



# Einzelhandelskonzept für die Stadt Ronnenberg



Projektleiter: Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Bearbeitung: M.A. Geogr. Nils Meyer, M.A. Ute Menrath

Lübeck, August 2017

München Stuttgart Forchheim  
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH  
Glashüttenweg 34 23568 Lübeck  
T 0451-389 68 0  
F 0451-289 68 21  
cima.luebeck@cima.de  
www.cima.de

Stadtentwicklung  
Marketing  
Regionalwirtschaft  
Einzelhandel  
Wirtschaftsförderung  
Citymanagement  
Immobilien  
Organisationsberatung  
Kultur  
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA 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.

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind 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 in Lübeck.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Auftrag und Aufgabenstellung.....</b>	<b>7</b>	<b>4 Einzelhandelsstrukturdaten der Stadt Ronnenberg.....</b>	<b>36</b>
<b>2 Allgemeines.....</b>	<b>8</b>	4.1 Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze des Ronnenberger Einzelhandels .....	36
2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen.....	8	4.2 Verkaufsflächendichte .....	37
2.1.1 Makrostandort Ronnenberg .....	8	4.3 Einzelhandelszentralität in der Stadt Ronnenberg.....	39
2.1.2 Zentralörtliche Funktion.....	9	4.4 Kaufkraftstromanalyse des Einzel-handels in der Stadt Ronnenberg.....	42
2.1.3 Sozioökonomische Strukturdaten .....	9	4.5 Vergleich zum Einzelhandelskonzept für Empelde aus dem Jahr 2007 .....	44
2.2 Kaufkraftkennziffer der Stadt Ronnenberg .....	12	<b>5 Nahversorgungssituation in der Stadt Ronnenberg.....</b>	<b>48</b>
2.3 Trends im Einzelhandel.....	14	5.1 Allgemeines zur Nahversorgung .....	48
2.3.1 Allgemeine Trends .....	14	5.2 Nahversorgungsstrukturen in Ronnenberg.....	49
2.3.2 Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache .....	17	<b>6 Zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.....</b>	<b>53</b>
2.3.3 Entwicklung der Betriebsformen.....	23	6.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche.....	53
2.3.4 Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel.....	25	6.2 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Ronnenberg....	55
2.4 Auswertung der ISEK-Empfehlungen zum Einzelhandel und zur Flächenentwicklung.....	28	6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Empelde .....	56
2.5 Änderungen aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2017).....	29	6.2.2 Nahversorgungszentrum Chemnitzer Straße.....	58
2.6 Darstellung und Berücksichtigung aktueller Rechtsprechungen.....	30	6.2.3 Nahversorgungszentrum Ronnenberger Straße.....	59
<b>3 Marktgebiet und Nachfragepotenziale .....</b>	<b>32</b>	6.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Ronnenberg.....	60
3.1 Marktgebiet der Stadt Ronnenberg .....	32	6.2.5 Nahversorgungszentrum Marktzentrum .....	62
3.2 Nachfragepotenzial der Stadt Ronnenberg.....	33	6.2.6 Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung in den Versorgungsbereichen insgesamt.....	63
		<b>7 Ableitung der Ronnenberger Sortimentsliste.....</b>	<b>65</b>
		7.1.1 Vorbemerkung .....	65
		7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen .....	65
		7.1.3 Zur Ableitung der Ronnenberger Sortimentsliste.....	68

<b>8 Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ronnenberg.....</b>	<b>76</b>
8.1 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung.....	76
<b>9 Potentialbetrachtung.....</b>	<b>80</b>
9.1 Zentralitätsziele.....	80
9.2 Potentialstandorte.....	81
9.2.1 Potentialfläche nördlich NVZ Ronnenberger Straße .....	82
9.2.2 Potentialfläche Benthler Straße .....	83
9.2.3 Potentialfläche ehemalige Zuckerfabrik .....	84
9.2.4 Prüfstandort Marktzentrum.....	85
9.3 Zukünftige Entwicklungen.....	86
9.3.1 Löwen Play.....	86
9.3.2 Wurst Basar.....	87
<b>10 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes .....</b>	<b>89</b>
<b>11 Anhang.....</b>	<b>91</b>
11.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials.....	91
11.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation.....	92
11.3 Abgrenzung von Betriebstypen.....	93
11.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung .....	94
11.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.....	98

