



Zweckverband  
Großraum  
Braunschweig



## Regionales Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Großraum Braunschweig

CIMA Stadtmarketing  
Gesellschaft für gewerbliches und  
kommunales Marketing GmbH

Glashüttenweg 34  
23568 Lübeck  
Tel: 0451-38968-0  
Fax: 0451-38968-28  
E-mail: [cima.luebeck@cima.de](mailto:cima.luebeck@cima.de)  
Internet: [www.cima.de](http://www.cima.de)

Zweckverband Großraum Braunschweig

Frankfurter Str. 2  
38122 Braunschweig  
Tel: 0531-24262-0  
Fax: 0531-24262-42  
E-mail: [zgb@zgb.de](mailto:zgb@zgb.de)  
Internet: [www.zgb.de](http://www.zgb.de)

Dipl.Geogr. Martin Kremming  
Dipl.Soz. Ellen Horstmann

Erster Verbandsrat Ulrich Kegel  
Dipl.Geogr. Siegfried Thom





Zweckverband  
Großraum  
Braunschweig

## **Regionales Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Großraum Braunschweig**

Abschlussbericht

Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Dipl.-Soz. Ellen Horstmann  
Erster Verbandsrat Ulrich Kegel  
Dipl.-Geogr. Siegfried Thom

CIMA Stadtmarketing  
Gesellschaft für gewerbliches und  
kommunales Marketing mbH  
Büro Lünebeck  
Glashüttenweg 34  
23564 Lünebeck  
Tel. (0451) 38968-0  
Fax (0451) 38968-28  
E-mail: [cima.luebeck@cima.de](mailto:cima.luebeck@cima.de)  
Internet: <http://www.cima.de>

Zweckverband Großraum  
Braunschweig  
Frankfurter Str. 2  
38122 Braunschweig  
Tel. (0531) 24262-0  
Fax: (0531) 24262-42  
E-mail: [zgb@zgb.de](mailto:zgb@zgb.de)  
Internet: <http://www.zgb.de>





## Inhaltsverzeichnis

1. Zur Einzelhandelsentwicklung im Großraum Braunschweig .....	1
2. Die wichtigsten regionalen Analyseergebnisse .....	2
3. Leitvorstellungen zur regionalen Einzelhandelsentwicklung .....	10
4. Der konzeptionelle Ansatz.....	13
5. Grundsätze und Ziele des RROP .....	16
6. Verfahren zur Abstimmung raumbedeutsamer Einzelhandelsvorhaben .....	21

## Anlagen:

Rechtsgrundlagen (BauGB, BauNVO, LROP, NROG)  
Regional bedeutsame Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte  
Mitteilungsbogen für Einzelhandelsgroßprojekte  
Prüfschema Einzelhandelsgroßprojekte nach LROP  
„Nahversorgung in den Städten“, Arbeitspapier des Deutschen Städtetages  
Arbeitshilfe: Zentrenrelevante Sortimente (nach CIMA)





## 1. Zur Einzelhandelsentwicklung im Großraum Braunschweig

Die Entscheidung in der Region für ein regionales Einzelhandelsentwicklungskonzept liegt inzwischen zwei Jahre zurück. Die Entwicklungsdynamik, die seinerzeit den Anstoß gab, sich auf regionaler Ebene dem Thema der Einzelhandelsentwicklung zuzuwenden, hat seitdem nichts an Brisanz verloren. Während der Druck auf Bestandsbetriebe vielerorts aufgrund unterschiedlicher Problemlagen wächst, scheint gleichzeitig auch die Ansiedlungsgeschwindigkeit nichts an Intensität zu verlieren und verschärft damit die Lage weiter.

In allen Bereichen des Handels findet ein tiefgreifender Strukturwandel statt, der die Standorte der Nahversorgung, der Stadtteilzentren, der Kernstädte und der peripheren Versorgungszentren unterschiedlich, aber nachhaltig beeinflusst. Ein stark rückläufiger Anteil des Handels am privaten Verbrauch geht einher mit Umsatzverlusten und Arbeitsplatzabbau. Hiervon sind die Discounter, Fachmärkte, Einkaufs- und Shoppingcenter sowie der Fachhandel höchst unterschiedlich betroffen. Zugleich drängen neue Betriebs- und Marktformen wie Teleshopping, Internethandel oder Hersteller-Direkt-Verkaufszentren (DOC/FOC) auf den Markt, die zusätzliche Konkurrenz darstellen und neue Marketingstrategien bedingen.

Dieser Strukturwandel im Handel vollzieht sich bei den Anbietern und Verbrauchern verhältnismäßig schnell, während die städtebaulichen Strukturen hierauf unverhältnismäßig langsam reagieren. Beschleunigt wird der Strukturwandel durch die Veränderungen der soziodemographischen Rahmenbedingungen und die Polarisierung des Verbraucherverhaltens in Versorgungs- und Erlebniskauf bei gleichzeitiger Unternehmens- und Umsatzkonzentration.

Die Ansiedlungsbedingungen für Fachmärkte und Discounter an nicht integrierten Standorten auf der „Grünen Wiese“, in Gewerbe- und Sondergebieten sowie auf Bahn- und Konversionsflächen haben deren Entwicklungsbedingungen erheblich begünstigt. Gleichzeitig haben sich die Standorte in den Innenstädten durch Verkehrs- und Parkprobleme, hohe denkmalpflegerische Anforderungen und fehlende Expansionsmöglichkeiten verschlechtert. Der Strukturwandel im Einzelhandel hat nicht nur in den großen Städten und deren Umland zu nachhaltigen Veränderungen geführt. Die Verlierer der Entwicklung sind vor allem im Großraum Braunschweig die Zentren von kleineren Städten und Gemeinden, die als Handelsstandorte stark gefährdet sind.

Der Strukturwandel im Einzelhandel ist nicht zu verhindern. Erforderlich ist jedoch eine schnelle und gezielte Steuerung der Standorte für den Handel durch regionale Einzelhandels- und Gewerbesicherungskonzepte und ergänzende Strategien zur Verbesserung der Attraktivität der Innenstädte bzw. der inneren Ortslagen, so das Institut für Städtebau der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung, Berlin.

Diese allgemeine Analyse wird gestützt durch die Ergebnisse der Einzelhandelserhebung im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für den Großraum Braunschweig durch die CIMA Stadtmarketing GmbH aus Lübeck. Es zeigt sich, dass die Bestandssituation, mitsamt den ihr anhängenden Problemlagen, vergleichbar ist mit den bundesweiten strukturellen Entwicklungen.



## 2. Die wichtigsten regionalen Analyseergebnisse

Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme und der anschließenden Analyse der Erhebungsdaten im Großraum Braunschweig haben erstmalig dazu geführt, dass nunmehr eine für die gesamte Region vollständige Beurteilungsgrundlage zur Einzelhandelsentwicklung zur Verfügung steht. Damit ergibt sich ein lückenloses Gesamtbild für die Region. Während es zuvor in der Regel nur größere Kommunen waren, die über Gutachten, Analysen oder Einzelhandelskonzepte zum Einzelhandel verfügten, ist dieses Manko nun überwunden. Die früher zur Beurteilung herangezogenen Einzelgutachten hatten aus der regionalen Perspektive den Nachteil –der ihnen jedoch nicht zum Vorwurf zu machen ist–, dass sie 1. naturgemäß nur kommunal angelegt waren und dass sie 2. jeweils mit unterschiedlichen Methoden erarbeitet wurden, so dass eine Vergleichbarkeit nur sehr bedingt möglich war.

Die analytischen Berechnungen, die auf die Bestandserhebung folgten, liegen nun in einheitlicher – und damit vergleichbarer – Form vor. Bis auf die Ebene von Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinden im Großraum Braunschweig wurden Bestände und Einzelhandelszentralitäten nach Bedarfsbereichen ausgewiesen.

In der Region Großraum Braunschweig wurden rd. 7.800 Einzelhandelsbetriebe vorgefunden, die insgesamt einen Einzelhandelsumsatz von 6,3 Mrd. € realisieren. Die Verteilung der Betriebe auf die Fläche sowie ihre Leistungsfähigkeit gestalten sich dabei sehr unterschiedlich.

Um die Ergebnisse zu beurteilen, ist der Blick ins Detail notwendig. Der pauschale Nachweis von 99 % Einzelhandelszentralität, der zumindest mathematisch formal die nahezu präzise Übereinkunft von vorhandenem Nachfragepotenzial und realisiertem Einzelhandelsumsatz bestätigt, täuscht über viele wichtige Erkenntnisse hinweg, die die Analyse erbracht hat und die nun dazu dienen sollen, weitergehende Schlüsse zu ziehen. Eine erste deutliche Diskrepanz ergibt sich, wenn die Betrachtung der Einzelhandelszentralität hinuntergebrochen wird auf die Landkreise bzw. kreisfreien Städte. Während nur der Landkreis Goslar insgesamt mit 115 % Zentralität aufweisen kann, können dies weder die übrigen Landkreise noch die Stadt Salzgitter. Braunschweig und Wolfsburg dagegen werden ihrem raumordnerisch gewollten Versorgungsauftrag dagegen gerecht und erreichen Werte von 135 bzw. 123 %. Während auch die Mittelzentren in den Landkreisen ihre Versorgungsfunktion deutlich wahrnehmen – lediglich Wolfenbüttel, bedingt durch die Nähe zu Braunschweig und Clausthal-Zellerfeld, bedingt durch die relative Abgelegenheit im Oberharz, weisen keine Zentralität aus –, fallen die Werte in den kleinen Gemeinden deutlich ab.

### **Grundzentren<sup>1</sup>**

Grundsätzlich ist das kein Grund zur Beunruhigung, sondern zunächst nur eine Bestätigung des politisch gewollten und planerisch umgesetzten Zentrale-Orte-Prinzips. Zugleich wird aber an den Zahlen auch deutlich, dass viele der Grundzentren ihrem Versorgungsauftrag im Sinne einer Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs nicht mehr nachkommen (können). Einige der Grundzentren im Großraum Braunschweig weisen überdeutlich Versorgungsdefizite aus. Auch damit wäre nur ein Teil der Ist-Situation beschrieben. Denn zugleich haben sich in einigen der Grundzentren Schwerpunktbildungen im Bereich der Nahversorgung vollzogen, die dazu geführt haben, dass die Ausstattung heute großzügiger ist als in jedem Mittel- oder Oberzentrum. Bei der Anziehungskraft, die aus dieser Masse resultiert, wird es für jede Nachbargemeinde schwierig oder gar unwahrscheinlich, eben selbst einen Nahversorger anzusiedeln. Haben sich kleine, lokale Anbieter im Zuge des Strukturwandels bereits zurückgezogen, verfügt die Gemeinde nicht mehr nur über keinen Lebensmittler (mehr), sondern es ziehen sich häufig auch andere Anbieter zurück, weil die Frequenzen nicht ausreichen, um wirtschaftlich zu arbeiten. Die Ortskernlagen verlieren ihre Funktion. Letztendlich schwindet auch ein Stück Lebensqualität. Die Detailbetrachtungen liegen für alle Landkreise sowie die kreisfreien Städte vor. Um sich dem Problem jedoch in Zahlen – und damit nachvollziehbar – übersichtsweise zu nähern, hat sich der Indikator der Verkaufsflächendichte (in qm je Einwohner) als nützlich erwiesen. Auf diese Weise kann bspw. Aufschluss darüber erzielt werden, inwieweit in den Grundzentren von einer gesi-

---

<sup>1</sup> Wenn im Nachfolgenden von Grundzentren gesprochen wird, so ist der Standort des Grundzentrums einschließlich seines Verflechtungsbereiches gemeint. Dieser räumliche Bereich ist deckungsgleich mit der Verwaltungsgliederung der Samt- und Einheitsgemeinden



cherten Grundversorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs ausgegangen werden kann. So weisen eine ganze Reihe von Gemeinden und Samtgemeinden im periodischen Bedarfsbereich **weniger als 0,3 qm Verkaufsfläche** je Einwohner aus. Hier kann **kaum** von einer gesicherten Grundversorgung die Rede sein. In der Gruppe der Kommunen, die im periodischen Bedarf immerhin 0,3 – 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner aufweisen, stabilisieren sich die Verhältnisse und die Kaufkraftabflüsse werden geringer. In der Übersicht stellt sich das Bild für die Grundzentren wie folgt dar:

Betrachtung der Samt- und Einheitsgemeinden mit Standorten grundzentraler Versorgungsfunktion im Großraum Braunschweig					
sortiert nach Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) im periodischen Bedarf					
Kommune	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte)	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) im aperiodischen Bedarf	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) im periodischen Bedarf	Kaufkraftsaldo im periodischen Bedarf in Mio. €	Zentralität im periodischen Bedarf in %
SG Oderwald	0,22	0,08	0,13	-15,18	25
SG Nord Elm	0,36	0,23	0,13	-12,55	27
SG Heeseberg	0,21	0,06	0,16	-8,06	36
SG Lutter am Barenberge	0,36	0,19	0,17	-8,47	32
Lahstedt	1,22	1,04	0,17	-20,00	32
Sassenburg	0,23	0,05	0,18	-20,66	32
Büddenstedt	0,24	0,06	0,19	-5,89	30
SG Sickte	0,38	0,16	0,22	-17,79	40
SG Asse	0,29	0,05	0,24	-4,91	81
SG Grasleben	0,31	0,05	0,26	-7,14	50
SG Baddeckenstedt	0,63	0,36	0,27	-14,01	55
SG Velpke	0,35	0,05	0,29	-15,3	59
Wendeburg	0,50	0,19	0,32	-12,78	53
SG Isenbüttel	0,68	0,36	0,32	-16,68	62
Vechede	0,64	0,31	0,33	-10,93	76
Lengede	0,64	0,45	0,33	-11,31	68
SG Papenteich	0,70	0,37	0,33	-26,47	60
Hohenhameln	0,79	0,45	0,34	-7,45	72
Cremlingen	0,52	0,17	0,35	-15,29	60
Liebenburg	0,51	0,16	0,36	-6,76	75
SG Boldecker Land	0,49	0,13	0,37	-8,12	72
SG Wesendorf	0,68	0,31	0,37	-8,90	76
SG Brome	0,61	0,23	0,38	-11,09	74
Stadt Königslutter	0,72	0,33	0,39	-8,87	81
Edemissen	0,64	0,23	0,41	-4,00	89
Lehre	1,11	0,69	0,42	-10,19	71
Ilse	1,60	1,14	0,46	-9,60	92
Stadt Langelsheim	1,18	0,71	0,47	-8,14	78
SG Meinersen	0,68	0,19	0,48	-6,10	89
Stadt Vienenburg	1,00	0,50	0,50	1,28	104
SG Schöppenstedt	0,98	0,45	0,53	4,74	116
SG Hankensbüttel	1,26	0,71	0,55	7,19	127
SG Schladen	0,96	0,34	0,62	4,24	116
Bergstadt St. Andreasberg	0,86	0,21	0,65	1,52	126
Stadt Schöningen	1,55	0,83	0,72	15,97	143
Stadt Braunlage	1,79	0,80	0,99	16,69	220



Festzuhalten bleibt an dieser Stelle die Erkenntnis, dass sich in einigen der kleineren Grundzentren der Einheits- und Samtgemeinden der Einzelhandel bereits so weit zurückgezogen hat, dass von einer gesicherten Grundversorgung nicht mehr die Rede sein kann, geschweige denn, dass das Entwicklungsziel ausgeglichener Versorgungsstrukturen erreicht wäre.

Die Disparitäten in der Ausstattung der Grundversorgung bei den Grundzentren lassen sich sowohl an der Verkaufsflächendichte als auch an der Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarfsbereich ablesen. Während die Samtgemeinde Oderwald mit 0,08 qm Verkaufsfläche je Einwohner im periodischen Bedarfsbereich Schlusslicht ist, wird Braunlage mit 0,99 qm zum Spitzenreiter. Auch wenn die Perspektive durch das touristische Nachfragepotenzial im Harz verzerrt wird, so bleibt in der Samtgemeinde Oderwald ein Versorgungsdefizit auf ganzer Linie bestehen. Im Landkreis Gifhorn verfügt die Samtgemeinde Hankensbüttel über sehr genau dreimal so viel Fläche wie die Gemeinde Sassenburg im periodischen Bedarf. Analog dazu verhält es sich mit der Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarf: Braunlage 220 %, Samtgemeinde Oderwald 25 %, Durchschnitt in der Region: 94 %.

Bei den weniger gut ausgestatteten Grundzentren muss wiederum eingeräumt werden, dass die Ursachen für eine Unterversorgung verschiedenartig sein können. So bedeutet die Nachbarschaft zu besonders gut ausgestatteten Standorten vielfach, dass eine Kommune kaum noch Chancen hat, um selbst vor Ort eine gesicherte Grundversorgung zu entwickeln. Liegt eine Gemeinde im „Speckgürtel“ des Oberzentrums, bedeutet dies häufig, dass es eine so dominante Orientierung, verbunden mit Pendlerverkehren, in das größere Zentrum gibt, dass das am Ort gebundene Potenzial nicht ausreicht, um den Fortbestand zu sichern. So sind bestimmte Formen der Siedlungsstruktur der Sicherung der Grundversorgung zuträglich, während andere Rahmenbedingungen eine Sicherung der Grundversorgung unter Marktbedingungen unwahrscheinlich werden lassen. Ist der Bevölkerungsmantel an einem Standort einschl. seines Einzugsgebietes nicht hinreichend, so wird die Mobilität zum Versorgungseinkauf eine Notwendigkeit bleiben. Umso bedeutsamer ist es für jene Kommunen, die noch über einzelne kleinteilige Angebote in der Nahversorgung verfügen, diese durch entsprechendes Einkaufsverhalten im Bestand zu erhalten.

### **Mittel- und Oberzentren**

Die Probleme der Einzelhandelsentwicklung haben in den Mittel- und Oberzentren eine andere Erscheinungsform. Die Sicherung der Grundversorgung ist hier i.d.R. nicht das grundsätzliche Problem, sondern, in Bezug auf die Grundversorgung, ihre räumliche Verteilung über das Stadtgebiet. Neben der Grundversorgungsstruktur wird jedoch für die Mittel- und Oberzentren die Entwicklung der Innenstädte die Herausforderung der Zukunft darstellen.

Der steigende Druck auf die Innenstädte, der sich durch die schneller wachsenden Verkaufsflächen im Außenbereich der Städte ergeben hat, setzt sich unvermindert fort. Bundesweit wuchsen in den letzten zehn Jahren die Verkaufsflächen in den mittleren und kleineren Städten außerhalb der Innenstädte sechs- bis siebenmal so schnell wie in den Zentren<sup>2</sup>.

So verwundert es dann auch nicht weiter, dass jene Städte, die zwar in ihren Grenzen, dennoch vor den Toren der Stadt, für ein entsprechendes Flächenwachstum gesorgt haben, zwar erhebliche Zentralitäten ausweisen, zugleich aber auch Probleme in den Innenstädten unübersehbar werden. Soll aber der Handel als entscheidende Komponente lebendiger Innenstädte erhalten bleiben, so wird es erforderlich sein, über die anzulegenden Kriterien bei der Entwicklung neuer Einzelhandelsflächen zu diskutieren. Welche Branchen prägen den innerstädtischen Handel in besonderer Weise? Bei welchen Branchen oder Betriebstypen ist die Innenstadtbedeutung zu vernachlässigen?

Diese Fragen zu beantworten, sind die Städte zunächst selbst im Rahmen ihrer Planungshoheit aufgerufen. Einzelhandelsentwicklungskonzepte, die dann auch in aller Konsequenz verfolgt werden, sind ein Weg, um ein Steuerungsinstrumentarium für die richtigen Stellschrauben zu haben. Regionale Steuerung des Einzelhandels kann nur dann sinnvoll sein, wenn die Städte und Gemeinden selbst eine Vorstellung von ihrer Entwicklungsrichtung haben. Zugleich kann die regionale Analyse aber

---

<sup>2</sup> Quelle: IHK Flensburg, <http://www.flensburg.ihk24.de/FLIHK24/FLIHK24/produktmarken/index.jsp>



einen deutlichen Hinweis geben, wo ähnliche oder vergleichbare Problemlagen bestehen, sie kann für eine Sensibilisierung sorgen und Möglichkeiten neuer interkommunaler Zusammenarbeit schaffen.

