



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

# EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT LAATZEN

Endbericht für den Auftraggeber

CIMA Beratung + Management GmbH  
Glashüttenweg 34  
23568 Lübeck

Tel.: 0451-38968-0  
Fax: 0451-38968-28  
E-Mail: [cima.luebeck@cima.de](mailto:cima.luebeck@cima.de)  
Internet: [www.cima.de](http://www.cima.de)

Dipl.-Geographin Carita Pech  
[pech@cima.de](mailto:pech@cima.de)  
M.A. Geographin Katharina Menz  
[menz@cima.de](mailto:menz@cima.de)

Projektleitung:  
Dipl.-Geograph Martin Kremming  
[kremming@cima.de](mailto:kremming@cima.de)



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

Lübeck, 24. Juni 2015



## © CIMA Beratung + Management GmbH

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

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

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

## INHALT

<b>1</b>	<b><u>AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG</u></b>	<b>7</b>			
<b>2</b>	<b><u>RAUMORDNERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE STRUKTUR</u></b>	<b>8</b>			
2.1	Zentralörtliche Bedeutung	8			
2.2	Makrostandort Stadt Laatzten	9			
2.3	Sozioökonomische Rahmendaten	10			
<b>3</b>	<b><u>BESTANDS- UND PROBLEMANALYSE</u></b>	<b>11</b>			
3.1	Kaufkraftverhältnisse im regionalen Vergleich	11			
3.2	Marktgebiet der Stadt Laatzten	11			
3.3	Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Laatzten	13			
3.3.1	Nachfragesituation	13			
3.3.2	Angebotssituation	14			
3.3.3	Einzelhandelszentralität	16			
3.3.4	Kaufkraftstromanalyse	18			
3.3.5	Gesamtüberblick Bestandsanalyse Laatzten	19			
3.3.6	Einzelhandel auf Stadtteilebene in Laatzten	21			
3.4	Nahversorgungssituation in Laatzten	23			
<b>4</b>	<b><u>ZENTRENSTRUKTUR DER STADT LAATZEN</u></b>	<b>27</b>			
4.1	Zur Notwendigkeit der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	27			
4.1.1	„Zentrale Versorgungsbereiche“ (ZV)	28			
4.1.2	„Schädliche Auswirkungen“	29			
4.2	Charakteristika zur Eingliederung in die Struktur der Zentralen Versorgungsbereiche (ZV)	30			
4.2.1	Innenstadt/ Hauptzentrum	30			
4.2.2	Stadtteil- bzw. Nebenzentren	31			
4.2.3	Nahversorgungszentren	32			
4.2.4	Weitere Standortkategorien in Laatzten	32			
4.3	Einzelhandelslagen in der Stadt Laatzten	33			
4.3.1	Hauptzentrum Laatzten-Mitte	37			
4.3.2	Nebenzentrum Alt-Laatzten	40			
4.3.3	Nahversorgungszentrum Am Kamp (ZV)	42			
4.3.4	Nahversorgungszentrum Schubertweg (ZV)	44			
4.3.5	Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen (ZV)	45			
4.3.6	Sonderstandort EKZ Kaufland	47			
4.3.7	Fachmarktstandort Rethen-Nord	48			
4.3.8	Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion	50			
4.3.9	Solitäre Nahversorgungsstandorte	51			
<b>5</b>	<b><u>BRANCHEN- UND ANSIEDLUNGSKONZEPT</u></b>	<b>52</b>			
5.1	Sortimentslisten	52			
5.1.1	Notwendigkeit von Sortimentslisten	52			
5.1.2	Laatzener Sortimentsliste	53			
5.2	Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien	58			
5.2.1	Hauptzentrum Laatzten-Mitte und das Nebenzentrum Alt-Laatzten	59			
5.2.2	Nahversorgungszentren	60			
5.2.3	Fachmarkt- und Sonderstandorte	61			
5.2.4	Solitäre Nahversorgungsstandorte	62			
5.2.5	Bereiche mit lokaler Einzelhandelsfunktion	63			
5.2.6	Ansiedlungsstrategien für das sonstige Stadtgebiet	64			
<b>6</b>	<b><u>STANDORTKONZEPT</u></b>	<b>67</b>			
6.1	Prüfstandort 1: Karlsruher Straße, ehem. Ratio	69			
6.2	Prüfstandort 2: Marktstraße, Leine-Center	71			
6.3	Prüfstandort 3: Im Winkel, Gleidingen	72			
6.4	Prüfstandort 4: Oesselser Straße, Gleidingen, Gewerbegebiet	73			

<b><u>7</u></b>	<b><u>UMSETZUNG DER STANDORTBEZOGENEN VORGABEN AUS DEM EINZELHANDELS-KONZEPT</u></b>	<b><u>74</u></b>
<b><u>8</u></b>	<b><u>FLÄCHENMANAGEMENT</u></b>	<b><u>76</u></b>
<b><u>9</u></b>	<b><u>ANHANG</u></b>	<b><u>80</u></b>
<b>9.1</b>	<b>Methodik und Begriffsdefinitionen</b>	<b>80</b>
9.1.1	Analyse der Angebotsseite	80
9.1.2	Analyse der Nachfrageseite	83
9.1.3	Weitere Kennzahlen	83

## ABBILDUNGEN

Abb. 1:	Die Stadt Laatzen im „Zentralörtlichen System“ .....	8
Abb. 2:	Die Lage der Stadt Laatzen im Raum .....	9
Abb. 3:	Bevölkerungs-, Pendler- und Beschäftigtenentwicklungen.....	10
Abb. 4:	Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich 2013.....	11
Abb. 5:	Marktgebiet der Stadt Laatzen.....	12
Abb. 6:	Nachfragepotenzial in der Stadt Laatzen .....	13
Abb. 7:	Angebotsituation in der Stadt Laatzen .....	15
Abb. 8:	Umsatz, Nachfragevolumen und Zentralität in der Stadt Laatzen .....	16
Abb. 9:	Einzelhandelszentralität der Warengruppen in Laatzen .....	17
Abb. 10:	Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Stadt Laatzen .....	19
Abb. 11:	Kennzahlen des Laatzener Einzelhandels im Vergleich .....	20
Abb. 12:	Die Lage der Laatzener Stadtteile.....	21
Abb. 13:	Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz auf Stadtteilebene .....	22
Abb. 14:	Verkehrsmittelwahl in Abhängigkeit von der Entfernung des Einkaufsortes .....	23
Abb. 15:	Nahversorgungssituation in Laatzen (schematisch) .....	25
Abb. 16:	Übersicht der Einzelhandelslagen in Laatzen .....	35
Abb. 17:	Einzelhandelslagen der Stadt Laatzen im Vergleich .....	36
Abb. 19:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte .....	37
Abb. 20:	Nahversorger im Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte (Laatzen-Arcaden) .....	38
Abb. 21:	Leine-Center im Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte.....	38
Abb. 22:	Größenklassenstruktur im Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte....	39
Abb. 23:	Impressionen aus dem Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzen.....	40
Abb. 24:	Eckdaten Zentraler Versorgungsbereich Alt-Laatzen .....	41
Abb. 25:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Alt-Laatzen .....	41
Abb. 26:	Eckdaten Nahversorgungszentrum Am Kamp .....	42
Abb. 27:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Am Kamp.....	43
Abb. 28:	Einzelhandelsbesatz am Nahversorgungszentrum Am Kamp .....	43
Abb. 29:	Eckdaten Nahversorgungszentrum Schubertweg.....	44
Abb. 30:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Schubertweg .....	44
Abb. 31:	Einzelhandelsbesatz Nahversorgungszentrum Schubertweg .....	45
Abb. 32:	Eckdaten Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen.....	45
Abb. 33:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen .....	46
Abb. 34:	Einzelhandelsbesatz Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen .....	46
Abb. 35:	Eckdaten Sonderstandort EKZ Kaufland .....	47
Abb. 36:	Abgrenzung Sonderstandort EKZ Kaufland.....	47
Abb. 37:	Einzelhandelsbesatz Sonderstandort EKZ Kaufland.....	48
Abb. 38:	Eckdaten Fachmarktstandort Rethen-Nord.....	48
Abb. 39:	Abgrenzung Fachmarktstandort Rethen-Nord .....	49
Abb. 40:	Einzelhandelsbesatz Fachmarktstandort Rethen-Nord .....	49
Abb. 41:	Einzelhandelsbesatz Hildesheimer Straße (Gleidingen) .....	50
Abb. 42:	Einzelhandelsbesatz Lange Weihe (Laatzen-Mitte) .....	50
Abb. 43:	Einzelhandelsbesatz Rotdornallee (Ingeln-Oesselse) .....	51
Abb. 44:	Netto, Pattenser Straße (Rethen) .....	51
Abb. 45:	Penny, Oesselser Straße (Gleidingen).....	51
Abb. 46:	Verkaufsflächenanteile der verschiedenen Bedarfsbereiche differenziert nach Standorten (in %) .....	54
Abb. 47:	Sortimentsliste Stadt Laatzen .....	55
Abb. 48:	Übersicht Standortkategorien Stadt Laatzen.....	58
Abb. 49:	Ansiedlungsmatrix der Standortkategorien.....	66
Abb. 50:	Übersicht Prüfstandorte .....	68



Abb. 51: Lage des Prüfstandorts 1 .....	69
Abb. 52: Einzelhandel am Prüfstandort 1 .....	69
Abb. 53: Lage des Prüfstandorts 2 .....	71
Abb. 54: Ansicht des Prüfstandorts 2 .....	71
Abb. 55: Lage des Prüfstandorts 3 .....	72
Abb. 56: Ansicht des Prüfstandorts 3 .....	72
Abb. 57: Lage des Prüfstandorts 4 .....	73
Abb. 58: Ansicht des Prüfstandorts 4 .....	73
Abb. 59: Schaufensterplakatierung im Hamburger Quartier Schmuggelstieg, „Guckloch“ in Detmold .....	76
Abb. 60: „Kunsthalle auf Zeit“ in Norderstedt .....	77
Abb. 61: Die 32 CIMA-Branchen .....	80
Abb. 62: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen .....	82

## 1 AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG

---

### Auftrag

- Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Laatzen

### Auftraggeber

- Stadt Laatzen

### Zeitraum

- November 2013 bis September 2014, Überarbeitung Juni 2015

### Aufgabenstellung und Ziele

- Analyse Makrostandort, raumordnerische Einordnung
- Aktualisierung der Datenbasis für die Stadt Laatzen (Angebot/ Nachfrage)
- Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation des Einzelhandels, Ermittlung von Kennzahlen zum Einzelhandel
- Aufzeigen von Stärken, Schwächen und Potenzialen des Einzelhandelsstandortes Laatzen
- Abgrenzung der Innenstadt und Benennung des Hauptgeschäftsbereiches sowie Funktionszuweisung für die einzelnen innenstädtischen Teilbereiche
- Benennung Zentraler Versorgungsbereiche sowie Darlegung der (ökonomischen und städtebaulichen) Entwicklungspotenziale
- Erstellung einer auf die spezifische Situation in Laatzen angepassten, aktuellen Liste zentrenrelevanter Sortimente
- Aufzeigen von Entwicklungsperspektiven für die Nahversorgung
- Benennung von Ansiedlungspotenzialen/ Bestimmung spezifischer Entwicklungsperspektiven
- Erarbeiten eines Standortkonzeptes
- Erarbeitung einer fundierten Entscheidungsgrundlage für künftige Planungen (rechtssicheres und verbindliches kommunales Einzelhandelskonzept) auf Grundlage des von der Stadt Laatzen in Eigenregie begonnenen Einzelhandelskonzeptes (letzter Stand: Nov. 2012)

## 2 RAUMORDNERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE STRUKTUR

### 2.1 Zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Laatzen verfügt über rd. 39.424 Einwohnern<sup>1</sup> (Stichtag: 30.6.2013) und nimmt im zentralörtlichen System des Landes Niedersachsen den Rang eines Mittelzentrums ein. Neben der Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs für seine Bewohner ist Laatzen damit auch für die Deckung des gehobenen Bedarfs für seine Bewohner sowie die Bewohner umliegender Orte zuständig.

Relevante, z.T. konkurrierende Orte mit zentralörtlicher Funktion sind:

#### Oberzentren

- Hannover
- Hildesheim

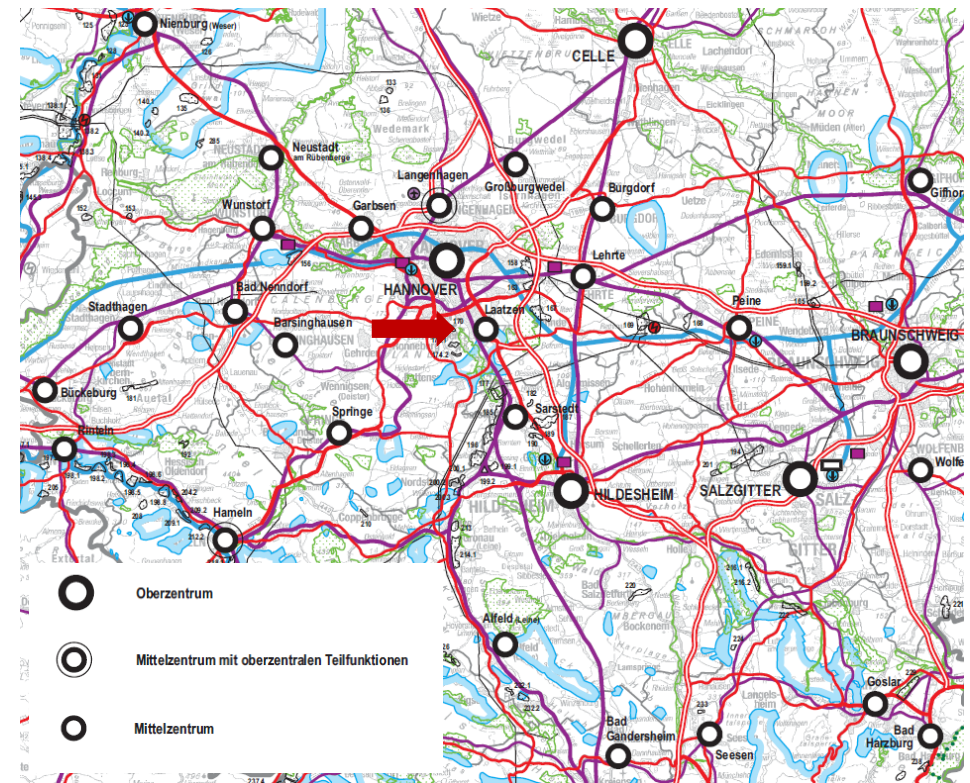
#### Mittelzentren

- Lehrte
- Peine
- Großburgwedel
- Burgdorf
- Sarstedt
- Springe
- Barsinghausen

#### Grundzentren

- Sehnde
- Pattensen
- Hemmingen-Westerfeld und Arnum in der Stadt Hemmingen
- Ronnenberg und Empelde in der Stadt Ronnenberg
- Gehrden
- Wennigsen

Abb. 1: Die Stadt Laatzen im „Zentralörtlichen System“



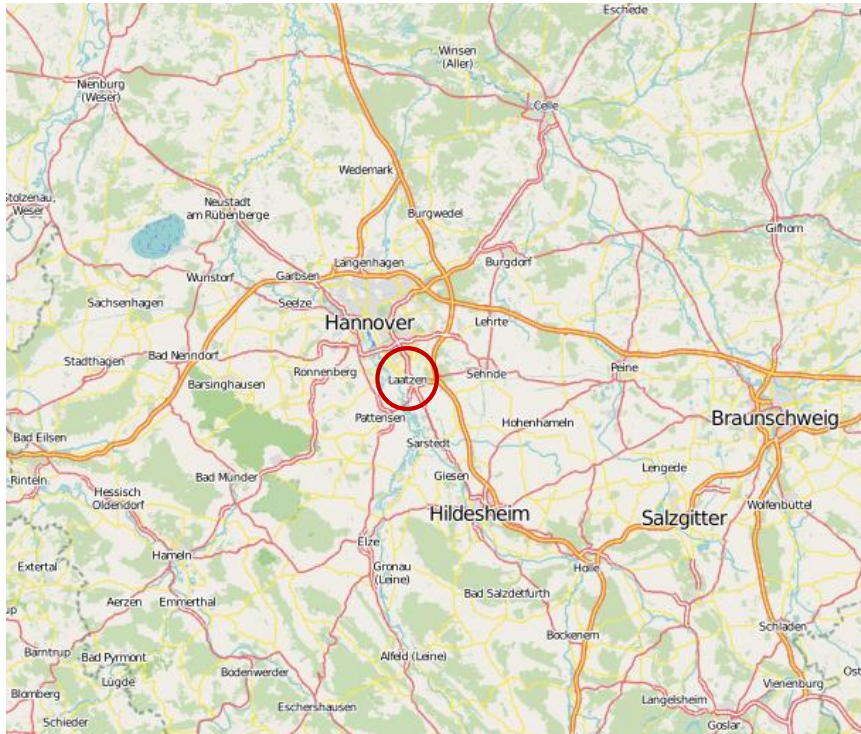
Quelle: Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2012  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

<sup>1</sup> Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen, Zensus 2011



## 2.2 Makrostandort Stadt Laatzen

Abb. 2: Die Lage der Stadt Laatzen im Raum



Quelle: Open Street Map 2014  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Die Stadt Laatzen befindet sich im Bundesland Niedersachsen in der Region Hannover. Es grenzt im Norden an das Oberzentrum Hannover, im Osten an das Grundzentrum Sehnde und im Westen an die Grundzentren Hemmingen<sup>2</sup> und Pattensen. Die nächst gelegenen Mittelzentren in der Region Hannover sind Lehrte im Osten und Springen im Südwesten. Im Süden schließt sich der Landkreis Hildesheim an. Unmittelbar an der südlichen Stadtgrenze liegen das Mittelzentrum Sarstedt und weiter südlich dann das Oberzentrum Hildesheim. Die Entfernung zu den nächstgelegenen Oberzentren Hannover und Hildesheim beträgt 12 bzw. 25 km.

Laatzen ist über die nahegelegene Autobahn A 7 (Göttingen – Hamburg) sehr gut an das überregionale Bundesfernstraßennetz angeschlossen. Im Stadtgebiet treffen zudem die Bundesstraßen B 6 und B 443 aufeinander. Über die Bahnhöfe Hannover/ Messe/ Laatzen und Rethen ist die Stadt zudem an das S-Bahn-Netz angebunden (S 4 Beenemühlen – Hannover Hbf – Hildesheim Hbf). Ergänzt wird dieses Angebot durch die Stadtbahn Hannover, die Laatzen mit zwei Strecken erschließt, und mehrere Buslinien.

Insbesondere die beiden Oberzentren Hannover und Hildesheim üben seit jeher einen starken Konkurrenzdruck auf den Laatzen Einzelhandel aus.

<sup>2</sup> Die grundzentrale Funktion ist konkret den Ortsteilen Hemmingen-Westerfeld und Arnum zugeordnet.

## 2.3 Sozioökonomische Rahmendaten

Abb. 3: Bevölkerungs-, Pendler- und Beschäftigtenentwicklungen

Indikatoren		Stadt Laatzen	Region Hannover	Niedersachsen
Bevölkerungs- entwicklung	30.06.2008	40.092	2.155.727	7.968.329
	30.06.2009	40.197	2.148.533	7.945.244
	30.06.2010	40.159	2.143.518	7.932.282
	30.06.2011	40.270	2.141.436	7.925.968
	30.06.2012	40.548	2.140.148	7.923.060
	31.12.2012	40.651	2.138.291	7.916.913
<b>Veränderung in %</b>		<b>1,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,6</b>

Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen; Stand: 6.1.2014

sozialversicherung	30.06.2008	15.733	699.420	2.415.920
pflichtig	30.06.2009	15.258	695.931	2.416.282
Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2010	15.275	702.781	2.455.391
	30.06.2011	15.463	720.216	2.531.297
	30.06.2012	15.018	736.374	2.598.850
<b>Veränderung in %</b>		<b>-4,5</b>	<b>5,3</b>	<b>7,6</b>

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 6.1.2014

Einpendler	30.06.2008	12.730	105.605	226.813
Auspendler	30.06.2008	10.361	47.475	353.604
<b>Saldo</b>		<b>2.369</b>	<b>58.130</b>	<b>-126.791</b>
Einpendler	30.06.2010	12.445	107.230	232.788
Auspendler	30.06.2010	10.316	48.957	359.114
<b>Saldo</b>		<b>2.129</b>	<b>58.273</b>	<b>-126.326</b>
Einpendler	30.06.2012	12.094	110.253	244.908
Auspendler	30.06.2012	10.946	52.990	372.764
<b>Saldo</b>		<b>1.148</b>	<b>57.263</b>	<b>-127.856</b>

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 6.1.2014

- In den letzten Jahren verzeichnete die Stadt Laatzen einen leichten, jedoch stetigen Bevölkerungszuwachs von insgesamt 1,4 % im Vergleich zum Jahr 2008. Diese Entwicklung verläuft entgegen der der Region Hannover und dem gesamten Land Niedersachsen – auf beiden Ebenen sind leichte Verluste zu verzeichnen.
- Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hat sich seit dem Jahr 2008 negativ entwickelt (-4,5 %). Das Land Niedersachsen konnte hingegen im gleichen Zeitraum einen Anstieg um 7,6 %, die Region Hannover immerhin um 5,3 % erreichen.
- Das starke Wachstum an Arbeitsplätzen für sozialversicherungspflichtig Beschäftigte kurz vor und während der Expo hat dazu geführt, dass Laatzen seit dem Jahr 2000 eine positive Pendlerbilanz aufweisen kann. Diese ist auch heute noch deutlich positiv – trotz der negativen Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten seit 2008 (-4,5 %).
- Der deutliche Überschuss an Einpendlern in die Stadt Laatzen verweist auf ihre Funktion als wichtiger Arbeitsstandort der Region. Obwohl der Wert seit 2008 leicht gesunken ist, lag er 2012 bei + 12.094 Personen. Gleichzeitig ist auch die Zahl der Auspendler in diesem Zeitraum leicht gestiegen.

### Fazit

**Die Entwicklung der Bevölkerung der Stadt Laatzen ist positiv zu bewerten. In der Gesamtschau der wirtschaftlichen Eckdaten ergeben sich trotz teils gegenläufiger Entwicklungstrends durchaus stabile Rahmenbedingungen auf der Nachfrageseite, auf die sich der Laatzen Einzelhandel auch in Zukunft berufen kann. Gerade für eine Stadt in unmittelbarer Nähe zu Hannover weist Laatzen vergleichsweise gute Werte auf, die die Wirtschaftskraft und Arbeitsplatzzentralität deutlich unterstreichen und die somit auch der potenziellen Kaufkraft in der Stadt zugutekommt.**

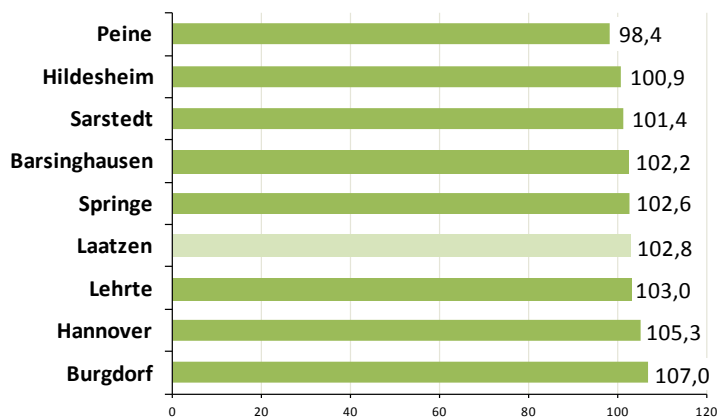
### 3 BESTANDS- UND PROBLEMANALYSE

#### 3.1 Kaufkraftverhältnisse im regionalen Vergleich

Das Kaufkraftniveau einer Region hängt vom Einkommen der jeweiligen Bevölkerung ab, das wiederum Folge der Wirtschaftskraft dieser Region ist. Für Investoren und Einzelhändler ist die verfügbare Kaufkraft am Ort ein sehr wichtiger Standortfaktor.

Wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht, liegt die Stadt Laatzen mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 102,8 % im Jahr 2013 über dem bundesweiten Durchschnitt (100 %). Im Vergleich zu den übrigen benachbarten Mittel- und Oberzentren liegt die Kaufkraftkennziffer der Stadt im mittleren Bereich. Den Spitzenplatz im regionalen Vergleich nimmt mit 107 % die Stadt Burgdorf ein. Die Stadt Peine schneidet mit 98,4 % am schlechtesten ab.

**Abb. 4: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich 2013, Bundesdurchschnitt = 100 %**



Quelle: MB Research, 2013  
Bearbeitung: CIMA 2014

#### 3.2 Marktgebiet der Stadt Laatzen

Das Marktgebiet der Stadt Laatzen wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Laatzen,
- Branchenmix,
- Sogkraft ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Lage zu anderen Zentralen Orten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- Nähe zu Konkurrenzorten sowie
- die Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten.

Die Ermittlung der Ausbreitung des Marktgebietes erfolgt anhand des Computersimulationssystems HUFF, mit dem regionale Kaufkraftströme berechnet werden. Diese Berechnungen wurden mit den Ortsbegehungen und ergänzenden gutachterlichen Einschätzungen abgestimmt.

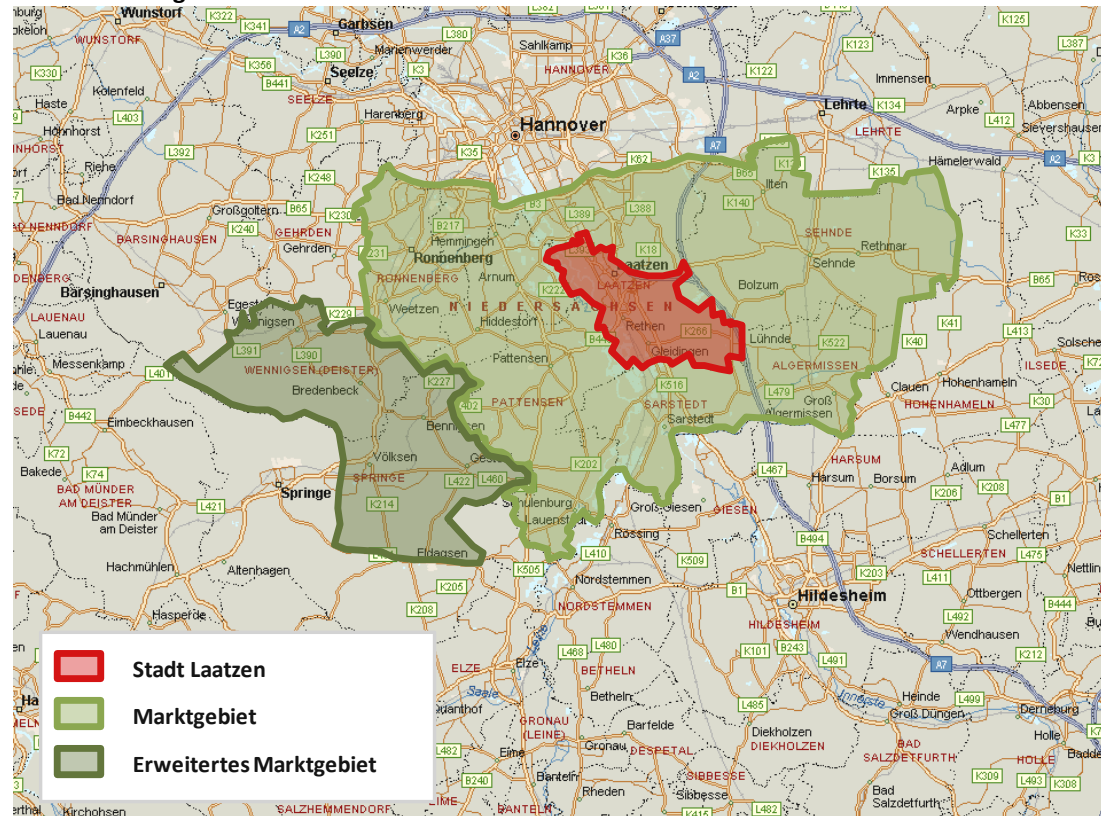
Das Marktgebiet gliedert sich in mehrere Teilbereiche:

- Zone 1 besteht aus dem Stadtgebiet der Stadt Laatzen.
- Zone 2 umfasst die unmittelbar angrenzenden Städte und Gemeinden. Hierzu gehören die Stadt Sehnde, die Gemeinde Algermissen, die Stadt Sarstedt, die Gemeinde Pattensen, die Stadt Ronnenberg sowie südliche Teile der Landeshauptstadt Hannover.
- Zone 3 gliedert sich westlich an Zone 2 an und umfasst Teile der Gemeinde Wennigsen (Deister) sowie Teilbereiche der Stadt Springe.