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Lage im Raum.....	8
Abb. 2: Grundzentrale Position der Stadt Ronnenberg .....	9
Abb. 3: Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Ronnenberg.....	10
Abb. 4: Pendlerdaten der Stadt Ronnenberg.....	10
Abb. 5: Touristische Strukturdaten der Stadt Ronnenberg im Vergleich .....	11
Abb. 6: Kaufkraftkennziffer der Stadt Ronnenberg im Vergleich.....	12
Abb. 7: Kaufkraftkennziffer der Stadt Ronnenberg im Vergleich.....	13
Abb. 8: Negative Bevölkerungsentwicklung (und -prognose) in Deutschland.....	14
Abb. 9: des Einzelhandels und Online-Handels .....	15
Abb. 10: Kundenbindung nach Branchen Stationär/Online und Stadtgröße .....	15
Abb. 11: Umsatzentwicklung 2013 gegenüber 2008 in Mio. Euro .....	16
Abb. 12: Top 10 der Warengruppen im interaktiven Handel nach Online-Umsatz 2014.....	16
Abb. 13: Engelbert Strauss Store in Bergkirchen .....	18
Abb. 14: Warenpräsentation Modehaus „Erlebe Wigner.....	18
Abb. 15: Online Auftritt und Broschüre Nürnberger Meister Händler .....	19
Abb. 16: Einrichtung „Das Kochhaus“ .....	19
Abb. 17: Convenience-Sortiment “Penny to go” .....	20
Abb. 18: Flag-Ship-Store Ritter Sport Berlin.....	20
Abb. 19: Modernes Bäckerei-Konzept: Baker D.Chirico, Melbourne.....	21
Abb. 21: Marktanteile nach Vertriebsformen 2002-2013 (nominal in %).....	23
Abb. 22: Nachfrage-/Zielgruppenorientierung von Betriebstypen.....	24
Abb. 23: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Supermärkten.....	26
Abb. 24: Profile der standardisierten Lebensmittel-Betriebstypen .....	27
Abb. 25: Marktgebiet Ronnenberg .....	33
Abb. 26: Nachfragepotenzial der Stadt Ronnenberg.....	34

Abb. 27: Nachfragepotenzial des erweiterten Marktgebietes.....	34	Abb. 51: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Empelde.....	57
Abb. 28: Nachfragepotenzial auf Ortsteilebene.....	35	Abb. 52: Nahversorgungszentrum Chemnitzer Straße.....	58
Abb. 29: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Ronnenberg.....	36	Abb. 53: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im NVZ Chemnitzer Straße.....	59
Abb. 30: Verkaufsfläche je Einwohner in Ronnenberg.....	38	Abb. 54: Nahversorgungszentrum Ronnenberger Straße.....	59
Abb. 31: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Ronnenberg.....	39	Abb. 55: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im NVZ Ronnenberger Straße.....	60
Abb. 32: Ranking: Handelszentralität in Ronnenberg.....	41	Abb. 56: Zentraler Versorgungsbereich Ronnenberg.....	60
Abb. 33: Ranking: Handelszentralitäten in Ronnenberg 2007 und 2016.....	41	Abb. 57: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Ronnenberg.....	61
Abb. 34: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Ronnenberg.....	42	Abb. 58: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Entwicklungsbereich Ronnenberg.....	61
Abb. 35: Ranking: Kaufkraftzuflüsse in Ronnenberg.....	42	Abb. 59: Nahversorgungszentrum Marktzentrum.....	62
Abb. 36: Ranking: Kaufkraftabflüsse in Ronnenberg.....	43	Abb. 60: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Nahversorgungszentrum Marktzentrum.....	62
Abb. 37: Kaufkraftsaldo nach Warengruppen.....	43	Abb. 61: Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung in den Versorgungsbereichen.....	63
Abb. 38: Datenblatt der Stadt Ronnenberg.....	44	Abb. 62: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Sortimente des kurzfristigen Bedarfs.....	69
Abb. 39: Vergleich Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz nach Warengruppen.....	46	Abb. 63: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Sortimente des mittelfristigen Bedarfs.....	69
Abb. 40: Einzelhandel in der Stadt Ronnenberg.....	47	Abb. 64: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Sortimente des langfristigen Bedarfs.....	70
Abb. 41: Discounterquote der Stadt Ronnenberg im Vergleich.....	49	Abb. 65: Ronnenberger Sortimentsliste.....	75
Abb. 42: Nahversorgungsstruktur im Stadtteil Empelde (500 m Nahversorgungsradien).....	50	Abb. 66: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen.....	78
Abb. 43: Lebensmitteleinzelhandel im Stadtteil Empelde.....	50	Abb. 67: Zentralitätsziele und benötigte Verkaufsflächen.....	80
Abb. 44: Nahversorgungsstruktur in dem Stadtteil Ronnenberg (500 m Nahversorgungsradien).....	51	Abb. 68: Verkaufsflächenpotentiale in den periodischen Sortimenten.....	81
Abb. 45: Lebensmitteleinzelhandel im Stadtteil Ronnenberg.....	51	Abb. 69: Übersichtsplan der Potential- und Prüfstandorte.....	82
Abb. 46: Nahversorgungsstruktur in dem Stadtteil Weetzen (500 m Nahversorgungsradius).....	52	Abb. 70: Potentialfläche Ronnenberger Straße.....	83
Abb. 47: Lebensmitteleinzelhandel in Weetzen.....	52	Abb. 71: Potentialfläche Benther Straße.....	84
Abb. 48: Lebensmitteleinzelhandel in Benthe.....	52	Abb. 72: Potentialfläche ehemalige Zuckerfabrik Weetzen.....	85
Abb. 49: Übersicht der zentralen Versorgungsbereiche in Ronnenberg.....	56		
Abb. 50: Zentraler Versorgungsbereich Empelde – Kartierung Einzelhandel.....	56		