Fast alle mittleren sowie die größeren Städte im Großraum – und auch darin unterscheiden sie sich nicht von bundesweiten Entwicklungen – sind gegenwärtig mit der Problematik konfrontiert, dass sich die Lebensmittelversorgung in den Stadtteilzentren im Zuge des Strukturwandels verändert. Die betriebswirtschaftliche Notwendigkeit größerer Flächen, die in den Stadtteilzentren nicht zur Verfügung stehen, bringt es mit sich, dass sich die Lebensmittel neue Standorte suchen. Die Stadtteilzentren verlieren mit der Funktion auch zahlreiche Frequenzen und vielfach ist ein Trading-down vorprogrammiert. Die Effekte sind vergleichbar mit den Ortskernlagen der Grundzentren.

Auch die nachteilige Entwicklung der Innenstädte muss im Kontext des Strukturwandels verstanden werden. Hier ist es vielfach der Betriebstyp Fachmarkt, der mit seinem Flächenbedarf überwiegend in den Außenbereichen der Städte angesiedelt worden ist und dort das Angebot der typischen zentrenrelevanten Sortimente<sup>3</sup> vorhält. Eigentümerstrukturen, mangelnde Flächenflexibilität, Parkplatzprobleme, Denkmalschutz und letztendlich Kosten sind vielfach genannte Faktoren, die die Ansiedlung dieser Betriebe in der Innenstadt erschweren.

Es bedarf hier dringend der Qualifizierung von Entwicklungszielen auf kommunaler Ebene. Dies gilt nicht nur für die Mittel- und Oberzentren, sondern ebenso für die Grundzentren, wenn es um die Auswahl von Standorten für Einzelhandelsvorhaben geht.

Um einen quantitativen Einblick in die Einzelhandelssituation der Mittel- und Oberzentren im Großraum Braunschweig zu erhalten, wurde auch hier eine vergleichende Analyse der Bestandssituation unternommen, die über die Grenzen der Region hinausgeht.

### Verkaufsflächenausstattung der Mittelzentren im Großraum Braunschweig

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) der Mittelzentren im Großraum Braunschweig								
	Peine	Helmstedt	Wolfenbüttel	Goslar	Seesen	Bad Harzburg	Clausthal-Zellerfeld	Gifhorn	Wittingen
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>0,59</b>	<b>0,69</b>	<b>0,42</b>	<b>0,65</b>	<b>0,59</b>	<b>0,56</b>	<b>0,49</b>	<b>0,63</b>	<b>0,72</b>
Lebensmittel und Reformwaren	0,48	0,57	0,34	0,49	0,48	0,42	0,37	0,50	0,58
Gesundheits- und Körperpflege	0,11	0,12	0,07	0,17	0,10	0,14	0,12	0,13	0,13
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1,51</b>	<b>1,68</b>	<b>1,07</b>	<b>2,19</b>	<b>1,41</b>	<b>1,97</b>	<b>0,52</b>	<b>2,14</b>	<b>1,40</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>0,28</b>	<b>0,39</b>	<b>0,25</b>	<b>0,59</b>	<b>0,31</b>	<b>0,20</b>	<b>0,13</b>	<b>0,46</b>	<b>0,45</b>
Bekleidung, Wäsche	0,21	0,30	0,22	0,44	0,23	0,13	0,11	0,35	0,35
Schuhe, Lederwaren	0,06	0,06	0,02	0,12	0,06	0,04	0,02	0,10	0,07
Uhren, Schmuck, Optik	0,02	0,02	0,01	0,03	0,02	0,02	0,01	0,02	0,03
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>0,17</b>	<b>0,16</b>	<b>0,11</b>	<b>0,29</b>	<b>0,10</b>	<b>0,11</b>	<b>0,08</b>	<b>0,14</b>	<b>0,10</b>
Bücher, Schreibwaren	0,05	0,04	0,03	0,07	0,01	0,03	0,05	0,04	0,03
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,12	0,12	0,08	0,22	0,08	0,08	0,03	0,10	0,07
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,08</b>	<b>0,06</b>	<b>0,05</b>	<b>0,16</b>	<b>0,04</b>	<b>0,03</b>	<b>0,03</b>	<b>0,11</b>	<b>0,10</b>
Sportartikel	0,02	0,01	0,02	0,08	0,01	0,00	0,01	0,03	0,01
Spielwaren	0,05	0,02	0,02	0,06	0,02	0,01	0,02	0,05	0,07
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,02	0,03	0,01	0,02	0,01	0,01	0,00	0,04	0,02
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,04</b>	<b>0,03</b>	<b>0,04</b>	<b>0,06</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>	<b>0,03</b>	<b>0,02</b>	<b>0,08</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,32</b>	<b>0,34</b>	<b>0,40</b>	<b>0,53</b>	<b>0,41</b>	<b>1,13</b>	<b>0,08</b>	<b>0,68</b>	<b>0,20</b>
Möbel, Antiquitäten	0,18	0,24	0,32	0,40	0,36	1,05	0,03	0,56	0,16
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,14	0,10	0,08	0,13	0,05	0,09	0,05	0,12	0,04
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>0,62</b>	<b>0,71</b>	<b>0,21</b>	<b>0,56</b>	<b>0,53</b>	<b>0,48</b>	<b>0,16</b>	<b>0,71</b>	<b>0,46</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>2,09</b>	<b>2,37</b>	<b>1,49</b>	<b>2,84</b>	<b>1,99</b>	<b>2,53</b>	<b>1,01</b>	<b>2,77</b>	<b>2,12</b>

<sup>3</sup> Zentrenrelevante Sortimente siehe Anlage

**Verkaufsflächenausstattung der Mittelzentren in Niedersachsen im Vergleich**

CIMA Warengruppe	Durchschnittliche Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) der Mittelzentren im/in			
	Großraum Braunschweig	Südnieder- sachsen	übrigen Niedersachsen	Niedersachsen insgesamt*
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>0,59</b>	<b>0,51</b>	<b>0,58</b>	<b>0,56</b>
Lebensmittel und Reformwaren	0,47	0,39	0,47	0,44
Gesundheits- und Körperpflege	0,12	0,11	0,12	0,12
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1,54</b>	<b>1,21</b>	<b>1,66</b>	<b>1,47</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>0,34</b>	<b>0,32</b>	<b>0,40</b>	<b>0,36</b>
Bekleidung, Wäsche	0,26	0,24	0,31	0,27
Schuhe, Lederwaren	0,06	0,06	0,07	0,06
Uhren, Schmuck, Optik	0,02	0,02	0,02	0,02
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>0,14</b>	<b>0,14</b>	<b>0,15</b>	<b>0,14</b>
Bücher, Schreibwaren	0,04	0,04	0,04	0,04
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,10	0,10	0,11	0,10
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,07</b>	<b>0,06</b>	<b>0,12</b>	<b>0,09</b>
Sportartikel	0,02	0,02	0,04	0,03
Spielwaren	0,03	0,03	0,04	0,03
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,02	0,01	0,05	0,03
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>0,06</b>	<b>0,05</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,45</b>	<b>0,24</b>	<b>0,54</b>	<b>0,41</b>
Möbel, Antiquitäten	0,37	0,18	0,41	0,32
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,09	0,06	0,13	0,09
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>0,49</b>	<b>0,40</b>	<b>0,39</b>	<b>0,43</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>2,13</b>	<b>1,72</b>	<b>2,24</b>	<b>2,03</b>
* in die Berechnung einbezogen wurden insg. 23 Mittelzentren in Niedersachsen				

Mittelzentren in Südniedersachsen: Bad Gandersheim, Duderstadt, Einbeck, Hann. Münden, Northeim, Osterode und Uslar

Mittelzentren im übrigen Niedersachsen: Bad Zwischenahn, Bramsche, Holzminden, Melle, Quakenbrück, Vechta und Verden

## Verkaufsflächenausstattung der Mittelzentren in Niedersachsen im Vergleich, Minimum-Maximum-Betrachtung

CIMA Warengruppe	Minimum-Maximum Betrachtung der Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) in den Mittelzentren im Vergleich im/in							
	Großraum Braunschweig		Südniedersachsen		übrigen Niedersachsen		Niedersachsen insgesamt*	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>0,42</b>	<b>0,72</b>	<b>0,40</b>	<b>0,80</b>	<b>0,35</b>	<b>0,73</b>	<b>0,35</b>	<b>0,80</b>
Lebensmittel und Reformwaren	0,34	0,58	0,31	0,65	0,29	0,63	0,29	0,65
Gesundheits- und Körperpflege	0,07	0,17	0,05	0,18	0,07	0,17	0,05	0,18
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>0,52</b>	<b>2,19</b>	<b>0,59</b>	<b>1,71</b>	<b>0,82</b>	<b>2,77</b>	<b>0,52</b>	<b>2,77</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>0,13</b>	<b>0,59</b>	<b>0,21</b>	<b>0,43</b>	<b>0,23</b>	<b>0,54</b>	<b>0,13</b>	<b>0,59</b>
Bekleidung, Wäsche	0,11	0,44	0,17	0,32	0,16	0,42	0,11	0,44
Schuhe, Lederwaren	0,02	0,12	0,03	0,09	0,03	0,14	0,02	0,14
Uhren, Schmuck, Optik	0,01	0,03	0,01	0,03	0,01	0,03	0,01	0,03
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>0,08</b>	<b>0,29</b>	<b>0,07</b>	<b>0,25</b>	<b>0,06</b>	<b>0,25</b>	<b>0,06</b>	<b>0,29</b>
Bücher, Schreibwaren	0,01	0,07	0,02	0,06	0,02	0,06	0,01	0,07
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,03	0,22	0,03	0,20	0,03	0,19	0,03	0,22
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,03</b>	<b>0,16</b>	<b>0,03</b>	<b>0,13</b>	<b>0,07</b>	<b>0,18</b>	<b>0,03</b>	<b>0,18</b>
Sportartikel	0,00	0,08	0,01	0,05	0,01	0,10	0,00	0,10
Spielwaren	0,01	0,07	0,01	0,05	0,02	0,06	0,01	0,07
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,00	0,04	0,00	0,03	0,01	0,07	0,00	0,07
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,02</b>	<b>0,08</b>	<b>0,02</b>	<b>0,07</b>	<b>0,02</b>	<b>0,10</b>	<b>0,02</b>	<b>0,10</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,08</b>	<b>1,13</b>	<b>0,04</b>	<b>0,43</b>	<b>0,11</b>	<b>1,12</b>	<b>0,04</b>	<b>1,13</b>
Möbel, Antiquitäten	0,03	1,05	0,03	0,39	0,05	0,86	0,03	1,05
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,04	0,14	0,01	0,11	0,03	0,27	0,01	0,27
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>0,16</b>	<b>0,71</b>	<b>0,13</b>	<b>0,63</b>	<b>0,16</b>	<b>0,66</b>	<b>0,13</b>	<b>0,71</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>1,01</b>	<b>2,84</b>	<b>1,01</b>	<b>2,51</b>	<b>1,17</b>	<b>3,43</b>	<b>1,01</b>	<b>3,43</b>

\* in die Berechnung einbezogen wurden insg. 23 Mittelzentren in Niedersachsen

Mittelzentren in Südniedersachsen: Bad Gandersheim, Duderstadt, Einbeck, Hann. Münden, Northeim, Osterode und Uslar

Mittelzentren im übrigen Niedersachsen: Bad Zwischenahn, Bramsche, Holzminden, Melle, Quakenbrück, Vechta und Verden

## Verkaufsflächenausstattung der Oberzentren im Großraum Braunschweig

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) der Oberzentren im Großraum Braunschweig		
	Braunschweig	Wolfsburg	Salzgitter
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>0,38</b>	<b>0,44</b>	<b>0,44</b>
Lebensmittel und Reformwaren	0,30	0,32	0,37
Gesundheits- und Körperpflege	0,08	0,12	0,07
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1,58</b>	<b>1,76</b>	<b>1,05</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>0,33</b>	<b>0,35</b>	<b>0,21</b>
Bekleidung, Wäsche	0,27	0,27	0,15
Schuhe, Lederwaren	0,05	0,06	0,05
Uhren, Schmuck, Optik	0,01	0,02	0,01
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>0,16</b>	<b>0,18</b>	<b>0,12</b>
Bücher, Schreibwaren	0,04	0,04	0,02
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,11	0,14	0,10
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,11</b>	<b>0,08</b>	<b>0,04</b>
Sportartikel	0,04	0,03	0,01
Spielwaren	0,03	0,02	0,01
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,04	0,02	0,02
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,04</b>	<b>0,05</b>	<b>0,02</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,55</b>	<b>0,50</b>	<b>0,24</b>
Möbel, Antiquitäten	0,42	0,37	0,16
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,13	0,12	0,08
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>0,38</b>	<b>0,61</b>	<b>0,41</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>1,96</b>	<b>2,20</b>	<b>1,49</b>



### Verkaufsflächenausstattung der Oberzentren im Großraum Braunschweig, Minimum-Maximum-Betrachtung

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) in den Oberzentren im Großraum Braunschweig	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) in den Oberzentren im Großraum Braunschweig	
	Mittelwert	Min	Max
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>0,42</b>	<b>0,38</b>	<b>0,44</b>
Lebensmittel und Reformwaren	0,33	0,30	0,37
Gesundheits- und Körperpflege	0,09	0,07	0,12
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1,46</b>	<b>1,05</b>	<b>1,76</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>0,30</b>	<b>0,21</b>	<b>0,35</b>
Bekleidung, Wäsche	0,23	0,15	0,27
Schuhe, Lederwaren	0,05	0,05	0,06
Uhren, Schmuck, Optik	0,01	0,01	0,02
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>0,15</b>	<b>0,12</b>	<b>0,18</b>
Bücher, Schreibwaren	0,04	0,02	0,04
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,12	0,10	0,14
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,08</b>	<b>0,04</b>	<b>0,11</b>
Sportartikel	0,03	0,01	0,04
Spielwaren	0,02	0,01	0,03
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,03	0,02	0,04
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,04</b>	<b>0,02</b>	<b>0,05</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,43</b>	<b>0,24</b>	<b>0,55</b>
Möbel, Antiquitäten	0,32	0,16	0,42
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,11	0,08	0,13
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>0,47</b>	<b>0,38</b>	<b>0,61</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>1,88</b>	<b>1,49</b>	<b>2,20</b>

### Verkaufsflächenausstattung der Oberzentren in Niedersachsen im Vergleich, Minimum-Maximum-Betrachtung

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) in den Oberzentren in Niedersachsen*	Verkaufsfläche in qm je Einwohner (VK-Dichte) in den Oberzentren in Niedersachsen*	
	Mittelwert	Min	Max
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>0,48</b>	<b>0,38</b>	<b>0,56</b>
Lebensmittel und Reformwaren	0,39	0,30	0,47
Gesundheits- und Körperpflege	0,09	0,07	0,12
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1,54</b>	<b>1,05</b>	<b>1,76</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>0,38</b>	<b>0,21</b>	<b>0,48</b>
Bekleidung, Wäsche	0,30	0,15	0,39
Schuhe, Lederwaren	0,06	0,05	0,07
Uhren, Schmuck, Optik	0,02	0,01	0,02
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>0,18</b>	<b>0,12</b>	<b>0,25</b>
Bücher, Schreibwaren	0,05	0,02	0,07
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,14	0,10	0,18
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,12</b>	<b>0,04</b>	<b>0,17</b>
Sportartikel	0,04	0,01	0,06
Spielwaren	0,03	0,01	0,04
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,04	0,02	0,07
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,04</b>	<b>0,02</b>	<b>0,05</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,42</b>	<b>0,24</b>	<b>0,55</b>
Möbel, Antiquitäten	0,32	0,16	0,46
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,10	0,03	0,13
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>0,41</b>	<b>0,29</b>	<b>0,61</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>2,02</b>	<b>1,49</b>	<b>2,24</b>

\* außer den Oberzentren im Großraum Braunschweig wurden die niedersächsischen Oberzentren Göttingen, Hildesheim, Oldenburg (Oldb) und Osnabrück berücksichtigt



Insgesamt wird durch diese Betrachtung die Stärke der Mittel- und Oberzentren im aperiodischen Bedarfsbereich nochmals bestätigt. Abweichungen innerhalb der Vergleichsgruppen (wie Clausthal-Zellerfeld, eingeschränkt auch Wolfenbüttel sowie Salzgitter) können mit ihrer Lage im Raum bzw. der besonderen innergemeindlichen Zentrenstruktur erklärt werden.

Zugleich wird bei der MIN-MAX-Betrachtung der Mittelzentren im Großraum Braunschweig deutlich, dass, auch wenn die meisten der Städte Strukturen aufweisen, die vergleichbar sind, Ausnahmen bestehen, die auch in der Zukunft einer gesonderten Betrachtung bedürfen. So kann in Clausthal-Zellerfeld mangels natürlichem Einzugsbereich nicht von Einzelhandelsstrukturen eines üblichen Mittelzentrums die Rede sein.

Bei der Betrachtung der Oberzentren muss eingeräumt werden, dass die Strukturen der Stadt Salzgitter im aperiodischen Bedarfsbereich ebenfalls nicht an die Werte der Vergleichsgruppe heranreichen. Insgesamt wird hier nur eine unterdurchschnittliche mittelzentrale Verkaufsflächenausstattung vorgefunden.

Insgesamt fällt auf, dass die Mittelzentren über eine stärkere Flächenausstattung gegenüber den Oberzentren verfügen. Eine Ursache ist darin zu sehen, dass der Bestand der Lebensmittel-Discounts in den Oberzentren vielfach noch aus früheren Ansiedlungswellen mit kleineren Flächenkonzepten stammen. Während die Ansiedlungen in den Mittelzentren z. T. zu einem späteren Zeitpunkt mit dann größeren Flächenkonzepten einsetzen, setzt sich dieser Strukturwandel in den Oberzentren insgesamt langsamer fort, u.a. deshalb, weil sich das Preisgefüge für alternative Standorte anders darstellt.



### 3. Leitvorstellungen zur regionalen Einzelhandelsentwicklung

Aus der Analyse und dem im September letzten Jahres durchgeführten Fachforum lassen sich folgende Leitvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung im Großraum Braunschweig ableiten, die als Empfehlungen für das regionale Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Großraum Braunschweig zu verstehen sind:

#### **Grundzentren**

Gerade im Hinblick auf die Grundzentren wird mit der vorliegenden Analyse deutlich, dass Handlungsbedarf besteht. Die Disparitäten, die die Analyse ausgewiesen hat, sollen Ansporn sein, um eine Verbesserung der Situation herbeizuführen. Es setzt voraus, dass auch die tendenziell unterversorgten Grundzentren die Möglichkeit bekommen, ihre Nahversorgungsstruktur zukunftsfähig zu entwickeln.

Grundsätzlich ist es erstrebenswert, in der Region eine wohnortnahe Grundversorgung – d.h. mind. in jedem Grundzentrum eine gesicherte Nahversorgung – zu gewährleisten. Auch wenn beim Abgleich von formulierten Standortanforderungen marktgängiger Betreiber und den grundzentralen Orten im Großraum Braunschweig davon ausgegangen werden muss, dass dieses Ziel unter Marktbedingungen voraussichtlich nicht lückenlos darzustellen ist (weil z.B. Siedlungsstrukturen dagegen sprechen), so sollte dieser Anspruch zunächst für jedes Grundzentrum aufrechterhalten bleiben.

In der Beschreibung der Problemlagen im Hinblick auf die Entwicklungen der zentralen Lagen herrschte beim Fachforum in Braunschweig im September 2004, auch über die verschiedenen Arbeitskreise hinweg, große Einigkeit. Jede Steuerungsmaßnahme in Bezug auf die Einzelhandelsentwicklung sollte auch die Sicherung der Ortskernlagen zum Ziel haben.