Die Ausstrahlung der Stadt Laatzen lässt zu den äußeren Bereichen des Marktgebietes naturgemäß nach. Die Orientierung ist in den weiter entfernt liegenden Kommunen auch auf andere Zentren gerichtet. Im Hinblick auf die benachbarten Mittelzentren, die ganz oder teilweise dem Marktgebiet von Laatzen zuzuordnen sind, ist eine Überschreitung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Laatzen zu konstatieren.

Das Marktgebiet entspricht der Ist-Situation und bildet ab, welches Einzugsgebiet der Durchschnitt aller Laatzeener Betriebe erreichen kann. Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Betriebe ein ungleich höheres Einzugsgebiet aufweisen können.

Abb. 5: Marktgebiet der Stadt Laatzen



Stadt/Gemeinde	Einwohner*	Kaufkraftkennziffer**	Nachfragepotenzial in Mio. €
Laatzen	39.424	102,8	229,7
<b>Zone 1 gesamt</b>	<b>39.424</b>	<b>102,8</b>	<b>229,7</b>
Sehnde	23.099	100,7	131,9
Algermissen	7.826	101,7	45,1
Sarstedt	18.473	101,4	106,2
Pattensen	13.853	107,5	84,4
Ronnenberg	23.472	101,5	135,0
Hemmingen	18.443	112,8	117,9
Hannover-Döhren	13.502	106,8	81,7
Hannover-Seelhorst	3.453	106,8	20,9
Hannover-Wülfel	4.412	106,8	26,7
Hannover-Mittelfeld	8.362	106,8	50,6
Hannover-Oberrieklingen	10.645	101,2	61,0
Hannover-Mühlenberg	6.696	109,1	41,4
Hannover-Wettbergen	12.559	109,1	77,7
Hannover-Bemerode	18.834	113,8	121,4
Hannover-Wülferode	864	113,8	5,6
<b>Zone 2 gesamt</b>	<b>184.493</b>	<b>105,9</b>	<b>1.107,6</b>
Wennigsen	13.899	106,3	83,7
Springe-Bennisgen	3.997	102,6	23,3
Springe-Lüdersen	991	102,6	5,8
Springe-Gestorf	1.765	102,6	10,3
Springe-Mittelrode	305	102,6	1,8
Springe-Völksen	3.366	102,6	19,6
<b>Zone 3 gesamt</b>	<b>24.323</b>	<b>104,7</b>	<b>144,4</b>
<b>Marktgebiet insgesamt</b>	<b>248.240</b>	<b>105,3</b>	<b>1.481,7</b>

\* Einwohnerzahlen der Stadtteile von Hannover mit Stand 01.01.2014 (Quelle: Strukturdaten der Stadtteile und Stadtbezirke 2014, Landeshauptstadt Hannover - Sachgebiet Wahlen und Statistik)

Einwohnerzahlen der Stadtteile von Springe mit Stand 01.10.2014 (Quelle: <http://www.springe.de/4-stadtteile.php>),

alle anderen Städte und Gemeinden mit Stand 30.06.2013 (Quelle: LSKN online)

\*\* Quelle: MB Research 2013

### 3.3 Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Laatzten

#### 3.3.1 Nachfragesituation

Das Nachfragevolumen wird zum einen bestimmt durch die Einwohnerzahl sowie zum anderen durch die entsprechende lokale/ regionale Pro-Kopf- Kaufkraft. Diese wird mit der sog. Kaufkraftkennziffer abgebildet (Indexwert). Werte unter 100 % stehen für eine geringere Pro-Kopf-Nachfrage als im Bundesdurchschnitt (= 100 %), Werte über 100 % signalisieren eine höhere Pro-Kopf-Kaufkraft als im Bundesdurchschnitt. Die Pro-Kopf-Kaufkraft ist direkt abhängig von der Einkommenssituation der betrachteten Bevölkerung. Der zur Verfügung stehende **Ausgabesatz im Einzelhandel** liegt aktuell im **bundesweiten Durchschnitt** bei **5.668 € pro Einwohner**.

Die Berechnung des Nachfragepotenzials für den Laatzener Einzelhandel erfolgte auf Basis der Einwohnerzahl und der stadtspezifischen Kaufkraftkennziffer. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Laatzten liegt bei 102,8 % und damit leicht über dem bundesdeutschen Durchschnitt (= 100 %). Für die Stadt Laatzten ergibt sich damit ein Ausgabesatz im Einzelhandel von 5.826,7 € je Einwohner pro Jahr.

Bezogen auf die 39.424 Einwohner<sup>3</sup> (Stichtag: 30.6.2013) der Stadt Laatzten ergibt sich somit für die Warengruppen des periodischen Bedarfs ein Nachfragepotenzial von **rd. 120,4 Mio. €** (brutto/jährlich). Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das gesamtstädtische Nachfragevolumen auf rd. 109,3 Mio. € (brutto/jährlich).

<sup>3</sup> Quelle: LSKN, Zensus 2011

Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht die Zusammensetzung des Nachfragepotenzials, differenziert nach den unterschiedlichen Warengruppen.

**Abb. 6: Nachfragepotenzial in der Stadt Laatzten**

CIMA Warengruppe	Laatzten
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>120,4</b>
Lebensmittel, Reformwaren	84,6
Gesundheit und Körperpflege	32,1
Zeitschriften, Schnittblumen	3,7
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>109,3</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>35,1</b>
Bekleidung, Wäsche	19,5
Schuhe, Lederwaren	6,5
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	9,2
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>24,1</b>
Bücher, Schreibwaren	4,7
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	19,3
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>11,4</b>
Sportartikel, Fahrräder	6,5
Spielwaren	2,3
Hobbybedarf, Zooartikel	2,6
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>3,6</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>15,8</b>
Möbel, Antiquitäten	12,8
Heimtextilien	3,0
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>19,3</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>229,7</b>

Quelle: MB Research 2013 und CIMA Beratung + Management GmbH 2014  
 Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen, Zensus 2011  
 (Stichtag: 30.6.2013)

### 3.3.2 Angebotssituation

Die Ermittlung der Einzelhandelsdaten in der Stadt Laatzen basiert auf Einzelhandelserhebungen, die im November 2013 (Einzelaktualisierungen erfolgten im Januar 2014) durch Mitarbeiter der CIMA durchgeführt wurden.

Die Berechnung der Umsätze für den Einzelhandel in der Stadt Laatzen erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2013/2014 (Umsatz je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche p. a.) für insgesamt 32 Branchen. Diese Flächenproduktivitäten wurden durch Betriebsvergleiche ermittelt und jährlich durch aktuelle Forschungsergebnisse und eine Vielzahl von einzelbetrieblichen Beratungen durch die CIMA aktualisiert. Die Flächenproduktivitäten werden zusätzlich durch die Berater der CIMA an die örtliche und regionale Situation angepasst.

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

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

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

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

Bezüglich der Analyse der Betriebs- und Branchenstruktur des Einzelhandels in der Stadt Laatzen (Datenstand: November 2013; Einzelaktualisierungen erfolgten im Januar 2014) ist die CIMA zu folgenden Ergebnissen gekommen:

- In der Stadt Laatzen wurden insgesamt 216 Einzelhandelsbetriebe erfasst. Davon sind 101 Betriebe dem periodischen und 115 Betriebe dem aperiodischen Bedarfsbereich zugehörig.
- Laatzen verfügt über eine einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt 100.790 qm Verkaufsfläche. Davon entfallen 24,5 % auf den periodischen und 75,5 % auf den aperiodischen Bedarf.
- Der von der CIMA errechnete Einzelhandelsumsatz liegt bei insgesamt 280,3 Mio. € (brutto p. a.). Die erfassten 101 Betriebe mit ihrem Hauptsortiment im periodischen Bedarfsbereich erwirtschaften 45,2 % des Einzelhandelsumsatzes in der Stadt Laatzen, während die dem aperiodischen Bedarfsbereich zugerechneten 115 Betriebe insgesamt 54,8 % des Umsatzes einnehmen.
- Die durchschnittliche Raumleistung (Flächenproduktivität) liegt branchenübergreifend über alle Branchen bei rd. 2.780,8 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit bewegt man sich in der Stadt Laatzen unter dem Bundesdurchschnitt von rd. 2.957,0 € je m<sup>2</sup>.

Bezogen auf die einzelnen Warengruppen ergibt sich für die Stadt Laatzen folgendes Bild:

Abb. 7: Angebotssituation in der Stadt Laatzen

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Anteil der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Anteil der Verkaufsfläche	Umsatz in Mio. €	Anteil am Umsatz
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>101</b>	<b>46,8%</b>	<b>24.720</b>	<b>24,5%</b>	<b>126,7</b>	<b>45,2%</b>
Lebensmittel, Reformwaren	57	26,4%	19.485	19,3%	89,7	32,0%
Gesundheit und Körperpflege	18	8,3%	4.185	4,2%	33,3	11,9%
Zeitschriften, Schnittblumen	26	12,0%	1.050	1,0%	3,7	1,3%
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>115</b>	<b>53,2%</b>	<b>76.070</b>	<b>75,5%</b>	<b>153,6</b>	<b>54,8%</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>62</b>	<b>28,7%</b>	<b>18.035</b>	<b>17,9%</b>	<b>54,5</b>	<b>19,4%</b>
Bekleidung, Wäsche	40	18,5%	13.880	13,8%	36,3	12,9%
Schuhe, Lederwaren	11	5,1%	3.255	3,2%	10,2	3,6%
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	11	5,1%	900	0,9%	8,0	2,9%
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>16</b>	<b>7,4%</b>	<b>4.750</b>	<b>4,7%</b>	<b>22,7</b>	<b>8,1%</b>
Bücher, Schreibwaren	3	1,4%	1.165	1,2%	4,3	1,5%
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	13	6,0%	3.585	3,6%	18,5	6,6%
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>8</b>	<b>3,7%</b>	<b>7.635</b>	<b>7,6%</b>	<b>12,1</b>	<b>4,3%</b>
Sportartikel, Fahrräder	3	1,4%	4.165	4,1%	6,1	2,2%
Spielwaren	2	0,9%	1.225	1,2%	3,3	1,2%
Hobbybedarf, Zooartikel	3	1,4%	2.245	2,2%	2,6	0,9%
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>5</b>	<b>2,3%</b>	<b>3.260</b>	<b>3,2%</b>	<b>5,1</b>	<b>1,8%</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>12</b>	<b>5,6%</b>	<b>33.025</b>	<b>32,8%</b>	<b>42,6</b>	<b>15,2%</b>
Möbel, Antiquitäten	10	4,6%	30.445	30,2%	39,3	14,0%
Heimtextilien	2	0,9%	2.580	2,6%	3,3	1,2%
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>12</b>	<b>5,6%</b>	<b>9.365</b>	<b>9,3%</b>	<b>16,7</b>	<b>5,9%</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>216</b>	<b>100,0%</b>	<b>100.790</b>	<b>100,0%</b>	<b>280,3</b>	<b>100,0%</b>

### 3.3.3 Einzelhandelszentralität

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

Für die Stadt Laatzen lässt sich aus der Gegenüberstellung von Umsatz und Nachfragepotenzial für das Jahr 2014 folgendes ablesen:

- Die **Einzelhandelszentralität über alle Branchen** beträgt nach Berechnungen der CIMA 122 %. Der Einzelhandelsumsatz in der Stadt Laatzen liegt somit über dem vorhandenen Nachfragepotenzial. Es wird deutlich, dass derzeit die Kaufkraftzuflüsse per Saldo überwiegen.
- Im **gesamten periodischen Bedarfsbereich** liegt die Zentralität bei 105 %, was auf leichte saldierte Kaufkraftzuflüsse in der nahversorgungsrelevanten Sparte der Stadt Laatzen hinweist. Die Handelszentralität ist jedoch für ein Mittelzentrum als eher niedriger Wert einzustufen. Begründen lässt sich diese Zentralität allerdings damit, dass Laatzen unmittelbar an Hannover angrenzt und eine recht gute Nahversorgungssituation im Umland vorherrscht.

Abb. 8: Umsatz, Nachfragevolumen und Zentralität in der Stadt Laatzen

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>126,7</b>	<b>120,4</b>	<b>105</b>
Lebensmittel, Reformwaren	89,7	84,6	106
Gesundheit und Körperpflege	33,3	32,1	104
Zeitschriften, Schnittblumen	3,7	3,7	98
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>153,6</b>	<b>109,3</b>	<b>141</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>54,5</b>	<b>35,1</b>	<b>155</b>
Bekleidung, Wäsche	36,3	19,5	186
Schuhe, Lederwaren	10,2	6,5	157
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	8,0	9,2	88
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>22,7</b>	<b>24,1</b>	<b>94</b>
Bücher, Schreibwaren	4,3	4,7	90
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	18,5	19,3	95
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>12,1</b>	<b>11,4</b>	<b>106</b>
Sportartikel, Fahrräder	6,1	6,5	94
Spielwaren	3,3	2,3	144
Hobbybedarf, Zooartikel	2,6	2,6	103
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>5,1</b>	<b>3,6</b>	<b>141</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>42,6</b>	<b>15,8</b>	<b>269</b>
Möbel, Antiquitäten	39,3	12,8	306
Heimtextilien	3,3	3,0	112
<b>Baummarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>16,7</b>	<b>19,3</b>	<b>87</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>280,3</b>	<b>229,7</b>	<b>122</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014



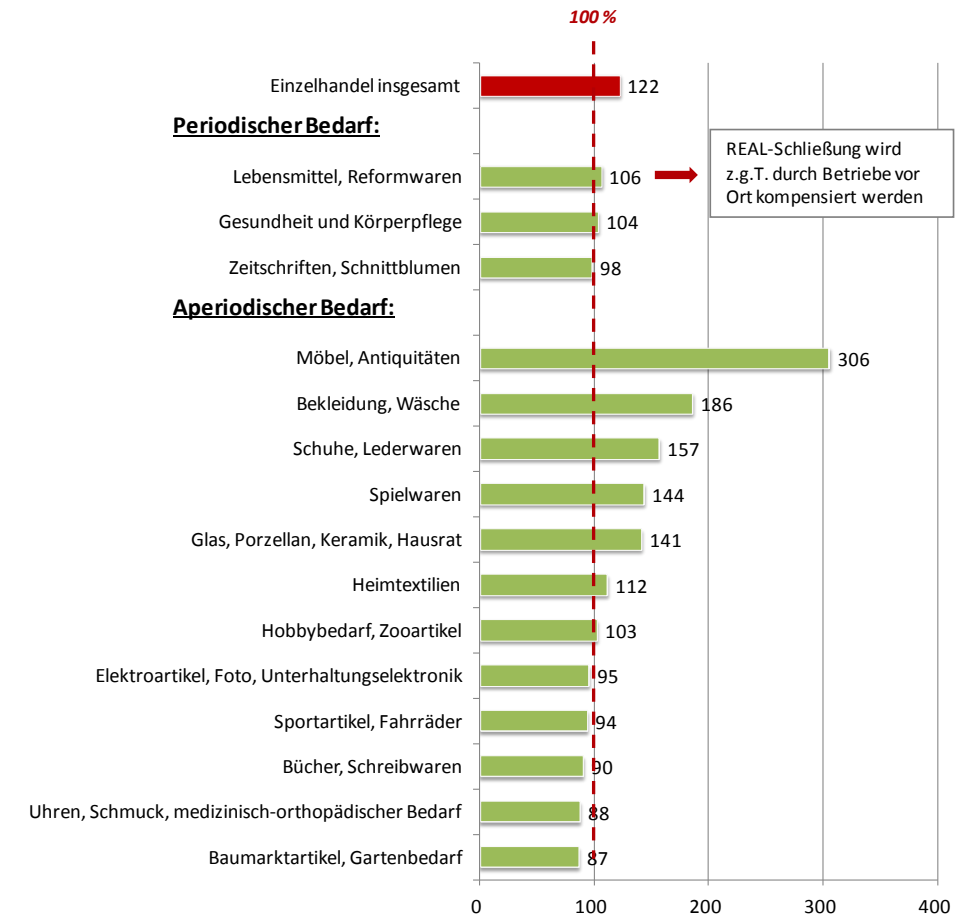
Im **gesamten aperiodischen Bedarfsbereich** werden bei einer Handelszentralität von insgesamt 141 % saldierte Kaufkraftzuflüsse sichtbar. In den einzelnen Warengruppen sind dabei jedoch erhebliche Unterschiede festzustellen, wie im weiteren Verlauf dargestellt ist.

Bei der Analyse der warengruppenspezifischen Einzelhandelszentralitäten wurde die gesamte Stadt betrachtet. In den einzelnen Stadtteilen kann sich daher ein durchaus differenziertes Bild ergeben.

Die Handelszentralitäten der einzelnen Warengruppen sind durch die folgenden Aspekte gekennzeichnet:

- Den mit Abstand höchsten Zentralitätswert erreicht mit 306 % die Warengruppe „Möbel, Antiquitäten“. Verantwortlich dafür sind in erster Linie das Möbelhaus Hausmann (rd. 25.000 qm Verkaufsfläche) sowie der Möbelanbieter Möbel Boss (rd. 4.000 qm Verkaufsfläche), die sich beide im Gewerbegebiet Rethen-Nord befinden. Ergänzt wird dieses Angebot durch weitere kleiner dimensionierte Möbelanbieter, die über das gesamte Stadtgebiet verteilt sind. Dazu zählen u.a. be urban, Dänisches Bettenlager, Möbel Decker, Möbel Grein und ein Matratzen Concord.
- In der Warengruppe „Bekleidung, Wäsche“ ist mit 186 % die zweithöchste Zentralität zu verzeichnen. Eindeutiger Angebotsschwerpunkt liegt hier im Hauptzentrum. So befindet sich dort das Leine-Center, das ein umfassendes Angebot an für Shopping Center typischen Filialisten beherbergt. Hierzu zählen u.a. H & M, C & A, Orsay, Esprit, Ernsting's family und Hunkemöller. Lediglich vereinzelte Anbieter des Bekleidungssegmentes sind an anderen Standorten im Stadtgebiet ansässig.
- Zentralitäten unter der 100 %-Saldo-Linie weisen die Warengruppen „Zeitschriften, Schnittblumen“, „Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik“, „Sportartikel, Fahrräder“, „Bücher, Schreibwaren“, „Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf“ sowie „Baumarktartikel, Gartenbedarf“ auf. In diesen Warengruppen können die Kaufkraftabflüsse nicht durch Zuflüsse kompensiert werden.

Abb. 9: Einzelhandelszentralität der Warengruppen in Laatzen



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Als Mittelzentrum ist die Stadt Laatzen gemäß raumordnerischer Zuordnung für die Bereitstellung des Grundbedarfs der eigenen Bevölkerung sowie für die Versorgung der eigenen Bevölkerung und der Bevölkerung des Verflechtungsbereiches mit Waren des gehobenen Bedarfs zuständig.

Im aperiodischen Bedarfsbereich gelingt dies der Stadt Laatzen nicht in allen Warengruppen. Potentiale für Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben sind v.a. in den Bereichen „Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik“, „Sportartikel, Fahrräder“, „Bücher, Schreibwaren“, „Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf“ sowie „Baumarktartikel, Gartenbedarf“ erkennbar. In diesen Warengruppen kann der Einzelhandel vor Ort nicht so viel Kaufkraft binden, wie in Laatzen selbst vorhanden ist (z.T. auch auf Einzelsortimente bezogen, die nicht separat ausgewiesen werden). Mit der Eröffnung des Baumarktes an der Erich-Panitz-Straße wird sich die Situation in der Warengruppe „Baumarktartikel, Gartenbedarf“ deutlich verbessern und der derzeit noch bestehende Kaufkraftabfluss weitgehend entfallen.

Im periodischen Bedarfsbereich wird gemäß raumordnerischer Versorgungsfunktion lediglich ein kleiner Teil der Bevölkerung außerhalb Laatzens mit versorgt. Unabhängig davon ist die aufgeführte Handelszentralität von 105 % im periodischen Bereich für ein Mittelzentrum als vergleichsweise eher niedriger Wert einzustufen. Begründen lässt sich diese Zentralität damit, dass Laatzen unmittelbar an Hannover angrenzt und außerdem eine recht gute Nahversorgungssituation im Umland vorherrscht. Vorhandene Potenziale im periodischen Bedarfsbereich sollten aus Gutachtersicht in der Stadt Laatzen in erster Linie zur Sicherung der Nahversorgung in den bislang weitestgehend unterversorgten bzw. nicht ausreichend versorgten Gebieten genutzt werden sowie zur Sicherung der bestehenden Nahversorgungsstandorte.

Insgesamt betrachtet gelingt es dem Einzelhandel in der Stadt Laatzen, neben der Kaufkraft aus dem eigenen Stadtgebiet auch Teile der Kaufkraft aus dem Marktgebiet zu binden. Die Kaufkraftbindung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Laatzen nimmt jedoch mit zunehmender Entfernung deutlich ab, im Sü-

den insbesondere im Überschneidungsbereich mit Hildesheim. Im Norden der Stadt Laatzen lässt die Kaufkraftbindung aufgrund der direkten Angrenzung an die Stadt Hannover deutlich nach.

### 3.3.4 Kaufkraftstromanalyse

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

Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche dividiert durch das Nachfragepotenzial dieser Branche.

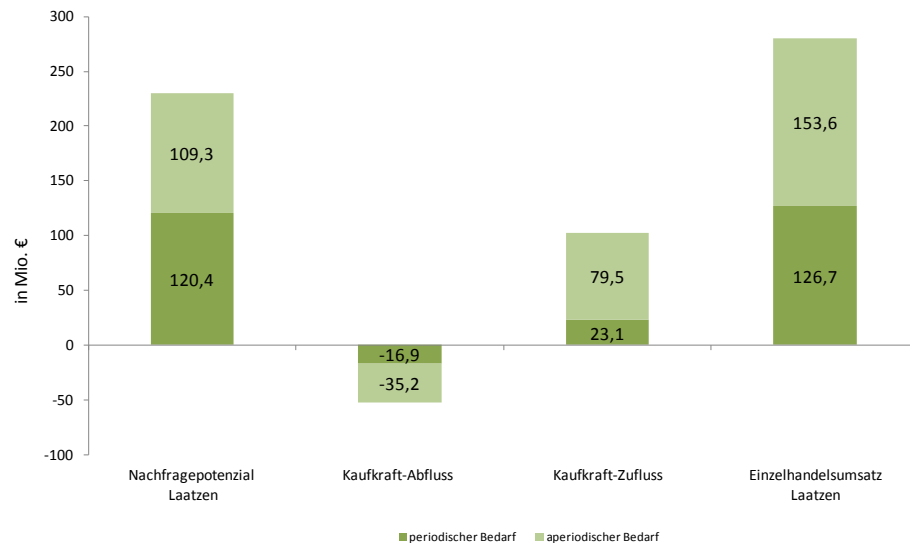
Die Zahlen der Kaufkraftbindung und zu den Kaufkraftströmen basieren auf den Ergebnissen der HUFF-Kaufkraftstromanalyse für die Stadt Laatzen und das Umland. Das HUFF-Modell quantifiziert die Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum. Einflussgrößen sind vor allem

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

Dem vorhandenen Nachfragepotenzial der Stadt Laatzen in Höhe von 229,7 Mio. € steht ein Umsatz von 280,3 Mio. € gegenüber. Die Kaufkraftzuflüsse belaufen sich auf rd. 102,6 Mio. €; sie übersteigen die Kaufkraftabflüsse von 52,0 Mio. deutlich. Insgesamt können rd. 77 % des Nachfragepotenzials der Einwohner der Stadt Laatzen (177,7 Mio. €) im Einzelhandel Laatzens ge-

bunden werden.<sup>4</sup> 23 % fließen in Konkurrenzstandorte ab (52,0 Mio. €). Insgesamt ist die Bindung des eigenen Nachfragepotenzials von 77 % für ein Mittelzentrum der Größe Laatzens als gut zu bezeichnen – insbesondere vor dem Hintergrund der direkt angrenzenden Landeshauptstadt Hannover.

**Abb. 10: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Stadt Laatzen**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### 3.3.5 Gesamtüberblick Bestandsanalyse Laatzen

Einen grundsätzlichen Eindruck über die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Laatzen liefert der folgende Kennzahlenvergleich der Jahre 2011 und 2014<sup>5</sup>, aus dem sich gewisse grundsätzliche Trends ablesen lassen:

- Die Verkaufsflächen wie auch die Umsätze der Laatzener Einzelhandelbetriebe insgesamt haben sich bedingt durch Neuansiedlungen und Erweiterungen (v.a. Leine-Center) seit 2011 deutlich erhöht.
- Analog dazu ist auch die Anzahl der Einzelbetriebe gestiegen.
- Gleichzeitig konnte die Stadt Laatzen ihre Handelszentralität deutlich steigern. Durch neue Angebote an verschiedenen Standorten (u.a. Erweiterung Leine-Center) hat sich die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts erhöht.
- Die Kaufkraftkennziffer der Stadt ist relativ stabil auf ihrem überdurchschnittlichen Niveau geblieben.

<sup>4</sup> 67,8 % im aperiodischen Bereich, 86 % im periodischen Bereich

<sup>5</sup> Die Bestandsdaten aus dem Jahr 2011 wurden im Rahmen des Konsensprojekts großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover erhoben.