Abb. 73: Prüfstandort Marktzentrum Ronnenberg.....	86
Abb. 74: Standort Löwen Play in Ronnenberg.....	87
Abb. 75: Zukünftiger Standort Wurst Basar -Erweiterung.....	88
Abb. 76: cima Warengruppen.....	92
Abb. 77: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche.....	96

# 1 Auftrag und Aufgabenstellung

## Auftrag und Zielsetzung

- Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ronnenberg als Grundlage für die strategische Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet auf Basis der aktuellen landesplanerischen Rahmenbedingungen.

## Auftraggeber

- Stadt Ronnenberg

## Zeitraum

- Oktober 2016 bis Februar 2017

## Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Ronnenberg
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Stadt Ronnenberg
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in Ronnenberg
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Ronnenberg
- Ableitung der Ronnenberger Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung

- Darstellung der Entwicklungsspielräume des Einzelhandels in Ronnenberg

## Vorbemerkung zur Methodik

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Gemeinde Ronnenberg basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im Oktober 2016.
- Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weitere Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Stadt Ronnenberg beziehen sich auf das Jahr 2016.



## 2 Allgemeines

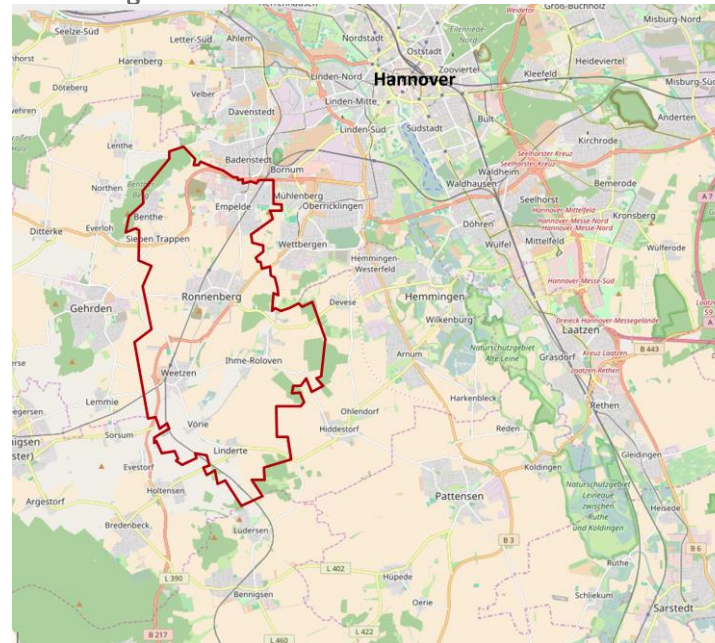
### 2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen

#### 2.1.1 Makrostandort Ronnenberg

- In der Stadt Ronnenberg leben rd. 23.750 Einwohner<sup>1</sup> und das Gemeindegebiet erstreckt sich über eine Fläche von ca. 38 km<sup>2</sup>.
- Die Stadt Ronnenberg hat 7 Ortsteile: Benthe, Empelde, Ihme-Roloven, Linderte, Ronnenberg, Vörie, Weetzen.
- Ronnenberg ist der Region Hannover zugehörig, die aus den Kommunen des ehemaligen Landkreises Hannover und der ehemals kreisfreien Stadt Hannover hervorgegangen ist.
- Die Stadt Ronnenberg weist eine polyzentrische Siedlungsstruktur auf, es existiert demnach keine alleinige Kernstadt mit zentralörtlichen Strukturen.
- Auf Grund der Lage in unmittelbarer Nähe zur Landeshauptstadt Hannover ist die Stadt Ronnenberg über die Bundesstraßen B217 und B 65 gut an das regionale Straßennetz angebunden. Die nächsten Auffahrten zu den Autobahnen A2 und A7 sind in rund 20 km über die Bundesstraßen zu erreichen.
- Eine verkehrliche Anbindung der Stadt Ronnenberg an das schienengebundene Netz ist durch drei Bahnhöfe in Ronnenberg, Weetzen und Empelde mit mehreren Linien der S-Bahn Hannover gegeben. Ergänzend gibt es ein Netz an regionalen Buslinien sowie einer Ortsbuslinie.