Naturgemäß bestehen beim Versorgungsauftrag der Grundzentren gegenüber den Mittel- und Oberzentren Unterschiede. Um Weiterentwicklungen möglich zu machen, sollten Entwicklungsziele zielgerichtet funktionsteilig angestrebt werden. Während die Mittel- und Oberzentren ihren Versorgungsschwerpunkt im gehobenen und höherwertigen aperiodischen Bedarf suchen, überlassen sie den Grundzentren den Versorgungsauftrag für den täglichen Bedarf und ermöglichen damit auch eine Weiterentwicklung in den Grundzentren.

Besteht ein konkretes Ansiedlungsinteresse, so sind die grundzentralen Standorte jedoch vielfach einem weiteren Problem ausgesetzt: Während die Betreiber nur dann ansiedeln wollen, wenn großflächig angesiedelt werden kann, sehen die Nachbarkommunen die Ausweisung von Sondergebieten gelegentlich ungern, weil Kaufkraftabflüsse am eigenen Standort befürchtet werden. Insbesondere wenn es um die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben geht, sollte hier eine Verfahrensweise angestrebt werden, die die Grundzentren dabei unterstützt, vorhabenbezogene B-Planverfahren durchzuführen.

Bei einem detaillierten Blick in das Zahlenwerk wurde deshalb der Versuch unternommen, kritische Schwellenwerte zu diagnostizieren, die Orientierung über die bereits bestehenden Versorgungsdichten im periodischen Bedarfsbereich geben können. Zu diesem Zweck wurden die Verkaufsflächendichten mit den Kaufkraft-Salden (s.o.) im periodischen Bedarf analysiert.

Hier wurde die Erkenntnis gewonnen, dass bis zu einer Verkaufsflächendichte von 0,5 qm je Einwohner im periodischen Bedarfsbereich (Lebensmittel, Reformwaren, Gesundheits- und Körperpflege) faktisch keine Kaufkraftüberschüsse vorkommen. Insofern kann dieser Wert auch als Orientierungsmarke für eine aus der Perspektive der Raumordnung für die Grundzentren unschädliche Entwicklungsgröße ausgegangen werden.

Es wird daher empfohlen, den Wert von 0,5 qm je Einwohner im periodischen Bedarfsbereich als Erheblichkeitsschwelle zu akzeptieren. Unterhalb dieses Wertes erscheinen nach heutiger Maßgabe Ansiedlungen in den Sortimenten der Nahversorgung unproblematisch für Nachbarkommunen. Ein



ggf. durchzuführendes Bebauungsplanverfahren, das auf Ausweisung eines Sondergebietes Einzelhandel abzielt, sollte daher durch die Nachbarkommunen nach Maßgabe unterstützt werden. Unabhängig von dieser Erheblichkeitsschwelle bleibt die Zielkongruenz gemäß LROP (z.B. Integrationsgebot) selbstverständlich bestehen.

Dort, wo die sog. „Tante-Emma-Läden“ geschlossen haben, weil sich ihr Betrieb nicht mehr als rentabel erwiesen hat oder eine Betriebsübergabe aus anderen Gründen gescheitert ist, geht häufig nicht nur die Einzelhandelsfunktion – auch in allen übrigen Branchen – zurück, sondern mit ihr vielfach auch weitere Dienstleistungen wie die Post und die Bank, wenn erst einmal die Frequenzen nicht mehr stimmen. Mit dem Verlust der Angebotsstrukturen geht auch die Attraktivität des gesamten Standortes verloren.

Im Zuge dieser Entwicklungen sind alternative Konzepte zu den marktüblichen Nahversorgungszentren für den ländlich strukturierten Raum entwickelt und auch erfolgreich erprobt worden, um die örtliche Grundversorgung sicherzustellen. Beispiele hierfür sind die MarktTreffs in Schleswig-Holstein als Versorgungszentren im ländlichen Raum oder das Franchise-System „Um's Eck“, das bereits mehr als 150 Mal im süddeutschen Raum existiert. Daneben haben sich Einzelinitiativen wie Nachbarschaftsläden, die z. T. ehrenamtlich geführt werden, durchaus darin bewährt, die Grundversorgung zu sichern. Diese Konzepte bedingen ihrerseits jedoch den konsequenten Ausschluss großflächiger Einzelhandelsbetriebe oberhalb der Vermutungsgrenze gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO von 700 qm Verkaufsfläche, um zur Umsetzung solcher nachgewiesenermaßen erfolgreichen Konzepte durch entsprechende flankierende Bauleitplanung beizutragen.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, über die Immobilienwirtschaft dem Handel Liegenschaften zur Verfügung zu stellen, die den heutigen Flächenanforderungen der Unternehmen hinsichtlich Betriebsgröße und Stellplatzfläche gerecht werden. Auch diese Strategie ist nur bei aktivem kommunalen Handeln umsetzbar.

Bei der Verfolgung des Zieles, die innergemeindliche Zentren- und Versorgungsstruktur zu erhalten, ist es nicht nur von Bedeutung, die Steuerungsmöglichkeiten zu nutzen, die das Bau- und Planungsrecht für den Einzelhandel unmittelbar schafft. So kann das Ziel der Stärkung bzw. des Erhalts der innergemeindlichen Zentren- und Versorgungsstrukturen auch dadurch unterstützt werden, dass im Rahmen anderer Planungsmaßnahmen deren Beitrag im Sinne einer Zentrenstärkung berücksichtigt wird. So ist die Zusammenführung von öffentlichen und privaten Dienstleistungen im Ortszentrum ebenso ein aktiver Beitrag zur Stärkung der Einzelhandelsstruktur, weil entsprechende Frequenzen gebündelt werden. Die Standorte von Planvorhaben von Seiten der öffentlichen Hand bzgl. der Infrastruktur, ob es sich um Schulen und Kindergärten und Altentagesstätten handelt, haben einen maßgeblichen Einfluss auf die Einzelhandelsstruktur, sobald sie durch Neuansiedlungen oder Verlagerungen Wegebeziehungen im Gemeindegebiet tangieren. Aus diesem Grunde sind die Entscheidungsträger aufgerufen, diese Zusammenhänge zu berücksichtigen.

Das bestehende Versorgungsnetz im ländlichen Raum soll erhalten und entwickelt werden. Vorhaben zur Verbesserung dieses Angebots sollen, so der ausdrückliche Wunsch der beteiligten Kommunen, durch Lösungen, die der Markt anbietet, geschaffen werden. Die nunmehr zur Verfügung stehende Datenbasis soll jedoch auch dazu genutzt werden, die bestehenden Versorgungsdisparitäten abzubauen, indem Investoren und Betreiber akquiriert werden.

### **Mittel- und Oberzentren**

Für die Entwicklung der Mittel- und Oberzentren können die Ziele wie folgt zusammengefasst werden:

In der Beschreibung der Problemlagen, insbesondere im Hinblick auf die Entwicklungen in den **Innenstädten**, herrschte beim Fachforum in Braunschweig im September 2004 ebenfalls eine große Einigkeit. Jede Steuerungsmaßnahme in Bezug auf die Einzelhandelsentwicklung sollte die **Sicherung der zentralen Lagen** – damit sind sowohl die Innenstädte als auch die Stadtteilzentren gemeint – zum vorrangigen Ziel haben.



Während den Grundzentren Entwicklungsmöglichkeiten bei der Sicherung der Nahversorgungsstrukturen überlassen werden, sehen die Mittel- und Oberzentren ihren Entwicklungsschwerpunkt in der Entwicklung des Angebots im gehobenen und höherwertigen aperiodischen Bedarf.

Ebenfalls im Zusammenhang mit dem Erhalt der innergemeindlichen Zentrenstruktur ist die Zentrenrelevanz der verschiedenen Einzelhandelsortimente zu sehen. Die Zentrenrelevanz des großflächigen Einzelhandels kann daher nicht genügend betont werden. Im Fachforum zur Einzelhandelsentwicklung im September 2004 wurde aus diesem Grund die Konzeption einer „Braunschweiger Liste“, aufbauend auf dem Konzept zentrenrelevanter Sortimente, gefordert. Danach sollte die Ansiedlung der als zentrenrelevant eingestuften Sortimente vorwiegend in der Innenstadt und nicht bzw. nur eingeschränkt außerhalb der Innenstadt möglich sein. Hierbei ist der Blick auch auf sog. Randsortimente in Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten zu richten, ebenso wie bei SB-Warenhäusern.

Fachmarktzentren und Fachmarkttagglomerationen in nicht-integrierten Lagen genießen Bestandschutz. Arrondierungen zum Zwecke der Bestandssicherung sind zu akzeptieren, sofern sie regionalverträglich sind und keine zentrenrelevanten Sortimente umfassen. Möglichkeiten der Arrondierung von regional bedeutsamen Einzelhandelsschwerpunkten außerhalb der Innenstädte sind zu akzeptieren. Die Festlegung der Standorte erfolgt in Kap. 4 und 5.

Eine Etablierung von zentrenrelevanten Sortimenten wird an nicht-integrierten Standorten mit Verweis auf das LROP (Integrationsgebot) abgelehnt. Bei Geschäftsaufgaben in nicht-integrierten Standortlagen soll bauleitplanerische Vorsorge gegen eine Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente getroffen werden, um Innenstädte, Ortszentren und integrierte Standortlagen zu stärken. Dies geschieht vorzugsweise durch Überplanung und Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen (s. dazu auch „Nahversorgung in den Städten“, Arbeitspapier des Deutschen Städtetages, in der Anlage).



## 4. Der konzeptionelle Ansatz

Unter Würdigung der Analyseergebnisse und der regionsweit diskutierten Leitvorstellungen zur regionalen Einzelhandelsentwicklung beruht der konzeptionelle Ansatz des Regionalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für den Großraum Braunschweig auf folgenden Schwerpunkten:

### ▪ **Attraktive Handelslandschaft**

Das Regionale Entwicklungskonzept für den Großraum Braunschweig soll bei dessen Umsetzung dazu beitragen, eine attraktive Handelslandschaft zu sichern und zu entwickeln.

### ▪ **Sicherung der grundzentralen Versorgungskerne**

Das Regionale Einzelhandelsentwicklungskonzept soll dazu beitragen, die Versorgungskerne in den grundzentralen Standorten im Interesse der raumordnerisch relevanten Versorgungsfunktion zu sichern.

### ▪ **Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgung**

Die Nahversorgung ist nicht nur in den grundzentralen Standorten, sondern auch in den einzelnen Quartieren und Stadtteilen der Mittel- und Oberzentren gefährdet. Von daher gilt es, mit Hilfe des Regionalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für den Großraum Braunschweig eine zukunftsfähige Nahversorgung zu sichern.

### ▪ **Abbau von Versorgungsdisparitäten**

Dabei steht im Rahmen eines fairen Wettbewerbs der Kommunen der Abbau von Versorgungsdisparitäten im Mittelpunkt der raumordnerischen Bewertung.

### ▪ **Sicherung und Entwicklung der mittel- und oberzentralen Handelsfunktion**

Neben der Nah- und Grundversorgung gehört zur attraktiven Handelslandschaft vor allem die Sicherung und Entwicklung der mittel- und oberzentralen Handelsfunktion. Dies erfordert einerseits ausreichend Spielraum für den normalen interkommunalen Wettbewerb, andererseits darf die weitere Handelsentwicklung jedoch nicht zu Funktionsverlusten einzelner Städte führen. Insofern sind besondere Abstimmungsmechanismen, aber auch eine regional abgestimmte Abstimmungskultur erforderlich.

### ▪ **Sicherung der Innenstadtfunktion**

Die Sicherung und Entwicklung der mittel- und oberzentralen Handelsfunktion sollte einhergehen mit der Sicherung und der Entwicklung der innerstädtischen Handelsfunktion. Um die Leitfunktion Handel in den Innenstädten zu erhalten, ist es geboten, dafür Sorge zu tragen, dass die Attraktivität der Innenstädte durch die Wahrung einer „kritischen Angebotsmasse“ erhalten bleibt.

### ▪ **Beachtung der LROP-Ziele als äußerer Entwicklungsrahmen**

Seit der Änderung und Ergänzung des Landes-Raumordnungsprogramms 2002 enthält das Landes-Raumordnungsprogramm unter der Ziffer 1.6 03 wichtige Ziele zur Steuerung der regionalen Einzelhandelsentwicklung. Diese Ziele sind Grundlage jeglicher raumordnerischer Abstimmungsprozesse.



#### ▪ **Grundzentrale Standorte<sup>4</sup>**

Der grundzentrale Versorgungsauftrag umfasst die Güter des täglichen Bedarfs (periodischer Bedarf). Ausgeglichene Versorgungsstrukturen sind bis zu einer Verkaufsflächendichte von 0,5 qm je Einwohner (im periodischen Bedarfsbereich) im Einzugsbereich des Grundzentrums gegeben.

Die Ansiedlung von Angeboten des aperiodischen Bedarfs ist auf der Ebene der Grundzentren möglich, sofern sie dem grundzentralen Versorgungsauftrag entsprechen. Darüber hinausgehende Angebotsformen sind interkommunal abzustimmen und über raumordnerische Verträge abzusichern (interkommunale Kooperation und Aufgabenteilung). Höherrangige Versorgungsfunktionen dürfen hierdurch nicht beeinträchtigt werden (siehe Anlage „Städtetag“).

#### ▪ **Mittelzentren**

Der mittelzentrale Versorgungsauftrag umfasst die Bereitstellung von Waren des gehobenen Bedarfs im mittelzentralen Einzugsbereich (periodischer und aperiodischer Bedarf). Hierzu gehören die klassischen innenstadtrelevanten Sortimente wie auch moderne Fachmarktangebote in entsprechend planungsrechtlich abgesicherten Sondergebieten. Die Funktionsfähigkeit der mittelzentralen Standorte ist durch eine der örtlichen Situation angepasste Einzelhandelspolitik zu sichern. Der Wahrung der Funktionsfähigkeit der Innenstädte gegenüber anderen Einzelhandelsagglomerationen sollte dabei eine besondere Bedeutung beigemessen werden. Jedes höherrangige Zentrum hat zugleich auch die Aufgaben der zentralen Orte niedrigerer Stufe<sup>5</sup>.

#### ▪ **Oberzentren**

Der oberzentrale Versorgungsauftrag umfasst die Bereitstellung von Waren des spezialisierten höheren Bedarfs im oberzentralen Einzugsbereich. Wegen der sich überschneidenden oberzentralen Einzugsbereiche der drei benachbarten Oberzentren Braunschweig, Salzgitter und Wolfsburg ist ein erhöhtes Abstimmungserfordernis bei der Planung überörtlich wirksamer Handelseinrichtungen gegeben. Dabei hat die Sicherung und Arrondierung der Handelsfunktion in den Innenstädten Vorrang. Der Erhalt und die Stärkung von Stadtteilzentren und integrierten Versorgungsbereichen sollte ebenso als besonders erstrebenswert angesehen werden. Jedes höherrangige Zentrum hat zugleich auch die Aufgaben der zentralen Orte niedrigerer Stufe<sup>5</sup>.

#### ▪ **Regional bedeutsame Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte**

Die in den letzten Jahrzehnten entstandenen Fachmarktzentren auf der mittel- und oberzentralen Ebene tragen vom Warenangebot her zur Sicherung der mittel- und oberzentralen Versorgungsfunktion bei. Hier treffen sich moderne Vertriebsformen mit den Erwartungen der Verbraucher hinsichtlich Preisgünstigkeit und privater Logistik (1 Fahrt – 1 Einkauf).

Gleichzeitig konkurrieren diese Zentren mit dem Warenangebot der Innenstädte. Dem übergeordneten Ziel der Sicherung und Stärkung der Innenstädte folgend, ist gerade unter dem Gesichtspunkt des demographischen Wandels eine weitere Ausdehnung der Handelsfunktion in diesen Fachmarktzentren strukturgefährdend. Wesentliche Beeinträchtigungen im Sinne des Landes-Raumordnungsprogramms Ziffer 1.6 03 Satz 7 sind zu vermuten.

Zur Sicherung der innenstädtischen mittel- und oberzentralen Funktionen sind die regional be-

<sup>4</sup> siehe RROP 1.6 01 - 03

<sup>5</sup> MKRO 1969, Nds. MBl. Nr 6, 1969, S. 139



deutsamen Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte festzuschreiben und zu arrondieren. Neue Fachmarktzentren mit überörtlicher Ausstrahlung sind zu vermeiden. Als regional bedeutsame Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte haben sich im Rahmen der regionsweiten Bestandsanalyse herausgestellt:

- Bad Harzburg, Harzburg Nord
- Braunschweig, Frankfurter Straße
- Braunschweig, Hansestraße
- Braunschweig, Otto-von-Guericke-Straße
- Braunschweig, Senefelder Straße
- Braunschweig, Wendebück
- Gifhorn, Eyßelheideweg
- Goslar, Baßgeige
- Goslar, Gutenbergstraße
- Helmstedt, Magdeburger Berg
- Helmstedt, Werner-von-Siemens-Straße
- Peine, Sondergebiet nördlich der Autobahn A 2/Stederdorf
- Salzgitter, Konrad-Adenauer-Straße
- Salzgitter, Sondergebiet LEB 124
- Salzgitter-Thiede, Schäferwiese
- Wolfenbüttel, Am Rehmanger
- Wolfenbüttel, Schweigerstraße
- Wolfsburg, Heinenkamp

Die räumliche Abgrenzung der regional bedeutsamen Entwicklungsschwerpunkte ist in der Anlage festgehalten. Außerhalb dieser Flächen sind weitere Einzelhandelsentwicklungen auszuschließen (siehe oben).



## 5. Grundsätze und Ziele des RROP

Die raumordnerische Begleitung von Einzelhandelsgroßprojekten erfolgt auf der Grundlage der Grundsätze und Ziele des Regionalen Raumordnungsprogramms (RROP) / Landes-Raumordnungsprogramms (LROP). Insofern entfalten diese Ziele und Grundsätze eine erhebliche Steuerungswirkung. Die Ziele und Grundsätze des RROP werden aus denen des LROP abgeleitet und berücksichtigen die regionalen Analyseergebnisse, Leitvorstellungen und konzeptionellen Ansätze, erreichen also einen höheren Präzisionsgrad als das LROP.

In der Fortschreibung bzw. Neuaufstellung des RROP 2006 sollen nachfolgende Ziele und Grundsätze festgelegt werden, die Begründungen sind jeweils angefügt:

### D 1.6 03 Großflächiger Einzelhandel (RROP 2006 – Entwurf)<sup>6</sup>

#### (1) Eine ausgeglichene Einzelhandelsentwicklung ist unter Beachtung der zentralörtlichen Funktionen interkommunal zu sichern, zu entwickeln oder wiederherzustellen.

(Zu 1) Angesichts einer in der Vergangenheit äußerst dynamischen Einzelhandelsentwicklung wird es zunehmend schwieriger, im Sinn einer nachhaltigen Stadt- und Regionalentwicklung die unter C 1.6 03 LROP 2002 genannten ausgeglichenen Versorgungsstrukturen planungsrechtlich zu sichern. Zentrales Anliegen der Landesplanung sind ein Berücksichtigungsgebot sowie ein Beeinträchtigungsverbot. Während das Berücksichtigungsgebot darauf zielt, eine auf die jeweilige Größe und Zentralitätsstufe ausgerichtete Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten, die den benachbarten Kommunen Entwicklungsspielräume belässt, zielt das Beeinträchtigungsverbot darauf, negative raumordnerische Auswirkungen zu vermeiden und auf eine raum- und strukturverträgliche Größenordnung hinzuwirken.

Diesen Zielen wird man im regionalen Maßstab nur gerecht, wenn - wie das LROP empfiehlt - die jeweilige Einzelhandelsentwicklung vor Ort auf der Grundlage eines regionalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes abgestimmt wird.

Dem folgend hat der Zweckverband Großraum Braunschweig als Träger der Regionalplanung ein regionales Einzelhandelsentwicklungskonzept auf der Grundlage einer umfassenden flächendeckenden Einzelhandelserhebung und -analyse erarbeitet.