Abb. 11: Kennzahlen des Laatzenener Einzelhandels im Vergleich

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Nachfragevolumen in Mio. €		Handelszentralität in %	
	2011	2014	2011	2014	2011	2014	2011	2014
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>25.660</b>	<b>24.720</b>	<b>130,5</b>	<b>126,7</b>	<b>122,5</b>	<b>120,4</b>	<b>107</b>	<b>105</b>
Lebensmittel, Reformwaren	19.830	19.485	92,2	89,7	84,3	84,6	109	106
Gesundheit und Körperpflege *	4.935	4.185	35,2	33,3	34,5	32,1	102	104
Zeitschriften, Schnittblumen	895	1.050	3,1	3,7	3,7	3,7	85	98
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>62.800</b>	<b>76.070</b>	<b>123,7</b>	<b>153,6</b>	<b>105,0</b>	<b>109,3</b>	<b>118</b>	<b>141</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>10.970</b>	<b>18.035</b>	<b>37,9</b>	<b>54,5</b>	<b>30,5</b>	<b>35,1</b>	<b>124</b>	<b>155</b>
Bekleidung, Wäsche	7.915	13.880	26,5	36,3	19,9	19,5	133	186
Schuhe, Lederwaren	2.435	3.255	8,0	10,2	5,7	6,5	141	157
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf *	620	900	3,5	8,0	5,0	9,2	70	88
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>3.340</b>	<b>4.750</b>	<b>12,4</b>	<b>22,7</b>	<b>25,8</b>	<b>24,1</b>	<b>48</b>	<b>94</b>
Bücher, Schreibwaren	1.090	1.165	4,7	4,3	5,4	4,7	87	90
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.250	3.585	7,7	18,5	20,5	19,3	38	95
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>2.290</b>	<b>7.635</b>	<b>4,9</b>	<b>12,1</b>	<b>9,2</b>	<b>11,4</b>	<b>53</b>	<b>106</b>
Sportartikel, Fahrräder *	70	4.165	0,2	6,1	4,1	6,5	6	94
Spielwaren	1.910	1.225	3,8	3,3	2,3	2,3	164	144
Hobbybedarf, Zooartikel *	310	2.245	0,8	2,6	2,7	2,6	31	103
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>3.255</b>	<b>3.260</b>	<b>5,9</b>	<b>5,1</b>	<b>3,8</b>	<b>3,6</b>	<b>157</b>	<b>141</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>32.075</b>	<b>33.025</b>	<b>44,7</b>	<b>42,6</b>	<b>16,2</b>	<b>15,8</b>	<b>276</b>	<b>269</b>
Möbel, Antiquitäten	29.880	30.445	41,2	39,3	12,8	12,8	322	306
Heimtextilien	2.195	2.580	3,5	3,3	3,4	3,0	103	112
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf *</b>	<b>10.870</b>	<b>9.365</b>	<b>17,9</b>	<b>16,7</b>	<b>19,6</b>	<b>19,3</b>	<b>91</b>	<b>87</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>88.460</b>	<b>100.790</b>	<b>254,2</b>	<b>280,3</b>	<b>227,5</b>	<b>229,7</b>	<b>112</b>	<b>122</b>

\* auf Grund von Veränderungen hinsichtlich der Branchensystematik kein direkter Vergleich zum Jahr 20011 möglich

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### 3.3.6 Einzelhandel auf Stadtteilebene in Laatzen

Das Stadtgebiet von Laatzen gliedert sich in 6 Stadtteile, deren Einzelhandelskennzahlen im Folgenden gesondert betrachtet werden. Abb. 12 gibt einen Überblick über die Lage der verschiedenen Stadtteile:

- Alt-Laatzen (5.658 Einwohner)
- Gleidingen (3.997 Einwohner)
- Grasdorf (3.002 Einwohner)
- Ingeln-Oesselse (3.464 Einwohner)
- Laatzen-Mitte (15.036 Einwohner)
- Rethen (8.267 Einwohner)

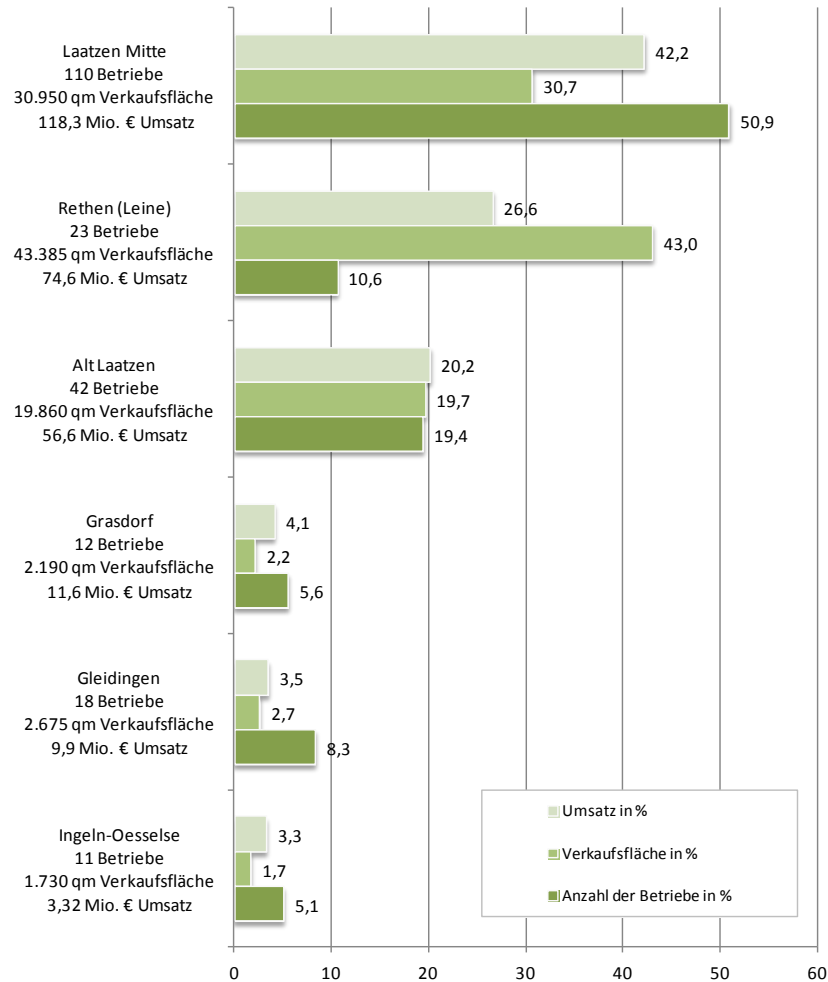
Abb. 12: Die Lage der Laatzener Stadtteile



Kartengrundlage: Stadt Laatzen

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

**Abb. 13: Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz auf Stadtteilebene**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Für die Stadt Laatzen lassen sich auf Stadtteilebene folgende Informationen festhalten:

Über die Hälfte (d.h. 110 Betriebe) der Laatzenener Einzelhandelsbetriebe sind im Stadtteil **Laatzen-Mitte** ansässig. Rd. 85 % dieser 110 Betriebe befinden sich im ZV Laatzen-Mitte, ein Großteil hiervon im Leine-Center. 42,2 % (rd. 118,3 Mio. €) des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes wird in Laatzen-Mitte auf einer Verkaufsfläche von 30.950 qm (30,6 % der gesamtstädtischen Fläche) erwirtschaftet.

Im Stadtteil **Rethen (Leine)** generieren die dort angesiedelten Betriebe einen Umsatz von 74,6 Mio. €, was 26,6 % des städtischen Gesamtumsatzes ausmacht. Der Umsatz wird auf 43.385 qm (43,0 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) erzielt. Diese Verkaufsfläche verteilt sich im Stadtteil Rethen auf lediglich 23 Betriebe. In Rethen sind entsprechend nur 10,6 % der Laatzenener Einzelhandelsbetriebe ansässig. Der größte Anteil der Verkaufsfläche fällt auf das Gewerbegebiet Rethen-Nord mit den großflächigen Anbietern Möbel Hausmann und Möbel Boss sowie dem Baumarkt Obi.

In **Alt-Laatzten** sind 42 Betriebe ansässig. Damit sind hier 19,4 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsbestandes vorzufinden. Die Verkaufsfläche von Alt-Laatzten umfasst 19.860 qm (rd. 19,7 % der Laatzenener Einzelhandelsfläche insgesamt), auf der jährlich 56,6 Mio. € (rd. 20,2 % des städtischen Gesamtumsatzes) erwirtschaftet werden. Der Schwerpunkt hinsichtlich Umsatz und Verkaufsflächen liegt hier eindeutig beim Sonderstandort Kaufland. Hier sind die großflächigen Anbieter Decathlon und Kaufland ansässig, die einen Großteil des Umsatzes von Alt-Laatzten generieren. Im Gegenzug dazu ist eine recht kleinteilige Einzelhandelsstruktur im Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzten vorzufinden. Hier werden vergleichsweise geringe Umsätzen erzielt.

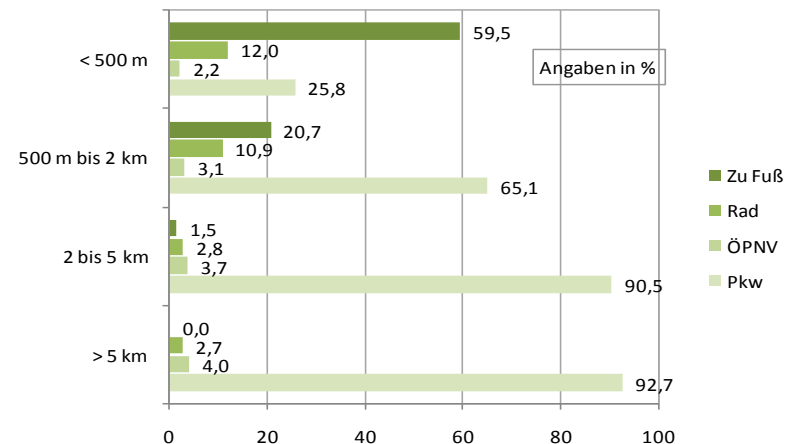
In der Gesamtschau zeigen sich auch eher geringe Umsatz-, Flächen- und Betriebszahlen für die Stadtteile **Grasdorf, Gleidingen und Ingeln-Oesselse**. In diesen Stadtteilen ist neben einem bzw. zwei Lebensmittelmärkten alleinig kleinteiliger, nahezu ausschließlich nahversorgungsrelevanter Besatz vorzufinden.

### 3.4 Nahversorgungssituation in Laatzen

Im Rahmen der Einzelhandelsentwicklung in Laatzen muss auch die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung im kurzfristigen Bedarfsbereich (Nahversorgung) fokussiert werden. Ziel sollte es sein, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden und – in Anbetracht des demographischen Wandels – die Versorgung der eigenen Bevölkerung im Umfeld ihres Wohnstandortes zu gewährleisten.

Dabei wird in der Regel eine Distanz von 500 Metern zu einem nahversorgungsrelevanten Betrieb als maximale Entfernung für eine fußläufige Erreichbarkeit angenommen. Untersuchungen haben ergeben, dass nur ein geringer Anteil der Bevölkerung längere Distanzen zum Einkaufen zu Fuß zurücklegt. Insbesondere ältere und mobilitätseingeschränkte Personen sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

**Abb. 14: Verkehrsmittelwahl in Abhängigkeit von der Entfernung des Einkaufsortes**



Quelle: CIMA-Monitor 2009; n = 2.000 Personen  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Abb. 15 gibt einen Überblick über die Nahversorgungssituation in der Stadt Laatzen. Um die nahversorgungsrelevanten Betriebe ab 250 qm Verkaufsfläche wurde ein Versorgungsradius von 500 m gelegt, innerhalb dessen die dort wohnhafte Bevölkerung, zumindest rein statistisch betrachtet, nahversorgt und eine fußläufige Erreichbarkeit gewährleistet ist.

Zu berücksichtigen ist darüber hinaus, dass die Angebotstiefe und -breite bei unterschiedlichen Betriebstypen differiert. So bieten Lebensmitteldiscounter im Schnitt lediglich rund 2.000 Artikel an, während kleinere Vollsortimenter auf gleicher Verkaufsfläche durchaus die vier- bis fünffache Artikelanzahl anbieten.

Für die Bevölkerung der Stadt Laatzen ist die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs bei einer Handelszentralität von 105 % im periodischen Bedarfsbereich grundsätzlich gesichert, allerdings existieren deutliche lokale Unterschiede in der Nahversorgungssituation.

Im Stadtteil **Alt-Laatzen** ist im periodischen Bedarfsbereich eine Handelszentralität von 214,7 % zu verzeichnen, was auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Stadtteils hinweist. Bei den beiden Haupteinzelhandelsstandorten in Alt-Laatzen handelt es sich um den Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzen sowie um den Sonderstandort Kaufland. Im Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzen, der unmittelbar in Wohnbebauung integriert ist und entsprechend eine fußläufig Erreichbarkeit für Teile der Bevölkerung gewährleistet, werden nahversorgungsrelevante Güter durch einen Netto-Discounter, den Drogeriemarkt Rossmann, einen Mavi-Markt, einen Hol ab Getränkemarkt sowie ergänzenden kleinteiligen Besitz (u.a. Bäckerei, Kiosk) vorgehalten. Der Sonderstandort Kaufland hingegen, an dem sich neben dem SB-Warenhaus auch ergänzender kleinflächiger nahversorgungsrelevanter Besitz in Form einer Apotheke, einer Bäckerei u. ä. befindet, ist ein nicht integrierter, maßgeblich autokundenorientierter Fachmarktstandort. Trotz der hohen Handelszentralität, die für den periodischen Bedarfsbereich errechnet wurde, ist keine lückenlose Nahversorgungssituation in Alt-Laatzen zu verzeichnen. So werden

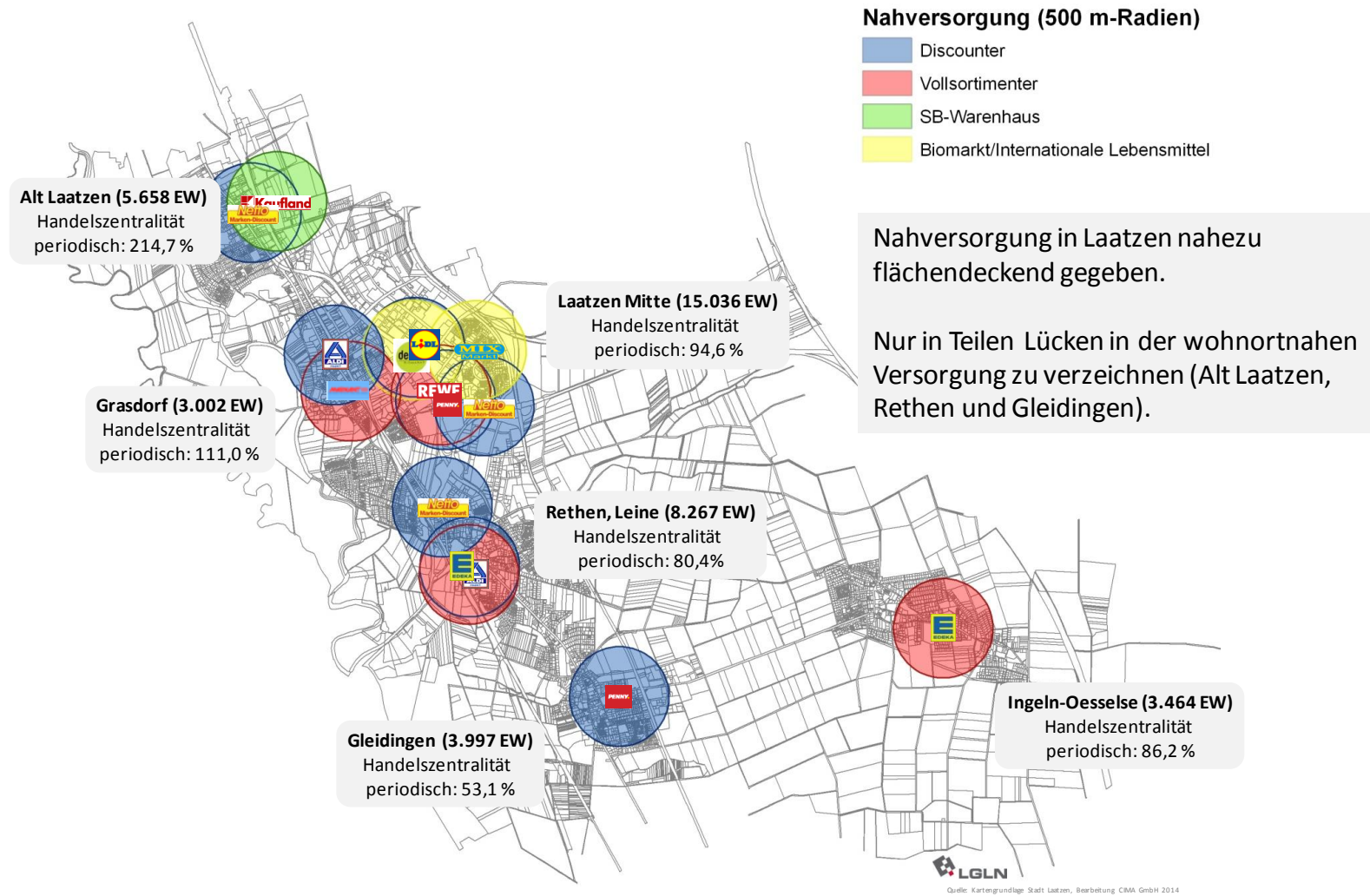
im Westen des Stadtteils Teilbereiche der dortigen Wohngebiete nicht durch einen Nahversorgungsradius abgedeckt.

Der bevölkerungsreichste Stadtteil **Laatzen-Mitte** weist eine Handelszentralität von rd. 94,6 % auf, was quantitativ gesehen auf eine recht gute Versorgung im periodischen Bedarf hinweist. Außerdem zeichnet den Stadtteil ein nahezu flächendeckendes Netz an fußläufig erreichbaren Nahversorgern für die Bewohner im Stadtteil aus. Im Zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum sind die Lebensmittelmärkte Lidl sowie denns ansässig, die modern und zukunftsorientiert aufgestellt sind und die Nahversorgung im Hauptzentrum Laatzen-Mitte sicherstellen. Das SB-Warenhaus real, das bis Mitte 2014 ebenso im Hauptzentrum ansässig war, bricht als Nahversorger weg. Allerdings wird (gemäß derzeitigem Kenntnisstand) anvisiert, einen neuen Lebensmittelmarkt am real-Altstandort zu etablieren. Entsprechend wird sich das Angebot an nahversorgungsrelevanten Anbietern im Hauptzentrum künftig wieder verdichten. Im Süden des Stadtteils Laatzen-Mitte sind die Lebensmittelmärkte Rewe und Penny ansässig, die einen zeitgemäßen Koppelstandort bilden (Nahversorgungszentrum Schubertweg) und eine maßgebliche Nahversorgungsfunktion für das direkt angrenzende Wohngebiet übernehmen. Die östlichen Bereiche des Wohngebietes in Laatzen-Mitte werden insbesondere auch durch die Lebensmittelmärkte Netto und Mix Markt abgedeckt. Einschränkend sei hier jedoch hinzugefügt, dass es sich bei Mix Markt um einen Lebensmittelanbieter mit ethnischen Hintergrund handelt, der nur ein gewissen „Kundennische“ bedient und nicht als Vollversorger für eine breite Käuferschicht fungiert.

Die Handelszentralität von 111 % im periodischen Bedarfsbereich, die für den Stadtteil **Grasdorf** berechnet wurde, weist darauf hin, dass dieser quantitativ ausreichend versorgt ist (zwei Lebensmittelanbieter für rd. 3.000 Einwohner). Außerdem deckt der fußläufige Einzugsbereich der vorhandenen Anbieter den kompletten Stadtteil ab. Allerdings sei darauf hingewiesen, dass die dort ansässigen Lebensmittelmärkte Aldi und Markant nur noch bedingt die modernen Marktanforderungen (Parkplatzsituation, Verkaufsflächengröße) erfüllen.



Abb. 15: Nahversorgungssituation in Laatzen (schematisch)



**Rethen (Leine)** weist im periodischen Bedarfsbereich eine Handelszentralität von rd. 80,4 % auf. Dies zeigt, dass derzeit die Kaufkraftabflüsse im Stadtteil nicht durch -zuflüsse kompensiert werden können. Bei Betrachtung der Nahversorgungsradien fällt auf, dass darüber hinaus auch Lücken hinsichtlich einer flächendeckenden Nahversorgungssituation zu erkennen sind. Derzeit handelt es sich bei den nahversorgungsrelevanten Anbietern um den solitär gelegenen Netto Markt in der Pattenser Straße sowie die Lebensmittelmärkte Aldi und Edeka im Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen. Der Besatz im Marktzentrum Rethen wird durch kleinteiligen (auch nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel ergänzt. Dabei handelt es sich z.B. um eine Apotheke, einen Blumenladen oder eine Bäckerei. Die Lebensmittel-Märkte in Rethen sind nicht mehr in allen Aspekten zeitgemäß aufgestellt. Dementsprechend sollten vorhandene Potenziale im Stadtteil Rethen vorrangig genutzt werden, um bestehende Betriebe zu modernisieren und neu zu positionieren. Dies würde maßgeblich zur Verbesserung und langfristigen Stärkung der Nahversorgungssituation vor Ort beitragen. Die Neupositionierung des Nahversorgungszentrums Marktzentrum Rethen wird folgerichtig derzeit geplant. So liegt auch bereits eine Verträglichkeitsanalyse zu diesem Projektvorhaben vor (CIMA 2014), das eine Neupositionierung des Marktzentrums Rethens eindeutig befürwortet.

Im **Stadtteil Gleidingen** wird die Grundversorgung durch einen Penny-Discounter sowie ergänzende Kleinanbieter über den Ortsteil verteilt gewährleistet. In Ingeln-Oesselse ist ein modern aufgestellter Edeka-Markt ansässig. Auch in diesem Stadtteil befinden sich darüber hinaus vereinzelt kleinteilige nahversorgungsrelevante Anbieter.

Eine flächendeckende Nahversorgung ist jedoch in keinem der Stadtteile gegeben. Auch weisen die ausgewiesenen Handelszentralitäten im periodischen Bedarfsbereich auf (deutlich) Kaufkraftabflüsse an andere Einzelhandelsstandorte hin.

---

## Fazit

**Die Stadt Laatzen weist mit 105 % eine für ein Mittelzentrum eher geringe Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich auf. Für die Bevölkerung ist die Nahversorgung damit aber grundsätzlich sichergestellt. Laatzen-Mitte bildet dabei einen deutlichen Schwerpunkt (auch) hinsichtlich nahversorgungsrelevanter Anbieter im Stadtgebiet. Nur in Randbereichen der Stadtteile Alt-Laatzen, Rethen und Gleidingen sind Lücken in der wohnortnahen Versorgung zu verzeichnen.**

**Die höchste Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich zeichnet sich im Stadtteil Alt-Laatzen ab. Dies ist vor allem mit auf den dort ansässigen Anbieter Kaufland zurückzuführen. Trotz hoher Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich ist in Alt-Laatzen jedoch keine lückenlose, flächendeckende Nahversorgungssituation gewährleistet.**

**Die CIMA empfiehlt daher eine behutsame Weiterentwicklung der Laatzenener Nahversorgungsstrukturen. Der Modernisierungsbedarf an einzelnen Standorten sollte durch gezielte Maßnahmen und ggf. notwendige Ergänzungen erfüllt werden. Weitere Ansiedlungen sollten dazu dienen, bestehende Versorgungslücken zu schließen. Standort und Verkaufsflächengröße sollten daher sorgfältig gewählt werden.**

---

## 4 ZENTRENSTRUKTUR DER STADT LAATZEN

### 4.1 Zur Notwendigkeit der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

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

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

§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB beinhaltet außerdem die Erweiterung des kommunalen Abstimmungsgebotes. Demnach können sich Kommunen gegenüber der Zulassung von Einzelvorhaben und Planungen anderer/ angrenzender Kommunen auf Auswirkungen bzw. den Schutz ihres zentralen Versorgungsbereiches/ ihrer zentralen Versorgungsbereiche berufen.

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

Demnach stellen sich zunächst die Fragen:

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

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

#### 4.1.1 „Zentrale Versorgungsbereiche“ (ZV)

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

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

Somit können sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben aus:

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

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

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

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

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

Als zentrale Versorgungsbereiche können angesehen werden:

- **Innenstadtzentren/Hauptzentren:** Größerer Einzugsbereich, i.d.R. das gesamte Gemeindegebiet und ein weiteres Umland, breites Spektrum an Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf.
- **Nebenzentren/Stadtteilzentren:** Mittlerer Einzugsbereich (bestimmte Bezirke oder Stadtteile), ein breites Spektrum an Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch langfristigen Bedarf.
- **Grund- und Nahversorgungszentren:** Kleinerer Einzugsbereich (bestimmte Quartiere), vorwiegend Waren für den kurzfristigen, ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs.

Um eindeutig zuordnen zu können, ob einzelne Betriebe oder Grundstücke in einem zentralen Versorgungsbereich liegen und somit „schützenswert“ sind, ist die grundstücksscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

notwendig. Kreisförmige Markierungen oder vage Bezeichnung des jeweiligen Bereiches reichen nicht aus (vgl.: Geyer“, 2005: Neuregelungen für den Einzelhandel.“ In: PlanerIn 3\_05, Dortmund, S. 16).

#### 4.1.2 „Schädliche Auswirkungen“

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

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

**Die Abwägung erfolgt in Abhängigkeit vom Standort.** Außerdem bleibt bei der Abwägung zu bedenken, dass der Kaufkraftabfluss nur ein Indiz, im Sinne eines „Anfangsverdacht“ ist. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch „Trading-Down-Effekte“ gekennzeichnet sind. Maßgeblich sind bei Bewertungen letzten

Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzverteilungen ab ca. 7 bis um 10 % eintreten können. Diese Funktionsverluste können sich ausdrücken in städtischen Verödungen und durch zu erwartende „Trading-Down-Effekte“.

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

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

## 4.2 Charakteristika zur Eingliederung in die Struktur der Zentralen Versorgungsbereiche (ZV)

Zur Abgrenzung und Einstufung der Zentralen Versorgungsbereiche einer Stadt oder Gemeinde verwendet die CIMA ein dreistufiges System. Die Kriterien für die einzelnen Kategorien werden nachfolgend beschrieben. Um ein umfassendes Bild der Laatzen Einzelhandelsstruktur zu bekommen wurden darüber hinaus auch die bedeutenden Fachmarkt- Agglomerationen abgegrenzt und außerdem Standorte mit kleinteiligen Nahversorgungsfunktionen („wohnort-nahe Grundversorgung“) und solitäre Nahversorgungs- und Fachmarktstandorte lokalisiert.

### 4.2.1 Innenstadt/ Hauptzentrum

- erhebliche innerörtliche und regionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion (Versorgungsfunktion)

#### Merkmale Einzelhandelsstruktur

##### *periodischer Bedarf*

- vorhandener Lebensmittelanbieter
- Vielzahl von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer) vorhanden
- Vielzahl von kleinen Fach- und Spezialgeschäften/ Apotheken

##### *aperiodischer Bedarf*

- alle Warengruppen (in Teilen mit sehr tiefem und breitem Angebot) vorhanden

- großflächige Anbieter in den Sortimentsbereichen Bekleidung/ Wäsche vorhanden
- Schwerpunkte in den zentrenrelevanten Sortimenten, vor allem im persönlichen Bedarfsbereich (Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Uhren/ Schmuck, Optik)

#### Merkmale Dienstleistungsstruktur:

- quantitativer und qualitativer Schwerpunkt im Bereich der einzelhandelsnahen Dienstleistungen (Post, Kreditinstitute, gastronomische Einrichtungen, Reisebüros, Friseure etc.)