- Die Landeshauptstadt Hannover liegt nur etwa 10 km in nord-östliche Richtung von der Stadt Ronnenberg entfernt und grenzt unmittelbar an den Stadtteil Empelde.

Abb. 1: Lage im Raum



Quelle: openstreetmap.de  
Bearbeitung: cima 2016

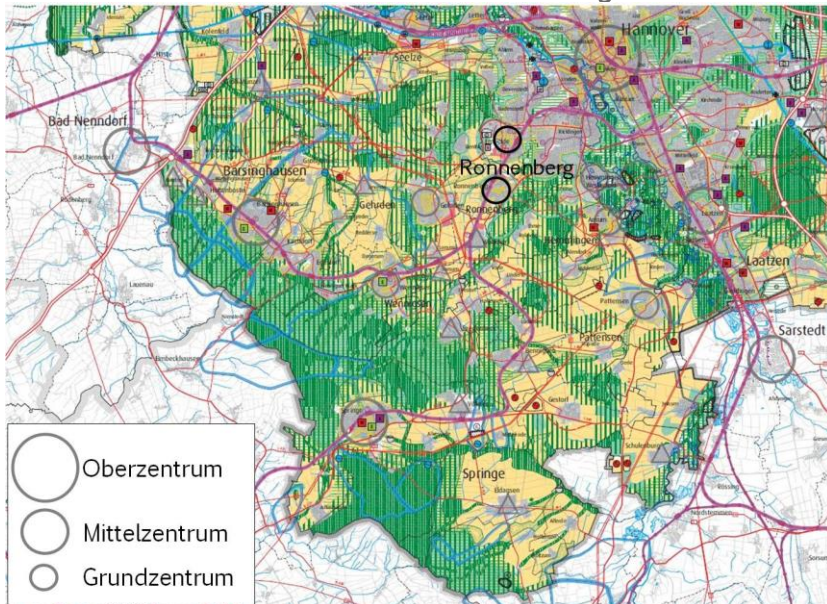
<sup>1</sup> Landesamt für Statistik Niedersachsen online, Stand 31.12.2015.



## 2.1.2 Zentralörtliche Funktion

- In dem Regionalen Raumordnungsprogramm für die Region Hannover 2016 (RROP) werden Ronnenberg und Empelde als Grundzentren und somit als „zentrale Siedlungsgebiete“ festgelegt (vgl. RROP für die Region Hannover 2016, S. 12). Mit den beiden Grundzentren übernimmt die niedersächsische Stadt Ronnenberg die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Stadtgebietes mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs.
- In näherer Umgebung befinden sich die Mittelzentren Springe, Barsinghausen, Langenhagen, Garbsen und Neustadt am Rübenberge.
- Weitere Grundzentren in der Umgebung von Ronnenberg sind Wennigsen, Gehrden, Pattensen und Seelze.

Abb. 2: Grundzentrale Position der Stadt Ronnenberg



Quelle: RROP Region Hannover 2016

## 2.1.3 Sozioökonomische Strukturdaten

- Die Stadt Ronnenberg zeichnet sich im Betrachtungszeitraum (2011-2015)<sup>2</sup> durch eine positive Bevölkerungsentwicklung aus (2,2 %). Damit weist sie sogar eine leicht höhere Entwicklung auf als das Land Niedersachsen (1,96 %), bleibt aber deutlich unter dem Trend in der übrigen Region Hannover (3,46 %).
- Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort hat sich seit 2011 in der Stadt Ronnenberg fast fortwährend positiv entwickelt (+11,41 %), nur zwischen den Jahren 2014 und 2015 ist ein geringer Rückgang zu verzeichnen. Auch für die Region Hannover (+8,93 %) und das Land Niedersachsen (+9,97 %) sind positive Trends abgebildet.

<sup>2</sup> Der Betrachtungszeitraum für die vorliegende Untersuchung beginnt im Jahr 2011, da die Daten des Zensus 2011 verwendet werden und frühere Zahlen aufgrund der abweichenden Datenbasis nicht für Vergleichszwecke herangezogen werden können.

