelhandel des Ortes ergibt, dargestellt in Mio. €.