#### Merkmale städtebauliche Situation:

- weitgehende städtebauliche, räumliche und funktionale Einheit
- dichter, weitgehend zusammenhängender Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz
- städtebaulich integrierte Lage – anders als bei den Stadtteil- und Nahversorgungszentren ist das Kriterium der Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete bei einem Hauptzentrum jedoch nachrangig; die Versorgung mit Angeboten des aperiodischen Bedarfs (zentrenrelevante Sortimente) für die Gesamtstadt bzw. für das gesamte Marktgebiet ist Hauptmerkmal und vorrangige Versorgungsfunktion

#### 4.2.2 Stadtteil- bzw. Nebenzentren

Stadtteilzentren sind lokale Versorgungszentren, die der Nahversorgung dienen und darüber hinaus über ein ergänzendes Angebot mit Gütern des aperiodischen Bedarfs und Dienstleistungen verfügen.

##### Merkmale Einzelhandelsstruktur

###### *periodischer Bedarf*

- großflächiger Lebensmittelvollsortimenter oder -discounter (d.h. mind. 800 qm VKF) bzw. Kombination aus Discounter und Vollsortimenter
- Ergänzung durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger, etc.) und weitere kleinere Lebensmittelfach- und Spezialgeschäfte
- Drogeriemarkt und/oder Apotheke
- weitere Geschäfte des periodischen Bedarfs (Kiosk, Schnittblumen, etc.)

###### *aperiodischer Bedarf*

- kleinere Fachgeschäfte des aperiodischen Bedarfsbereiches (z.B. Bekleidung, Elektrogeräte) als Ergänzung zu den Angeboten des periodischen Bedarfs; jedoch geringe Breite und Tiefe/ deutliche Angebotslücken möglich

##### Merkmale Dienstleistungsstruktur

- angegliederte einzelhandelsnahe Dienstleistungen (z.B. Sparkasse/ Bank, Gastronomie, Post, Friseure, Schneidereien, Reparaturdienstleistungen, Sonnenstudio)
- gehobene Dienstleistungen, z.B. medizinische (Arzt-/Zahnarztpraxen, Physiotherapie, etc.) und weitere Dienstleistungen (z.B. Rechtsanwälte/Notare, Versicherungsmakler, Steuerberater, etc.)

- ggf. öffentliche/soziale Einrichtungen (Behörden, Schulen/Kindergärten, Stadtteilbücherei, Stadtteilbüro, etc.)

##### Merkmale städtebauliche Situation

- erkennbare städtebauliche, räumliche und funktionale Einheit (u.a. Platz-/ Straßengestaltung)
- städtebaulich integrierte Lage in direkter Nähe zur umgebenden Wohnstruktur (fußläufige Anbindung)
- gute ÖPNV-Anbindung mit Haltestelle innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bzw. in unmittelbarer Nähe
- gute MIV-Anbindung (d.h. Lage an übergeordneten Straßen)

##### funktionale Bedeutung

- wichtige Bedeutung als Versorgungsstandort für die umliegenden Wohngebiete und über das direkte Wohnumfeld hinaus
- räumliche Möglichkeit zur weiteren Entwicklung
- planerische Notwendigkeit zur Sicherung/ Stärkung des Zentrums aufgrund der Versorgungssituation im direkten Umfeld

### 4.2.3 Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentren sind lokale Versorgungszentren mit zentraler Bedeutung für die Nahversorgung, die darüber hinaus teilweise auch Angebote von Gütern des aperiodischen Bedarfsbereiches umfassen.

#### **Merkmale Einzelhandelsstruktur:**

##### *periodischer Bedarf*

- vorhandene Lebensmittelanbieter (mind. 250 qm Verkaufsfläche)

##### *aperiodischer Bedarf*

- Ergänzung des Angebotes im periodischen Bedarfsbereich durch ausgewählte Angebote im aperiodischen Bedarfsbereich (jedoch in geringerer Breite und Tiefe/ kein Komplett-Angebot)

#### **Merkmale Dienstleistungsstruktur:**

- Ergänzung des vorhandenen Einzelhandelsangebotes durch einzelhandelsnahe Dienstleistungen (z.B. Kreditinstitute, gastronomische Einrichtungen, Reisebüros, Post, Friseure etc.)

#### **Merkmale städtebauliche Situation:**

- städtebaulich integrierte Lage in direkter Nähe zur umgebenden Wohnstruktur
- zentraler Platz oder zusammenhängende Struktur vorhanden (räumlich-funktionale Einheit)

### 4.2.4 Weitere Standortkategorien in Laatzen

Neben dem Hauptzentrum Laatzen-Mitte, dem Nebenzentrum Alt-Laatzen und den Nahversorgungszentren gibt es in Laatzen weitere Einzelhandelsstandorte, die zwar **nicht als Zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt** werden können und somit auch keinem erhöhten baurechtlichen Schutz unterliegen, deren Betrachtung für eine umfassende Einschätzung und Bewertung der Einzelhandelsituation in Laatzen aber ebenfalls wichtig ist. Für die Kategorisierung weiterer Einzelhandelsstandorte in Laatzen hat die CIMA die folgenden Standortkategorien und Bewertungsschemata zugrunde gelegt:

#### **Fachmarkt-/Sonderstandorte**

- Agglomeration mit mehreren Fachmärkten, zumeist vorrangig mit Waren des aperiodischen Bedarfs
- deutliche Ausrichtung auf MIV-Kunden: Lage an übergeordneten Straßen, kaum oder keine Nahversorgungsfunktion (eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit)
- städtebaulich nicht integrierte Lage
- Sonderfall Bauhaus: aufgrund seiner eher untypischen zentralen Lage wird dieser Standort gesondert als Fachmarktstandort (großflächig) mit funktionalem Zusammenhang mit dem Hauptzentrum ausgewiesen

#### **Solitärer Nahversorgungsstandort**

- Standort eines oder zweier Lebensmittelnahversorgers (Discounter oder Vollsortimenter)
- Nahversorgungsfunktion für Wohngebiete in der Umgebung (fußläufige Erreichbarkeit)



- jedoch: die sonstigen Kriterien für Zentrale Versorgungsbereiche treffen nicht oder nur zum Teil zu (z.B. kein städtebaulicher Zusammenhang mit den umliegenden Wohngebieten bzw. keine städtebaulich integrierte Lage, kaum kleinere Geschäfte des periodischen und aperiodischen Bedarfs, kaum Dienstleistungsbetriebe)

#### **Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion**

- Agglomeration mehrerer kleinflächiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe
- in der Regel gewachsene Strukturen als Erdgeschoßnutzungen in Wohnhäusern
- klassischer Nahversorger als Nukleus eines zentralen Versorgungsbereiches fehlt

### **4.3 Einzelhandelslagen in der Stadt Laatzen**

In den folgenden Abschnitten werden die Abgrenzungen der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Laatzen beschrieben. Außerdem werden die relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in qm, Anzahl der Betriebe) der Zentralen Versorgungsbereiche genannt. Auf diese Weise lässt sich quantitativ die Bedeutung der Zentralen Versorgungsbereiche für die Nahversorgung darstellen. Darauf aufbauend erfolgt die Ableitung von Entwicklungsstrategien.

Die CIMA hat für die Stadt Laatzen insgesamt fünf **Zentrale Versorgungsbereiche** definiert, welche im Folgenden kurz beschrieben und ihre Entwicklungsperspektiven aufgezeigt werden:

*Hauptzentrum:* stadtgebietsweite und überörtliche Versorgungsfunktion

- Laatzen-Mitte

*Nebenzentrum*

- Alt-Laatzen

*Nahversorgungszentren (NVZ):* überwiegend Nahversorgungsfunktion

- Am Kamp
- Schubertweg
- Marktzentrum Rethen

Im Rahmen der Einzelhandelsanalyse hat die CIMA sämtliche Einzelhandels- und Nahversorgungsstandorte der Stadt Laatzen (vgl. Abb. 43) bewertet. Die nachfolgenden Standorte übernehmen zwar ebenfalls wichtige Versorgungsfunktionen für einzelne Ortsteile oder das gesamte Stadtgebiet, erfüllen jedoch nicht die unter Kap. 4.2 genannten Kriterien für Zentrale Versorgungsbereiche:

*Fachmarkt-/ Sonderstandorte:*

- Sonderstandort Kaufland (Alt-Laatzen)
- Fachmarktstandort Rethen-Nord (Rethen)

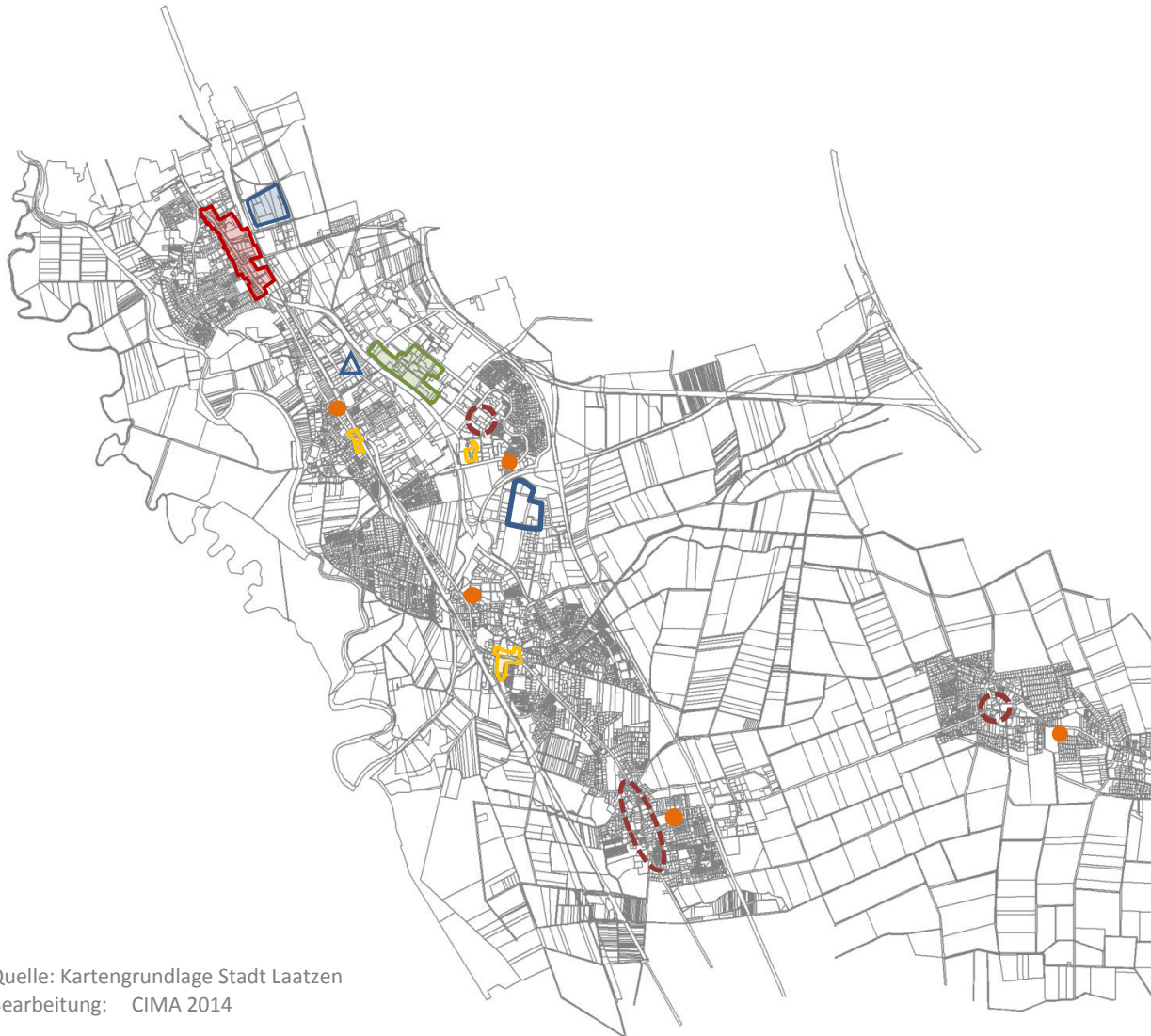
*Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion:*








- Hildesheimer Straße (Gleidingen)
- Lange Weihe (Laatzen-Mitte)
- Rotdornallee (Ingeln-Oesselse)

*Solitäre Nahversorgungsstandorte:*

- Aldi, Hildesheimer Straße
- Edeka, Hösselgraben (Ingeln-Oesselse)
- Netto, Lange Weihe (Laatzen-Mitte)
- Netto, Pattenser Straße (Rethen)
- Penny, Oesselser Straße (Gleidingen)

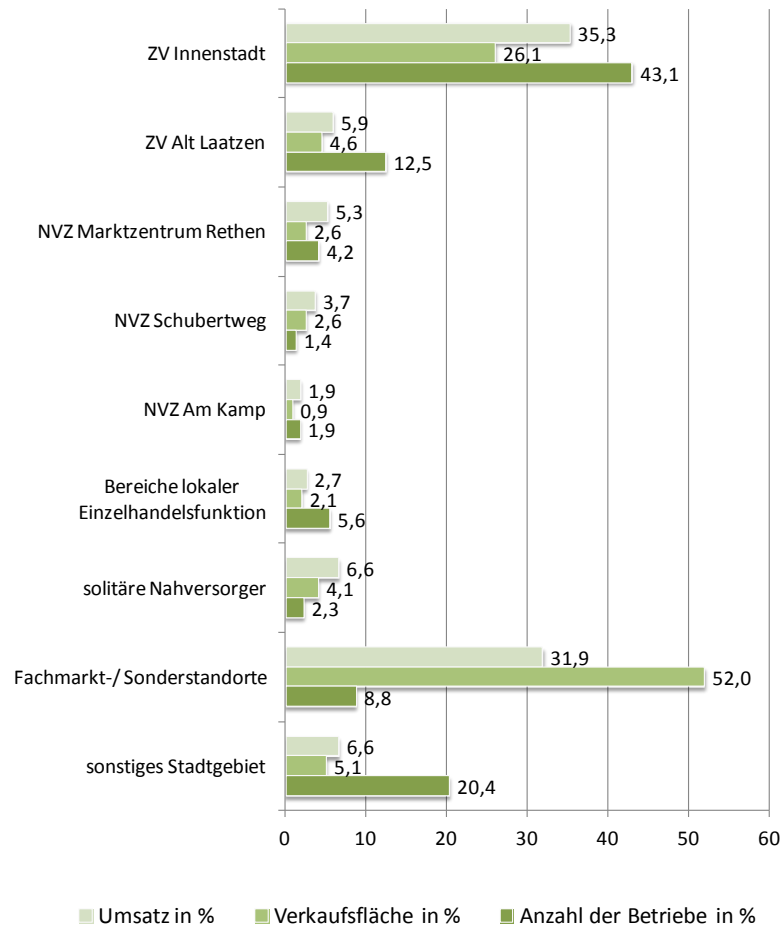
Abb. 16: Übersicht der Einzelhandelslagen in Laatzen



-  **Hauptzentrum**
  - ZV „Laatzen Mitte“
-  **Nebenzentrum**
  - ZV „Alt Laatzen“
-  **Nahversorgungszentren**
  - NVZ „Am Kamp“ (Grasdorf)
  - NVZ „Schubertweg“ (Laatzen Mitte)
  - NVZ „Marktzentrum Rethen“ (Rethen)
-  **Fachmarkt-/Sonderstandorte**
  - Sonderstandort Kaufland (Alt Laatzen)
  - Fachmarktstandort Rethen Nord (Rethen)
-  **Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion**
  - Hildesheimer Straße (Gleidingen)
  - Lange Weihe (Laatzen Mitte)
  - Rotdornallee (Ingeln-Oesselse)
-  **Solitäre Nahversorgungsstandorte**
  - Aldi, Hildesheimer Straße (Grasdorf)
  - Edeka, Hösselgraben (Ingeln-Oesselse)
  - Netto, Lange Weihe (Laatzen Mitte)
  - Netto, Pattenser Straße (Rethen)
  - Penny, Oesselser Straße (Gleidingen)
-  **Fachmarktstandort (großflächig) in funktionalem Zusammenhang mit dem Hauptzentrum**
  - Bauhaus (in Planung), Würzburger Straße

Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen  
Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 17: Einzelhandelslagen der Stadt Laatzen im Vergleich



Quelle: CIMA 2014

Der Vergleich der verschiedenen Einzelhandelslagen in Laatzen zeigt folgende Erkenntnisse:

- Im Zentralen Versorgungsbereich Laatzen-Mitte sind fast die Hälfte der Laatzener Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Diese erwirtschaften 35,3 % des gesamtstädtischen Umsatzes. Mit 26,1 % der Verkaufsfläche weist der ZV Laatzen-Mitte in dieser Kategorie allerdings nur den zweithöchsten Wert aller Einzelhandelslagen auf – nach den Fachmarkt- und Sonderstandorten.
- Das Nebenzentrum Alt-Laatzen weist im Vergleich zum Hauptzentrum nur sehr geringe Werte auf. Trotzdem sind hier 12,5 % der Laatzener Einzelhandelsbetriebe ansässig. Ein großer Teil der hier ansässigen Betriebe ist dem Dienstleistungssektor zuzuordnen.
- Die drei Nahversorgungszentren weisen bezüglich Umsatz, Verkaufsfläche und Anzahl der Betriebe jeweils nur sehr geringe Werte auf. Trotzdem erfüllen sie für die umliegenden Wohngebiete eine wichtige Versorgungsfunktion. Ähnliches gilt für die Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion sowie die solitären Nahversorger.
- Die Fachmarkt- und Sonderstandorte erwirtschaften 31,9 % des Laatzener Einzelhandelsumsatzes. Die dafür benötigte Verkaufsfläche ist mit einem Anteil von 52,0 % deutlich höher als im Hauptzentrum, was auf eine insgesamt geringere Flächenproduktivität (insbesondere bei den Betrieben im Gewerbegebiet Rethen Nord) hinweist.
- Im sonstigen Stadtgebiet sind zwar ca. ein Fünftel der Laatzener Betriebe ansässig, diese vereinen jedoch einen deutlich geringeren Anteil an Verkaufsfläche und Umsatz auf sich. Es handelt sich vorwiegend um Lebensmittelhandwerk, Kioske, Floristikgeschäfte, Apotheken, Tankstellen u.ä. .

### 4.3.1 Hauptzentrum Laatzen-Mitte

Den Schwerpunkt des Zentralen Versorgungsbereiches Laatzen-Mitte bildet das Leine-Center mit umfassendem Einzelhandels-, Dienstleistungs- sowie Gastronomiebesatz. Südöstlich grenzen die Laatzen Arcaden mit ergänzenden Anbietern an. Weitere Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung etc.) befinden sich an der Würzburger Straße, der Albert-Schweizer-Straße sowie dem Markt-platz. Da es sich bei dem Zentralen Versorgungsbereich Laatzen-Mitte um die größte und bedeutsamste Einzelhandelsagglomeration im Stadtgebiets Laatzens handelt, kommt ihm die Funktion des Hauptzentrums zu.

Abb. 18: Eckdaten Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte

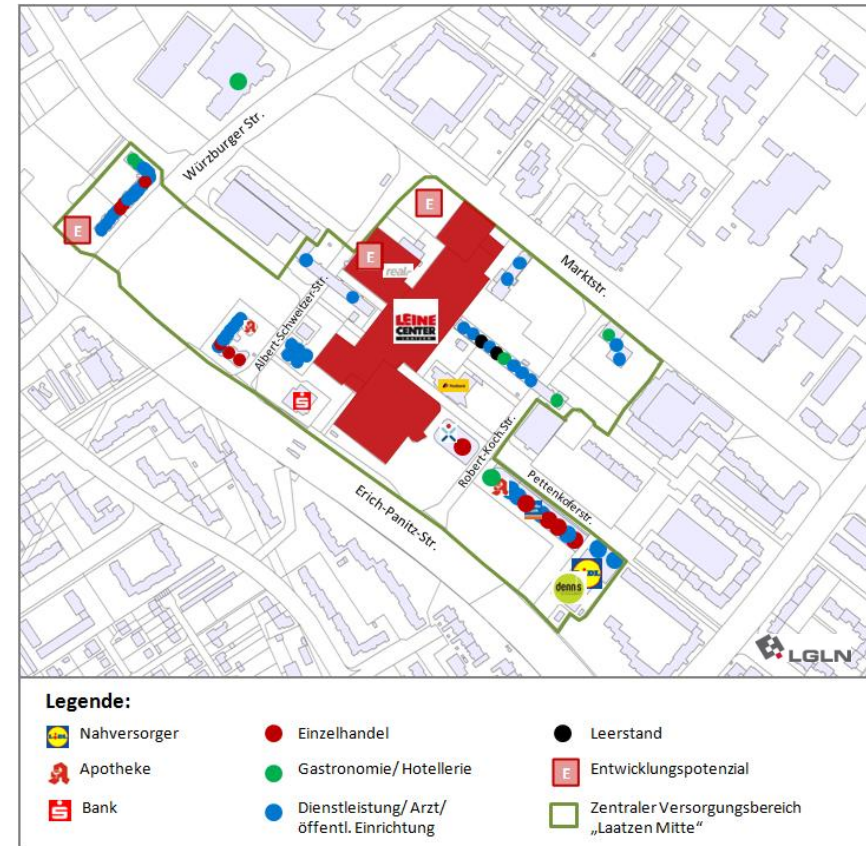
	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>23</b>	<b>4.125</b>	<b>25,9</b>
davon Lebensmittel	11	1.930	12,8
<b>aperiodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>70</b>	<b>22.140</b>	<b>73,1</b>
davon zentrenrelevant	62	19.460	59,1
<b>gesamt</b>	<b>93</b>	<b>26.265</b>	<b>99,0</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

In Laatzen-Mitte befinden sich insgesamt 43,1 % aller gesamtstädtischen Einzelhandelsbetriebe. Diese erwirtschaften auf 26.265 qm Verkaufsfläche einen Anteil von 35,4 % am gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatz. Dabei bildet das Leine-Center mit seinem umfassenden Besatz den maßgeblichen Schwerpunkt. Südöstlich schließen sich die Laatzen-Arcaden mit Lidl und denn's als Nahversorger am Standort an. Aus Kundensicht bilden diese beiden Bereiche jedoch im Wesentlichen einen gemeinsamen Standort.

CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Abb. 19: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte



Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014, Schematische Darstellung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Der gesamte Bereich Laatzen-Mitte zeichnet sich durch großzügige und kostenlose Parkmöglichkeiten „direkt vor der Tür“ aus. Zu einem Großteil ist der Bereich attraktiv gestaltet (u.a. Bereich Sparkasse/ Leine Vorplatz). Allerdings ist das Erscheinungsbild im östlichen Bereich des Leine-Centers eher unattraktiv.

In **Ergänzung der Einzelhandelsnutzungen** sind zahlreiche Dienstleister (z.B. Ärzte, Friseure, Reisebüros, Kreditinstitute etc.) sowie verschiedene gastronomische Angebote (Restaurants, Cafés etc.) vorhanden – v.a. westlich sowie östlich des Centers (östlich z.T. erheblicher Aufwertungsbedarf).

Im **periodischen Bedarfsbereich** stellen die Anbieter in den Laatzen-Arcaden die wichtigsten Frequenzbringer des Bereich Laatzen-Mitte dar. Der Lebensmitteldiscounter Lidl und der Biomarkt denn's fungieren hier als Nahversorger. Ergänzt wird das Angebot durch kleinteiligen Besatz, der insbesondere im Leine-Center vorzufinden ist. Dazu zählen z.B. Bäcker, Fleischer oder Lebensmittelspezial- sowie Feinkostgeschäfte.

Im Juli 2014 hat das SB-Warenhaus real, das im Leine-Center ansässig war, geschlossen und wurde daher in der Analyse nicht mehr berücksichtigt. Es ist davon auszugehen, dass die Schließung des real im Hinblick auf die Versorgungssituation zum überwiegenden Teil von den anderen Anbietern in Laatzen kompensiert werden wird.

**Abb. 20: Nahversorger im Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte (Laatzen-Arcaden)**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

**Abb. 21: Leine-Center im Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Drogerie- und Parfümeriewaren werden im Hauptsortiment von vier Anbietern vorgehalten, die im Leine-Center angesiedelt sind. Dabei handelt es sich um einen Rossmann- sowie einen dm-Drogeriemarkt. Außerdem sind eine Parfümerie Douglas sowie der Anbieter Cosmo-Haarpflege im Center vertreten. Das Sortiment Schnittblumen halten drei im Zentralen Versorgungsbereich ansässige Betriebe vor. Zeitschriften bieten zwei Kioske im Hauptsortiment an.

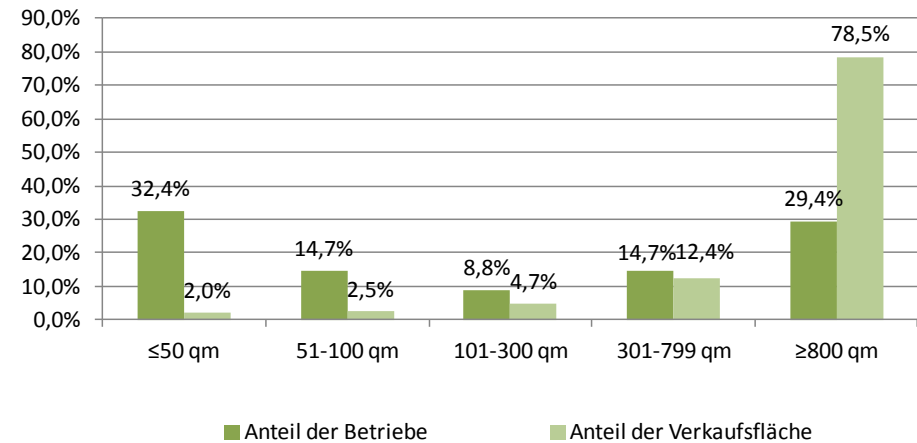
Mit 4.125 qm Verkaufsfläche ist aktuell – trotz der Schließung des real-Marktes – ein umfassendes Angebot an Waren des periodischen Bedarfs vorhanden.

Der **aperiodische Bedarf** setzt sich aus einer Vielzahl unterschiedlicher Betriebe zusammen, bei denen es sich überwiegend um überregional agierende Filialisten handelt. Dabei sind Angebote aus nahezu allen Branchenbereichen vorzufinden. Von den insgesamt 22.140 qm Verkaufsfläche entfallen rd. 88 % auf zentrenrelevante Sortimente. Der Schwerpunkt des Angebots liegt mit 12.100 qm Verkaufsfläche auf der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche. Auch Schuhe/ Lederwaren (2.985 qm) sowie Elektroartikel/ Foto/ Unterhaltungselektronik (2.100 qm) sind stark vertretene Warengruppen.

Größter Anbieter von Waren des aperiodischen Bedarfs und bedeutender Kundenmagnet ist das Bekleidungskaufhaus C&A im Leine-Center. Im Leine-Center und den Laatzen-Arcaden sind sechs weitere Betriebe mit Verkaufsflächen über 800 qm ansässig: Expert, H&M, Woolworth, Spiele Max, Dänisches Bettenlager und Adler.