Abb. 3: Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Ronnenberg

Bevölkerungsentwicklung	Stadt Ronnenberg	Region Hannover	Niedersachsen
31.12.2011	23.241	1.106.219	7.774.253
31.12.2012	23.339	1.112.675	7.778.995
31.12.2013	23.539	1.119.526	7.790.559
31.12.2014	23.625	1.128.037	7.826.739
31.12.2015	23.752	1.144.481	7.926.599
<b>+/- in % 2011-2015</b>	<b>2,2</b>	<b>3,5</b>	<b>2,0</b>
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen			
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Arbeitsort)	Stadt Ronnenberg	Region Hannover	Niedersachsen
30.06.2011	3.822	441.415	2.531.297
30.06.2012	4.038	451.825	2.598.850
30.06.2013	4.196	458.034	2.633.743
30.06.2014	4.265	470.346	2.722.274
30.06.2015	4.258	480.814	2.783.678
<b>.+/- in % 2011-2015</b>	<b>11,4</b>	<b>8,9</b>	<b>10,0</b>
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit			

Bearbeitung: cima 2016

Abb. 4: Pendlerdaten der Stadt Ronnenberg

Entwicklung Arbeitspendler		Stadt Ronnenberg	Region Hannover
<b>Einpendler</b>	30.06.2011	2.859	108.843
<b>Auspendler</b>	30.06.2011	7.220	50.679
	<b>Saldo</b>	<b>-4.361</b>	<b>58.164</b>
<b>Einpendler</b>	30.06.2012	3.049	110.253
<b>Auspendler</b>	30.06.2012	7.496	52.990
	<b>Saldo</b>	<b>-4.447</b>	<b>57.263</b>
<b>Einpendler</b>	30.06.2013	3.154	112.300
<b>Auspendler</b>	30.06.2013	7.547	54.001
	<b>Saldo</b>	<b>-4.393</b>	<b>58.299</b>
<b>Einpendler</b>	30.06.2014	3.201	115.162
<b>Auspendler</b>	30.06.2014	7.676	55.522
	<b>Saldo</b>	<b>-4.475</b>	<b>59.640</b>
<b>Einpendler</b>	30.06.2015	3.205	118.922
<b>Auspendler</b>	30.06.2015	7.803	57.553
	<b>Saldo</b>	<b>-4.598</b>	<b>61.369</b>
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Bezug: sozialversicherungspflichtig Beschäftigte			

Bearbeitung: cima 2016

- Das Verhältnis zwischen Ein- und Auspendlern in der Stadt Ronnenberg ist in den Jahren 2011-2015 relativ beständig, wobei durchweg deutlich mehr Auspendler als Einpendler zu verzeichnen sind. Dies unterstreicht die überwiegende Bedeutung der Stadt Ronnenberg als attraktiven Wohnort für Beschäftigte in Hannover und im weiteren Umland. Auch die Zahlen für die Region Hannover untermalen dieses Bild. Hier übersteigt die Zahl der Einpendler die der Auspendler um mehr als das Doppelte mit einem durchschnittlichen Saldo von etwa 59.000.

Abb. 5: Touristische Strukturdaten der Stadt Ronnenberg im Vergleich

Indikatoren Tourismus		Stadt	Region	Nieder-
		Ronnenberg	Hannover	sachsen
Anzahl der Ankünfte (insgesamt)	2011	12.170	1.939.423	12.484.865
	2012	11.611	1.985.449	12.729.940
	2013	10.708	1.969.122	12.802.440
	2014	11.703	1.983.124	13.080.201
	2015	13.120	2.074.533	13.444.539
<b>+/- in % 2011-2015</b>		<b>7,8</b>	<b>7,0</b>	<b>7,7</b>
Übernachtungen (insgesamt)	2011	22.782	3.676.969	39.430.803
	2012	21.315	3.734.734	40.003.513
	2013	20.448	3.680.293	39.901.045
	2014	25.757	3.696.003	40.423.767
	2015	29.163	3.866.030	41.310.035
<b>+/- in % 2011-2015</b>		<b>28,0</b>	<b>5,1</b>	<b>4,8</b>
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2011	1,9	1,9	3,2
	2012	1,8	1,9	3,1
	2013	1,9	1,9	3,1
	2014	2,2	1,9	3,1
	2015	2,2	1,9	3,1

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Bearbeitung: cima 2016

- Die maßgeblichen Kennziffern zum Tourismus der Stadt Ronnenberg bilden eine relativ geringe aber positive Entwicklung seit 2011 ab. Die Stadt Ronnenberg verzeichnet einen Zuwachs um rd. 7,8 % seit 2011 bei der Anzahl der für die Region Hannover und das Land Niedersachsen sind mit rd. 7,0 % und 7,7 % ähnliche Werte zu verzeichnen.
- Bei der Zahl der Übernachtungen ist ein Rückgang zwischen den Jahren 2011-2013 sichtbar, insgesamt jedoch mit rd. 28,0 % im Vergleich der Jahre 2011 und 2015 ein deutlicher Zuwachs zu

verzeichnen. Dieser übersteigt bei weitem die Zahlen der Region (5,14 %) und des Bundeslandes (4,77 %).

- Auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer verzeichnet im regionalen und Ländervergleich für die Stadt Ronnenberg mit +15,79 % die größte Entwicklung. Für die Region sind keinerlei Veränderung und für das Land Niedersachsen eine negative Entwicklung (-3,13 %) zu verzeichnen.