Insgesamt wurden bei der flächendeckenden Einzelhandelserhebung im Herbst 2003 bis Frühjahr 2004 7.840 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 1,85 Mio. qm im Großraum Braunschweig erfasst. Die Umsatzleistung auf dieser Fläche wird auf 6,24 Milliarden Euro pro Jahr eingeschätzt. Die Verkaufsflächenausstattung liegt bundesweit im Schnitt bei 1,4 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Im Großraum Braunschweig wird insgesamt ein Wert von 1,58 qm Verkaufsfläche je Einwohner erreicht, wobei die Städte Goslar und Gifhorn mit 2,8 qm pro Einwohner den höchsten Verkaufsflächenbesatz erzielen, während gleichzeitig die Gemeinden Büddenstedt, Sassenburg, Oderwald und Heeseberg mit 0,2 qm pro Einwohner eine eindeutige handelsstrukturelle Unterversorgung aufweisen.

Damit ist belegt, dass im Großraum Braunschweig gerade auf der grundzentralen Ebene keineswegs mehr von ausgeglichenen Versorgungsstrukturen ausgegangen werden kann. Während einige Städte oder auch vom Tourismus geprägte Gemeinden Zentralitätsziffern von 140 bis 160 % erreichen, gibt es auch Gemeinden, die lediglich eine Zentralitätsziffer von 17 bis 35 % aufweisen. Der Durchschnitt beträgt 97 %.

Angesichts dieser Differenzen gilt daher für den Großraum Braunschweig die Zielsetzung, ausgeglichene Versorgungsstrukturen nicht nur zu sichern und zu entwickeln, sondern vor allem auch wiederherzustellen.

<sup>6</sup> Ziele der Raumordnung im Sinne von § 3 Nr. 2 des Raumordnungsgesetzes werden durch Fettdruck gekennzeichnet.



**(2) Den im Großraum Braunschweig vielfach nicht ausgeglichenen Versorgungsstrukturen ist unter Wahrung des Berücksichtigungsgebots ortsangemessen zu begegnen.**

(Zu 2) Die unausgeglichenen Versorgungsstrukturen im Großraum Braunschweig sind ein Indiz bei der Planung und Entwicklung neuer Einzelhandelseinrichtungen, die jeweils vorherrschenden Rahmenbedingungen wie Ortsgröße, Einzugsbereich, Versorgungssituation im Ort und in anderen Ortsteilen und Nachbargemeinden usw. zu berücksichtigen.

**(3) Dabei ist die Einzelhandelsentwicklung auf die zentralen Lagen, Innenstadtstandorte und sonstige regional bedeutsame Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte zu konzentrieren.**

(Zu 3) Diesen spezifischen regionalen Zielsetzungen ist am ehesten zu entsprechen, wenn die jeweilige Standortgemeinde über regional abgestimmte Einzelhandelsentwicklungskonzepte verfügt. Solche Konzepte haben sich in der Vergangenheit bewährt und sorgen für Transparenz und Planungssicherheit nach innen und außen. Sie tragen außerdem dazu bei, die interkommunale und raumordnerische Abstimmung erheblich zu vereinfachen bzw. zu beschleunigen, indem nur noch zu prüfen ist, ob das Vorhaben dem regional abgestimmten Konzept entspricht oder widerspricht.

**(4) Als regional bedeutsame Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte werden festgelegt:**

- **Bad Harzburg, Harzburg Nord**
- **Braunschweig, Frankfurter Straße**
- **Braunschweig, Hansestraße**
- **Braunschweig, Otto-von-Guerike-Straße**
- **Braunschweig, Senefelder Straße**
- **Braunschweig, Wendebück**
- **Gifhorn, Eyselheideweg**
- **Goslar, Baßgeige**
- **Goslar, Gutenbergstraße**
- **Helmstedt, Magdeburger Berg**
- **Helmstedt, Werner-von-Siemens-Straße**
- **Peine, Sondergebiet nördlich der Autobahn A 2/Stederdorf**
- **Salzgitter, Konrad-Adenauer-Straße**
- **Salzgitter, Sondergebiet LEB 124**
- **Salzgitter-Thiede**
- **Wolfenbüttel, Am Rehmanger**
- **Wolfenbüttel, Schweigerstraße**
- **Wolfsburg, Heinenkamp**

(Zu 4) Die Festlegung orientiert sich an den wichtigsten gewachsenen Fachmarktstrukturen im Großraum Braunschweig. Die regional bedeutsamen Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte dienen der Festigung eines modernen und der Nachfrage entsprechenden mittel- und oberzentralen Versorgungsauftrages. Die regional bedeutsamen Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte stellen wegen des ausgeprägten Randsortimentbesatzes oft eine erhebliche Konkurrenzsituation zu den etablierten Zentren (Innenstädten/zentralen Ortslagen) dar und sind daher bei Veränderungen einer genauen Auswirkungs- und Betroffenheitsanalyse (Raumverträglichkeitsprüfung) zu unterziehen. Angesichts der übergeordneten Rahmenbedingungen wie demographischer Wandel und damit sinkendes Kaufkraftvolumen ist die Verkaufsflächenexpansion in diesen Fachmarktzentren als grundsätzlich abgeschlossen zu betrachten.



**(5) Die Nahversorgung als wesentliches Element kommunaler Daseinsgrundfunktion ist in den grundzentralen Standorten und Stadtteilzentren der Städte bedarfsgerecht zu modernisieren, zu sichern und zu entwickeln.**

(Zu 5) Die Sicherung der Nahversorgung wird durch den wachsenden Flächenbedarf der Filialisten im Rahmen der dort betriebenen betriebswirtschaftlichen Optimierung oft unterlaufen. Die damit verbundene Konzentration auf weniger, aber größere Betriebseinheiten führt dazu, gewachsene innerörtliche Standorte ohne Nachfolgenutzung aufzugeben und damit die Attraktivität und Lebensqualität ganzer Orts- und Stadtteile deutlich zu verschlechtern.

Prinzipiell ist dieses Phänomen nicht nur auf den Einzelhandel zu beziehen, sondern auch auf die übrigen Dienstleistungen, die kommunale Daseinsgrundfunktionen berühren. Dies gilt gleichermaßen für das Gesundheits- oder Sozialwesen bzw. die Postversorgung.

Eine Gegenstrategie kann sein, den betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten folgend Handels- und andere Dienstleistungsfunktionen konsequent nur in den zentralen Ortslagen zuzulassen bzw. über städtebaurechtliche Instrumente neue Investitionsanreize zu schaffen. Nicht Verbote, sondern die für die Gemeindeentwicklung notwendige Steuerungsmöglichkeit soll dabei im Mittelpunkt dieser Zielsetzung stehen.

**(6) Großflächige Einzelhandelsvorhaben, von denen überörtliche Auswirkungen ausgehen können, sind zwischen den betroffenen Gebietskörperschaften, den benachbarten Planungsträgern, den Fachvertretungen des Einzelhandels und der Unteren Landesplanungsbehörde abzustimmen.**

(Zu 6) Eine interkommunale Abstimmung von Einzelhandelsprojekten ist nicht nur nach C 1.6 03 Satz 3 LROP 2002 als verbindliches Ziel der Landesentwicklung festgelegt. Auch das Baugesetzbuch sieht nach § 2 Abs. 2 vor, dass die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden aufeinander abzustimmen sind. Dabei können sich Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Solche Ansprüche und über die Raumordnung zugewiesene Funktionen (Zentrale-Orte-Konzept, regional bedeutsame Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte) geltend zu machen, bedarf der frühzeitigen regionalen bzw. interkommunalen Offenlegung und Abstimmung.

Nach den detaillierten Untersuchungen im Großraum Braunschweig (siehe CIMA Einzelhandelsanalyse) setzt im Regelfall ein interkommunales Abstimmungsverfahren für den periodischen Bereich erst oberhalb einer Erheblichkeitsschwelle von 0,5 qm Verkaufsfläche pro Einwohner im Einzugsbereich an. Grundlage der Betrachtung muss eine regelmäßig zu aktualisierende regionale Erhebung der Einzelhandelssituation sein. Die dabei zu gewinnenden Bestandsdaten sind in standardisierter Form den Beteiligten zur Verfügung zu stellen.

Gegenstand der interkommunalen Abstimmung ist das Prüfschema nach C 1.6 03 LROP Niedersachsen 2002 (siehe Anlage).

Sollte oberhalb dieser Erheblichkeitsschwelle die Raumverträglichkeit geprüft werden, so sind folgende Bereiche zu prüfen:

- Auswirkungen aufgrund der Erreichbarkeit,
- Auswirkungen aufgrund der Lage zu den betroffenen Gemeinden im Einzugsbereich,
- Auswirkungen aufgrund der Vergrößerung der Verkaufsfläche im periodischen und aperiodischen Bedarf,
- Auswirkungen aufgrund der Attraktivitätssteigerung einer Einzelhandelsagglomeration und
- Vereinbarkeit der Planung mit der zentralörtlichen Aufgabenzuweisung.



Führt die interkommunale Abstimmung zu keinem tragfähigen Ergebnis, ist ein allein die strittigen Fragen betreffendes Fachgutachten einzuholen. Die inhaltlichen Schwerpunkte und zu klärenden Fragestellungen solcher Gutachten sind frühzeitig mit der Unteren Landesplanungsbehörde abzustimmen. Dies spart Kosten und trägt zur Verfahrensbeschleunigung bei.

**(7) Die durch ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben ausgelösten Umweltwirkungen sind in die Abwägung der Planung einzubeziehen.**

(Zu 7) Entsprechend der aktuellen Gesetzgebung nach BauGB sind auch bei der Planung großflächiger Einzelhandelsprojekte die von diesem Vorhaben ausgelösten oder ausgehenden Umweltwirkungen zu untersuchen und die Arbeitsergebnisse mit in die Abwägung einzubeziehen. Schwerpunkt der Umweltwirkungen sind Fragen der Flächenversiegelung und vor allem der Verkehrsbelastung. Danach wäre es mit einer nachhaltigen Stadt- und Regionalentwicklung gemäß § 2 ROG und § 1 BauGB nicht vereinbar, neue großflächige Einzelhandelseinrichtungen außerhalb der Bevölkerungsschwerpunkte in der Peripherie einer Stadt zu platzieren.

**(8) Zur Sicherung ausgeglichener Versorgungsstrukturen sollen<sup>7</sup>**

- bestehende Bebauungspläne an die geltende Fassung des § 11 (3) BauNVO angepasst werden,
- Baurechte für nicht produktionsbedingten Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten weitgehend ausgeschlossen werden,
- Baurechte für Einzelhandel in Mischgebieten möglichst dann ausgeschlossen werden, wenn die Funktion gewachsener und ausgeglichener Versorgungsstrukturen beeinträchtigt wird und
- die Möglichkeiten genutzt werden, mittels städtebaulicher und privatrechtlicher Vereinbarungen die Voraussetzungen für Grundstücksneuordnungen zu schaffen und damit steuernd und gestaltend auf die örtliche Handelsentwicklung einzuwirken.

(Zu 8) In älteren bzw. übergeleiteten kommunalen Bauleitplänen gibt es immer wieder Lücken, insbesondere in Gewerbe- und Industriegebieten, wo sich der großflächige Einzelhandel niederlassen kann (weil die jeweils gültige BauNVO zum Zeitpunkt der Planerstellung zur Anwendung kommt), obwohl das aktuelle Baurecht in Verbindung mit § 11 (3) BauNVO vorsieht, dass großflächiger Einzelhandel nur in dafür vorgesehenen Sondergebieten zulässig ist. Es liegt im Interesse der planenden Gemeinden selbst, bezüglich der Wahrung der örtlichen Lebensqualität solche planungsrechtlichen Nischen zu schließen. Dazu gehört auch, in solchen Gebieten nur den dort im Zusammenhang mit der Produktion stehenden Handel anteilig zuzulassen. Insbesondere die Städte und Gemeinden, die bereits über Einzelhandelsentwicklungskonzepte verfügen, überplanen ihre Gewerbeindustrieregionen in dieser Hinsicht mit Erfolg. Dabei beinhalten solche Überplanungen einfache textliche Festlegungen, wonach in solchen Gewerbe- und Industriegebieten, wo der mit der dort durchgeführten Produktion im Zusammenhang stehende Einzelhandel zulässig ist bzw. der nicht produktionsbedingte Einzelhandel ausgeschlossen wird.

Außerdem kann auch eine Einzelhandelsentwicklung dann in Mischgebieten ausgeschlossen werden, wenn die Funktion gewachsener und ausgeglichener Versorgungsstrukturen im Ort mehr als wesentlich beeinträchtigt wird. Bei solchen planungsrechtlich abgesicherten Festlegungen handelt es sich weder um einen wettbewerbsrechtlichen noch um einen Eingriff in die kommunale Planungshoheit, sondern um die Wahrung übergeordneter öffentlicher Belange im Sinne der Funktionsfähigkeit von Städten und Gemeinden.

Bezüglich der Sicherung der kommunalen Daseinsvorsorge im Bereich Einzelhandel ist die Vorgehensweise vieler Filialisten außerordentlich problematisch, losgelöst von diesen kommunalen Interessen und Qualitäten eine völlig eigenständige allein betriebswirtschaftlich ausgerichtete Entwicklungsstrategie zu verfolgen. Vielfach befinden sich die Gemeinden mangels klarer Ent-

<sup>7</sup> Grundsatz der Raumordnung im Sinne von § 3 Nr. 3 des Raumordnungsgesetzes, nicht fett gedruckt



wicklungsvorstellungen dann in einer Abwehrposition, wenn sie mit einem solchen offensiven Konzept konfrontiert werden.

Ein kommunaler Handlungsspielraum wäre dann zurückzugewinnen, wenn die Gemeinden ihrerseits mittels städtebaulicher und privatrechtlicher Vereinbarungen aktiv die Entwicklung voranbringen und den expandierenden Betrieben im Wettbewerb standortverträgliche Grundstücke und Liegenschaften anbieten können.

Dies setzt jedoch eine aktivere Entwicklungspolitik der plangebenden Gemeinden voraus als dies in der Vergangenheit vielfach der Fall war. Die Raumordnung ihrerseits kann solche Entwicklungsprozesse durch Bereitstellung des Datenmaterials sowie durch eine frühzeitige Abstimmung unterstützen.



## 6. Verfahren zur Abstimmung raumbedeutsamer Einzelhandelsvorhaben

Im Großraum Braunschweig haben sich die bestehenden gesetzlichen Grundlagen hinsichtlich der Abstimmung von Planvorhaben zum großflächigen Einzelhandel bewährt<sup>8</sup>. Der Zweckverband Großraum Braunschweig nimmt als Untere Landesplanungsbehörde die raumordnerische Beurteilung des Einzelhandelsvorhaben vor. Ist von einem Vorhaben eine überörtliche Wirkung zu erwarten, übernimmt der Zweckverband eine moderierende Rolle, wobei die Interessenslagen und Argumente der verschiedenen Träger öffentlicher Belange im Rahmen der Abwägung berücksichtigt werden.

Das hierbei praktizierte Verfahren fußt auf § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) und § 21 Niedersächsisches Gesetz über Raumordnung und Landesplanung (NROG) in Verbindung mit den Zielsetzungen des Landes- und Regionalen Raumordnungsprogramms (LROP und RROP). Hierauf aufbauend **soll auch zukünftig** der regionale Abstimmungsprozess verlaufen.

### Raumverträglichkeitsprüfung ab Mindestgröße von 700 qm Verkaufsfläche

Einzelhandels-Großprojekte sind die in § 11 Abs. 3 BauNVO definierten Einkaufszentren oder großflächigen Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung nicht nur unwesentlich auswirken können. Derartige Auswirkungen sind in der Regel dann anzunehmen, wenn das Ansiedlungsvorhaben 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche bzw. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche überschreitet.

### Frühzeitige Wahrnehmung der Mitteilungspflicht

Die gem. § 21 NROG bestehende Mitteilungs- und Auskunftspflicht soll eine raumordnerische Überprüfung geplanter Einzelhandels-Großprojekte im Sinne der raumordnerischen Zielsetzungen des LROP 2002, Teil I, C 1.6 03 und eine möglichst frühzeitige Beratung öffentlicher Stellen und Personen des Privatrechts ermöglichen. Die Mitteilungspflicht erstreckt sich neben der Neuansiedlung auch auf die Erweiterung und die Umstrukturierung von Projekten, sobald die Werte der BauNVO überschritten werden. Von der Mitteilungspflicht ausgenommen sind Projekte unter 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche/700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in ausgewiesenen Kerngebieten. In diesem Zusammenhang ist nochmals explizit darauf zu verweisen, dass die **Mitteilungspflicht bereits in einem frühen Planungsstadium**, d.h. bereits nach einer informellen Anfrage bzw. einer Bauvoranfrage, nicht jedoch erst nach Aufstellungsbeschluss eines Bauleitplanes im Gemeinde- bzw. Stadtrat, **zu erfolgen hat**. Die Mitteilung soll auf dem in der Anlage befindlichen Mitteilungsbogen erfolgen.

Die konsequente Mitteilung dient auch der Beobachtung und fachlichen Einschätzung der regionalen und kommunalen Einzelhandelsentwicklung, verbessert die regional verfügbare Datenaktualität und dient der qualifizierten raumordnerischen Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben.

### Verfahrensbeschleunigung (standardisierte Raumverträglichkeitsprüfung)

Bei Einhaltung der nachfolgend beschriebenen Abläufe ist nunmehr eine beschleunigte Beurteilung aus raumordnerischer Perspektive möglich, da mit der vollständigen Einzelhandelsbestandsaufnahme eine verbesserte Informationsgrundlage gegeben ist, die auch für mehr Transparenz im Abwägungsprozess sorgt. Die von der Planung betroffenen Gemeinden können kurzfristig identifiziert werden und das Abstimmungsverfahren kann entsprechend durchgeführt werden.

Folgendes Verfahren ist vorgesehen:

- Nach Bekanntwerden eines Vorhabens für den großflächigen Einzelhandel (Bauvoranfrage, informelle Anfrage eines Investors, Projektentwicklers oder Betreibers) und noch vor gemeindlichen Aktivitäten für einen Aufstellungsbeschluss wird der „Mitteilungsbogen für Einzel-

<sup>8</sup> Grundlage war hier die verfügte Praxis der Bezirksregierung Braunschweig vom 06.11.1996.



handels-Großprojekte“ durch die Gemeinde an den Zweckverband Großraum Braunschweig als Untere Landesplanungsbehörde übermittelt.

- Die Mitteilung erfolgt auf dem in der Anlage befindlichen Mitteilungsbogen, der der aktuellen Betriebstypenentwicklung Rechnung trägt.
- Zur Eröffnung des Abstimmungsverfahrens erhält der bisherige Punkt 6 des Mitteilungsbogen (kalkulierter Einzugsbereich) eine wichtige Bedeutung. Zur räumlichen Abgrenzung des kalkulierten Einzugsbereiches eines Vorhabens dient die diesem Mitteilungsbogen beigefügte Karte. Um betroffene bzw. zu beteiligende Gemeinden zu identifizieren, wird es erforderlich sein, den kalkulierten Einzugsbereich beim Betreiber zu erfragen. Nach Plausibilitätsprüfung der Angaben kann dann die Beteiligung der betroffenen Gemeinden im Abstimmungsverfahren eröffnet werden.
- Zur weiteren Differenzierung ist die Einwohnerzahl im Einzugsbereich zu definieren.
- Bei der Bewertung von großflächigen Einzelhandelsprojekten wird für die Grundzentren und die Stadtteilzentren der Mittel- und Oberzentren die weiter oben dargelegte Schwelle von 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner für den periodischen Bedarfsbereich zugrunde gelegt. Grundsätzlich gilt bis zum Erreichen der Schwelle von 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner die Unschädlichkeitsvermutung. Die Planvorhaben können im vereinfachten (beschleunigten) Verfahren raumordnerisch beurteilt werden.
- Weitere Ansiedlungen großflächiger Art bedürfen der Einzelfallbetrachtung.

Folgende Verfahrensabläufe können für großflächige Einzelhandelsvorhaben speziell im periodischen Bedarfsbereich zur Anwendung kommen (Grundzentren und Nahversorgungszentren):

- Vereinfachtes Verfahren ohne Beteiligung der Nachbargemeinden bis zum Erreichen der Schwelle von 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner (Unschädlichkeitsvermutung).
- Verfahren mit Beteiligung der Nachbargemeinden bei Überschreiten der Schwelle von 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner ohne gutachterlichen Nachweis über die Raumverträglichkeit.
- Verfahren mit Beteiligung der Nachbargemeinden bei Überschreiten der Schwelle von 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner mit gutachterlichem Nachweis über die Raumverträglichkeit.