Alle weiteren Betriebe im aperiodischen Bedarfsbereich verfügen zwar über weniger als 800 qm Verkaufsfläche. Insgesamt ist der Anteil der größeren und großen Verkaufsflächen (>300 qm) mit 44 % deutlich größer als im Allgemeinen für Hauptzentren üblich. Dies liegt im Wesentlichen daran, dass es sich hier nicht um eine historisch gewachsene Innenstadt, sondern um einen in den 70 er Jahren sozusagen am Reißbrett entwickelten Stadtteil mit dem Leine-Center als Zentrum handelt. So hat dieser Bereich den Vorteil, nicht mit den für klassische Innenstädte typischen kleinteiligen Strukturen kämpfen zu müssen.

Abb. 22: Größenklassenstruktur im Zentraler Versorgungsbereich Laatzen-Mitte



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Mit der Schließung des real-Marktes im Juli 2014 eröffnen sich auch Entwicklungschancen für den Standort Leine-Center (Potenzialfläche). Die Frage einer adäquaten Nachbesetzung sollte allerdings zeitnah beantwortet werden. Derzeit erscheint eine Nachnutzung des Erdgeschosses durch einen ca. 3.000 qm großen Rewe wahrscheinlich. Sollte dieser realisiert werden, erleichtert dies sicherlich auch die Suche nach Mietern für das Obergeschoss. Im Umfeld des Leine-Centers sind weiterhin im Rahmen des Bund-Länder-Programms „Soziale Stadt“ u.a. die Umgestaltung des Bereichs Marktplatz und eine Optimierung der Wegebeziehungen vorgesehen.

### 4.3.2 Nebenzentrum Alt-Laatzen

Der Zentrale Versorgungsbereich Alt-Laatzen erstreckt sich maßgeblich entlang der Hildesheimer Straße (inkl. Teilbereiche der Nebenstraßen). Im Süden reicht er bis zur Straße Am Brocksberg, im Norden bis zum Margeritenweg. Der Zentrale Versorgungsbereich Alt-Laatzen ist als Nebenzentrum klassifiziert, nimmt er doch eine deutlich untergeordnete Rolle in der Laatzenener Einzelhandelslandschaft ein (lediglich 4,6 % der Verkaufsflächen).

Der Zentrale Versorgungsbereich Alt-Laatzen ist sehr weitläufig und weist einen recht lückenhaften Besitz auf, der sich aus Einzelhandels-, Dienstleistungs- sowie Gastronomiebetrieben zusammensetzt und häufig von Wohnbebauung, Gewerbeflächen o.ä. unterbrochen wird. Der Besitz ist mit Ausnahme des Turm Centers überwiegend durch inhabergeführte Betriebe geprägt, fällt jedoch im Gesamteindruck qualitativ gegenüber dem Zentralen Versorgungsbereich Laatzen-Mitte ab. Hinzu kommt, dass die Einzelhandelsnutzungen an der Hildesheimer Straße deutlich in der Unterzahl sind, so dass hier letztlich auch keine „Bummel-Atmosphäre“ entsteht. Dem entgegen stehen auch die hohe Verkehrsbelastung, die wenigen Querungsmöglichkeiten über die durch die Stadtbahntrasse baulich getrennten zweistreifigen Richtungsfahrbahnen der Hildesheimer Straße sowie das wenig ansprechende Straßenbild. Zeitgemäße Wohn- und Geschäftshäuser sind in der Unterzahl. Viele Gebäude weisen einen mehr oder weniger starken Instandhaltungsrückstau auf oder sind in ihrer Architektur sehr zweckbetont.

Am Turm Center, das sich nördlich der Kreuzung Hildesheimer Straße/ Münchener Straße befindet, ist ein Netto-Discounter als einziger vollwertiger Nahversorger im ZV Alt-Laatzen ansässig. Hier finden sich weiterhin eine Bäckerei, ein Rossmann Drogeriemarkt, Tedi, Kik, FairKauf, Fressnapf und ein Matratzen Concord. Die Parkplatzsituation in diesem Bereich ist als durchaus angespannt zu bezeichnen.

Abb. 23: Impressionen aus dem Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzen



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014



Im gesamten Bereich finden sich Leerstände, die sich jedoch v.a. im nördlichen Bereich konzentrieren. Der Leerstand im ehemaligen Autohaus im südlichen Bereich ist sicher nicht zu den klassischen Ladenleerständen zu zählen, fällt jedoch aufgrund seiner Größe besonders ins Auge. Um den Abwärtstrend entlang der Hildesheimer Straße aufzuhalten, bedarf es nach Ansicht der CIMA eines organisierten Flächenmanagements (siehe Kap. 8) sowie Anreize zur Renovierung und Modernisierung des Immobilienbestandes.

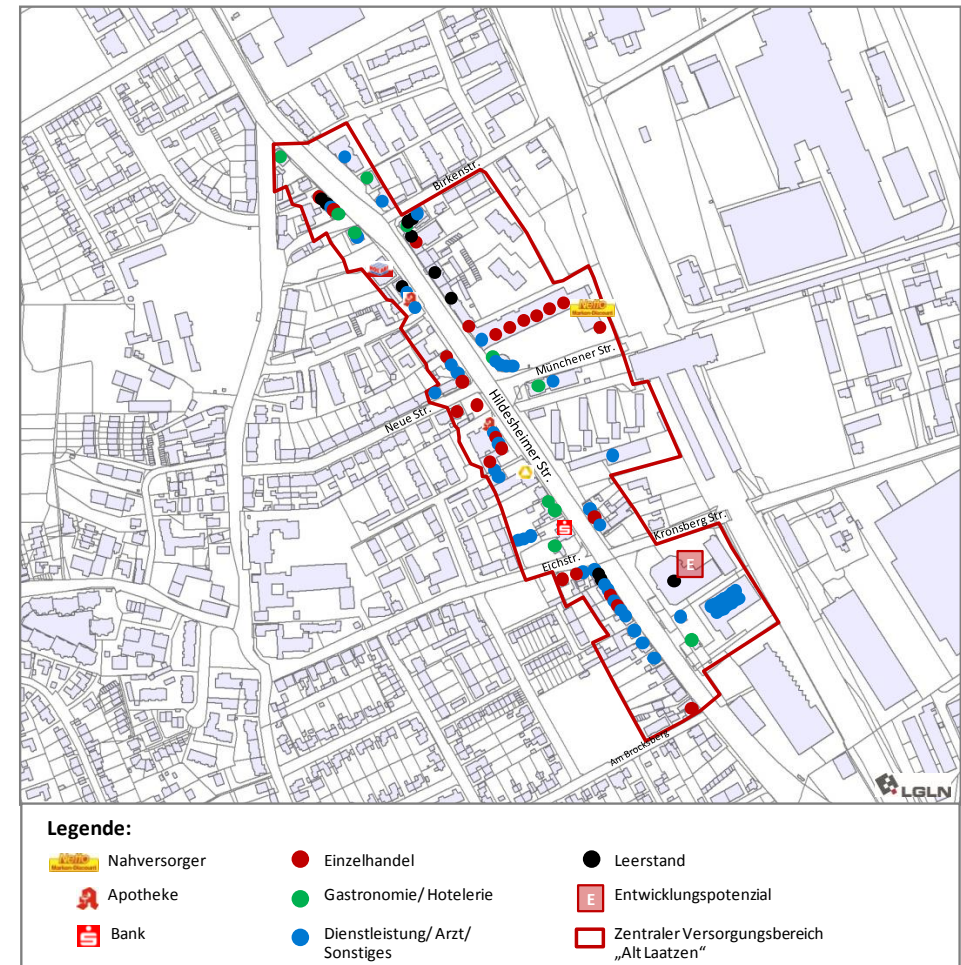
Der Vermietbarkeit an Filialisten sind hier leider enge Grenzen gesetzt. In Laatzen selbst sowie auch im benachbarten Hannover sind aus Betreibersicht deutlich attraktivere Standorte verfügbar, mit denen die Hildesheimer Straße aus o.g. Gründen nicht konkurrieren kann. Es wird daher darauf ankommen, weitere Angebote abseits des filialisierten Einzelhandels anzusiedeln, die hier in weiten Teilen auch schon die Regel sind. Hinsichtlich des Preisniveaus ist das discount- oder konsumgeprägte Segment realistisch. Nach Möglichkeit sollte das niedrigste Niveau aber nur vereinzelt zum Zuge kommen. Als Folge der begrenzten Attraktivität als Einzelhandelsstandort sind Rückgänge bei der Höhe der erzielbaren Mieten anzunehmen. Verschiedentlich wurden auch in Alt-Laatzen überzogene Mietforderungen als Ursache für langfristige Leerstände angenommen. Ein Gewerbemietpreisspiegel kann die Diskussion hierüber durchaus versachlichen.

Abb. 24: Eckdaten Zentraler Versorgungsbereich Alt-Laatzen

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>14</b>	<b>2.005</b>	<b>11,2</b>
davon Lebensmittel	6	1.375	5,7
<b>aperiodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>13</b>	<b>2.590</b>	<b>5,5</b>
davon zentrenrelevant	6	1.390	2,2
<b>gesamt</b>	<b>27</b>	<b>4.595</b>	<b>16,6</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Abb. 25: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Alt-Laatzen



Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014, Schematische Darstellung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Die Fläche des ehemaligen Autohauses nimmt innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches eine Sonderrolle ein. Sie befindet sich an der vielfrequentierten Kreuzung Hildesheimer Straße/Kronsbergstraße und stellt mit mehr als 6.000 qm eine große Potenzialfläche dar. Da eine Fortführung der bisherigen Nutzung eher unwahrscheinlich ist, sollte in enger Abstimmung mit dem Eigentümer eine möglichst zeitnahe Neustrukturierung des Areals angestrebt werden.

Eine intensivere Kommunikation der vorhandenen Parkplätze im gesamten Zentralen Versorgungsbereich kann zusätzlich dazu beitragen, die gefühlte Erreichbarkeit für die Kunden zu verbessern. Hinsichtlich einer Verringerung der Barrierewirkung der Hildesheimer Straße und der Stadtbahntrasse für Fußgänger und Radfahrer gibt es aus baulichen Gründen dagegen kaum Möglichkeiten.

### 4.3.3 Nahversorgungszentrum Am Kamp (ZV)

Das Nahversorgungszentrum Am Kamp erstreckt sich entlang der Hildesheimer Straße bzw. der Straße Am Kamp. In seiner Versorgungsfunktion ist dieser Bereich maßgeblich für direkt angrenzendes Wohngebiet. In seinem Besitz ist er sehr eingeschränkt: Neben dem Lebensmittelmarkt Markant sind hier nur eine Bäckerei, eine Apotheke und ein Kiosk sowie ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe angesiedelt. Somit werden im Hauptsortiment ausschließlich Güter des periodischen Bedarfsbereiches vorgehalten.

Der Markt verfügt mit knapp 800 qm über eine für einen Vollsortimenter unterdurchschnittliche Verkaufsfläche, wobei die Erweiterungsmöglichkeiten durch die baulichen Gegebenheiten im Umfeld eingeschränkt sind. Auch die Stellplatzfläche ist relativ beengt und vergleichsweise stark ausgelastet.

Flächenmäßig sind im Nahversorgungszentrum Am Kamp allerdings keine größeren Entwicklungspotenziale erkennbar. Somit ist aktuell kaum eine quantitative Entwicklung möglich; der Fokus sollte somit auf der qualitativen Entwicklung liegen.

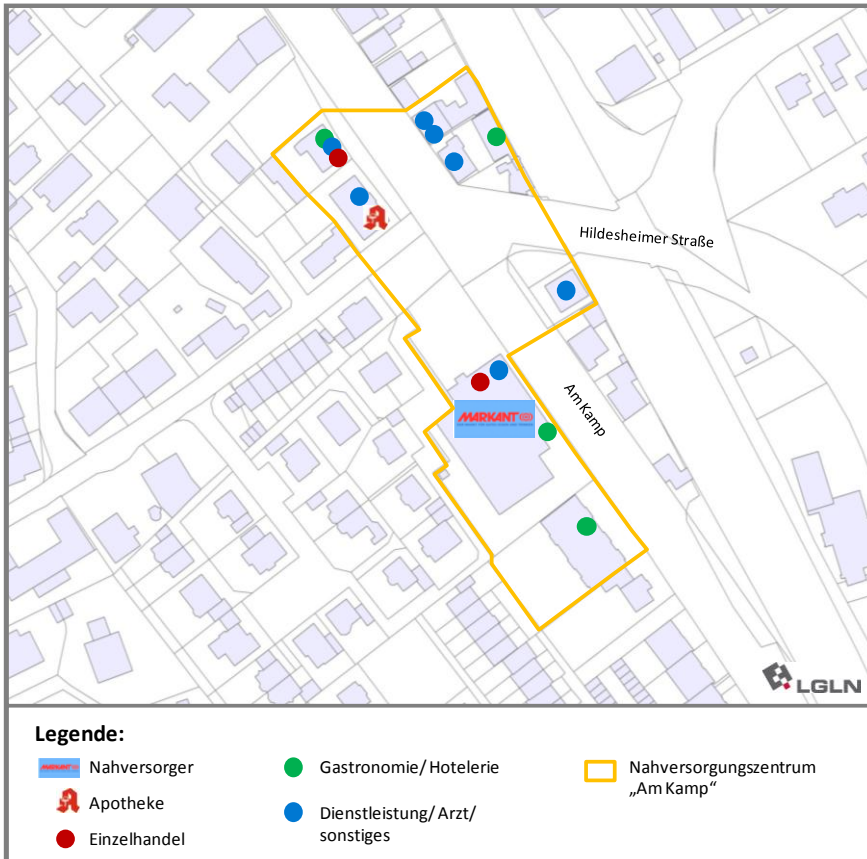
Abb. 26: Eckdaten Nahversorgungszentrum Am Kamp

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>4</b>	<b>880</b>	<b>5,3</b>
davon Lebensmittel	2	710	***
<b>aperiodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0,0</b>
davon zentrenrelevant	0	10	0,0
<b>gesamt</b>	<b>4</b>	<b>910</b>	<b>5,3</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

\*\*\* Datenschutz, Darstellung erst ab drei Betrieben

Abb. 27: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Am Kamp



Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014, Schematische Darstellung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Abb. 28: Einzelhandelbesatz am Nahversorgungszentrum Am Kamp



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

#### 4.3.4 Nahversorgungszentrum Schubertweg (ZV)

Das Nahversorgungszentrum Schubertweg liegt im Stadtteil Laatzen-Mitte. Dieses wird gesäumt von der Erich-Panitz-Straße, der Straße Lange Weihe sowie dem Schubertweg. Es handelt sich dabei um einen attraktiven, modernen Koppelstandort mit Penny und Rewe inkl. Bäckerei (zzgl. Gastro-Bereich), zu dem eine großzügige Stellplatzanlage gehört. Ihre Lage an der Erich-Panitz-Straße bietet für PKW-Kunden eine gute Erreichbarkeit. Direkt angrenzend befindet sich ein Facharztzentrum und ergänzender Dienstleistungsbesatz in Form eines Friseursalons/ Nagelstudios und eines Versicherungsbüros.

Der Standort erfüllt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die direkt angrenzenden Wohngebiete inkl. Seniorenwohnanlage, die im Norden an das Nahversorgungszentrum angrenzt.

Abb. 29: Eckdaten Nahversorgungszentrum Schubertweg

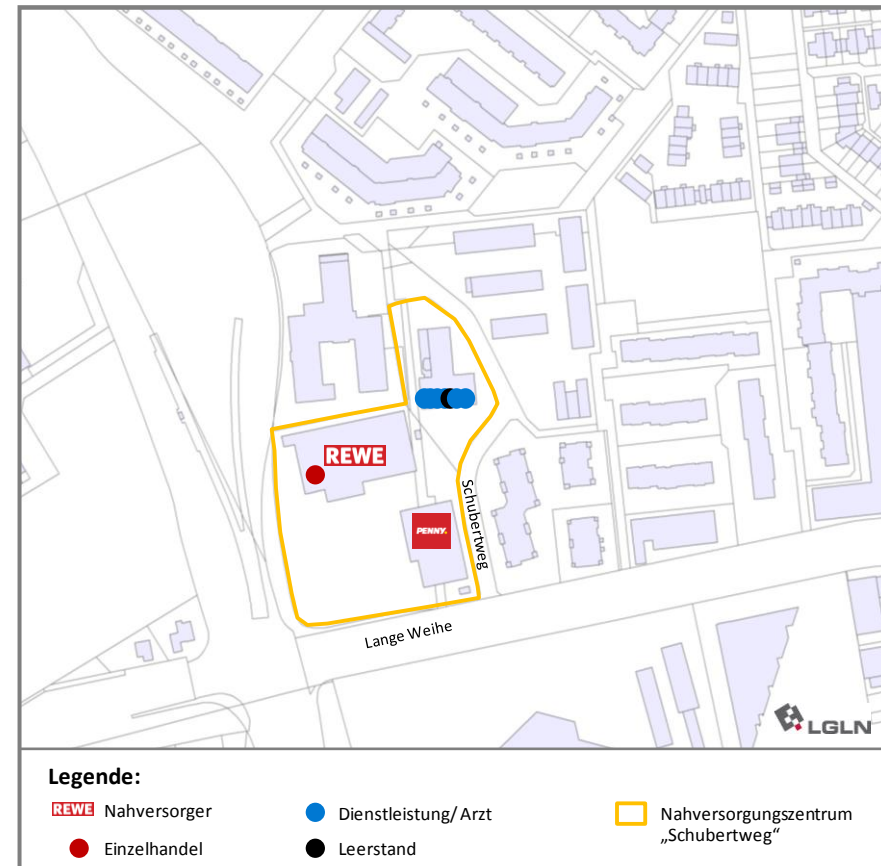
	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>3</b>	<b>2.445</b>	<b>***</b>
davon Lebensmittel	3	2.210	***
<b>aperiodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>0</b>	<b>195</b>	<b>0,0</b>
davon zentrenrelevant	0	135	0,0
<b>gesamt</b>	<b>3</b>	<b>2.640</b>	<b>***</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

\*\*\* Datenschutz, Darstellung erst ab drei Betrieben (auch zu Gunsten einer Gesamtsumme)

Grundsätzlich besteht in diesem Bereich gewisser Optimierungsbedarf bei der Begrünung und Gestaltung. Der Leerstand in der Ladenzeile könnte in Anlehnung an die vorhandenen Nutzungen gezielt durch eine Apotheke oder ein Sanitätshaus nachbesetzt werden.

Abb. 30: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Schubertweg



Quelle:

Kartengrundlage Stadt Laatzen

Bearbeitung:

CIMA Beratung + Management GmbH 2014, Schematische Darstellung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Abb. 31: Einzelhandelsbesatz Nahversorgungszentrum Schubertweg



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

#### 4.3.5 Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen (ZV)

Im Süden des Laatzener Stadtgebietes liegt das Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen. Das Nahversorgungszentrum umfasst die Zuckerstraße sowie Teile der Hildesheimer Straße und der Straße zur Sehlwiese und erfüllt eine herausgehobene Versorgungsfunktion für Rethen.

Bedeutendste Betriebe sind die beiden Nahversorger Aldi und Edeka, die einen Koppelstandort mit gemeinsamer Stellplatzanlage bilden. Der Aldi-Markt entspricht in seinem aktuellen Zustand nicht den Anforderungen an einen modernen, wettbewerbsfähigen Discounter. Edeka hingegen ist grundsätzlich gut am Markt positioniert, weist jedoch in Nuancen ebenfalls Modernisierungsbedarf auf. Die gemeinsame Stellfläche ist häufig stark ausgelastet und könnte insgesamt großzügiger angelegt sein. Der Standort wird durch weitere kleinteilige Einzelhandelsangebote sowie Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt. In der östlich an den Aldi-Markt anschließenden Ladenzeile sind allerdings auffällig viele Leerstände zu verzeichnen.

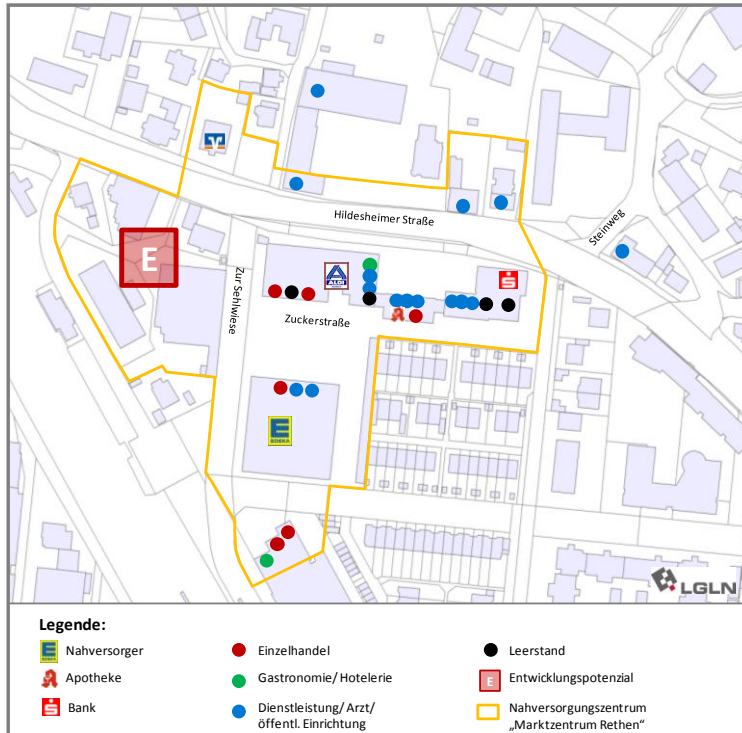
Abb. 32: Eckdaten Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>8</b>	<b>2.260</b>	<b>13,6</b>
davon Lebensmittel	6	1.875	10,6
<b>aperiodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>1</b>	<b>355</b>	<b>***</b>
davon zentrenrelevant	1	280	***
<b>gesamt</b>	<b>9</b>	<b>2.615</b>	<b>14,8</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

\*\*\* Datenschutz, Darstellung erst ab drei Betrieben (auch zu Gunsten einer Gesamtsumme)

Abb. 33: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen



Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014, Schematische Darstellung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Direkt westlich angrenzend befindet sich eine Entwicklungsfläche, die optimal für Neupositionierung des Aldi geeignet wäre. Eine Neustrukturierung des gesamten Standortes ist bereits geplant. Unabdingbar für den Fortbestand des Nahversorgungszentrums ist in diesem Fall eine adäquate Nachbesetzung des Aldi-Altstandortes (derzeit ist ein Drogeriemarkt vorgesehen). Mit der Neupositionierung des Aldi-Marktes sollten auch Modernisierungsmaßnahmen des

Edeka-Marktes einhergehen. Durch die Attraktivierung des Nahversorgungszentrums sollte auch eine Vermarktung der Leerstände erleichtert werden.

Abb. 34: Einzelhandelsbesatz Nahversorgungszentrum Marktzentrum Rethen



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### 4.3.6 Sonderstandort EKZ Kaufland

Durchaus bedeutsam für die Nahversorgungsfunktion im sonstigen Laatzener Stadtgebiet ist der Sonderstandort Kaufland, der sich in nördlicher Randlage von Laatzen befindet und damit in unmittelbarer Nähe zu Hannover gelegen ist. Der Sonderstandort wird im Norden von der Augsburgur Straße begrenzt, im Osten von der Karlsruher Straße, im Süden von der Münchener Straße und im Westen von der Stuttgarter Straße. Der Standort gegenüber der Hannover Messe ist städtebaulich nicht integriert.

Die Fachmarkt-Agglomeration hat ihren Angebotsschwerpunkt im aperiodischen Bedarfsbereich. Der Besatz wird durch drei großflächige Betriebe bestimmt: Kaufland, Das Futterhaus und Decathlon. Decathlon und Kaufland sind durch einen Mall-Bereich miteinander verbunden, in dem sich ergänzende kleinteilige Geschäfte befinden (z.B. Bäckerei, Kiosk, Lebensmittelspezialitäten). Auch auf der der Karlsruher Straße zugewandten Seite finden sich weitere Gastronomische Betriebe sowie eine Tankstelle und ein Hotel.

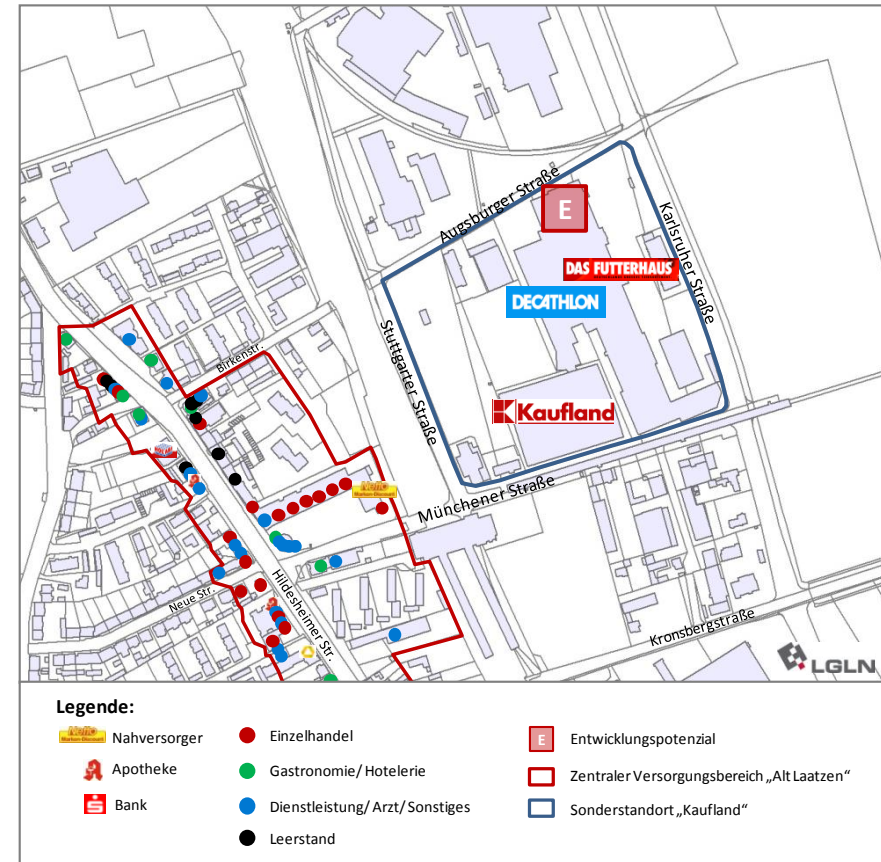
Abb. 35: Eckdaten Sonderstandort EKZ Kaufland

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>4</b>	<b>6.065</b>	<b>25,7</b>
davon Lebensmittel	2	5.455	***
<b>aperiodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>5</b>	<b>7.285</b>	9,9
davon zentrenrelevant	2	5.510	***
<b>gesamt</b>	<b>9</b>	<b>13.350</b>	<b>35,7</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

\*\*\* Datenschutz, Darstellung erst ab drei Betrieben (auch zu Gunsten einer Gesamtsumme)

Abb. 36: Abgrenzung Sonderstandort EKZ Kaufland



Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014, Schematische Darstellung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Die verkehrliche Erreichbarkeit und die Anfahrtsbedingungen an diesem Standort sind eher suboptimal, da sich ein großer Teil der Parkplätze – vor allem für die Kaufland-Kunden – nur von der Rückseite über die Augsburgers Straße anfahren lässt.