Die vergleichsweise stabile Bevölkerungszahl in Ronnenberg lässt keinen Handlungsbedarf erkennen und sorgt auch zukünftig für konstante Rahmenbedingungen im Einzelhandel.

Die wirtschaftlichen Rahmendaten (Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, Einpendler und Auspendler) untermalen die Attraktivität der Stadt Ronnenberg als Wohn- und Lebensort in der Region, die sich in der hohen Zahl der Auspendler widerspiegelt.

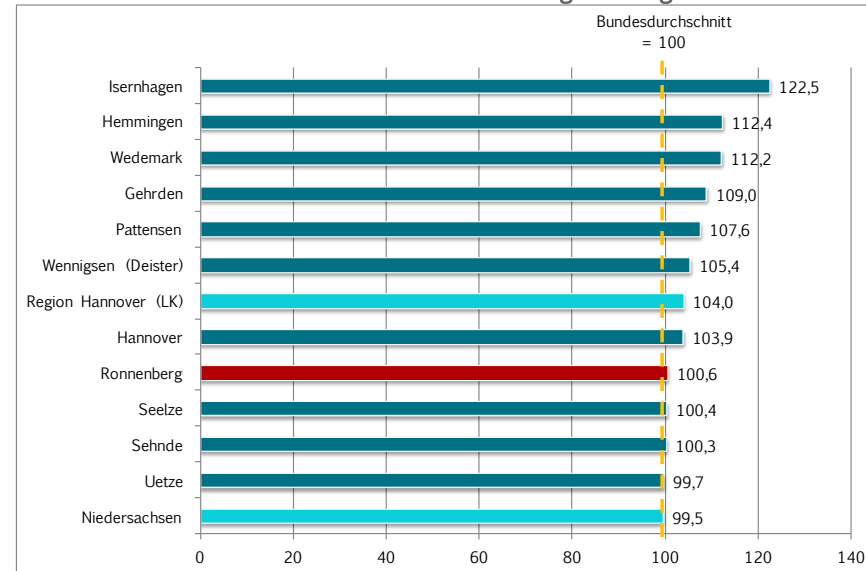
Auch mit ihrem Beherbergungsangebot kann die Stadt im Wettbewerb überzeugen und profitiert auch hier insbesondere von der Nähe zur Messe- und Landeshauptstadt Hannover.

## 2.2 Kaufkraftkennziffer der Stadt Ronnenberg

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft leitet sich aus der allgemeinen Kaufkraft (= verfügbares Einkommen der Bevölkerung einer Region) ab und ist der Anteil der Kaufkraft, welcher für Ausgaben im Einzelhandel der Bevölkerung einer Region zur Verfügung steht. Die Einkäufe werden am Wohnort der Konsumenten erfasst.

Die Kaufkraftkennziffer der Stadt Ronnenberg beläuft sich laut Berechnung von MB-Research im Jahr 2016 auf 100,6. Im Vergleich mit anderen Grundzentren in der Region Hannover liegt Ronnenberg damit im unteren Feld. Die Kennziffer bleibt deutlich unter der von Isernhagen (122,5) und auch hinter Pattensen (107,6) und Wennigsen (Deister) mit 105,4. Jedoch liegt die Kennziffer von Ronnenberg über denen der Grundzentren Seelze (100,4), Sehnde (100,3) und Uetze (99,7) und leicht über dem Bundesdurchschnitt (100).