Der Nachweis über die Raumverträglichkeit des geplanten Vorhabens obliegt dem Unternehmer bzw. der ansiedlungswilligen Gemeinde. Die inhaltlichen Schwerpunkte und zu klärenden Fragestellungen der Verträglichkeitsgutachten sind frühzeitig mit der Unteren Landesplanungsbehörde abzustimmen. Dies spart Kosten und trägt zur Verfahrensbeschleunigung bei.



## Raumordnungsverfahren bei Großprojekten

Ein Raumordnungsverfahren (ROV) ist in der Regel erforderlich, wenn von der Größe oder der Angebotsstruktur des geplanten Einzelhandels-Großprojektes erhebliche Auswirkungen auf Versorgungsstrukturen und Zentralitätsfunktionen im jeweiligen Einzugsbereich zu erwarten sind<sup>9</sup>. Erhebliche Auswirkungen sind in der Regel dann anzunehmen, wenn städtebaulich nicht integrierte Einzelhandels-Großprojekte wie Einkaufs- und Fachmarktzentren geplant sind, die über eine Mindestverkaufsfläche von 10.000 m<sup>2</sup> verfügen. Bei Möbelmärkten liegt der Schwellenwert bei einer Mindestverkaufsfläche von 20.000 m<sup>2</sup>.

Die Durchführung eines ROV ist in der Regel auch für Erweiterungen von mehr als 30 % der bisherigen Verkaufsfläche erforderlich, wenn die vorhandenen Verkaufsflächen bereits oberhalb der vorgenannten Schwellenwerte liegen oder durch die Erweiterung die vorgenannten Schwellenwerte überschritten werden.

---

<sup>9</sup> Raumordnungsverordnung v. 13. Dezember 1990 (zuletzt geändert durch G v. 18.06.2002, BGBl. I S. 1914)



## **Anlagen:**

**Rechtsgrundlagen (BauGB, BauNVO, LROP, NROG)**

**Regional bedeutsame  
Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte**

**Mitteilungsbogen für Einzelhandelsgroßprojekte**

**Prüfschema Einzelhandelsgroßprojekte nach LROP**

**„Nahversorgung in den Städten“, Arbeitspapier des  
Deutschen Städtetages**

**Arbeitshilfe: Zentrenrelevante Sortimente (nach CIMA)**



## **Rechtsgrundlagen (BauGB, BauNVO, NROG, LROP)**

### **Baugesetzbuch (BauGB)**

**In der Fassung der Bekanntmachung vom 23. September 2004  
(BGBl. I S. 2414)**

#### **§ 1 Aufgabe, Begriff und Grundsätze der Bauleitplanung**

...

(4) Die Bauleitpläne sind den Zielen der Raumordnung anzupassen.

...

#### **§ 2 Aufstellung der Bauleitpläne**

...

(2) Die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden sind aufeinander abzustimmen. Dabei können sich Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen.

...

#### **§ 34 Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile**

(1) Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden.

(2) Entspricht die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete, die in der auf Grund des § 9a erlassenen Verordnung bezeichnet sind, beurteilt sich die Zulässigkeit des Vorhabens nach seiner Art allein danach, ob es nach der Verordnung in dem Baugebiet allgemein zulässig wäre; auf die nach der Verordnung ausnahmsweise zulässigen Vorhaben ist § 31 Abs. 1, im Übrigen ist § 31 Abs. 2 entsprechend anzuwenden.

(3) Von Vorhaben nach Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

(3a) Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung

1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebs dient,

2. städtebaulich vertretbar ist und

3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist. Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.

...

## **Verordnung über die bauliche Nutzung der Grundstücke (Baunutzungsverordnung – BauNVO)**

**In der Fassung der Bekanntmachung vom 23. Januar 1990  
(BGBl. I S. 132), zuletzt geändert durch Art. 3 Investitionserleichterungs- und  
WohnbaulandG v. 22. 4. 1993 (BGBl. I S. 466)**

...

### **§ 11 Sonstige Sondergebiete**

...

(3)

1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt. Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche 1.200 qm überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, daß Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 qm Geschoßfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 qm Geschoßfläche nicht vorliegen; dabei sind in bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbraucher-nahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.

...

## **Niedersächsisches Gesetz über Raumordnung und Landesplanung (NROG)**

**Vom 18. Mai 2001**

**(Nds. GVBl. S. 301 – VORIS 23100 05 –)**

**geändert durch Artikel 6 des Gesetzes vom 30.10.2001 (Nds. GVBl. S. 668),  
zuletzt geändert durch Artikel 6 des Gesetzes vom 05.11.2004 (Nds. GVBl. S. 412)**

...

### **§ 21 Abstimmung raumbedeutsamer Planungen und Maßnahmen**

(1) Öffentliche Stellen und Personen des Privatrechts nach § 4 Abs. 3 ROG haben ihre raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen aufeinander und untereinander abzustimmen.

(2) Die Behörden des Landes, die Gemeinden und Landkreise sowie der Aufsicht des Landes unterstehende sonstige Körperschaften, Anstalten und Stiftungen des öffentlichen Rechts sind verpflichtet, den Landesplanungsbehörden die raumbeanspruchenden oder raumbeeinflussenden Planungen, Maßnahmen und Einzelvorhaben aus ihrem Zuständigkeitsbereich frühzeitig mitzuteilen.

(3) Den Landesplanungsbehörden ist auf Verlangen über Planungen und Vorhaben, die für die Raumordnung Bedeutung haben können, Auskunft zu erteilen. Die Auskunftspflicht gilt auch für Personen des Privatrechts nach § 4 Abs. 3 ROG.

...

# Verordnung zur Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen - Teil II -

Vom 28. November 2002  
(Nds. GVBl. S. 739, ausgegeben am 09. Dezember 2002)

...

## C 1.6 03 Großflächiger Einzelhandel

...

<sup>1</sup>Neue Flächen für den großflächigen Einzelhandel sind den jeweiligen Zentralen Orten zuzuordnen.

<sup>2</sup>Der Umfang neuer Flächen bestimmt sich aus dem zentralörtlichen Versorgungspotential, den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur. <sup>3</sup>Die Ausweisung neuer Flächen für den großflächigen Einzelhandel ist interkommunal abzustimmen.

<sup>4</sup>Die Ausweisung neuer Flächen für den großflächigen Einzelhandel sowie die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. <sup>5</sup>Sie sind in das ÖPNV-Netz einzubinden.

<sup>6</sup>Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen. <sup>7</sup>Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

<sup>8</sup>Die Träger der Regionalplanung können in den Regionalen Raumordnungsprogrammen im Einzelfall Standorte für den großflächigen Einzelhandel jenseits der Grenze des privilegierten Zentrums in einem benachbarten Mittel- oder Grundzentrum festlegen, wenn damit den Anforderungen der Sätze 3 bis 7 in gleicher Weise entsprochen wird wie bei einer Lage innerhalb des Gemeindegebiets des privilegierten Zentrums; dies gilt nicht für die in den Sätzen 11 und 12 geregelten Vorhaben.

<sup>9</sup>Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten (wie Möbelmärkte, Bau- und Heimwerkermärkte, Gartencenter, Automärkte) sind grundsätzlich auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten im baulichen Zusammenhang mit dem Siedlungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig. <sup>10</sup>Dabei sind nicht mehr als 10 vom Hundert und maximal 700 m<sup>2</sup> der Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente zulässig.

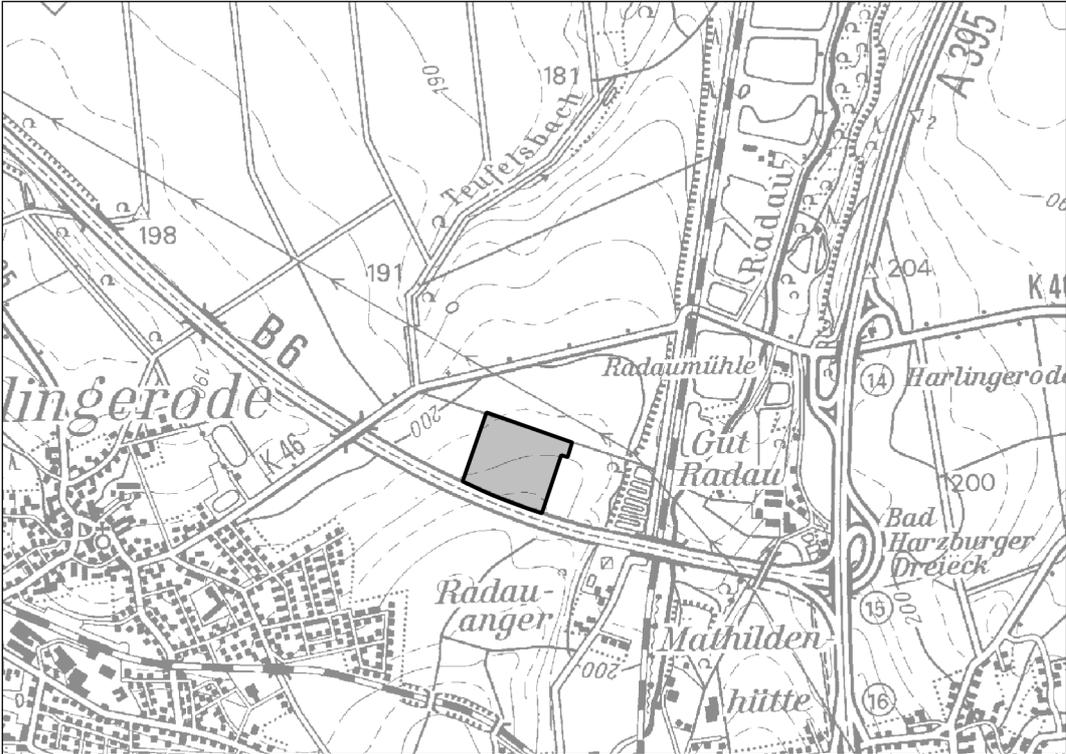
<sup>11</sup>Hersteller-Direktverkaufszentren sind Einzelhandelsgroßprojekte und aufgrund ihrer besonderen Ausprägung und Funktion nur in Oberzentren an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. <sup>12</sup>Dies gilt auch für Erscheinungsformen des Handels in Verbindung mit Freizeit-, Kultur- und sonstigen Dienstleistungen, die in ihren Auswirkungen Hersteller-Direktverkaufszentren vergleichbar sind.

<sup>13</sup>Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regional abgestimmte Konzepte erstellt werden.

...



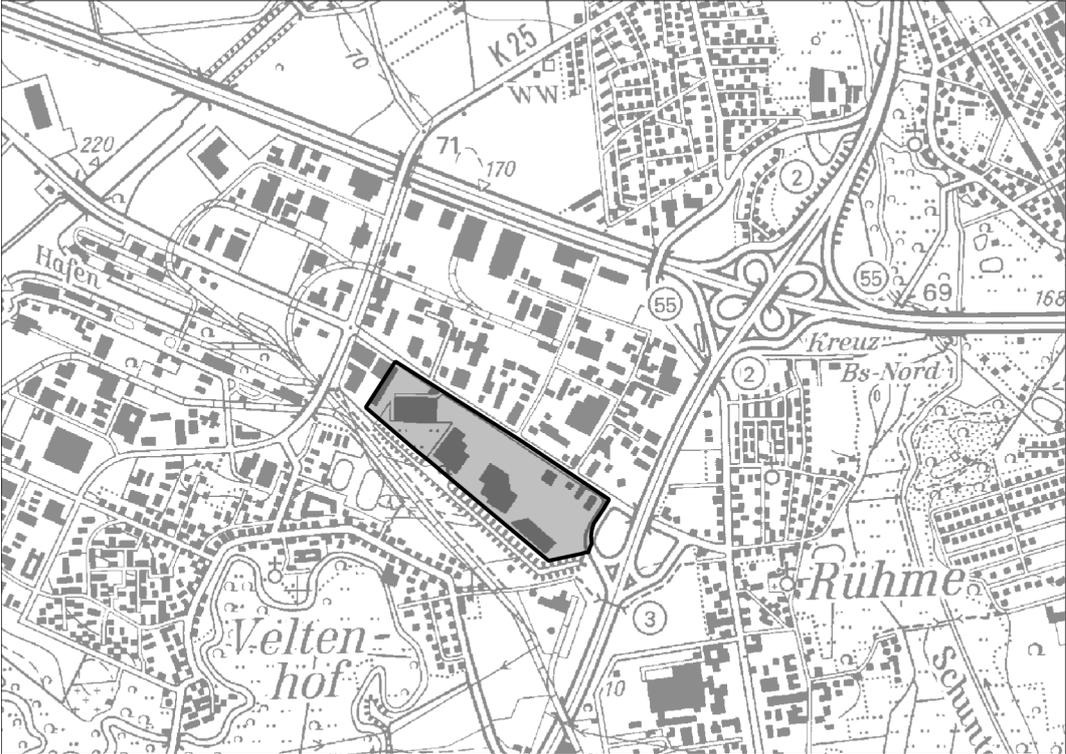
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Bad Harzburg, Harzburg-Nord**



**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Braunschweig, Frankfurter Str./Otto-von-Guericke-Str.**



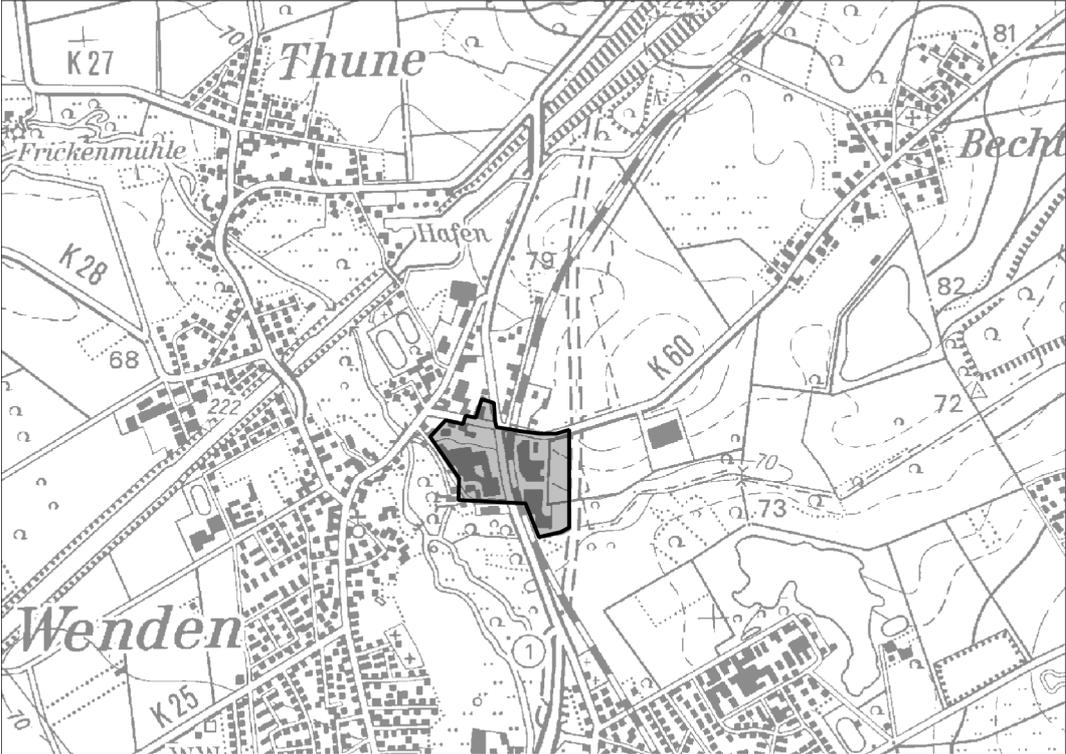
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Braunschweig, Hansestraße**



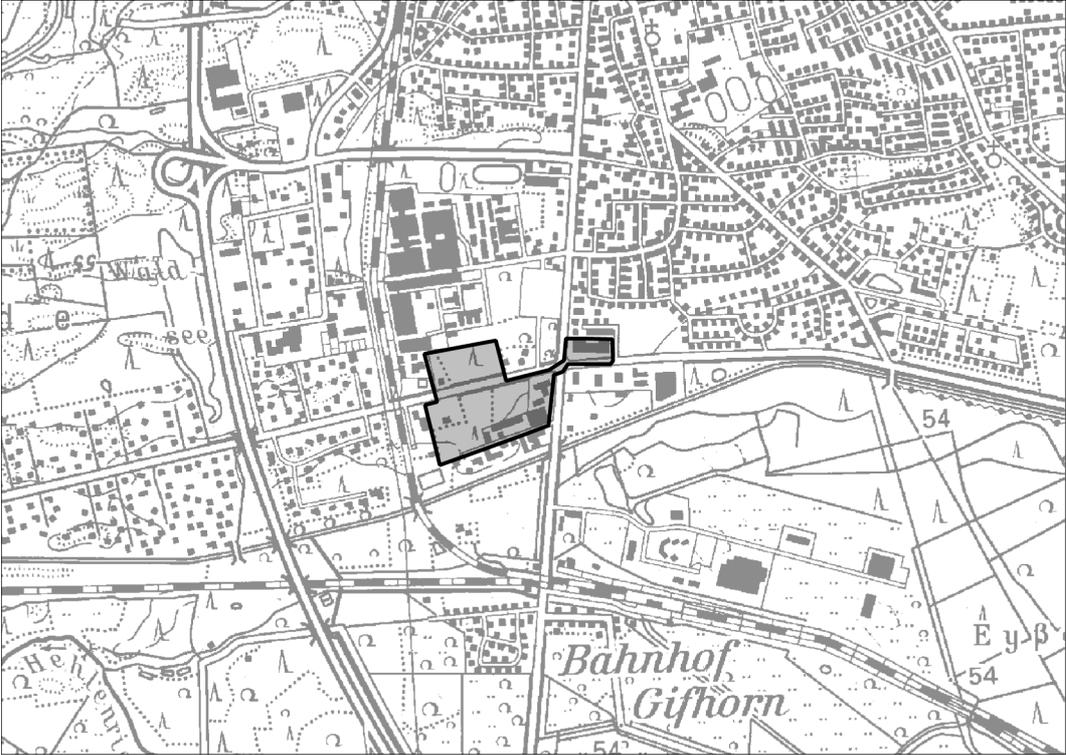
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Braunschweig, Senefelder Straße**



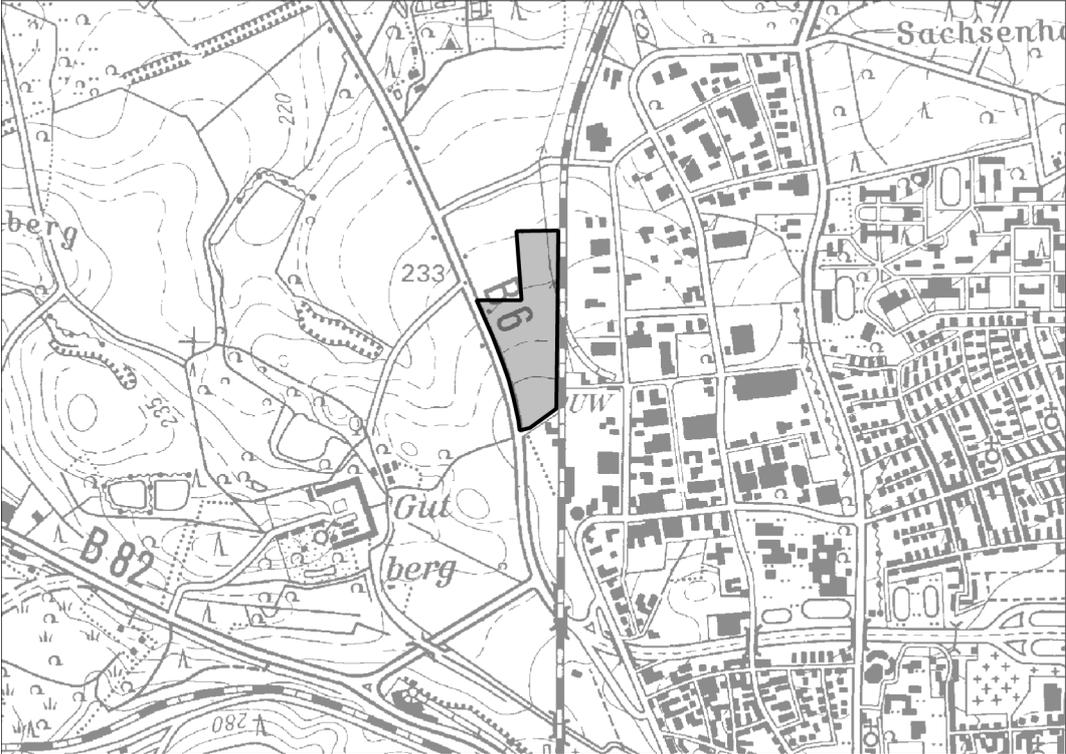
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Braunschweig, Wendebück**