Eine leer stehende Teilfläche des ehemaligen Ratio birgt weitere Entwicklungspotenziale für diesen Standort. Allerdings kommen hier zum Schutz der Zentren nur nicht-zentrenrelevante Sortimente in Frage (weitere zentrenrelevante Sortimente sollen nur in begrenzter Form als Randsortimente zulässig sein). Schon jetzt ist der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente durch die umfangreichen Verkaufsflächen bei Decathlon und takko mit mehr als 5.500 qm relativ hoch. Decathlon ist mit seinem Angebot an Sportartikeln auf einer Fläche von mehreren Tausend Quadratmetern, abgesehen von Karstadt Sport und Sportscheck in Hannover, eine Ausnahmeerscheinung im Großraum Hannover.

**Abb. 37: Einzelhandelsbesatz Sonderstandort EKZ Kaufland**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

#### 4.3.7 Fachmarktstandort Rethen-Nord

Der Angebotsschwerpunkt des Fachmarktcenters Rethen-Nord liegt in der Warengruppe Möbel und Heimwerken. Magnetbetriebe sind zwei Möbelmärkte und ein Baumarkt, die ergänzt werden von weiterem kleinflächigem Einzelhandelsbesatz (u.a. Bäckerei, Tankstelle, Autohäuser) und Dienstleistungs- und gewerbegebietstypischer Besatz. Der Standort ist städtebaulich nicht integriert, die PKW-Erreichbarkeit ist durch die unmittelbare Lage an der B 6 und der B 443 als positiv zu bewerten.

Die Entwicklungschancen dieses Standortes liegen in einem weiteren Ausbau des Angebotsschwerpunktes Einrichtungs- und Heimwerkerbedarf (nicht-zentrenrelevante Sortimente).

**Abb. 38: Eckdaten Fachmarktstandort Rethen-Nord**

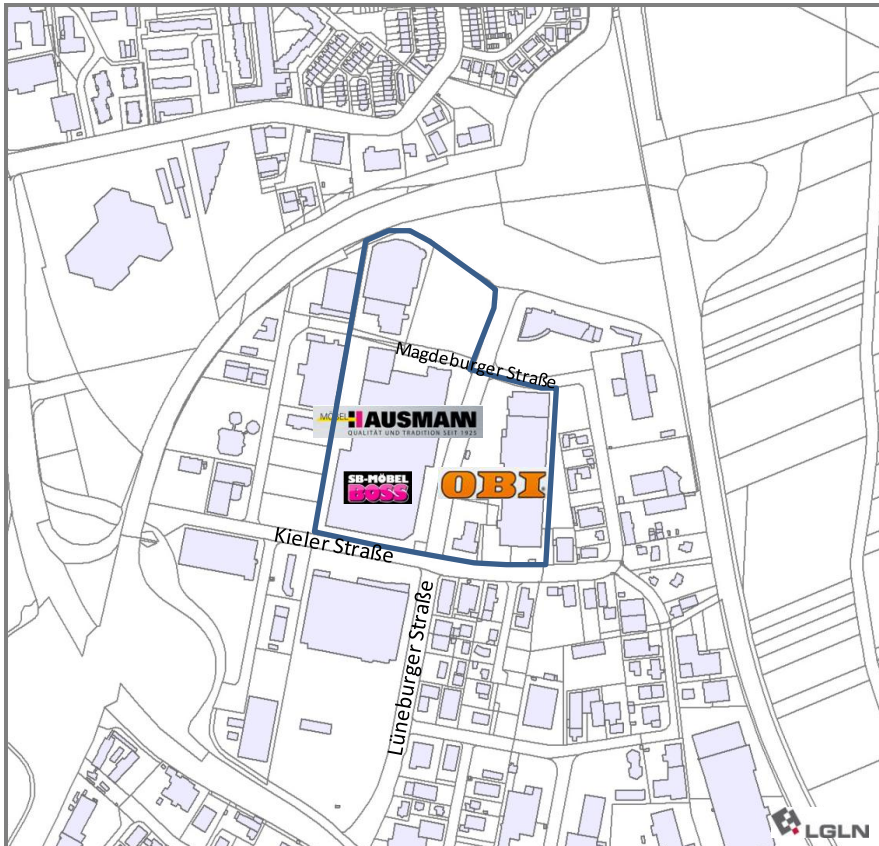
	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>2</b>	<b>210</b>	<b>***</b>
davon Lebensmittel	2	190	***
<b>aperiodischer Bedarf (gesamt)</b>	<b>6</b>	<b>38.740</b>	<b>52,5</b>
davon zentrenrelevant	0	2.750	0,0
<b>gesamt</b>	<b>8</b>	<b>38.950</b>	<b>53,4</b>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

\*\*\* Datenschutz, Darstellung erst ab drei Betrieben (auch zu Gunsten einer Gesamtsumme)



Abb. 39: Abgrenzung Fachmarktstandort Rethen-Nord



Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen  
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014, Schematische Darstellung, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Abb. 40: Einzelhandelsbesatz Fachmarktstandort Rethen-Nord



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

#### 4.3.8 Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion

Ergänzend gibt es im Stadtgebiet Laatzens weitere Standorte, die ebenfalls wichtige Versorgungsfunktionen für einzelne Ortsteile bzw. die direkt angrenzenden Wohngebiete (ergänzende Nahversorgungsfunktion), jedoch nicht die unter Kap. 4.2 genannten Kriterien für Zentrale Versorgungsbereiche erfüllen. Diese Standorte befinden sich meist in städtebaulich integrierter Lage und sind fußläufig an die Wohngebiete angebunden.

In Laatzen vorhandene Bereiche mit lokaler Einzelhandelsfunktion:

- Hildesheimer Straße (Gleidingen): u.a. mit Bäckerei, Apotheke, Kiosk, Schuhgeschäft, Möbelgeschäft, Dienstleister, Gastronomie
- Lange Weihe (Laatzen-Mitte): u.a. Mix Markt, Kiosk, Hermes Paketshop, Friseur, Gastronomie
- Rotdornallee (Ingeln-Oesselse): u.a. Bäckerei (auch zusätzliche Produkte der Nahversorgung im Sortiment), Poststelle, Apotheke

Grundsätzlich besteht die Möglichkeit einer nachträglichen Aufwertung zu einem Zentralen Versorgungsbereich. Dies erscheint aber zumindest für die Rotdornallee wenig realistisch.

Die Stadt Laatzen sollte Maßnahmen der Bestandssicherung ermöglichen, um die wohnortnahe Versorgungssituation zu erhalten. Die Nachnutzung vorhandener leer stehender Ladenlokale sollte v.a. durch kleinflächige zentren- und nahversorgungsrelevante Nutzungen in einer standortgerechten Dimensionierung angestrebt werden.

Abb. 41: Einzelhandelsbesatz Hildesheimer Straße (Gleidingen)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Abb. 42: Einzelhandelsbesatz Lange Weihe (Laatzen-Mitte)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Abb. 43: Einzelhandelsbesatz Rotdornallee (Ingeln-Oesselse)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Abb. 44: Netto, Pattenser Straße (Rethen)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### 4.3.9 Solitäre Nahversorgungsstandorte

In Laatzen finden sich derzeit folgende solitäre Nahversorgungsstandorte:

- **Aldi**, Hildesheimer Straße (Grasdorf)
- **Edeka**, Hösselgraben (Ingeln-Oesselse)
- **Netto**, Lange Weihe (Laatzen-Mitte)
- **Netto**, Pattenser Straße (Rethen)
- **Penny**, Oesselser Straße (Gleidingen)

In Ermangelung ergänzender Dienstleistungen und weiterer Einzelhandelsbetriebe und der teilweise fehlenden Nähe zur Wohnbevölkerung erfüllen diese Standorte nicht die Voraussetzungen für Zentrale Versorgungsbereiche. **Sie fallen somit nicht unter den besonderen Schutz nach § 34 Abs. 1 BauGB bzw. § 11 Abs. 3 BauNVO.**

Dennoch übernehmen sie grundsätzlich wichtige Nahversorgungsfunktionen und sollten nach Möglichkeit erhalten bleiben. Ein nachträglicher Ausbau zu einem Zentralen Versorgungsbereich durch Neuansiedlungen ist unter bestimmten Voraussetzungen möglich (siehe S. 61). Aktuell sollten Maßnahmen der Anpassung an die Marktbedingungen ermöglicht werden.

Abb. 45: Penny, Oesselser Straße (Gleidingen)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

## 5 BRANCHEN- UND ANSIEDLUNGSKONZEPT

Das Branchenkonzept für die Stadt Laatzen soll aufzeigen, in welchen Sortimenten bzw. Warengruppen noch Ansiedlungspotenziale bzw. Ansiedlungschancen bestehen. Das Ziel soll dabei die Steigerung der Kaufkraftbindung der Einwohner sein, für die dem Mittelzentrum Laatzen der Versorgungsauftrag zukommt. Gleichzeitig sollen anhand der Sortimentsliste Neuansiedlungen gezielt auf geeignete Standorte gelenkt werden.

### 5.1 Sortimentslisten

#### 5.1.1 Notwendigkeit von Sortimentslisten

Laut aktueller Rechtsprechung (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02.NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion des Ortszentrums“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen<sup>6</sup>. Der Ausschluss kann alle Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in der Innenstadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die Innenstadt von erheblicher Bedeutung ist. Laut Oberverwaltungsgericht müssen für einen solchen Ausschluss städtebauliche Gründe vorliegen. Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Oberverwaltungsgerichten gestellt werden, bedeuten jedoch auch, dass eine Begründung ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept nicht rechtssicher denkbar ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf den jeweiligen Ort angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die be-

sondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.

Auch der VGH Mannheim unterstreicht in dem Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05) noch einmal die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt eine Stadt mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelsortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die im Ortszentrum derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“<sup>7</sup>

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung bedeutet dies, dass der bloße Übertrag einer allgemeinen Sortimentsliste – Beispiel „Kieler Liste“ – auf die spezifische Situation innerhalb einer Kommune nicht zu empfehlen ist. Das macht aus Sicht der CIMA die Aufstellung einer auf die jeweilige Stadt angepassten kommunalen Sortimentsliste notwendig.

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

<sup>6</sup> Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 - 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an das Ortszentrum oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Stadt von dieser Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht.“

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

### 5.1.2 Laatzen Sortimentsliste

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

Eine besondere Stellung unter den zentrenrelevanten Sortimenten haben die **nahversorgungsrelevanten** Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf).

Als **zentrenrelevant** werden darüber hinaus die Sortimente bezeichnet, die

- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen (z.B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- „Erlebniseinkauf“ nach sich ziehen können
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen,
- vorwiegend in der Innenstadt angeboten werden und prägend für die Innenstadt sind sowie
- typischerweise als zentrenrelevant eingestuft werden (vgl. BAG-Sortimentsliste).

**Nicht-zentrenrelevante** Sortimente sind hingegen vor allem Sortimente,

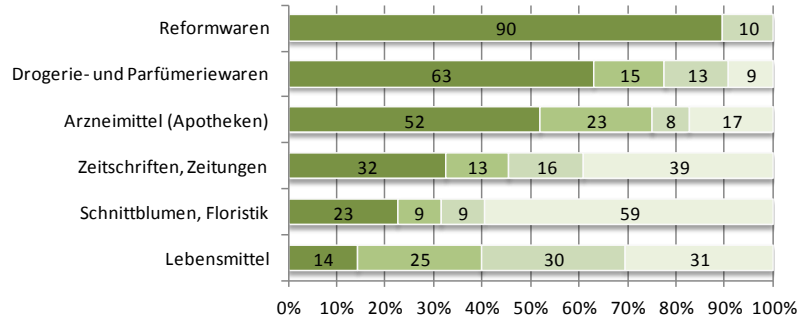
- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen und

- deren Kauf eher als Versorgungseinkauf und weniger als Erlebniseinkauf wahrgenommen wird.
- Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu den anderen Sortimenten (siehe oben) geringe Flächenproduktivität.

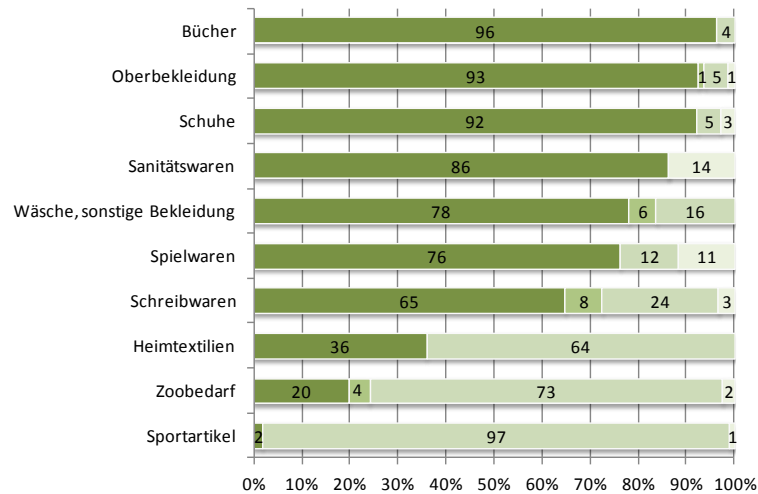
Von Bedeutung ist darüber hinaus, welche Sortimente vorwiegend in der Innenstadt der jeweiligen Kommune angeboten werden und welche Sortimente in der Regel an Fachmarkt-Standorten und in den Gewerbegebieten der jeweiligen Kommune zu finden sind. Die nachfolgenden Abbildungen geben hierzu einen Überblick. Die „Laatzen Liste“ der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente (vgl. Abb. 49) baut auf diesen Untersuchungsergebnissen auf.

Abb. 46: Verkaufsflächenanteile der verschiedenen Bedarfsbereiche differenziert nach Standorten (in %)

### Kurzfristiger (periodischer) Bedarf



### Mittelfristiger (aperiodischer) Bedarf



### Langfristiger (aperiodischer) Bedarf

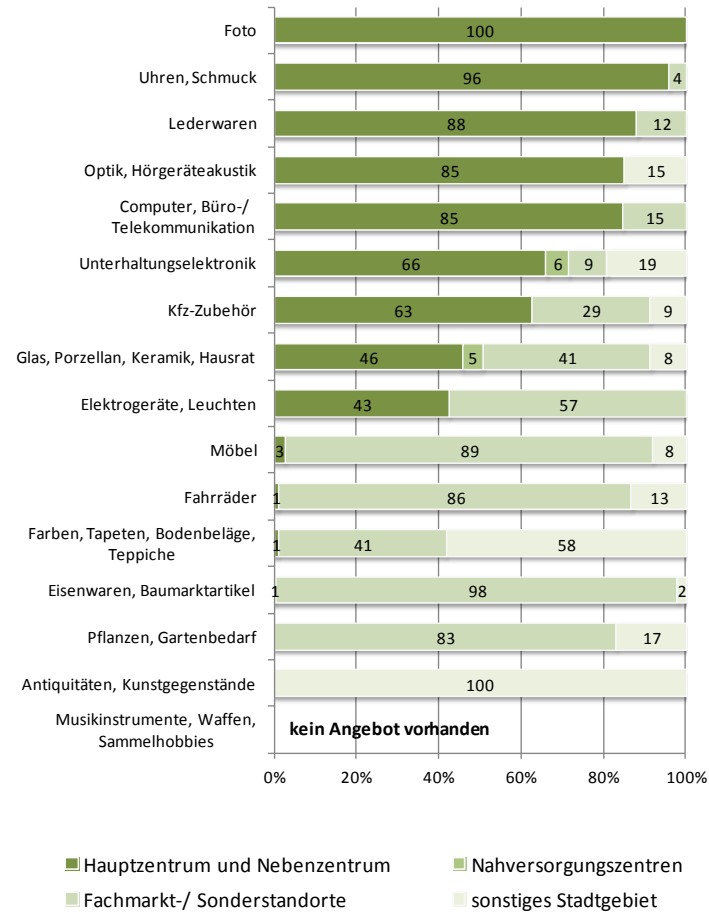


Abb. 47: Sortimentsliste Stadt Laatzen

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

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

#### Erklärungen zu den einzelnen Sortimenten

Einzelne Sortimente in der Laatzener Liste, die aus Sicht der CIMA besonders bedeutend sind oder einer spezifischen Abwägung bedürfen, ob sie als zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant bzw. nicht-zentrenrelevant einzuordnen sind, werden nachfolgend kurz erläutert.

Mit der steigenden Mobilität der Kunden und sich verändernden Betriebstypen hat sich auch das Einkaufsverhalten der Kunden in den letzten Jahren deutlich geändert. **Lebensmittel** und **Drogeriewaren (periodischer Bedarf)** werden heute sehr häufig in größeren Mengen z.B. ein Mal in der Woche mit dem (eigenen) Pkw eingekauft. Dabei spielt die unmittelbare Entfernung zum Wohnort („Nah-“ versorgung) nur noch eine untergeordnete Rolle. Gleichzeitig ist es stadtplanerisch wünschenswert, für die weniger mobilen Bevölkerungsschichten (Stichwort: Demographischer Wandel) eine wohnortnahe Grundversorgung sicherzustellen. Von daher ist es zu empfehlen, weiterhin städtebaulich integrierte Standorte als Nahversorgungsstandorte zu entwickeln. Die CIMA sieht die Sortimente des periodischen Bedarfsbereichs deshalb weiterhin als zentrenrelevant an. Um eine wohnortnahe Grundversorgung zu gewährleisten, sind aus Gutachtersicht unter Umständen jedoch auch Standorte außerhalb bestehender Zentren geeignet. Dabei sollte sich an folgenden Standortkriterien orientiert werden: Integrierte Lage, Nähe zu bestehenden Wohngebieten und ÖPNV-Anbindung. Die CIMA differenziert deshalb von den zentrenrelevanten Sortimenten zusätzlich die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Die Zuordnung von **Sportartikeln**, einem typischerweise zentrenrelevanten Sortiment, bedarf in Laatzen einer detaillierten Abwägung, denn lediglich 2 % der Verkaufsfläche sind derzeit im Haupt- und Nebenzentrum (als Randsortiment) zu finden. Der Hauptanbieter, der 97 % der Verkaufsfläche dieser Warengruppe auf sich vereint, ist der Fachmarkt decathlon am Sonderstandort EKZ Kaufland. Weitere Angebote beschränken sich auf einen spezialisierten Anbieter in Grasdorf. Dennoch erfüllt dieses Sortiment einen Großteil der allgemein üblichen Kriterien für zentrenrelevante Sortimente. Damit dieses Sor-

timent zukünftig seiner Bedeutung für die innerstädtischen Lagen wenigstens im Ansatz gerecht werden kann, wurde es trotz des derzeit geringen Verkaufsflächenanteils den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. **Sport-Großgeräte** hingegen zählen in Laatzen zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

In der Sortimentsgruppe **Heimtextilien** befinden sich nur etwa 36 % der Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Hier ist jedoch zu beachten, dass der hohe Verkaufsflächenanteil sonstiger Lagen im Wesentlichen durch die Randsortimente der Möbel- und Einrichtungsfachmärkte zustande kommt, wohingegen die Betriebe, die diese Sortimentsgruppe als Hauptsortiment führen, im Nebenzentrum Alt-Laatzen angesiedelt sind. Darüber hinaus entspricht das Sortiment im Wesentlichen den Kriterien für zentrenrelevante Sortimente und stellt eine sinnvolle Ergänzung der klassischen innerstädtischen Leitsortimente dar. Heimtextilien sollten deshalb den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Für **Sanitätswaren** lässt sich aus der Laatzener Angebotsstruktur mit lediglich einem Betrieb (mit Hauptsortiment) noch keine Zentrenrelevanz ableiten. Aufgrund seiner Eigenschaften, insbesondere dem geringen Flächenbedarf, kann das Sortiment jedoch als zentrenrelevant eingestuft werden. Aus Sicht der CIMA erscheint es zudem sinnvoll **Sanitätswaren** analog zu Drogerie- und Gesundheitsartikeln/ Apotheken zukünftig innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu konzentrieren. Für die vorhandenen Betriebe gilt dabei Bestandsschutz.

**Campingartikel** werden dagegen im Haupt- und Nebenzentrum von Laatzen nur mit Kleinartikeln (teilweise auch nur saisonal) angeboten. Es ist nicht erkennbar, dass diese Warengruppe eine Bedeutung für das Haupt- und Nebenzentrum von Laatzen besitzt. Auf der anderen Seite werden **Campingartikel** mittlerweile verstärkt in Baumärkten in nicht-integrierter Lage angeboten, sie wurden folglich den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.



Das Sortiment **Fahrräder** ist aufgrund der vorherrschenden Bestandssituation in Laatzen kaum bedeutend für die zentralen Versorgungsbereiche. Nur ein Betrieb vertreibt Fahrräder als Hauptsortiment (im sonstigen Stadtgebiet). Ansonsten werden Fahrräder lediglich als Randsortiment angeboten. Zur langfristigen Ermöglichung weiterer Ansiedlungen, die u. U. einen erhöhten Platzbedarf erfordern, wurden Fahrräder daher den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Die Einordnung des Sortiments **Großelektro (weiße Ware)** dürfte insbesondere wegen der Schwierigkeiten beim Transport unbestritten sein. Dieses Sortiment wurde deshalb den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Die Sortimente **Computer/ Telekommunikation, Elektroartikel** sowie **Unterhaltungselektronik** weisen dagegen durchaus zentrenrelevante Eigenschaften auf. Zudem befindet sich der Großteil der gesamtstädtischen Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Dementsprechend empfiehlt die CIMA, diese Sortimente als zentrenrelevant einzustufen.

Das Sortiment **Lampen und Leuchten** wird in Laatzen überwiegend im Gewerbegebiet Rethen-Nord in den Möbelhäusern und dem Baumarkt angeboten. In den Zentralen Versorgungsbereichen finden sich dagegen nur vereinzelte Randsortimente im geringen Umfang. Sowohl die gegenwärtige Verkaufsflächenverteilung als auch die Tatsache, dass von diesem Sortiment kaum Koppelungseffekte oder frequenzerzeugende Wirkungen ausgehen, spricht für eine Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

**Zoobedarf** (Tiernahrung und Heimtierbedarf) wird mittlerweile verstärkt in nicht-integrierten Lagen (neben Baumärkten auch Tierbedarf-Abholmärkte) sowie als Randsortimente in Lebensmittelmärkten angeboten. Das ist auch in Laatzen der Fall. Der Kunde kauft diese Artikel zwecks Bevorratung i.d.R. in größeren Mengen mit dem eigenen Pkw ein. Da aus Sicht der CIMA bei dieser Entwicklung (bezüglich der Standorte und Betriebstypen) zurzeit keine Umkehr zu erkennen ist, wurde **Zoobedarf** den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

**Antiquitäten und Kunstgegenstände** werden in Laatzen aktuell nicht in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten. Mit nur einem Betrieb ist hier zudem die ebenfalls geringe Anzahl an Anbietern mit Hauptsortiment zu beachten. Es handelt sich außerdem um ein Sortiment, das in vielen Fällen einen hohen Flächenbedarf erfordert, welcher in den zentralen Versorgungsbereichen nur bedingt vorhanden ist. Antiquitäten und Kunstgegenstände werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

## 5.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien sind verschiedene Einzelhandelsschwerpunkte zu differenzieren (vgl. Abb. 47). Für die drei Säulen der Einzelhandelsentwicklung (Innenstadt/ Nahversorgung/ sonstiger Einzelhandel) ergeben sich dabei die folgenden strategischen Aussagen:

### Haupt- und Nebenzentrum

- Das Hauptzentrum Laatzen-Mitte sollte auch zukünftig den Schwerpunkt des zentrenrelevanten Einzelhandels darstellen. Zur Sicherung der Attraktivität des Leine-Centers sollte die Nachbesetzung des durch die Real-Schließung entstandenen Leerstands im Vordergrund stehen.
- Aufhalten des Abwärtstrends im Nebenzentrum Alt-Laatzen durch verstärkte Ansiedlungsbemühungen (v.a. mit zentrenrelevanten Sortimenten) und Maßnahmen zur Attraktivierung der Einzelhandelslage

### Nahversorgungszentren

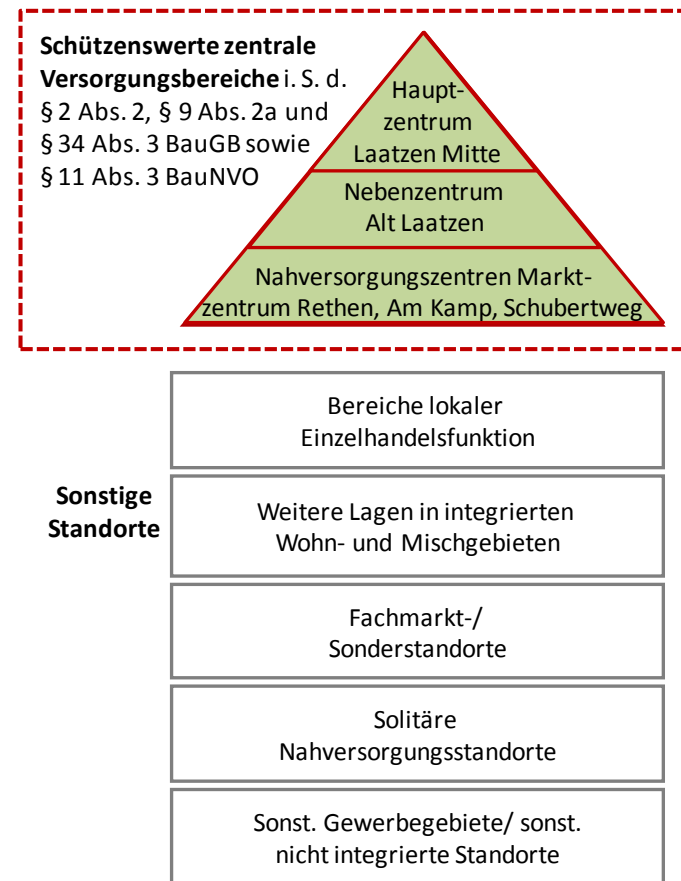
- Schwerpunkt bei der Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente.
- Sicherung des Verkaufsflächenanteils, wo erforderlich Modernisierung des Bestandes und Ansiedlung weiterer ergänzender Dienstleistungen.

### Sonstiger Einzelhandel außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche

- Fokussierung auf „nicht-zentrenrelevante Sortimente“, Begrenzung von zentrenrelevantem Einzelhandel im Hauptsortiment.
- Ansiedlung großflächiger Nahversorgungsbetriebe mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche nur in begründeten Ausnahmefällen und bei Nachweis der Verträglichkeit.
- Konzentrierte Ansiedlung, d. h. prioritär im Anschluss an bestehende Einzelhandelsstandorte

Diese hier nach den unterschiedlichen Standortkategorien aufgeführten strategischen Aussagen, werden in den folgenden Kapiteln konkretisiert. Zusätzlich werden gezielte Empfehlungen für eine positive Einzelhandelsentwicklung bezogen auf den jeweiligen Standorttyp ausgesprochen.