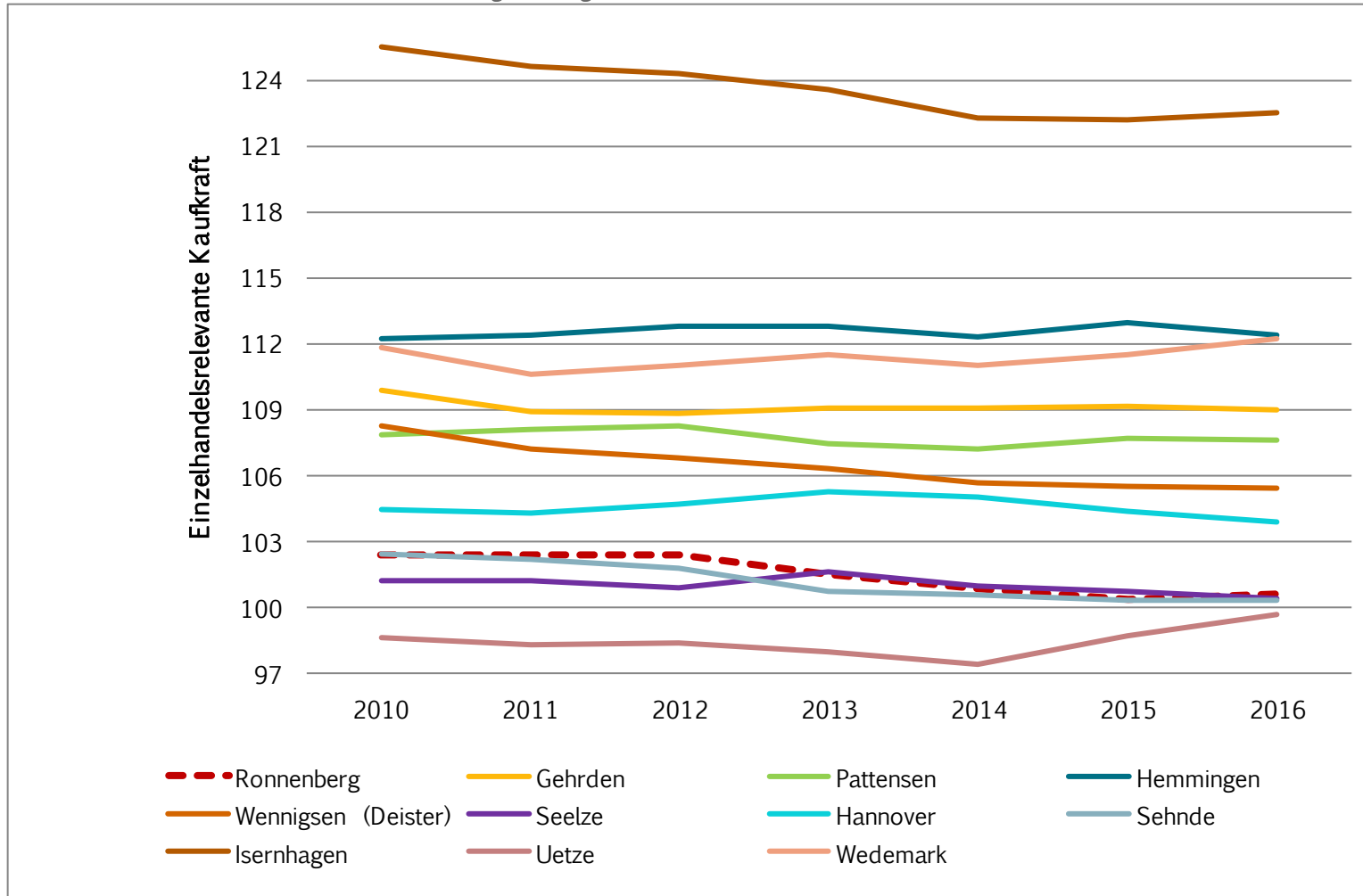
Abb. 6: Kaufkraftkennziffer der Stadt Ronnenberg im Vergleich



Quelle: cima 2016

Betrachtet man die Zahlen der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer für Ronnenberg in den letzten sieben Jahren, so erkennt man einen leichten Anstieg dieser im Jahr 2016 gegenüber 2015. Der Höchstwert für Ronnenberg lag in den Jahren 2010-2012 bei 102,4. Auch die anderen Grundzentren weisen über den Verlauf der letzten Jahre Schwankungen auf. Außer Ronnenberg weisen nur die Kennziffern für Isernhagen, Uetze und Wedemark einen Aufwärtstrend innerhalb der letzten zwei Jahre auf. Schwankungen in der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer können beispielsweise durch eine Steigerung der Mietausgaben oder einen Einkommensrückgang hervorgerufen werden.

Abb. 7: Kaufkraftkennziffer der Stadt Ronnenberg im Vergleich



Quelle: cima 2016

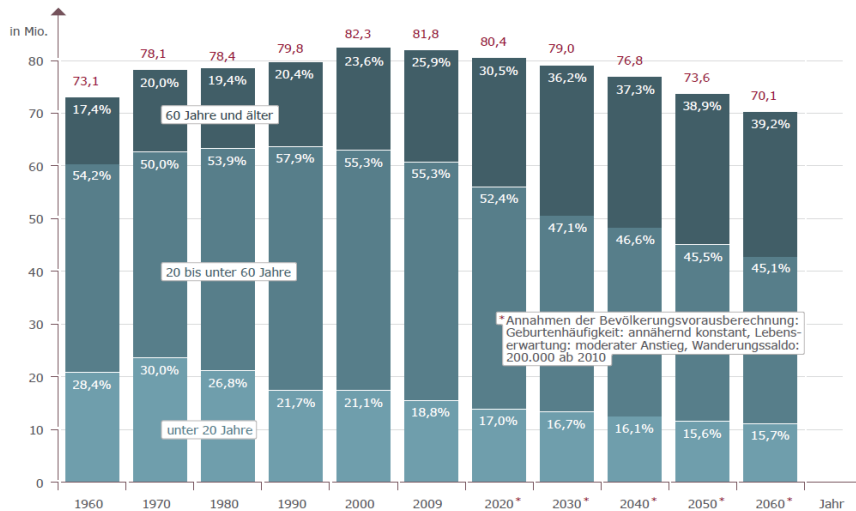
## 2.3 Trends im Einzelhandel

### 2.3.1 Allgemeine Trends

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und auf diese Weise auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Abb. 8: Negative Bevölkerungsentwicklung (und –prognose) in Deutschland