**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Gifhorn, Eyßelheideweg**



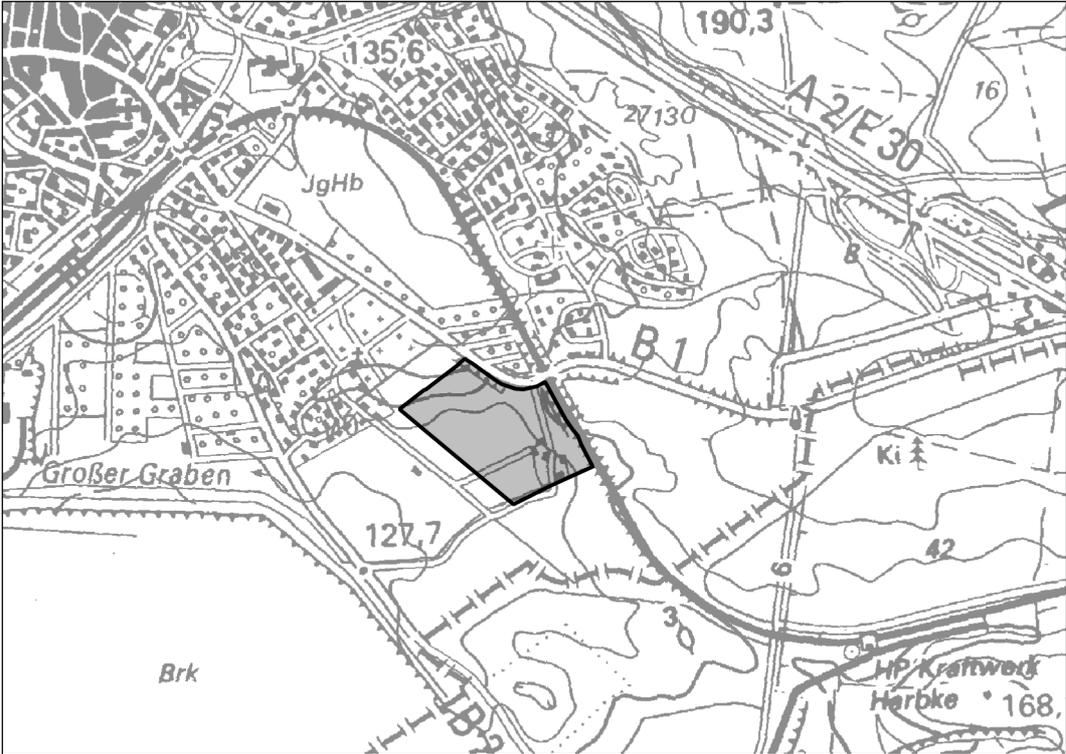
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Goslar, Baßgeige**



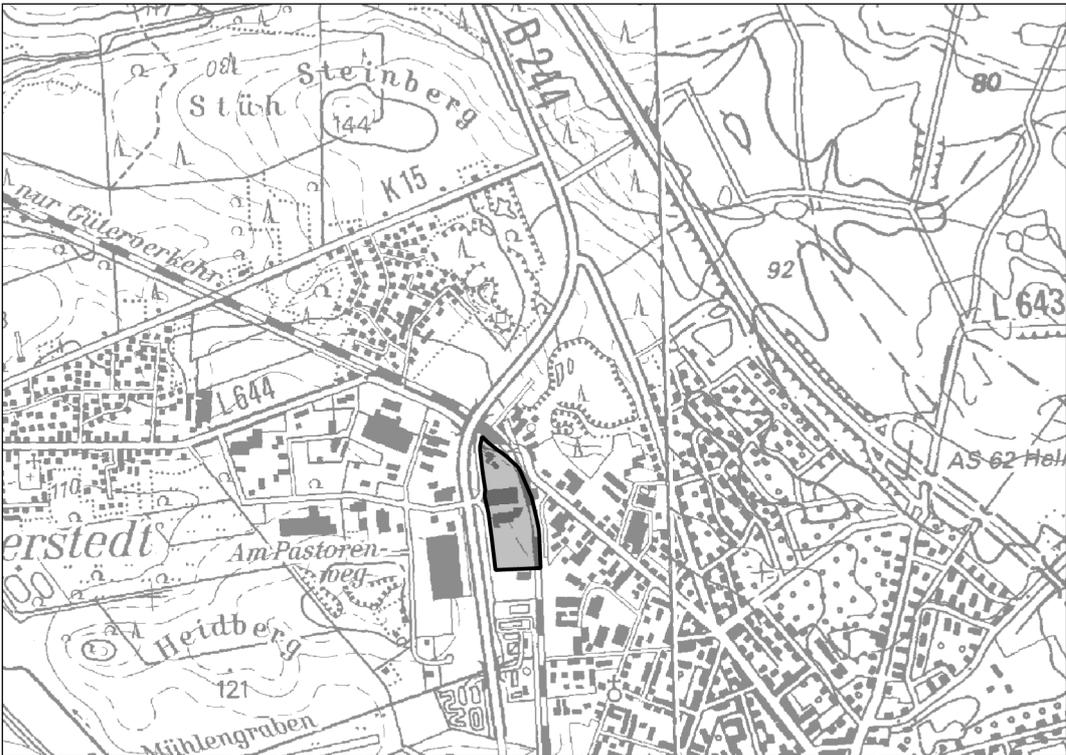
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Goslar, Gutenbergstraße**



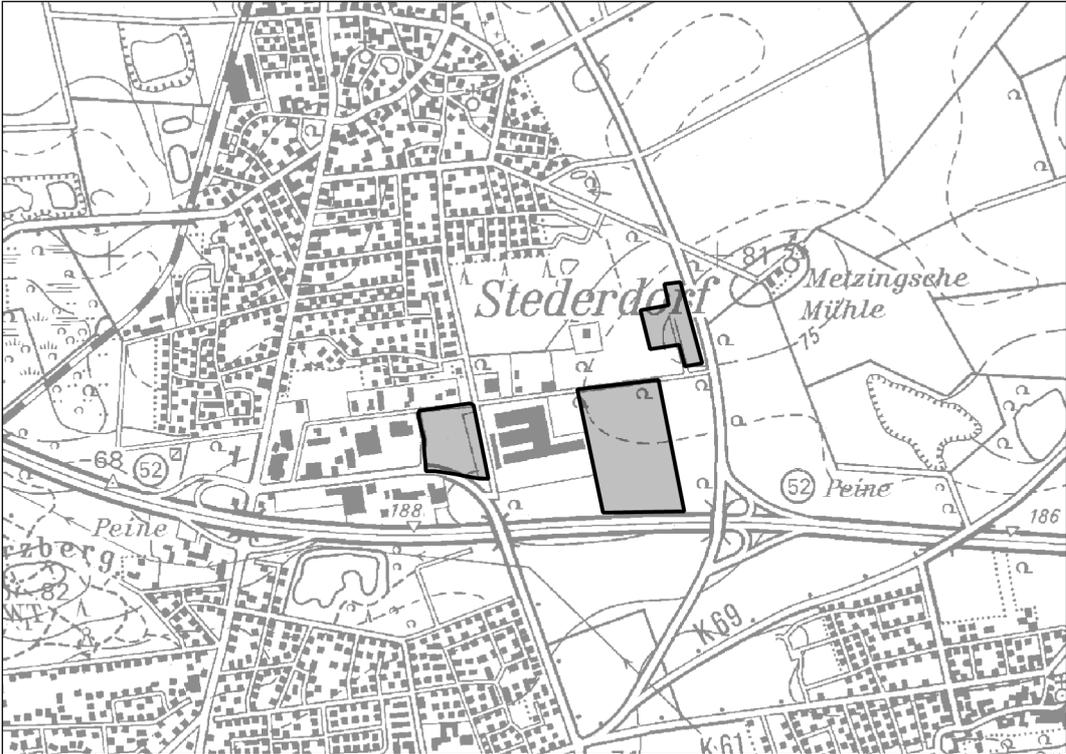
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Helmstedt, Magdeburger Berg**



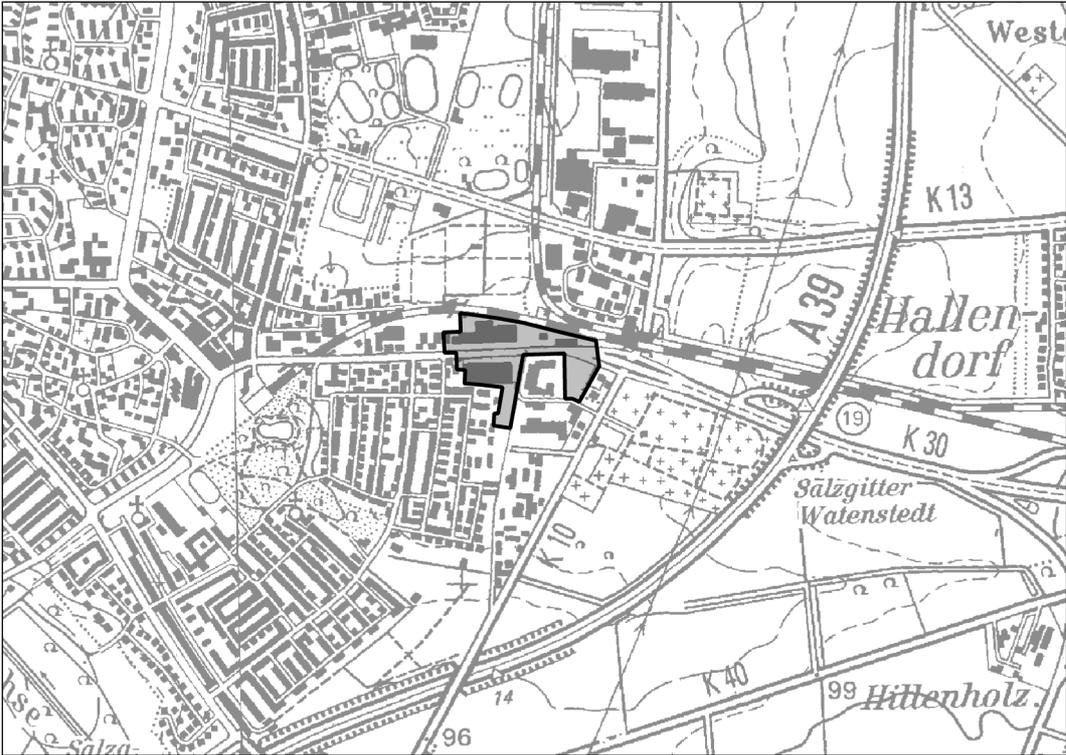
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Helmstedt, Werner-von-Siemens-Straße**



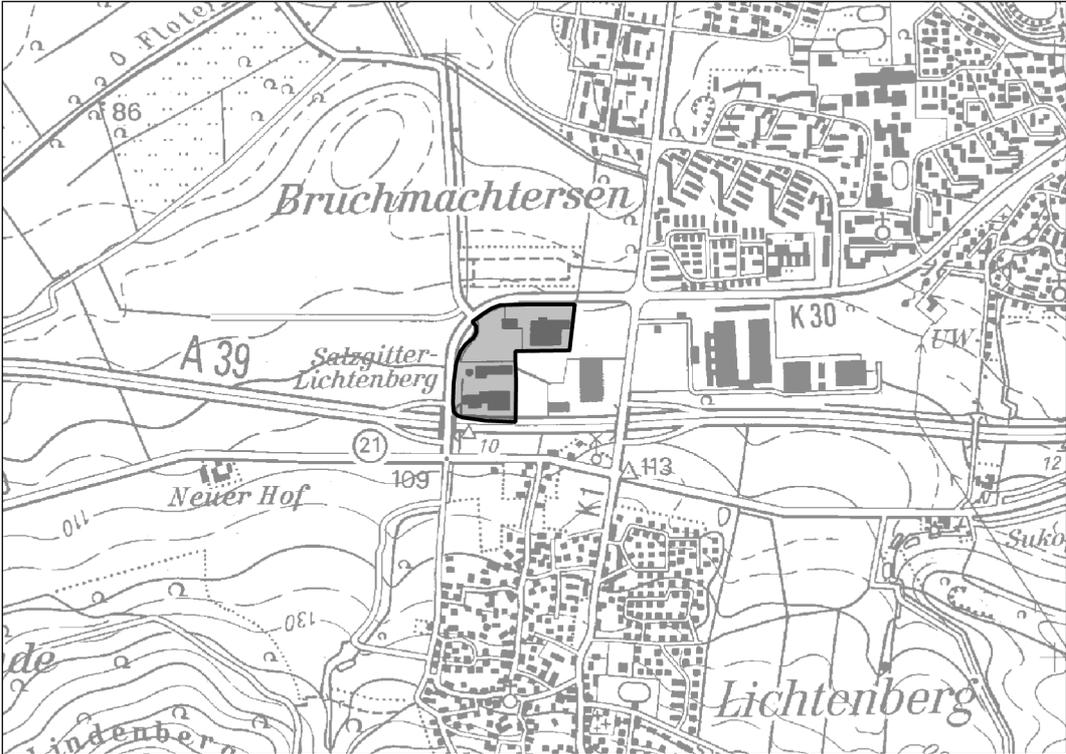
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Peine, Sondergebiet nördlich der A 2/Stederdorf**



**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Salzgitter-Lebenstedt, Konrad-Adenauer-Straße**



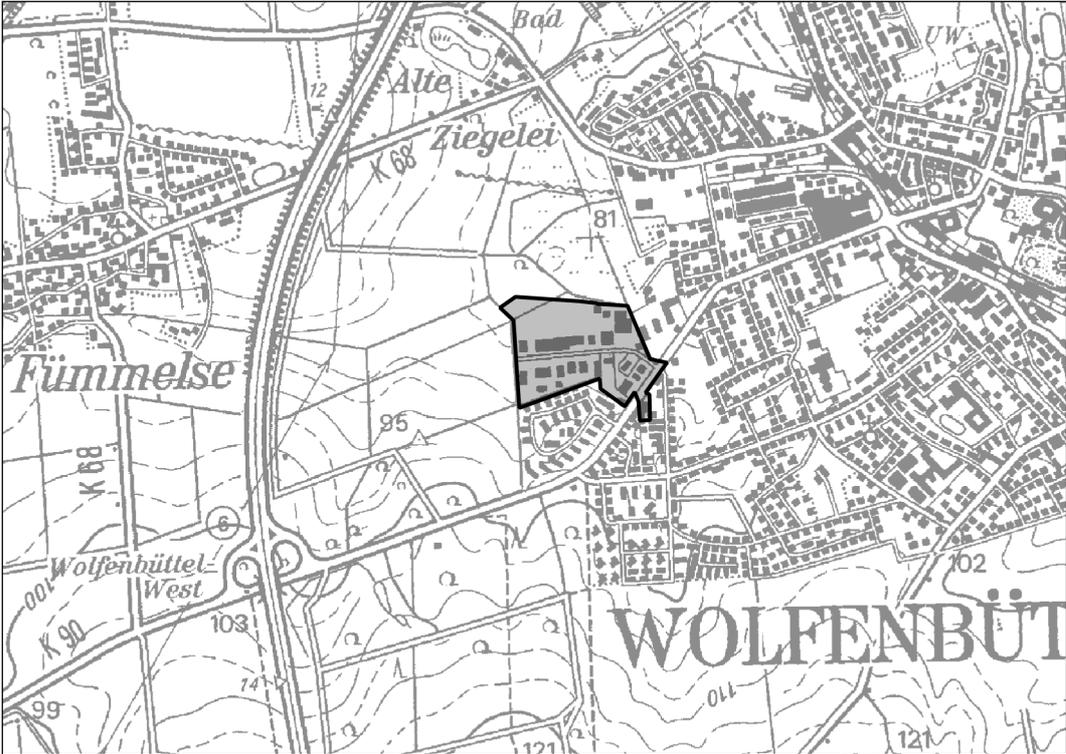
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Salzgitter-Lebenstedt, Sondergebiet LEB 124**



**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Salzgitter-Thiede, Schäferwiese**



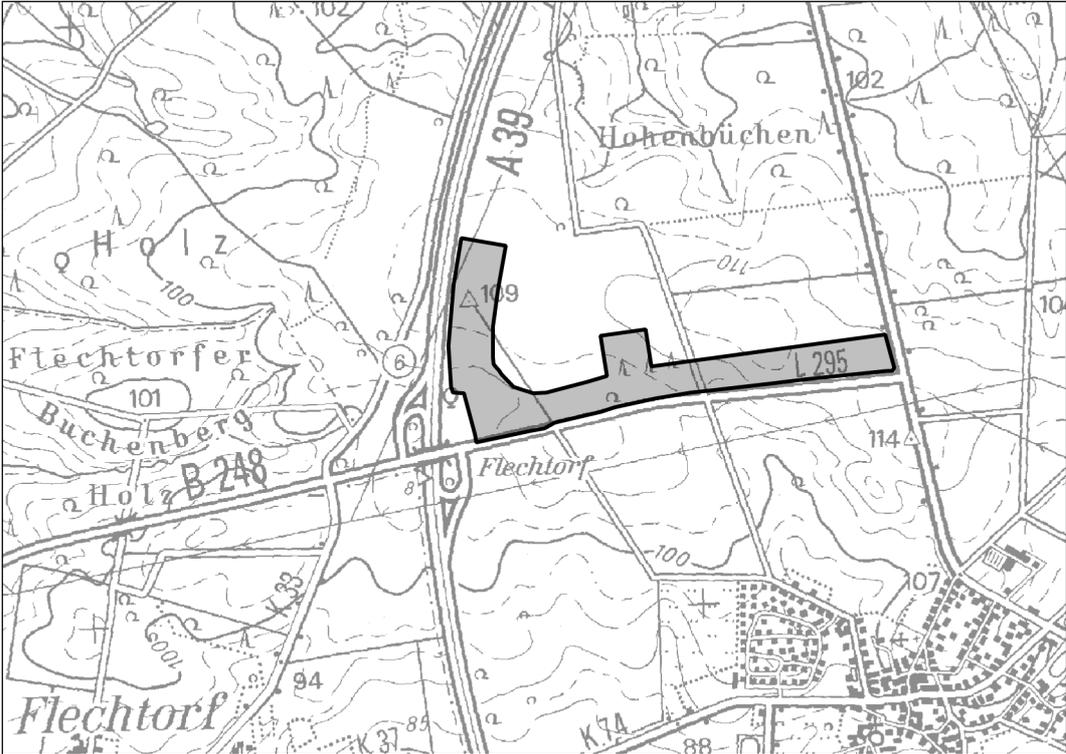
**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Wolfenbüttel, Am Rehmanger**



**Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Wolfenbüttel, Schweigerstraße**



Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt Wolfsburg, Heinenkamp







## MITTEILUNGSBOGEN FÜR EINZELHANDELSGROSSPROJEKTE

<b>Gemeinde:</b>	<b>Landkreis:</b>
<b>Bearbeiter:</b>	<b>Telefon:</b>
<b>Datum:</b>	<b>E-mail:</b>
<b>1. Standort / Lage</b>	
<b>Einheits-/Samtgemeinde:</b> _____	
<b>Ortsteil / Mitgliedsgemeinde</b> _____	
<b>Straße / Hausnummer</b> _____	
<b>2. PLANUNGSTRÄGER / BAUTRÄGER</b>	
_____ _____	
<b>3. BETREIBER</b>	
_____ _____ _____	<b>Soweit nicht mit 2. identisch und soweit bekannt; sofern mehrere, bitte eintragen.</b>
<b>4. ART DES VORHABENS</b>	
<b>a) Neuansiedlung</b> <input type="checkbox"/> <b>Erweiterung</b> <input type="checkbox"/> <b>Veränderung</b> <input type="checkbox"/> <b>Nutzungsänderung</b> <input type="checkbox"/>	<b>z.B. wesentliche Veränderung des Sortimentes</b> <b>Einrichtung von Einzelhandelsgroßprojekten in vorhandenen Baulichkeiten im Wege der Nutzungsänderung</b>
<b>b) Einzelvorhaben</b> <input type="checkbox"/> <b>Standortgemeinschaft / Fachmarkt-/Nahversorgungszentrum</b> <input type="checkbox"/>	



<b>c) Betriebstyp / Betriebstypen:</b>		
<b>SB-Warenhaus</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Verkaufsfläche in qm</b> _____
<b>Verbrauchermarkt</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Supermarkt</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Lebensmittel-Discounter</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Bio-Discounter</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Fachmarkt</b>	<input type="checkbox"/>	
		<b>Verkaufsfläche in qm</b>
<b>Drogeriewaren</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Fahrräder</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Getränke</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Textilien / Bekleidung</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Tierfutter / Zooartikel</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Sportartikel/-bekleidung</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Schuhe</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Möbel</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Bau und Hobby</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Gartenbedarf</b>	<input type="checkbox"/>	_____
<b>Unterhaltungselektronik</b>	<input type="checkbox"/>	_____
_____	<input type="checkbox"/>	_____
		<b>Mind. 5.000 qm VK</b> <b>Wenn &gt; 1.500 qm</b> <b>bis 1.500 qm</b>

### 5. GRÖSSE DES VORHABENS

Angaben in qm	Bei Erweiterung:	
	Bestand	zusätzl. Fläche
<b>Bruttogeschossfläche (BGF)</b> _____	_____	_____
<b>Verkaufsfläche (VK)</b> _____	_____	_____



## 6. KALKULIERTER EINZUGSBEREICH (Angaben obligatorisch)

Angaben sind ggf. beim Betreiber bzw. Projektentwickler zu erfragen

**Räumliche Abgrenzung: Welche Gemeinden bzw. Gemeindeteile außerhalb der Standortgemeinde werden als Einzugsgebiet angesehen? Bei Samtgemeinden sind die einzelnen Mitgliedsgemeinden zu benennen, bei Einheitsgemeinden die Gemeindenamen, ggf. die Gemeindeteile oder Ortschaften, falls differenzierbar.**

**Bei den Mittel- und Oberzentren sind bei Nahversorgungsbetrieben die Stadtteile außerhalb des Standort-Stadtteils zu benennen.**

-  
-  
-  
-

Einwohner im Einzugsgebiet insgesamt (einschl. Standortgemeinde): \_\_\_\_\_

**Räumliche Abgrenzung bitte in beiliegender Karte eintragen !!!**

Bei Bedarf steht Ihnen detaillierteres Kartenmaterial unter [www.zgb.de/regionalplanung/einzelhandelsentwicklungskonzept](http://www.zgb.de/regionalplanung/einzelhandelsentwicklungskonzept) auch als Download zur Verfügung.

## 7. PLANUNGSSTAND

Planungsabsicht des Planungsträgers

Planungsabsicht der Gemeinde

z.B. Änderung  
oder Aufstellung  
eines  
Bauleitplanes  
ohne konkrete  
Planungsabsicht  
eines privaten  
Planungsträgers

Bauvoranfrage      eingegangen am \_\_\_\_\_

Bauantrag            eingegangen am \_\_\_\_\_

## 8. PLANUNGSRECHTLICHE SITUATION

Flächennutzungsplan

wirksam seit: \_\_\_\_\_

Art der baulichen Nutzung: \_\_\_\_\_

Bebauungsplan

in Kraft seit: \_\_\_\_\_



LK Lüneburg

LK Ludwigslust

LK Soltau-Fallingb.ostel

LK Uelzen

LK Lüchow-Dannenberg

LK Celle

LK Altmarkkreis Salzwedel

LK Gifhorn

Region Hannover

Stadt Wolfsburg

LK Peine

Stadt Braunschweig

LK Ohrekreis

LK Hildesheim

Stadt Salzgitter

LK Helmstedt

LK Bördekreis

LK Wolfenbüttel

LK Holzminden

LK Goslar

LK Halberstadt

LK Aschersleben-Staßfurt

LK Northeim

LK Osterode a. H.

LK Wernigerode

LK Quedlinburg

LK Göttingen

LK Eichsfeld

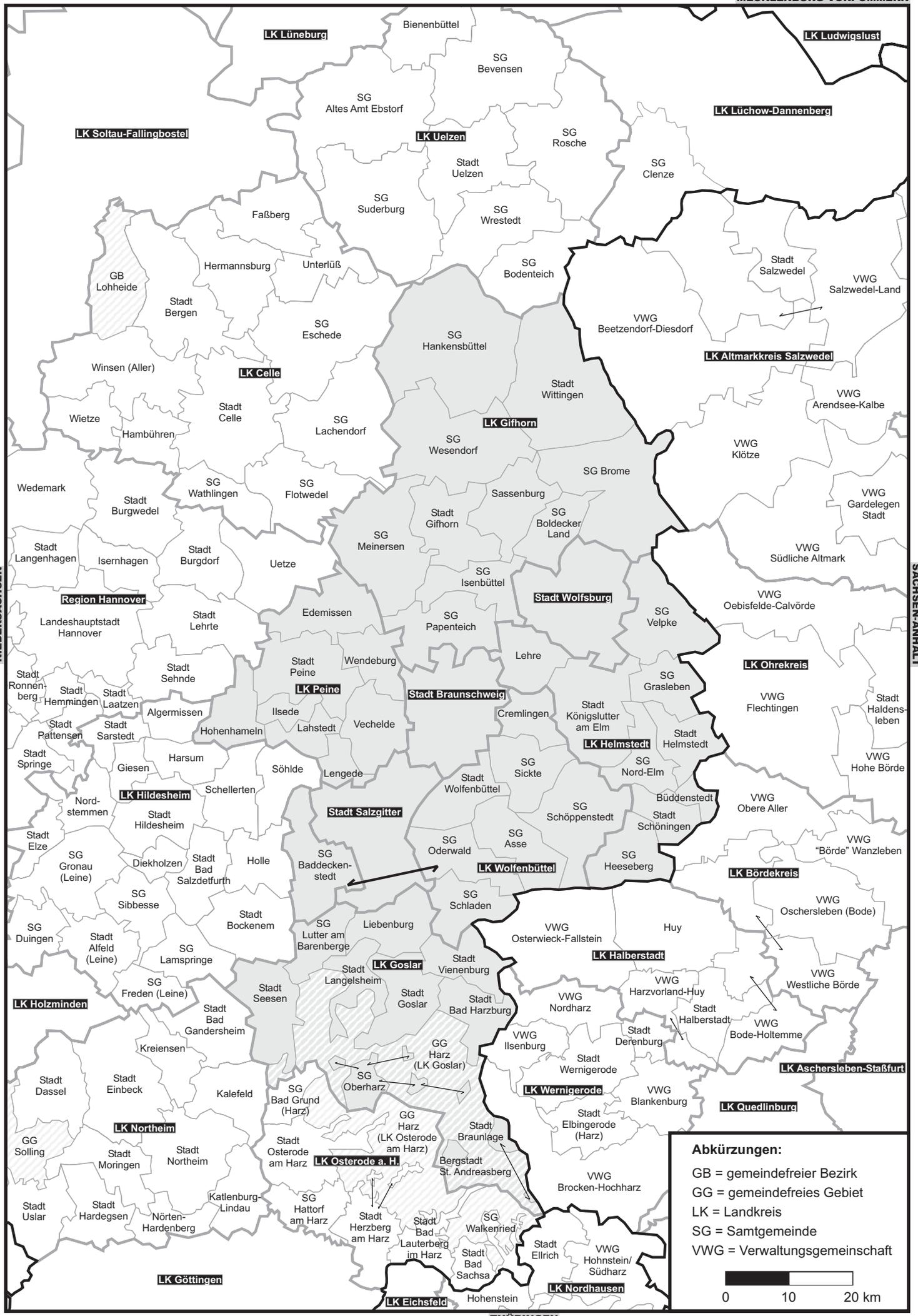
LK Nordhausen

NIEDERSACHSEN

SACHSEN-ANHALT

THÜRINGEN

**Abkürzungen:**  
 GB = gemeindefreier Bezirk  
 GG = gemeindefreies Gebiet  
 LK = Landkreis  
 SG = Samtgemeinde  
 VWG = Verwaltungsgemeinschaft





# Prüfschema Einzelhandelsgroßprojekte nach LROP

Ort:

Projekt:

Datum:

LROP-Ziel	Sachverhalt	Zielanpassung
(1) Neue Flächen für den großflächigen Einzelhandel sind den jeweiligen Zentralen Orten zuzuordnen.		
(2) Der Umfang neuer Flächen bestimmt sich aus dem zentralörtlichen Versorgungspotential, den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur.		
(3) Die Ausweisung neuer Flächen für den großflächigen Einzelhandel ist interkommunal abzustimmen.		
(4) Die Ausweisung neuer Flächen für den großflächigen Einzelhandel sowie die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig.		
(5) Sie sind in das ÖPNV-Netz einzubinden.		
(6) Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbe reich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.		

<p>(7) <i>Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionalität der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbraucherernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.</i></p>	
<p>(8) <i>Die Träger der Regionalplanung können in den Regionalen Raumordnungsprogrammen im Einzelfall Standorte für den großflächigen Einzelhandel jenseits der Grenze des privilegierten Zentrums in einem benachbarten Mittel- oder Grundzentrum festlegen, wenn damit den Anforderungen der Sätze 3 bis 7 in gleicher Weise entsprochen wird wie bei einer Lage innerhalb des Gemeindegebiets des privilegierten Zentrums; dies gilt nicht für die in den Sätzen 11 und 12 geregelten Vorhaben.</i></p>	
<p>(9) <i>Einzelhandelsprojekte mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten (wie Möbelmärkte, Bau- und Heimwerkermärkte, Gartencenter, Automärkte) sind grundsätzlich auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten im baulichen Zusammenhang mit dem Siedlungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.</i></p>	
<p>(10) <i>Dabei sind nicht mehr als 10 vom Hundert und maximal 700 m<sup>2</sup> der Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente zulässig.</i></p>	

<p>(11) Hersteller-Direktverkaufszentren sind Einzelhandelsgroßprojekte und aufgrund ihrer besonderen Ausprägung und Funktion nur in Oberzentren an städtebaulich integrierten Standorten zulässig.</p>		
<p>(12) Dies gilt auch für Erscheinungsformen des Handels in Verbindung mit Freizeit-, Kultur- und sonstigen Dienstleistungen, die in ihren Auswirkungen Hersteller-Direktverkaufszentren vergleichbar sind.</p>		
<p>(13) Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regional abgestimmte Konzepte erstellt werden.</p>		

Zweckverband Großraum Braunschweig  
- Untere Landesplanungsbehörde -

I. V.

Keigel



# Nahversorgung in den Städten

Aktuelle Herausforderungen und Handlungsempfehlungen



# Nahversorgung in den Städten

Aktuelle Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Arbeitspapier des Deutschen Städtetages

**Bearbeitet von der Arbeitsgruppe „Nahversorgung“ der Fachkommissionen „Wirtschaftsförderung“, „Stadtentwicklungsplanung“ und „Stadtplanung“**

Dr. Horst Zajonc, Karlsruhe (Leiter der Arbeitsgruppe)

Dr. Thomas Bodenschatz, Nürnberg

Rainer Duss, Karlsruhe

Ursula Grunert, München

Michael Isselmann, Bonn

Ulrich Jonas, Wolfsburg

Barbara Leutner, HGSt Deutscher Städtetag

Stefan Rastetter, Karlsruhe

Karl-Heinz Reiber, München

Manfred Thebes, Hannover

Hartmut Thielen, HGSt Deutscher Städtetag

Reinhard Wölpert, Leipzig

Köln und Berlin, Juni 2005

## **Nahversorgung in den Städten**

### **Aktuelle Herausforderungen und Handlungsempfehlungen**

Die Städte und hier vor allem die Innenstädte sind kulturelle Kristallisationspunkte des Lebens der Menschen. Sie sind Knotenpunkt des Handels, der Dienstleistungen sowie Standorte der Wirtschaft und Orte für Kommunikation, Wohnen und Integration. Diese Identität der europäischen Stadt gilt es zu erhalten. Eine typische Ausprägung dieser Identität ist die integrierte Lage von Versorgungseinrichtungen für den täglichen Bedarf in den gewachsenen Zentren bzw. Teilzentren. Die Nahversorgungsfunktion in Wohnungsnähe und mit ihr der Ort sozialer Begegnung ist gefährdet. Die Folgen für die Lebensqualität der Bevölkerung und die für die Stadtentwicklung insgesamt sind gravierend.

Der Deutsche Städtetag will mit diesem Papier Handlungsempfehlungen zur Stadtplanung, zur Stadtentwicklung und zur Wirtschaftsförderung geben mit dem Ziel, die wohnortnahe Versorgungsfunktion und die kommunikativen Begegnungspunkte der Bürgerinnen und Bürger in den Städten zu erhalten und zu stärken.

Folgende Punkte sind für die Nahversorgung der Bevölkerung entscheidend:

#### **1. Fußläufige Erreichbarkeit von Nahversorgungsbetrieben**

Die Betreiberkonzepte und das Einkaufsverhalten der Bevölkerung haben sich in den letzten Jahren geändert. Neue autoorientierte Angebote in nichtintegrierter Lage haben dazu geführt, dass Standorte mit guten Parkmöglichkeiten ausgebaut und kleinflächigere integrierte Standorte aufgegeben wurden. Diese veränderten Betreiberkonzepte haben ihrerseits wiederum Einfluss auf das Einkaufsverhalten der Bevölkerung genommen. Die fußläufige Nahversorgung, definiert als integrierte Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, kann deshalb als hochgradig gefährdet angesehen werden. Dabei sind alle Nahversorgungsanbieter auf die hochfrequentierten Lebensmittelanbieter angewiesen, die für die erforderliche Basisfrequenz am Standort sorgen.

Gerade das Netz der Anbieterstandorte mit Lebensmittelsortiment ist heute weniger dicht als vor fünf oder zehn Jahren. Galten früher ca. 3.500 Einwohner als Tragfähigkeitsuntergrenze für einen Lebensmittelmarkt, sind es heute 5.000 und mehr. Die Zahl der kleineren Vollsortimentsmärkte bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hat sich in Deutschland in den letzten zehn Jahren von über 60.000 auf unter 40.000 reduziert.

Parallel dazu erfolgte bei den großen Ketten eine Reduzierung der Betriebsformenvielfalt und eine Verstärkung der vom Verbraucher gesuchten und das Planungsrecht ausnutzenden Betriebsform der Discounter, das derzeit großen Zuspruch bei den Verbrauchern findet. Deren Standortbedürfnisse, welche zunehmend auch die Bedürfnisse der Supermarktbetreiber mit ihren großflächigen Vertriebslinien werden, sind in integrierten fußläufigen Lagen aufgrund von Flächenengpässen häufig nur durch Anpassungen der Standortkonzepte und damit zwar teilweise mit erheblichem Aufwand verbunden, aber nicht a priori unmöglich, wie dies häufig betreiberseits behauptet wird. Die notwendigen Verhandlungen setzen von Seiten der Kommune klare

Konzepte voraus. Die Discounter drängen in die wohnortfernen Gewerbegebiete in nicht integrierter Lage verbunden mit der Verdrängung bodenpreissensibler Handwerks- und klassischer Gewerbegebiete. Darüber hinaus ist durch sie nicht nur das klassische Lebensmittelgeschäft (Tante-Emma-Läden), sondern auch der Supermarkt um die Ecke gefährdet.

Vor allem eigentümergeführte Einzelhandelsbetriebe mit kleinen Verkaufsflächen haben große Probleme. Neben zu dünner Kapitaldecke, unregelmäßiger Nachfolgerschaft, zu geringen Einflussnahmemöglichkeiten auf die Lieferkonditionen von Großhandel und Hersteller können auch die Miet- und Bodenpreise und die räumlich-baulichen Begrenzungen in den historisch gewachsenen Zentren vor allem im Hinblick auf nicht ausreichende Geschäftsflächen und Parkmöglichkeiten ernsthafte Barrieren darstellen, die den Verdrängungswettbewerb durch große Discountketten zusätzlich verschärfen. Letzteres gilt auch für die wettbewerblich meist besser aufgestellten ethnischen Betriebe. Durch Verlagerung der stark frequentierten Discounter und Verbrauchermärkte aus den zentralen wohnortnahen Lagen verlieren die kleinteilig strukturierten Nahversorgungsstandorte ihre Magneten.

Die großen Betreiber, die als „Top-5“ über 60 % und als „TOP-10“ 85 % der Lebensmittelnaheversorgung in den Städten abdecken, weisen darauf hin, dass die fußläufige Erreichbarkeit praktisch keine Bedeutung mehr hat. Nach ihren Aussagen kommen über 95 % ihrer Kunden mit dem Auto und wollen darauf nicht verzichten. Diese Ergebnisse decken sich allerdings nicht mit anderen repräsentativen Untersuchungen zur Verkehrsmittelwahl nach Wegezwecken. Danach gibt es stadt- und regionalspezifisch erhebliche Unterschiede in der Verkehrsmittelwahl: So verfügen etwa nach der bundesweiten repräsentativen Befragung „Mobilität in Deutschland“ von 2002 (früher: KONTIV) bundesweit fast 20 % aller Haushalte nicht über einen Pkw. In München, der deutschen Großstadt mit dem höchsten Pkw-Besatz, haben fast 30 % aller Haushalte keinen Pkw. In einigen innerstädtischen Stadtbezirken liegt dieser Anteil sogar bei über 50 %. Berücksichtigt man weiter, dass selbst in erwerbstätigen Haushalten mit Pkw-Besitz das Auto zeitlich häufig nur sehr eingeschränkt zur Verfügung steht, wird deutlich, dass eine differenzierte Betrachtung erforderlich ist.

Auch der soziodemographische Wandel lässt erwarten, dass die fußläufige Erreichbarkeit künftig an Bedeutung gewinnen wird. Aus der Sicht des Deutschen Städtetages sollte daher insgesamt die wohnungsnahe fußläufig erreichbare Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs nicht aufgegeben werden. Es sollten vielmehr Lösungen gesucht werden, die diese städtebaulichen und sozialpolitischen Zielvorstellungen mit den Betreiberwünschen nach autogerechten Randlagen mit großzügigem Stellplatzangebot (gewünscht: ein Stellplatz je 10 m<sup>2</sup> VK) in Einklang bringen.