Abb. 48: Übersicht Standortkategorien Stadt Laatzen



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### 5.2.1 Hauptzentrum Laatzen-Mitte und das Nebenzentrum Alt-Laatzten

Das Hauptzentrum Laatzen-Mitte stellt mit 26 % der Fläche und 35 % des Umsatzes den Schwerpunkt des Einzelhandels (v.a. bei den zentrenrelevanten Sortimenten) in Laatzen dar. Ziel ist ein Erhalt und Ausbau der erfolgreichen Positionierung gegenüber den nicht integrierten Einzelhandelsagglomeration sowie den Konkurrenzorten im Umland. Für das Nebenzentrum Alt-Laatzten steht die Sicherung der gewachsenen Einzelhandelslage, die bereits seit einigen Jahren verstärkt von Leerständen betroffen ist, im Vordergrund. Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollten deshalb zukünftig prioritär in diesen beiden Zentren angesiedelt werden.

Für Haupt- und Nebenzentrum von Laatzen gelten deshalb die folgenden Ansiedlungsvoraussetzungen:

- **Uneingeschränkte Ansiedlung und Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Uneingeschränkte Ansiedlung und Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Uneingeschränkte Ansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)

Aufbauend auf den Untersuchungsergebnissen sollten folgende Sortimente dabei die **Entwicklungsschwerpunkte** darstellen:

#### *persönlicher Bedarf*

- Bekleidung/Wäsche (v.a. im Nebenzentrum Alt-Laatzten)
- Lederwaren
- Uhren/ Schmuck, Optik

#### *Medien und Technik*

- Foto und Zubehör
- Computer, Büro-/Telekommunikation
- Schreibwaren

Bei folgenden Sortimenten sollte das vorhandene Angebot ergänzt werden:

- periodischer Bedarf: Fleischer, Feinkost, Spezialitäten
- persönlicher Bedarf: Sanitätswaren

In Laatzen-Mitte steht das Leine-Center nach der Schließung des Real-Marktes vor der Herausforderung, die zweigeschossige Großfläche adäquat nachzusetzen. Derzeit ist eine Nachnutzung durch das Großflächenkonzept von Rewe am wahrscheinlichsten. Die Ansiedlung eines solchen hochwertigen Frequenzbringers dürfte sich positiv auf die Vermietbarkeit der Flächen im Obergeschoß sowie im Center insgesamt auswirken.

Das Auftreten von Leerständen gerade auch in dem im Zuge der jüngsten Center-Erweiterung entstandenen Bereich zeigt, dass das Leine-Center mittlerweile eine Größe erreicht hat, die vor dem Hintergrund des erschließbaren Einzugsgebietes und des dichten Wettbewerbs im Großraum Hannover nicht ganz unproblematisch ist. Die möglichst rasche Umstrukturierung des ehemals von Real besetzten Bereiches sowie die Neubesetzung entstandener Leerstände, die auch den südlichen Erweiterungsbau betreffen, sollte mit oberster Priorität verfolgt werden.

## 5.2.2 Nahversorgungszentren

Um die wohnortnahe Versorgung der Laatzenener Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfsbereiches auch mittel- bis langfristig sicherzustellen, reicht es aus Gutachtersicht nicht aus, die Nahversorgungszentren lediglich in ihrem Bestand zu schützen. Um den sich geänderten und gewachsenen Ansprüchen an Einkaufsorte gerecht zu werden, sollte diesen zentralen Versorgungsbereichen grundsätzlich die Möglichkeit gegeben werden, sich weiterzuentwickeln.

Ziel sollte die Etablierung tragfähiger Nahversorgungsstrukturen sowie eine ergänzende Grundversorgung im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente sein. Die Entwicklungsschwerpunkte liegen somit auf den Warengruppen des periodischen Bedarfs (Lebensmittel/ Reformwaren, Parfümerie- und Drogeriewaren, Blumen/ Zeitschriften). Dafür kann auch die Ansiedlung großflächiger Anbieter mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche sinnvoll sein. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur in einem ergänzenden Umfang angesiedelt werden, der den Nahversorgungscharakter dieser Zentren nicht beeinträchtigt. So wird jedoch grundsätzlich auch die Eröffnung kleiner, inhabergeführter Fachgeschäfte wie beispielsweise Schreibwarenläden, Textil- oder Geschenkartikelboutiquen ermöglicht.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente können kleinflächig in ergänzender Form ebenfalls angesiedelt werden. Großflächige Betriebe sollten jedoch nach Möglichkeit auf Haupt- und Nebenzentrum, v.a. aber die vorhandenen Sonderstandorte konzentriert werden.

Für die Nahversorgungszentren in Laatzen ergeben sich somit die folgenden Ansiedlungsvoraussetzungen:

- **Ansiedlung und Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente** kleinflächig grundsätzlich möglich, > 800 qm nur nach Einzelfallprüfung und Verträglichkeitsuntersuchung

- **Ansiedlung und Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente** auf untergeordneter Fläche und in einer standortgerechten Dimensionierung möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Ausnahmsweise Ansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)

Die Sicherung und Stärkung der bestehenden Nahversorger sollte vor Neuansiedlungen bzw. Verlagerungen gehen. Daher ist für die Nahversorgungszentren der Erhalt bzw. die Entwicklung marktgerechter Standorte von besonderer Bedeutung.

Während sich das Nahversorgungszentrum Schubertweg bereits modern und zeitgemäß präsentiert, ist für die beiden verbleibenden ein gewisser Nachholbedarf zu konstatieren. Im Falle des Marktzentrums Rethen wird diesem bereits mit Planungen zum Umbau und Erweiterung begegnet. So soll der Aldi auf die benachbarte Potenzialfläche verlagert und dabei auf eine dem aktuellen Filialkonzept entsprechende Verkaufsfläche erweitert werden. Die Nachbesetzung des Alt-Standortes soll durch einen Drogeriemarkt in verträglicher Größenordnung erfolgen. Darüber hinaus wird auch der Anbieter Edeka seinen Markt modernisieren und moderat erweitern. Im Ergebnis wird dieser Nahversorgungsstandort wieder wettbewerbsfähig aufgestellt sein und so sicherlich auch eine zügige Nachbesetzung der derzeit verstärkt vorhandenen Leerstände ermöglichen.

Das Nahversorgungszentrum Am Kamp verfügt derzeit über keine Potenzialflächen, so dass eine Erweiterung des dort ansässigen Markant-Marktes nur schwer möglich sein wird. Umso mehr kommt es hier darauf an, einen ansprechenden Marktauftritt auch auf vergleichsweise kleiner Fläche zu gewährleisten.

### 5.2.3 Fachmarkt- und Sonderstandorte

Die Sonderstandorte Kaufland und Rethen-Nord stellen wichtige Einzelhandelserschwerpunkte in der Stadt Laatzen dar. Neben großflächigen nahversorgungsrelevanten Anbietern verfügen sie über großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment (z. B. Baumarktartikel, Möbel, Sportartikel), die als Kaufkraftmagneten für das Umland von Laatzen fungieren. Während im Gewerbegebiet Rethen-Nord mit Ausnahme eines Bäckers ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten ansässig sind, überwiegen im Einkaufszentrum Kaufland nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente.

Zukünftig sollen zentrenrelevante Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert werden. Den Fachmarkt- und Sonderstandorten kommt stattdessen die Aufgabe zu, zusätzliche großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment zu beherbergen, welche mangels Flächenverfügbarkeit in der Regel nicht in den Zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden können. Um eine weitere Zergliederung der Einzelhandelsstrukturen zu verhindern, soll zudem vorrangig eine Integration in die bestehenden Lagen erfolgen.

Nahversorgungsrelevante Sortimente sollen auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden bzw. verbrauchernah, also in fußläufiger Entfernung zu Wohngebieten angeboten werden. Eine Neuansiedlung dieser Sortimente im Bereich der Fachmarkt- und Sonderstandortorte ist daher nicht vorgesehen.

Für die Fachmarkt- und Sonderstandorte in Laatzen ergeben sich somit die folgenden Ansiedlungsvoraussetzungen:

- **Neuansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment großflächig** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich), prioritäre Ansiedlung gegenüber Solitärstandorten

- **Keine Neuansiedlung und Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment
- **Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment
- **Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment im Rahmen der Marktanpassung und Standortsicherung** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Beschränkung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Randsortiment** bei Neuansiedlungen und Erweiterungen auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. maximal 800 qm Verkaufsfläche absolut

Das bestehende Kaufland-SB-Warenhaus genießt selbstverständlich Bestandschutz und dürfte bei Nachweis der Verträglichkeit im Rahmen der Anpassung an die aktuellen Marktbedingungen grundsätzlich auch erweitert werden. Angesichts einer jetzt schon vorhandenen Verkaufsfläche von ca. 7.000 qm ist dies jedoch eher unwahrscheinlich. Aktivitäten an diesem Standort sollten sich auf eine Nachbesetzung der noch vorhandenen ungenutzten Flächen bzw. die Modernisierung der Bausubstanz konzentrieren. Vorstellbar wäre beispielsweise die Ansiedlung eines Fahrradfachmarktes. Die Schließung der derzeit noch vorhandenen Versorgungslücke im Sortiment Farben, Tapeten, Bodenbeläge sollte idealerweise dem Gewerbegebiet Rethen-Nord vorbehalten bleiben, da sich dort schon ein Angebotsschwerpunkt von Einrichtungs- und Heimwerkerbedarf herausgebildet hat. Auch im Sortiment Kfz-Zubehör ist noch Nachfragepotenzial vorhanden, das derzeit in größerem Umfang an andere Standorte abfließt. Da jedoch im Nebenzentrum Alt-Laatzen der Anbieter A.T.U. ansässig ist, erscheint auch hier eine Ansiedlung im Gewerbegebiet Rethen-Nord oder als solitärer Fachmarkt sinnvoller als im Einkaufszentrum Kaufland.

#### 5.2.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Neben den Zentralen Versorgungsbereichen übernehmen die solitären Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet von Laatzten ebenfalls eine wichtige Versorgungsfunktion. Zum Erhalt der derzeitigen Nahversorgungssituation sollen die dortigen Lebensmittelanbieter deshalb auch langfristig an ihren bestehenden Standorten verbleiben. Bei Nachweis der Verträglichkeit sollen die Betriebe daher die Möglichkeit erhalten, ihre Verkaufsflächen und Stellplatzanlagen im Rahmen der Anpassung an die aktuellen Marktbedingungen zu erweitern, um damit den Standort wirtschaftlich zu erhalten. Von Neuansiedlungen weiterer Nahversorger sollte aufgrund des bereits bestehenden umfassenden Angebots abgesehen werden. Sinnvoller ist hier die Schließung von Versorgungslücken in bisher unterversorgten Bereichen. Während Betriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten hier nicht neu angesiedelt werden sollen, sind solche mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten grundsätzlich zulässig. Um Kunden- und Verkehrsströme zu konzentrieren, sollten großflächige Betriebe möglichst an den bereits bestehenden Fachmarkt- und Sonderstandorten angesiedelt werden. Eine Ausnahme bildet der Standort in Ingeln-Oesselse. Dieser Stadtteil befindet sich außerhalb des im gültigen RROP 2005 festgelegten zentralörtlichen Standortbereichs des Mittelzentrums sowie des zukünftig im neuen RROP als „zentrales Siedlungsgebiet“ festgelegten Zentralen Ortes.

Für die solitären Nahversorgungsstandorte in Laatzten ergeben sich somit die folgenden Ansiedlungsvoraussetzungen:

- **Ansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment ausnahmsweise** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Keine Neuansiedlung und Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment
- **Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment

- **Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment im Rahmen der Marktanpassung und Standortsicherung** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Beschränkung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Randsortiment** bei Neuansiedlungen und Erweiterungen auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 qm Verkaufsfläche absolut

Angesichts der Tatsache, dass sämtliche Discounter an solitären Standorten Verkaufsflächen unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit aufweisen und aktuelle Filialkonzepte häufig auf einer Verkaufsfläche von mind. 1.000 qm umgesetzt werden, sind hier sicherlich für einzelne Standorte Erweiterungsabsichten zu erwarten. Zu prüfen wäre hier, inwieweit dies für die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen, insbesondere in den Zentralen Versorgungsbereichen, verträglich ist.

Dass Erweiterungen über die Grenze zur Großflächigkeit hinaus nicht zwingend erforderlich für eine marktgerechte Positionierung sind, zeigen der Penny-Markt in Gleidingen sowie der Netto-Markendiscout in Rethen, die auch innerhalb ihrer derzeitigen Verkaufsflächen modernisiert worden sind.

Der Vollsortimenter Edeka in Ingel-Oesselse verfügt zwar ebenfalls über eine eher unterdurchschnittliche Verkaufsfläche. Da die Größe des Marktes dem Einzugsgebiet und damit dem bindungsfähigen Nachfragepotenzial angemessen erscheint, sind hier nicht zwingend Maßnahmen erforderlich.

Für solitäre Nahversorgungsstandorte besteht im Einzelfall durch die zusätzliche Ansiedlung von Dienstleistern und kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben des ergänzenden Grundbedarfs mittel- bis langfristig die Chance, zu einem Nahversorgungszentrum aufgestuft zu werden. Nach sorgfältiger Prüfung auf Erfüllung der Kriterien eines Nahversorgungszentrums kann eine entsprechende Änderung des Zentrenkonzepts vorgenommen werden. Dadurch erhalten auch diese Standorte den Status und die Privilegien eines geschützten Zentralen Versorgungsbereichs.

### 5.2.5 Bereiche mit lokaler Einzelhandelsfunktion

Die genannten Bereiche weisen eine kleinteilige Nutzungsmischung aus Einzelhandel und Dienstleistern auf, die für die Gebietsversorgung als grundsätzlich positiv anzusehen ist; lediglich durch das Fehlen eines Nahversorgungsbetriebs (mit mindestens 250 qm Verkaufsfläche) können diese Standorte keine „zentrale“ Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung entwickeln.

Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und, als Folge davon, eine Aufstufung zum Nahversorgungszentrum erscheint deshalb grundsätzlich als erstrebenswert. Die Standorte erfüllen jedoch nur sehr begrenzt die Anforderungen der heute gängigen Betriebskonzepte im Nahversorgungsbereich. Fast alle der genannten Gebiete verfügen entweder nicht über die notwendigen Flächenpotenziale, befinden sich zu weit abseits der Hauptverkehrsstraßen und /oder zu nah an einem konkurrierenden Nahversorgungsstandort. Die Ansiedlung eines konventionellen Nahversorgers wird sich daher schwierig gestalten. Sollte die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes dennoch gelingen, besteht teilweise wiederum die Gefahr der gegenseitigen „Kannibalisierung“ der vorhandenen Nahversorger. Dies gilt insbesondere für den Bereich Lange Weihe. Für den Bereich Rotdornallee sind dagegen eher die fehlenden Flächenpotenziale limitierend. In der Hildesheimer Straße in Gleidingen sind Flächenpotenziale vorhanden (siehe Kap. 6.4), die jedoch zumindest kurzfristig nicht verfügbar scheinen. Sollte es gelingen, diese Flächen für die Ansiedlung eines Nahversorgers nutzbar zu machen, sollte dort sorgfältig geprüft werden, welche Verkaufsfläche ohne Schäden für die benachbarten Nahversorgungsstrukturen realisierbar ist. Zwar liegt die Einzelhandelszentralität in Gleidingen derzeit nur bei 53 %, das zusätzliche bindbare Nachfragepotenzial ist jedoch begrenzt.

Die CIMA empfiehlt daher, mit Ausnahme der Hildesheimer Straße in Gleidingen eher Maßnahmen der Bestandsicherung zu ergreifen, als in die Fläche zu expandieren.

Auch für Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion können besteht im Falle der Ansiedlung eines Nahversorgers die Möglichkeit, nach sorgfältiger Einzelfallprüfung zu einem Nahversorgungszentrum hochgestuft zu werden.

Für die Bereiche mit lokaler Einzelhandelsfunktion gelten folgende Ansiedlungsvoraussetzungen:

- **Neuansiedlung oder Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment kleinflächig möglich, nach Einzelfallprüfung ggf. auch großflächig (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Neuansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment kleinflächig möglich
- **Ansiedlung oder Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment ausnahmsweise** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)

## 5.2.6 Ansiedlungsstrategien für das sonstige Stadtgebiet

Zum sonstigen Stadtgebiet zählen die Lagen in Wohn- und Mischgebieten sowie Gewerbegebiete (Ausnahme Sonderstandort Rethen-Nord) und sonstige nicht integrierte Lagen.

Das sonstige Stadtgebiet von Laatzen ist Standort von Einzelhandelsbetrieben, die selbstverständlich auch zukünftig dort verbleiben können (Bestandsschutz). Allerdings sollte im sonstigen Stadtgebiet idealerweise kein neuer Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment angesiedelt werden, da diese zukünftig auf den zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden sollen. In Wohn- und Mischgebieten ist eine kleinflächige Ansiedlung dennoch grundsätzlich in einer standortgerechten Dimensionierung möglich. Das Entstehen neuer Agglomerationen sollte jedoch im Sinne des Zentrumschutzes vermieden werden.

Auch von der Neuansiedlung weiterer Lebensmittelmärkte sollte aufgrund des bereits bestehenden umfassenden Angebots in Laatzen im Regelfall abgesehen werden. Unter bestimmten Voraussetzungen<sup>8</sup> kann auch eine Neuansiedlung bzw. Verlagerung von (großflächigen) Lebensmittelmärkten ausnahmsweise möglich sein:

- Integrierter Standort in Nähe zu Wohn- oder Mischgebieten, durch den eine Verbesserung der fußläufigen Nahversorgung im Umfeld erfolgt (z. B. in den Ortsteilen).
- Keine Neuansiedlungen oder mit Verlagerungen verbundene Verkaufsflächenenerweiterungen, die über die Nahversorgungsfunktion hinausgehen.
- Im Falle einer Neuansiedlung: Nachweis der Verträglichkeit für die Zentralen Versorgungsbereiche sowie die bestehenden Nahversorgungsstandorte in siedlungsstrukturell integrierten Lagen.

- Im Falle einer Verlagerung: Keine Verschlechterung der räumlichen Nahversorgungssituation im Stadtgebiet, d. h. das Ausmaß der durch die Nahversorgungsradien abgedeckten Siedlungsbereiche mit Wohnfunktion wird in der Summe nicht nennenswert verringert.
- Besonderes Augenmerk sollte im Falle einer Verlagerung auf die Frage der Nachnutzung der Altfläche gelegt werden, um die Entstehung zusätzlicher nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche in angemessenen Grenzen zu halten.

Die Ansiedlung von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren Anbietern zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung (Lebensmittelhandwerk, Obsthändler, Apotheken) sollte in Wohn- und Mischgebieten dagegen grundsätzlich möglich sein.

Eine Ansiedlung von **nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel** unterhalb der Großflächigkeit von 800 qm Gesamtverkaufsfläche ist aufgrund ohne einzelfallbezogene städtebauliche bzw. planerische Begründung nicht von vornherein auszuschließen. Die CIMA empfiehlt jedoch, auch solche Vorhaben wenn möglich angrenzend an bestehende Einzelhandelsstandorte zu konzentrieren. Durch eine Bündelung an einem Standort können die Betriebe gemeinsam eine höhere Magnetwirkung entfalten, als bei verstreuter Lage im Stadtgebiet. Die Konkurrenzfähigkeit gegenüber anderen Einzelhandelsstandorten wird damit erhöht. Gleichzeitig besteht die Chance zur Reduzierung von Verkehrsmengen. In reinen Gewerbegebieten ist Einzelhandel nur im Sinne des Handwerkerprivilegs zulässig, da diese in erster Linie den klassischen Gewerbebetrieben vorbehalten bleiben sollen.

Als unproblematisch schätzt die CIMA grundsätzlich Verkaufseinrichtungen in unmittelbarem Zusammenhang mit einem Handwerks-, Produktions-, Wartungs-, Reparatur-, Dienstleistungs- oder Kundendienstbetrieb ein (Direktvermarktung), solange diese gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind.

<sup>8</sup> vgl. auch Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP) 2008, Abschnitt 2.3



Für das sonstige Stadtgebiet gelten folgende Ansiedlungsvoraussetzungen:

- **Neuansiedlung oder Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment in Wohn- und Mischgebieten ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung, ggf. auch großflächig, möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Neuansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment in Wohn- und Mischgebieten kleinflächig und in einer standortgerechten Dimensionierung möglich
- **Ansiedlung oder Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sowohl in Wohn- und Mischgebieten als auch in sonstigen nicht integrierten Lagen** ausnahmsweise möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich), keine Neuansiedlung oder Erweiterung in reinen Gewerbegebieten

Abb. 49: Ansiedlungsmatrix der Standortkategorien

	Hauptsortiment zentrenrelevante Sortimente	Hauptsortiment nahversorgungsrelevante Sortimente	Hauptsortiment nicht-zentrenrelevante Sortimente
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>			
<b>Hauptzentrum ZV „Laatzen Mitte“</b>	großflächig möglich* <b>prioritäre Ansiedlung</b>	großflächig möglich* <b>prioritäre Ansiedlung</b>	großflächig möglich*
<b>Nebenzentrum ZV „Alt Laatzen“</b>	großflächig möglich* <b>prioritäre Ansiedlung</b>	großflächig möglich* <b>prioritäre Ansiedlung</b>	großflächig möglich*
<b>Nahversorgungszentren</b>	kleinflächig möglich*	kleinflächig möglich; ggf. auch großflächig nach konkreter Prüfung*	ausnahmsweise möglich*
<b>weitere Standortkategorien</b>			
<b>Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion</b>	kleinflächig möglich*	kleinflächig möglich; ggf. auch großflächig nach konkreter Prüfung*	ausnahmsweise möglich*
<b>Weitere Lagen in integrierten Wohn- und Mischgebieten</b>	kleinflächig möglich*	ausnahmsweise möglich* ggf. auch großflächig nach konkreter Prüfung*	ausnahmsweise möglich*
<b>Fachmarkt-/ Sonderstandorte</b>	keine Ansiedlung	keine Neuansiedlung, ggf. Erweiterung im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen*	großflächig möglich* <b>prioritäre Ansiedlung</b>
<b>Solitäre Nahversorgungsstandorte</b>	keine Ansiedlung	keine Neuansiedlung, ggf. Erweiterung im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen*	ausnahmsweise möglich*
<b>Sonst. Gewerbegebiete/ sonst. nicht integrierte Standorte</b>	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	ausnahmsweise möglich* Gewerbegebiete : nur i.S.d. Handwerkerprivilegs

\* ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich; ggf. Einschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente

## 6 STANDORTKONZEPT

---

Grundlage des Konzeptes sind die folgenden konzeptionellen Grundaussagen, die sich aus den dargestellten Analyseergebnissen ergeben:

- Qualitative und quantitative Sicherung und Entwicklung des Haupt- und Nebenzentrums
- sinnvoller Ausbau der Nahversorgung
- verträgliche Entwicklung des großflächigen Einzelhandels außerhalb des Haupt- und des Nebenzentrums und der weiteren Zentralen Versorgungsbereiche

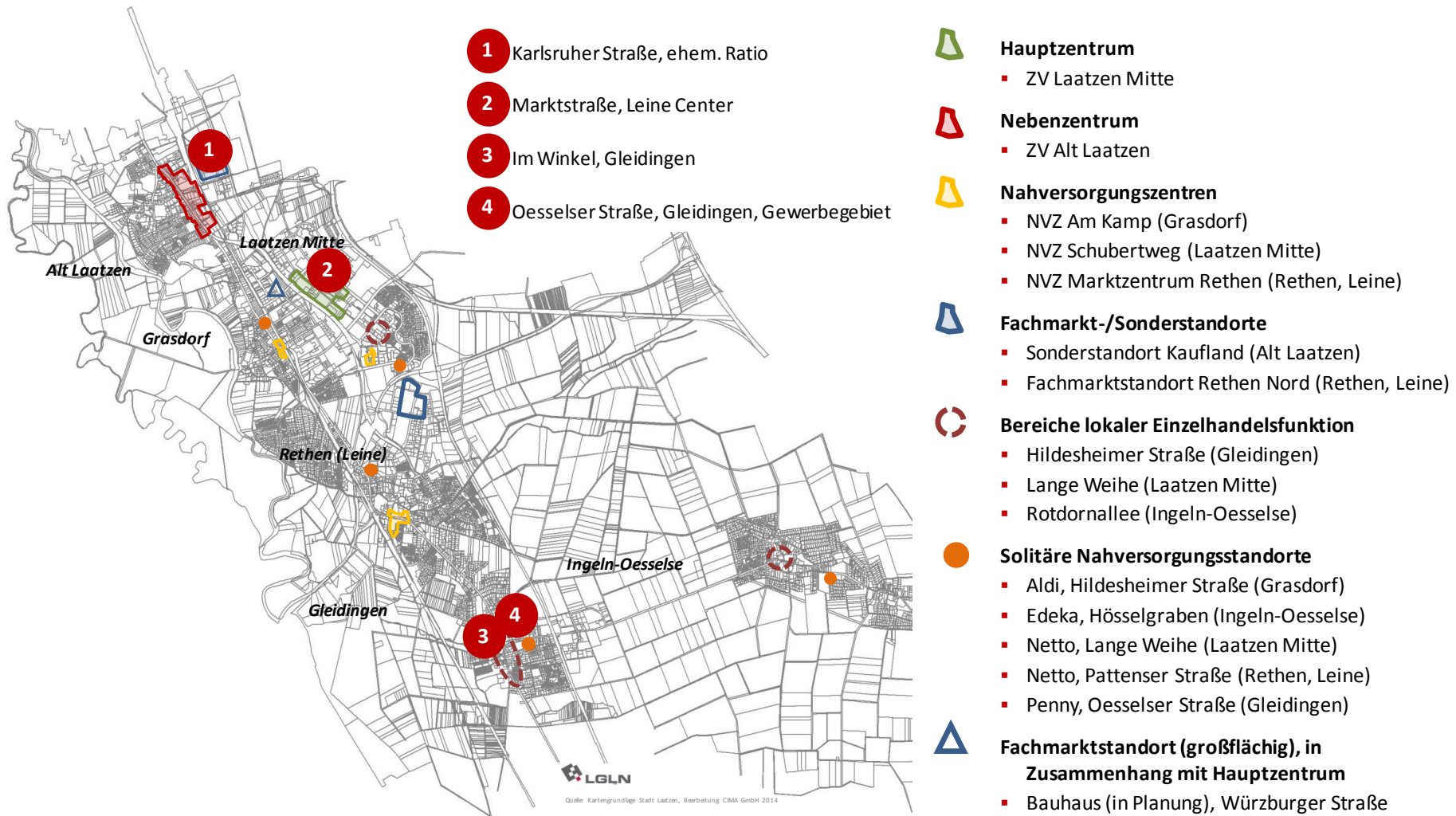
Von der CIMA wurden insgesamt 5 Standorte einer einzelhandelsspezifischen Bewertung unterzogen. Dabei stand neben einer Beurteilung von aktuellen Planvorhaben und Entwicklungsbereichen vor allem die Nahversorgungssituation im Stadtgebiet im Mittelpunkt der Untersuchung. Die Darstellung und Bewertung der Standorte erfolgt in den nachfolgenden Kapiteln.

Die Bewertung der Standorte erfolgte anhand der folgenden Kriterien:

- Lage innerhalb der Stadt (Innenstadt / Innenstadtrand / zu den Zentralen Versorgungsbereichen / Wohngebiet / sonstige Standorte)
- Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz)
- Erreichbarkeit
- Zusammenhang zu bestehenden (auch solitären) Versorgungslagen
- städtebaulich und funktional integriert / nicht-integrierte Lage
- Eignung für nahversorgungsrelevanten / zentrenrelevanten / nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel gemäß Branchenkonzept

Die nachfolgende Abb. 50 zeigt die bewerteten Standorte in der Übersicht.

Abb. 50: Übersicht Prüfstandorte



Quelle: Kartengrundlage Stadt Laatzen  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014  
 CIMA Beratung + Management GmbH 2014

## 6.1 Prüfstandort 1: Karlsruher Straße, ehem. Ratio

Der Standort (ehem. Ratio) liegt in unmittelbarer Nähe zu einer bedeutenden Fachmarkttagglomeration und rd. 500 m entfernt vom ZV Laatzen-Mitte. Die ursprüngliche Verkaufsfläche des Ratio beträgt rd. 9.300 qm. Seit Anfang 2014 wird auf rd. 4.100 qm der Fläche ein Sportfachmarkt der Firma Decathlon betrieben. Die Restfläche der Immobilie ist aktuell noch ungenutzt und ist auf ihre grundsätzliche Eignung für eine Einzelhandelsnutzung zu prüfen.

Abb. 51: Lage des Prüfstandorts 1



Quelle: Google Earth Pro  
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### Bewertungskriterien

- nördlicher Ortseingang der Stadt Laatzen; Standort mit typischem Fachmarktstandortcharakter; das betroffene Gebäude liegt rd. 500 m vom Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzen entfernt, trotz relativ geringer Entfernung jedoch keine räumlich funktionale Beziehung zwischen den Standorten;

CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Abb. 52: Einzelhandel am Prüfstandort 1



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

- PKW-orientierter Standort
- Standort ist gesäumt von Augsburgener Straße im Norden, Karlsruher Straße im Osten, Münchener Straße im Süden und der Stuttgarter Straße im Westen, zu der parallel die Bahnlinie verläuft
- Kaufland, Decathlon, Futterhaus und ergänzender kleinteiliger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz derzeit am Standort vorhanden
- Mit Decathlon prägt der Standort sogar wesentlich das Angebot einer ganzen Branche
- Standort städtebaulich nicht integriert

Zentrenrelevante Sortimente sollten zum Schutz der Zentralen Versorgungsbereiche auch diesen vorbehalten bleiben. Für die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente ist der Standort ebenfalls nicht geeignet. Die Stadt verfügt hier bereits über eine sehr gute Ausstattung, wobei sich ein Großteil dieses Angebots innerhalb der planungsrechtlich geschützten Zentralen Versorgungsbereiche befindet. Der Fokus im Bereich Nahversorgung sollte daher bei der Schließung von Versorgungslücken in den Wohngebieten liegen. Grundsätzlich

erscheint die Fläche aufgrund der bereits vorhandenen Angebote in unmittelbarer Nähe und der guten Erreichbarkeit für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel geeignet. In Ergänzung zum Sportfachmarkt böte sich beispielsweise die zusätzliche Ansiedlung eines Fahrradfachmarktes an. Bei Verkaufsflächen über 800 qm mit größeren Anteilen an zentrenrelevanten Randsortimenten sollte eine Verträglichkeitsuntersuchung erfolgen.

---

**Am Prüfstandort 1 sollte der Fokus auf nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegen. Weitere zentrenrelevante Sortimente (und nahversorgungsrelevanten Sortimente) im Hauptsortiment sind am Standort nicht zulässig. Die Ansiedlung eines Fahrradfachmarktes in Ergänzung zum Sportfachmarkt sollte geprüft werden.**

---

## 6.2 Prüfstandort 2: Marktstraße, Leine-Center

Das Leine-Center liegt im Zentralen Versorgungsbereich Laatzen-Mitte. Der Standort neben C&A ist bislang noch ungenutzt (Freifläche) und ist auf seine grundsätzliche Eignung für eine Einzelhandelsnutzung zu prüfen.

Abb. 53: Lage des Prüfstandorts 2



Quelle: Google Earth Pro  
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### Bewertungskriterien

- Standort als Potenzialfläche im Zentralen Versorgungsbereich Laatzen-Mitte ausgewiesen, direkt nordwestlich angrenzend an das Leine-Center (C&A)
- gute Pkw-Erreichbarkeit über Marktstraße, sehr gute fußläufige Erreichbarkeit und auch ÖPNV-Anbindung gegeben (Haltestelle Laatzen/ Zentrum)
- umfassender Einzelhandelsbesatz (v.a. in Center-Lage) ist im Umfeld angesiedelt, unmittelbare Nähe zu Wohngebieten

CIMA Beratung + Management GmbH 2014

- Standort ist städtebaulich integriert

Abb. 54: Ansicht des Prüfstandorts 2



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Gemäß Ansiedlungskonzept sollen (großflächige) zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Ansiedlungen bevorzugt im ZV Laatzen-Mitte erfolgen. Somit ist der Standort für die Ansiedlung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente grundsätzlich geeignet.

Da der Standort direkt an das Leine-Center angrenzt, ist eine Einbindung in das Center-Konzept grundsätzlich denkbar. Dabei sollte jedoch einer Nachbesetzung/ Umnutzung der in Kürze leer fallenden Real-Markt-Fläche sowie der weiteren Leerstände im Center oberste Priorität eingeräumt werden. Nicht außer Acht zu lassen ist hierbei, dass das Leine-Center schon heute eine immense Flächenausdehnung aufweist und bereits diverse nennenswerte Anbieter beherbergt, was das Anwerben neuer Anbieter erschwert.

---

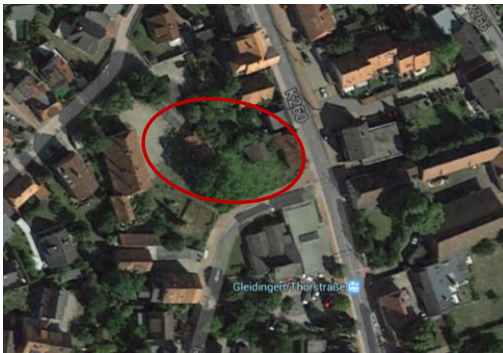
**Prüfstandort 2 ist für die Ansiedlung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente grundsätzlich geeignet.**

---

### 6.3 Prüfstandort 3: Im Winkel, Gleidingen

Am Standort Im Winkel im Stadtteil Gleidingen ist die Ansiedlung von Lebensmitteleinzelhandel angedacht. Neben einer Freifläche findet sich hier derzeit Wohnbebauung.

Abb. 55: Lage des Prüfstandorts 3



Quelle: Google Earth Pro  
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

#### Bewertungskriterien

- Standort befindet sich im Stadtteil Gleidingen unmittelbar an der Hildesheimer Straße/ Ecke Im Winkel
- Lage im Bereich lokaler Einzelhandelsfunktion
- Sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über Hildesheimer Straße, sehr gute fußläufige Erreichbarkeit wie Erreichbarkeit über den ÖPNV gegeben (Haltestelle Gleidingen/ Thorstr.)
- Standort in städtebaulich integrierter Lage

Abb. 56: Ansicht des Prüfstandorts 3



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Der Standort Im Winkel liegt innerhalb eines Bereichs mit lokaler Einzelhandelsfunktion und ist somit grundsätzlich für die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente geeignet. Auch aufgrund der Lage in integrierter Wohngebietslage ist dieser Standort in dieser Hinsicht als positiv zu bewerten. So würde ein Lebensmittelmarkt zu einer deutlichen Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung beitragen.

Bei einer Ansiedlung eines Nahversorgers in einem Bereich lokaler Einzelhandelsfunktion besteht die Möglichkeit, diesen zum Zentralen Versorgungsbereich hochzustufen. Dabei ist eine Verlagerung des derzeit in peripherer Lage befindlichen Penny-Marktes in Erwägung zu ziehen. Angesichts einer Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarfsbereich von 53 % im Stadtteil Gleidingen sowie der Tatsache, dass das Marktzentrum Rethen diesen Stadtteil zum Teil mit versorgt, erscheint es fraglich, ob das Nachfragepotenzial für einen zweiten Nahversorger in diesem Stadtteil ausreichend ist.

---

**Prüfstandort 3 ist derzeit für die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente grundsätzlich geeignet. Der derzeit als Bereich lokaler Einzelhandelsfunktion klassifizierte Bereich könnte im Zuge der Ansiedlung eines Nahversorgers zu einem Nahversorgungszentrum hochgestuft werden.**

---



## 6.4 Prüfstandort 4: Oesselser Straße, Gleidingen, Gewerbegebiet

Der Standort befindet sich im Süden der Stadt im Gewerbegebiet des Stadtteils Gleidingen und soll ebenfalls auf weitere Entwicklungsmöglichkeiten in Bezug auf die Ansiedlung eines Autohauses geprüft werden. Der untersuchte Standort ist derzeit eine Freifläche.

Abb. 57: Lage des Prüfstandorts 4



Quelle: Google Earth Pro  
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### Bewertungskriterien

- in östlicher Ortsrandlage von Gleidingen an der Oesselser Straße gelegen
- gute Pkw-Erreichbarkeit aus Kernstadt und Ortsteilen durch direkte Lage an der B 6
- fußläufige Erreichbarkeit zu Wohngebieten nicht gegeben, keine ÖPNV-Anbindung

CIMA Beratung + Management GmbH 2014

- östlich, südlich und westlich Gewerbe angesiedelt; unbebautes Gelände im Norden
- Standort ist städtebaulich nicht-integriert

Abb. 58: Ansicht des Prüfstandorts 4



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

Im aktuellen B-Plan für den Prüfstandort 4 sind Autohäuser nicht zulässig. Grundsätzlich erscheint die Fläche aber geeignet für den Autohandel, der nicht dem Einzelhandel im klassischen Sinne zuzuordnen ist. So sollte in Erwägung gezogen werden, den B-Plan dahingehend anzupassen. Zu beachten ist dabei, dass in Zusammenhang mit den benachbarten Flächen jedoch auch weiterhin der überwiegende Teil dem klassischen Gewerbe zur Verfügung stehen sollte.

---

**Prüfstandort 4 ist grundsätzlich als geeignet für Autohandel zu bewerten, so dass der B-Plan dahingehend angepasst werden kann. Für Einzelhandel im engeren Sinne ist dieser Standort nicht geeignet.**

---

## 7 UMSETZUNG DER STANDORTBEZOGENEN VORGABEN AUS DEM EINZELHANDELS-KONZEPT

---

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Laatzen-Mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der CIMA notwendig, das vorgelegte Einzelhandelsentwicklungskonzept in den zuständigen Gremien der Stadt Laatzen auch als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde“ für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandelskonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist.

Die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche sollte in regelmäßigen Abständen überprüft und ggf. um weitere Bereiche ergänzt werden. Grundlage für die Einordnung der CIMA war die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplan-Festsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten<sup>9</sup>. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die planungsrechtliche Steuerung

---

<sup>9</sup> vgl. z.B. BVerwG, Urteil vom 26. 3. 2009 - 4 C 21. 07

von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Laatzenener Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Kap. 5.1) bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Laatzenener Sortimentsliste, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die CIMA darüber hinaus auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchungen (nach § 11, 3 BauNVO).

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

Um nicht Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d.h. die Bereiche die einem akuten Handlungsdruck unterliegen, genau zu bestimmen und zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Der Ausschluss sämtlicher Einzelhandelsflächen entlang gefährdeter Bereiche ist u.U. nicht vollständig möglich und auch personell und finanziell nicht leistbar. Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind klein-

flächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung des Hauptzentrums zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen.<sup>10</sup> Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für Laatzen geltende Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen aus der Stadt Laatzen getrieben noch Konkurrenzen grundsätzlich eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es aber zur Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Stadt Laatzen gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen im Haupt- und Nebenzentrum und den übrigen Einzelhandelslagen.

---

<sup>10</sup> Zum Schutz und zur Stärkung der Einzelhandelsfunktion der Innenstadt kann in Bereichen außerhalb der Innenstadt (u.a. MI-Gebiete) der Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten ausgeschlossen werden. Siehe hierzu das Urteil des OVG Münster 20.04.2004 (7a D 142/02.NE) im Normenkontrollverfahren der Grundeigentümer, die wegen des Ausschlusses von Einzelhandel einen Wertverlust ihrer Grundstücke befürchteten (vom OFG abgelehnt).

## 8 FLÄCHENMANAGEMENT

Im Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzen ist vor allem im nördlichen Bereich bereits eine ausgeprägte Leerstandsproblematik zu verzeichnen. Gründe für Leerstand können vielfältig sein. An erster Stelle steht häufig der Strukturwandel im Handel, der zu einer Flächenexplosion gerade im Einzelhandel geführt hat, oft auch außerhalb der Innenstädte oder der Zentralen Versorgungsbereiche. Hinzu kommt, dass es in vielen Bereichen des Einzelhandels massiv kriselt, so dass einige Geschäftstypen und -modelle nicht mehr zeitgemäß sind. Modernisierungs- und Investitionsstau an den Gebäuden haben oft zur Folge, dass diese bei Aufgabe eines Betriebes nicht mehr für den modernen Einzelhandel geeignet sind und sich die Neuvermietung entsprechend schwierig gestaltet. Letzteres kommt gerade in Alt-Laatzen häufiger als Ursache in Betracht.

Der Leerstandsproblematik gilt es mit einem geeigneten Maßnahmenpaket gegenzusteuern und eine zügige Wiederbesetzung der Ladenlokale aktiv zu forcieren. Dabei muss es nicht immer Einzelhandel sein, auch attraktive Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe können zu einer Aufwertung und Belebung des öffentlichen Raumes beitragen und Frequenzen erzeugen. Da im Zentralen Versorgungsbereich Alt-Laatzen (v. a. Hildesheimer Straße) die Einzelhandelsnutzungen bereits heute schon in deutlicher Unterzahl sind, sollte dies jedoch sekundär verfolgt werden.

Zwar ist die Nachnutzung und Vermietung von Leerständen grundsätzlich alleinige Aufgabe der Gebäudeeigentümer. Im Sinne einer Sicherung und Attraktivierung dieser Einzelhandelslage ist es sinnvoll, dass die Stadt Laatzen diesen Prozess auch weiterhin unterstützend begleitet. Da die damit verbundenen vielfältigen Aufgaben nicht durch „einfache“ Zusammenarbeit der Eigentümer oder im Ehrenamt zu leisten sind, ist die Realisierung eines professionellen Flächenmanagements beispielsweise bei der Wirtschaftsförderung unter Mitwirkung des Gewerbevereins ratsam. Dort können verschiedene Handlungsansätze koordiniert werden, die fließend ineinander übergehen:

CIMA Beratung + Management GmbH 2014

- Sofortmaßnahme: Schaufenstergestaltung
- Kurz- bis mittelfristige Maßnahme: Zwischennutzung
- Langfristige Maßnahmen: Flächenmanagement

### Kaschierung bzw. Zwischennutzung der Leerstände

Ein erster Handlungsschritt bei vorhandenen als auch bei neu auftretenden Leerständen sollte es sein, diese kurzfristig zu kaschieren und somit weitestgehend aus dem Blickfeld der Passanten zu entfernen. Um den Eindruck einer Verwahrlosung zu beseitigen, kann durch eine attraktive Plakatierung der Schaufenster ein vorhandener Leerstand sehr kostengünstig verdeckt werden. Schaufenster können ebenfalls zu Werbungs- und Informationszwecken sowie als Präsentationsflächen für andere Einzelhändler dienen, wie dies in Glückstadt zum Teil auch schon geschieht. Auch künstlerische Projekte haben sich in der Praxis bewährt und können das Interesse der Passanten wecken. Beispielhaft dafür ist das „Guckloch“ in Detmold.

**Abb. 59: Schaufensterplakatierung im Hamburger Quartier Schmuggelstiege, „Guckloch“ in Detmold**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2013

Zwischennutzungen können einen wichtigen Schritt für die langfristige Nachnutzung leerstehender Einzelhandelsflächen darstellen. Ihr wesentlicher Vorteil ist die Belebung der Immobilie und damit je nach Größe auch des Umfeldes. Zudem werden eine negative Außenwirkung sowie die damit verbundene Schwächung des Standorts vermieden. Gleichzeitig kann dieser durch eine Bespielung auch aktiver vermarktet werden. Hier bietet sich eher eine temporäre Nutzung durch Ausstellungen lokaler Künstler oder Dekorationen in Kooperation mit ortsansässigen Vereinen (Kunst, Kultur, Sport, etc.), Schulen oder Museen an. In Leerständen können verschiedene künstlerische und kulturelle Nutzungen (Ausstellungen, Lesungen, Foren und Präsentationen) organisiert werden.

Generell kann durch eine Zwischennutzung unter anderem die Bandbreite möglicher Neuausrichtungen des Angebots überprüft werden. So kann durch temporäre Nutzungen getestet werden, ob ein neues Einzelhandels- oder Dienstleistungsangebot vom Kunden angenommen wird und ob sich dadurch mögliche Perspektiven für eine langfristige Nachnutzung ergeben.

**Abb. 60: „Kunsthalle auf Zeit“ in Norderstedt**



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

### **Langfristige Maßnahmen: Flächenmanagement**

Der Grundgedanke eines Flächenmanagements besteht darin, vorhandene Immobilienflächen effektiver zu nutzen, Leerstände zu vermeiden sowie Informationen transparent und zugänglich zu machen, um letztendlich zur Attraktivitätssteigerung des Standortes beizutragen.

Für Alt-Laatzen – aber natürlich nicht nur dort – bedeutet dies nicht nur, die bestehenden Leerstände wieder neu zu besetzen, sondern Leerstände in Zukunft erst gar nicht entstehen zu lassen. Von besonderer Bedeutung beim Flächenmanagement ist, dass es langfristig angelegt ist.

Die Hauptaufgabe eines vorausschauenden und aktiven Flächenmanagements besteht darin, Angebot und Nachfrage zusammenzuführen und so gezielt auf die Angebotsstruktur Einfluss zu nehmen. Durch umfassende Informationen über beabsichtigte Veränderungen (Betriebsaufgabe, betriebliche Veränderungen o. ä.) muss Leerständen schon im Vorfeld entgegengewirkt werden. Dafür ist es notwendig, die Immobilieneigentümer im Sinne einer kooperativen Stadtentwicklung einzubeziehen sowie Strukturen und Instrumentarien zu entwickeln, die eine solche Teilhabe möglich machen.

Zeitgemäßes Flächenmanagement setzt sich aus mehreren Bausteinen zusammen, die allesamt dazu führen, Flächenmanagement ganzheitlich zu betrachten und nicht ein schlichtes Leerstandsmanagement zu betreiben:

- Marktinformationssysteme
- Eigentümerberatung
- Direkte und persönliche Akquisition
- „Incentives“, Anreizsysteme
- Förderung von Existenzgründungen (z.B. Inkubatoren)
- (Re-) Vitalisierung von Lagen, Straßen, Quartieren

**Marktinformationssysteme** schaffen Transparenz für flächensuchende Handelsunternehmen. Bereits eine relativ einfache Leerstandsbörse im Internet verschafft sowohl der Stadt als auch potenziellen Interessenten einen ersten Überblick. Eine Neueinrichtung ist im Falle von Laatzen nicht nötig, da sowohl die IHK ([www.free-ihk-hannover.de](http://www.free-ihk-hannover.de)) als auch das Land Niedersachsen ([www.komsis.de](http://www.komsis.de)) entsprechende Plattformen anbieten. Leider findet sich bisher keines der relevanten Objekte in Alt-Laatzen in diesen Datenbanken. Dies allein ist jedoch nicht ausreichend und muss durch weitere Maßnahmen flankiert werden.

Von großer Bedeutung für das Flächenmanagement ist die **Eigentümerberatung**. Diese sollte ausschließlich persönlich erfolgen und die Themengebiete Vermietung (Miethöhe, Vertragsmodalitäten, Zielbranchen), Umbau (Zusammenlegen von Ladenlokalen zu marktfähigeren Größen, Denkmalschutzkonflikte bei der Schaffung zeitgemäßer Eingangs- und Schaufenstersituationen, etc.) Aktivierung von Flächenpotenzialen (frühere Läger, Höfe, Nebenflächen) und Finanzierung (Fassadensanierung, Aktionsprogramme mit örtlichen Sparkassen) umfassen.

Die **direkte und persönliche Akquisition** von potenziellen neuen Mietern ist deutlich erfolgsversprechender als andere Maßnahmen. Potentielle Ansprechpartner sind regionale Filialisten, Mittelständler sowie inhabergeführte Geschäfte mit Interesse zu Expansion und Eigenfilialisierung. Hilfreich sind dabei auch qualitativ ansprechende Exposés zur Stadt und den Objekten. Es bietet sich an, vorhandene Netzwerke – auch unter der Händlerschaft - zu nutzen oder aber Netzwerke eigens zu diesem Zweck zu schaffen.

Noch wirksamer ist die direkte Akquisition, wenn **Incentives** wie Fördermittel für Umbauten und Modernisierungen, mietfreie Monate, Kundenparkplätze etc. in Anspruch genommen werden können.

In manchen Fällen ist es auch möglich, Existenzgründungshilfen mit einzubeziehen, denn auch der Bund und die Länder bieten einiges an Förderhilfen an, die den einen oder anderen Existenzgründer vielleicht zu einer Gründung am

potentiellen Standort bewegen könnten. Durch gezielte Information zu Fördermöglichkeiten, Gründerwettbewerben, Unterstützung in Form von Qualifizierungsprogrammen (z.B. durch Zusammenarbeit mit der IHK), Mietsubventionen oder einem „Startpaket“ bestehend aus Werbemaßnahmen, Pressearbeit, etc. können **Existenzgründungen** auch durch die Kommune zusätzlich unterstützt werden.

Der nachhaltig erfolgreichste Aspekt ist jedoch die **(Re-)Vitalisierung von Lagen, Straßen und Quartieren**, die sich bestenfalls durch ein Quartiersmanagement, Stadtteilmanagement oder ein ganzheitliches Stadtmarketing manifestiert und im Idealfall in ein Business Improvement District (BID) mündet. Solange in Niedersachsen kein BID-Gesetz implementiert ist, kann eine **Eigentümer-Interessengemeinschaft** eine Alternative auf freiwilliger Basis darstellen.

Um Flächenmanagement erfolgsorientiert betreiben zu können, sollte ein Flächenmanager etabliert werden, der über die notwendigen Informationen und Kenntnisse verfügt, um ansiedlungswilligen Betrieben qualifizierte Angebote machen und zwischen diesen und den Eigentümern vermittelt zu können (nachfrageorientiertes Vorgehen). Gegebenenfalls können auch Dienstleistungen für den Eigentümer übernommen werden (z.B. Lokalbesichtigungen), damit es zu einer Ansiedlung kommt.

Folgende **Aufgabenfelder** sollten im Rahmen eines Flächenmanagements wahrgenommen werden:

- Dauerhaften Dialog zu Einzelhändlern und Immobilienbesitzern suchen und ausbauen (dauerhafte Optimierung/ Aktualisierung der Datenbasis),
- Akquisition von Filialisten, Einzelhändlern oder Projektentwicklern,
- Aufbau eines dauerhaften Kontaktnetzwerkes,
- Bestimmung des Branchenmixes durch regelmäßige Einzelhandelsstrukturuntersuchungen bzw. Dokumentation von Veränderungen,
- Organisation und Moderation von Treffen der Einzelhändler und Immobilienbesitzer,

- Vermittlung zwischen unterschiedlichen Interessen der verschiedenen Akteure, z.B. durch kompetente Beratung,
- Entwicklung von Finanzierungskonzepten durch ggf. Inanspruchnahme von Förderprogrammen
- einzelbetriebliche Beratungen bei Einzelhändlern und Beratungen von Eigentümern bzgl. einzelhandelsspezifischer baulicher Anforderungen, Modernisierungen oder Fassadengestaltung
- aktiver Umgang mit der Nachfolgeproblematik.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Flächenmanagement ist deutlich mehr als Leerstandsmanagement. Marktinformationssysteme und Zwischendekorationen sind notwendig, aber längst nicht ausreichend. Kommunikation und Vertrauen zwischen allen Beteiligten ist notwendige Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Flächenmanagement.

## 9 ANHANG

### 9.1 Methodik und Begriffsdefinitionen

Die Analyse des Einzelhandels in der Stadt Laatzen wurde auf Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- und die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen. Die hinzugezogenen Einzelhandelsdaten basieren auf Einzelhandelserhebungen im November 2013 (Einzelaktualisierungen erfolgten im Januar 2014), die durch geschulte CIMA Mitarbeiter durchgeführt wurden.

#### 9.1.1 Analyse der Angebotsseite

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

- Vollständige Bestandserhebung in der Stadt Laatzen
- Erfassung von einzelnen Sortimenten im Geschäft
- Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe („im engeren Sinne“) und Leerstände
- Branchenmix (32 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 CIMA-Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt und Einschätzung durch Experten

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

Abb. 61: Die 32 CIMA-Branchen

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

Quelle: CIMA 2014



### Erfassung der Verkaufsflächen

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

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

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

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

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

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

Abb. 62: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen

<p><b>Fachgeschäft</b></p> <p>Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.</p>	<p><b>SB-Warenhaus</b></p> <p>Verkaufsfläche ab 5.000 m<sup>2</sup>, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.</p>
<p><b>Fachmarkt</b></p> <p>Größeres Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.</p>	<p><b>Warenhaus</b></p> <p>In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m<sup>2</sup>, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.</p>
<p><b>Supermarkt (Lebensmittel-Vollsortimenter)</b></p> <p>Verkaufsfläche 400 bis unter 1.500 m<sup>2</sup>, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.</p>	<p><b>Kaufhaus</b></p> <p>In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m<sup>2</sup>, breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.</p>
<p><b>Lebensmittel-Discounter</b></p> <p>Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.</p>	<p><b>Fachmarktzentrum</b></p> <p>Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/ oder einem Lebensmittel-Discounter, viele Parkplätze.</p>
<p><b>Verbrauchermarkt</b></p> <p>Verkaufsfläche 1.500 bis unter 5.000 m<sup>2</sup>, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).</p>	<p><b>Shopping-Center</b></p> <p>Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.</p>

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2014

### 9.1.2 Analyse der Nachfrageseite

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

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in % (Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel: Pro-Kopf-Ausgaben in €/ Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2013)
- Periodischer Bedarf: 2.972 €/ Einwohner p. a.
- Aperiodischer Bedarf: 2.696 €/ Einwohner p. a.
- Ausgabesatz gesamt: 5.668 €/ Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner × Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)

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

### 9.1.3 Weitere Kennzahlen

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

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

Die Handelszentralität wird für

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

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

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

Darüber hinaus werden folgende Kennzahlen ausgewiesen:

**Versorgungsgrad/ Verkaufsflächendichte:** Wird in Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>) je Einwohner dargestellt.

**Flächenproduktivität:** Stellt den Umsatz (in €) je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (brutto p.a.) dar.

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