#### Handlungsempfehlungen:

Empfohlen wird ein gezielter und konsequenter Einsatz des vorhandenen Planungsrechtes zur Steuerung der beschriebenen Prozesse. Im Vordergrund sollte für jede Stadt ein klares Einzelhandels- u./o. Zentrenkonzept mit Zielen und Standort-/Flächenausweisungen einschließlich der für die Nahversorgung - mit Berücksichtigung insbesondere der Magnetfunktion des Lebensmitteleinzelhandels - und verwandter Dienstleistungen stehen. Auf dieser Grundlage sind dann an den geeig-

neten und zielkonformen Standorten realistische, funktional ausreichende und marktgerechte Flächen im Bebauungsplan festzusetzen. Wesentlicher Bestandteil eines Zentrenkonzeptes ist auch die Typisierung der Standorte/Zentren sowie die Festlegung von Tabukriterien für die Ansiedlung von Vorhaben mit schädlichen Auswirkungen auf das bestehende Zentrenggefüge. Dies ist Grundlage für eine erfolgreiche Standortsteuerung aus den nicht integrierten Lagen heraus, die jedoch auch Abwehrplanungen notwendig macht. Die Sicherung und Weiterentwicklung/Stärkung der vorhandenen Zentren und wohnungsnahen Versorgungsstrukturen sind hierbei in den Vordergrund zu stellen – auch im Zusammenhang mit Projekten und Planungen zum Stadtumbau, zum Stadtentwicklungskonzept, Programm Soziale Stadt etc. Es gilt, die bestehenden integrierten Standorte/Zentren zu pflegen und durch gut geordnete (auch heutigen Flächenansprüchen genügenden) Erweiterungsflächen bzw. Zentrenentwicklungsbereichen zu ergänzen. Ziel muss die Stärkung der ausgewiesenen Zentren sein.

Leitlinie muss dabei sein, vorhandene integrierte Lagen möglichst lange stabil zu halten bzw. zu stärken. Untergrenzen dafür liegen derzeit im Bereich von 300 bis 400 m<sup>2</sup> VK. Gesicherter Bestand erscheint ab 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und – lageabhängig, über 30 Stellplätzen möglich. Über eine aktive Standortberatung sollen integrierte Lagen auch für Discounter möglich gemacht werden – z. B. durch Umsetzung von Gewerberaum in integrierte „klassische“ Mischgebiete. In Betracht kommt dafür die Flächen von größeren Ladenräumen anderer Branchen – z. B. zu kleine und deshalb verschwundene Möbelgeschäfte, Kinos etc.. Es gibt auch Beispiele für städtebaulich und architektonisch akzeptable Lösungen – u. U. auf Basis neuer Betreiberkonzepte (in Nordrhein-Westfalen zu Regionalläden, „Everyday-Läden“), in Österreich (M-Preis-Märkte). Ähnliches gilt für neue Formen genossenschaftlich betriebener Einzelhandelsangebote und die sog. CAP-Märkte. Im Übrigen sollten in Baulücken und auf Brachen in zentralen Versorgungsbereichen eingeschossige Gebäude mit Einzelhandel vermieden werden bzw. bei Neubebauung mehrgeschossige Gebäude mit Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss angestrebt werden.

Empfohlen wird insgesamt ein intensiver Dialog zwischen Betreibern und Stadt. Bei der Neuausweisung von peripheren Nahversorgungslagen sind die Wünsche der Vollversorger inzwischen bei 1.200 bis 1500 m<sup>2</sup> VK und mehr angelangt, die Discounter gehen von bisher ca. 800 m<sup>2</sup> in Richtung 1000 m<sup>2</sup> und mehr. Solche Lagen sollten erst nach einer sehr sorgfältigen Analyse der Wirkungen auf den Bestand und die Funktionsfähigkeit gewachsener städtebaulicher Strukturen ausgewiesen werden. Diese sind – die Fußgängerzonen großer Städte ausgenommen – ohne Lebensmittelversorgung i.d.R. nur eingeschränkt langfristig überlebensfähig. Mit ihrem Funktionsverlust drohen die Zentrenstrukturen der Städte verloren zu gehen.

## **2. Betriebskonzepte und Standortentscheidungen**

Die großen Anbieter im Lebensmittelbereich haben ihre Standardkonzepte:

- Discounter, 800 bis 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 100 bis 150 Stellplätze, 5.000 m<sup>2</sup> Grundstück, Hauptverkehrsstraße;
- Vollsortimenter, 1.200 bis 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 120 bis 150 Stellplätze;

- Verbrauchermarkt ab 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 250 bis 300 Stellplätze.

Diese Standardtypen zielen aufgrund des Flächenanspruchs und der baulichen Notwendigkeit in der Regel auf einen nicht integrierten Standort ab. Die großen Betreiber reagieren zurzeit nur mit leichten Modifikationen dieser drei Grundtypen bei der Suche nach neuen Standorten. Andere Betriebskonzepte werden als wirtschaftlich nicht tragfähig abgelehnt oder durch Verhandlungen auf Nachbesserung in Richtung Standard getrimmt.

Neue Betriebskonzepte sind vor diesem Hintergrund nur schwer zu erreichen. Dies hängt auch damit zusammen, dass die großen Betreiber mit ihren Standardkonzepten im Marktverdrängungswettbewerb stehen. Neue Betriebskonzepte sollten jedoch ausdrücklich gefördert werden. Sie erfordern von städtischer Seite Überzeugungskraft und konsequentes Handeln.

Vor dem Hintergrund des Marktverdrängungswettbewerbs muss befürchtet werden, dass die Flächengrößen eher nach oben und damit gleichzeitig die Zahl der Betriebe weiter nach unten gehen werden. Dies gilt insbesondere für die moderne Nahversorgung im „Paket“, die

- einen Lebensmitteldiscounter ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- einen Vollsortimenter ab 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- einen Getränkemarkt ab 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- einen Drogeriemarkt ab 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- ergänzend einen Bäcker, Metzger u.ä.
- und ggf. auch einen Textildiscounter mit 400 bis 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

umfasst und dafür ca. 15.000 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche und ca. 300 Stellplätze benötigt.

Neue Konzepte mit kleineren Flächen und weniger Stellplätzen sind von den großen Betreibern einerseits aufgrund des bisherigen Verbraucherverhaltens (Preis und Sortimentsansprüche) sowie der Logistik und andererseits aufgrund betriebswirtschaftlicher Erwägungen nicht zu erwarten. Die Warendistribution in kleineren, nicht an Großanbieter gebundenen Geschäften ist kostenintensiv und wird in Deutschland durch die immer preiskritischer werdenden Verbraucher, im Gegensatz etwa zu Frankreich, derzeit auch nicht ausreichend positiv unterstützt. Eine standortspezifische Sortimentsanpassung an örtlich begrenzte Gegebenheiten lässt sich am ehesten mit selbständigen Unternehmen erreichen, die genossenschaftlich ihre Waren beziehen. Die eingesetzten Marktleiter sind jedoch auch hier stark an die Sortimente und betriebswirtschaftlichen Entscheidungen der Konzerne gebunden. Selbstständige Einzelhändler mit kleineren Flächen haben sogar Schwierigkeiten überhaupt vom Großhandel beliefert zu werden.

#### Handlungsempfehlungen:

Die Ansiedlungsbestrebungen in den Städten müssen möglichst konsequent in Richtung integrierter Standorte kanalisiert und das planungsrechtliche Instrumentarium in diesem Sinne konsequent angewendet werden. Dazu bedarf es häufig auch einer Anpassung älterer Bebauungspläne an die neue Baunutzungsverordnung. Hierfür benötigen Städte und Gemeinden die aktive Unterstützung der Aufsichtsbehörden

und eine konsequente Koordination zwischen allen Entscheidungsträgern und der Kommune.

Im Hinblick auf die Mindestflächen (Verkaufsflächen + Parkplätze) für Konzepte der großen Betreiber sollten die Städte bestrebt sein, dass die Betreiber vorhandene integrierte Flächen nutzen. Auch neue Flächen sollten möglichst in integrierten Lagen ausgewiesen werden. Die Städte sind gehalten, innovative Konzepte der Betreiber zu fordern und auch zu fördern. Vor dem Hintergrund einer nachhaltigen, zentrenorientierten Stadtentwicklungsplanung stellen die Nahversorger und ihre ergänzenden Anbieter, wie z. B. selbständige Bäcker, Metzger und Dienstleister wie Banken, Post und Versicherungsagenturen, das Ankersortiment insbesondere für die Bezirks- oder Quartierszentren in den großen Städten und für die Kernlagen von Klein- und Mittelstädten dar. Ein weiterer Rückzug dieser Nutzungen bedroht im Kern die Funktionsfähigkeit dieser gewachsenen städtebaulichen Strukturen. Wo die Weiterentwicklung vorhandener Strukturen nicht mehr tragfähig ist, sollten jedoch in integrierter Lage neue städtische Versorgungszentren geplant werden, die dieses Handels- und Dienstleistungsangebot sowie die Mindestanforderungen der Betreiber in einem attraktiven städtebaulichen Umfeld vereinigen.

Zu empfehlen ist eine sorgfältige Bestandsanalyse der Nahversorgungssituation, die Entwicklung einer Zielkonzeption und ein Maßnahmenkatalog. Hierzu können Gutachter eingeschaltet und sollten die am Ort ansässigen Hauptbetreiber einschließlich der Dienstleister einbezogen werden. Bezüglich der Belieferungsprobleme kleiner Einzelhändler wäre ein Nahversorgungsgesetz, dass z. B. in Österreich die Belieferung existierender Betriebe sicherstellt, oder eine von der lokalen Bevölkerung getragene genossenschaftliche Organisation von Einzelhandel und Großhandel und damit eine an die örtlichen Gegebenheiten angepasste Sortimentsauswahl hilfreich.

### **3. Großflächen in den Städten und am Stadtrand**

Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelsupermärkte mit Vollsortiment und kleinflächige Ladengeschäfte mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten – letztere befinden sich häufig in städtebaulich-funktional integrierter Lage – stehen auch im Wettbewerb mit den großflächigen nahversorgungsrelevanten Sortimenten der SB-Warenhäuser.

Die Diskussion um Großflächen auf der „Grünen Wiese“ als Hauptkonkurrent der integrierten Lagen in den Städten ist in den letzten Jahren zwar merklich ruhiger geworden. Die „Entwarnung“ bei den Großflächen auf der „Grünen Wiese“ muss aber relativiert werden – in vielen Stadtregionen spielt vor dem Hintergrund der gelockerten Integrationsanforderungen sowie der erweiterten Kaufkrafteinzugsbereiche und Abschöpfungsquoten das Problem der meist erheblich überzogenen zentrenrelevanten Randsortimente von Möbel- und Bau-/Gartenmärkten nach wie vor eine große Rolle. Dazu kommt im ländlichen Raum ein weiteres „Ausbluten“ der Ortskerne durch den Verlust der Lebensmittelanbieter und durch den Rückzug der Post, aber auch der Banken und anderer Dienstleistungen aus der Fläche.

Im Zusammenhang mit der Lebensmittelversorgung ging es früher sehr stark um den Frequenzbringer „täglicher Bedarf“, der auf der „Grünen Wiese“ billig gedeckt werden konnte. Hier hat der Vormarsch der Discounter eine gewisse Wirkung gezeigt, weil sie deutlich zahlreicher und kundennäher das Bedürfnis nach günstigem Lebensmit-

telkauf abdecken können – zumal sie zunächst häufig Standorte in zentralen Lagen suchten. Diese Entwicklung verläuft jedoch häufig nicht zugunsten gewachsener Zentren und der anderen Betriebsformen des Lebensmittelhandels. Auch bei den anderen Sortimenten wird mit dem neuen Trend zu großen Einkaufszentren in den Innenstädten und größeren Stadtteilzentren und dem Bemühen der innerstädtischen Warenhäuser um eine Neupositionierung im Markt dem Trend zur „Grünen Wiese“ aktiv begegnet. Hilfreich dabei war sicher auch der relativ konsequente Einsatz der vorhandenen Planungsinstrumente und Raumordnungskonzepte, der auch bei den Ansätzen für eine größere Zahl von Factory-Outlet-Centern seine Wirkung zeigte und immer noch zeigt.

#### Handlungsempfehlungen:

Akut sind die Großflächen auf der „Grünen Wiese“ für die Lebensmittelnahversorgung nicht mehr von überragender Bedeutung. Sie stützen jedoch nach wie vor wichtige, die Nahversorgung beeinträchtigende Komponenten des Verbraucherverhaltens (z.B. Wochenendkauf in großen Mengen unter Nutzung des Familien-Pkws). Sie widersprechen damit der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Deshalb ist es notwendig, die bisherige Linie des konsequenten Einsatzes der Raum- und Regionalplanungsinstrumente beizubehalten. Dabei ist es erforderlich, die positiven Ansätze der gemeindeübergreifenden Kooperation bei der Bewertung von Neuan-siedlungsfragen noch zu verstärken.

Eine zentrale Bedeutung kommt hier den regionalen Einzelhandelskonzepten und den auf deren Grundlage zwischen den Städten/Gemeinden/Kreisen vereinbarten Verfahrensweisen, Informations- und Entscheidungsprozeduren, Schlichtungsverfahren etc. zu. Diese Konzepte müssen sich auch mit dem Thema Nahversorgung befassen.

#### **4. Planungsrechtliches Instrumentarium**

Die Instrumentarien des Planungs- und Baurechtes reichen bei konsequenter Anwendung aus, um eine Steuerung der Nahversorgung im Sinne einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zu erzielen und eine funktionierende Versorgung in den Kommunen aufrechtzuerhalten, wenn auch für größere Einzugsbereiche.

Insbesondere sieht der Deutsche Städtetag keine Veranlassung, die Vorschriften des § 11 Abs. 3 BauNVO zu ändern, da die in ihr angelegte Flexibilität grundsätzlich ausreicht, um unter Berücksichtigung des Einzelfalls sachgerechte Standortentscheidungen für den Lebensmittelhandel zu treffen. Unter den Fachdienststellen abgestimmte Zentrenkonzepte sollten dazu jedoch in allen Städten aufgestellt und von den zuständigen Ratsgremien beschlossen werden.

#### Handlungsempfehlungen:

Bauanträge für Nahversorgungseinrichtungen werden nach dem bestehenden Baurecht entschieden. Innerhalb der Verwaltung müssen jedoch umfassender als bisher zuvor die Auswirkungen einer solchen Entscheidung analysiert und ggf. recht-

zeitig dann auch Änderungen in den Planungen eingeleitet werden. Entsprechend ist zu überlegen, Bebauungspläne mit altem Recht an die neue Baunutzungsverordnung anzupassen. Insgesamt bedarf es hierzu in der Verwaltung einer noch stärkeren Koordination aller Beteiligten in der Gemeinde. Besonders wichtig ist bei diesem Verfahren eine noch intensivere Verständigung und Absprache über die Grundlinien einer geregelten Nahversorgung zwischen Nachbargemeinden.

Die Umsetzung von Zentrenkonzepten zur Sicherung einer wohnortnahen Einzelhandelsversorgung wird durch den neuen Abs. 3 in § 34 BauGB verbessert, der die Zulässigkeit insbesondere von Einzelhandelsnutzungen zusätzlich an die Verträglichkeit mit innerörtlichen und übergemeindlichen Zentrenstrukturen knüpft. Demnach ist ein Vorhaben bauplanungsrechtlich unzulässig, wenn es „schädliche Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden erwarten lässt. Hierbei ist insbesondere der Aspekt der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zu berücksichtigen und ob sich die durch das neue Vorhaben zu erwartende Kaufkraftabschöpfung in den zentralen Versorgungsbereichen in einem vertretbaren Rahmen bewegt.

## **5. Lieferserviceangebote**

Durch moderne Logistikkonzepte wird das Vorhalten der Waren an vielen kleinen Standorten unwirtschaftlich. Bei den meisten großen Lebensmitteleinzelhändlern wurden die Versuche des direkten Lieferservice wieder eingestellt. Funktionierende Lieferservices gibt es damit nur in Ballungszentren sehr großer Städte (z.B. Tengelmann, München). Bundesweit betreibt kein Unternehmen einen flächendeckenden Lieferservice.

### Handlungsempfehlungen:

Im Hinblick auf die schwierige Logistik von Lieferservicemodellen kann derzeit bundesweit keine einheitliche Lösung empfohlen werden. Die Kommunen sollten Gespräche mit Großanbietern vor Ort führen, inwieweit und mit welchen Mitteln man eine auf die jeweilige Stadtsituation bezogene Kooperation erreichen kann. Die Überlegungen, dezentral ortsteilbezogene Anlieferstützpunkte dann einzurichten, wenn die wohnortnahe Grundversorgung nicht mehr besteht, wäre sicherlich für die Urbanität von Stadtteilzentren eine Bereicherung. Die Realisierung solcher Lieferstützpunkte, die noch um weitere Dienstleistungen (Bäcker, Metzger, Bank, Bürgerbüro, Post) ergänzt werden könnten, müssten jedoch im Hinblick auf die Logistik und die entstehenden Kosten, die letztendlich der Kunde tragen muss, noch genauer untersucht werden. Neben der Belieferung mit Waren muss dabei auch die soziale Kommunikationsfunktion der bisher integrierten Versorgungszentren bzw. -angebote berücksichtigt werden. Neu einzurichtende Servicepunkte für die Nahversorgung könnten mit kulturellen und kommunikativen Einrichtungen angereichert werden. Eine Dauersubvention solcher integrierten Liefer- und Dienstleistungsstützpunkte erscheint jedoch nicht angebracht – auch vor dem Hintergrund ggf. noch bestehender Strukturen. Dagegen erscheint der inzwischen landauf und landab zu beobachtende Einzug von Kleinflächenanbietern in unterversorgten Stadtquartieren noch ausbaufähig und wesentlich viel versprechender zu sein.

## **6. Voraussetzungen für den Erhalt und die Verbesserung der Nahversorgung in den Städten**

Die in den letzten 20 Jahren in den Städten gemachten Erfahrungen zeigen, dass eine effektive, für die Städte nutzbringende und die Nahversorgungsstruktur in den zentralen Lagen der Stadtteile sichernde Einzelhandelsentwicklung letztlich nur erreicht werden kann,

- wenn die Städte über ein differenziertes - aber nicht zu detailliertes, sondern Handlungsrahmen setzendes - Zentrenkonzept für den Einzelhandel verfügen. Es sollte sowohl die räumlich-funktionale Arbeitsteilung zwischen Innenstadt und Entwicklungsschwerpunkten für den großflächigen zentrenunschädlichen Einzelhandel (mit Flächenbegrenzung für Rand- und Freisortimente) als auch den Erhalt und die Weiterentwicklung/Verbesserung funktionsfähiger Nahversorgungsstrukturen in den Stadtquartieren als eine Art „Verhaltenskodex“ grundsätzlich regeln,
- wenn Verwaltung und Politik das Konzept konsequent unter Anwendung des bau- und planungsrechtlichen - völlig ausreichenden - Instrumentariums umsetzen und hierfür die kooperative Zusammenarbeit aller mit der Einzelhandelsentwicklung befassten Dienststellen garantiert,
- wenn damit in den Städten zugleich ein hohes Maß an Transparenz geschaffen und Gleichbehandlung von ansässigen Händlern und Ansiedlungsinteressenten praktiziert und somit für alle Beteiligten Planungs- und vor allem Investitionssicherheit gegeben ist.

Projekte, bei denen das Verwertungsinteresse Einzelner und nicht der Daseinsvorsorgeaspekt der Bevölkerung im Vordergrund stehen, sind mit großer Skepsis zu begleiten, weil sie Auslöser einer unkontrollierten Erosion funktionsfähiger Nahversorgungsstrukturen im engeren, zum Teil auch weiteren Einzugsbereich des Marktstandortes sein können. Erfahrungen, die vor allem Städte ohne ein wirksames Einzelhandelsentwicklungskonzept bereits gemacht haben und die nicht zuletzt auch dazu geführt haben, zeigen, dass mit der aktuellen Novelle des BauGB („EAG Bau“ vom 24. Juni 2004) die städtebaulichen Steuerungsmöglichkeiten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) verbessert wurden, um Fehlentwicklungen wirkungsvoller vermeiden zu können.

Die Wirksamkeit solcher Konzepte steht und fällt mit dem notwendigen breiten politischen Konsens in den Städten und einer konsequenten und dennoch angemessen flexiblen Umsetzung.



## Anhang



### Zentrenrelevante Sortimente

- Bekleidung
- Schuhe
- Lederwaren
- Sportartikel
- Bücher
- Schreibwaren
- Spielwaren
- Musikinstrumente
- Hausrat/Glas/Porzellan/Keramik
- Geschenkartikel
- Unterhaltungselektronik (TV, HiFi, Tonträger)
- Foto/Film
- Optik
- Uhren/Schmuck
- Parfümeriewaren
- Strickwaren
- Feinkost
- Handarbeiten/Stoffe
- Fahrräder