Quelle: IFH Köln, 2014

Bearbeitung: cima 2015

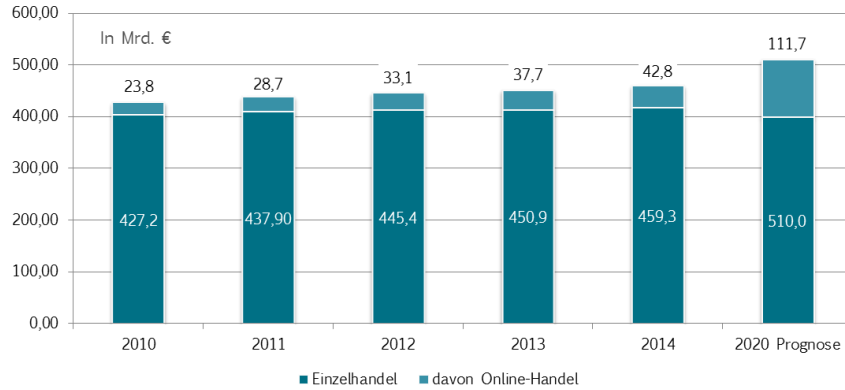
Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet.

Der Preis (Discountorientierung, Stichwort „Geiz ist geil“) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den aktuell steigenden privaten Verbrauchsausgaben (gute Arbeitsmarktlage und steigende Gehälter) bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

Weit wichtiger für die aktuelle und zukünftige Entwicklung – und dem damit verbundenen Strukturwandel innerhalb der Handelslandschaft – ist die Zunahme des Online-Handels. Durch diese Entwicklungen steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Laut einer Studie des IFH Köln kaufen durchschnittlich rund 20 % der Befragten online. Somit verzeichnet der E-Commerce seit Jahren ein stetiges Umsatzwachstum. Je nach Untersuchungsdesign variieren hierbei die Angaben und Prognosen zum Umsatz des Online-Handels: Laut IFH Köln lag der Umsatz des Online-Handels im Jahr 2014 bei 42,8 Mrd. Euro. Für das Jahr 2020 wird ein fast dreifacher Umsatz von 111,7 Mrd. Euro prognostiziert.



Abb. 9: des Einzelhandels und Online-Handels

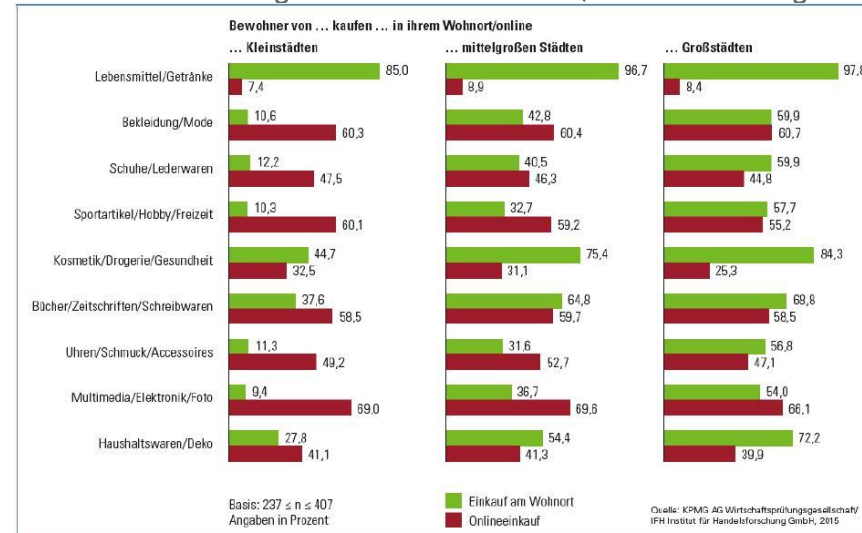


Quelle: IFH Köln: 2014  
 Bearbeitung: cima 2015

In den letzten 5 Jahren konnte der Einzelhandel insgesamt ein Umsatzwachstum von 32,1 Mrd. €, d.h. eine Steigerung von 7,5 % verzeichnen, wobei das Wachstum jedoch vor allem im Online-Handel stattgefunden hat. Der einzelhandelsrelevante Online-Handel konnte seine Umsätze um 79,8 %, der Einzelhandel ohne Online-Handel lediglich um 3,2 % steigern.

Dabei variieren die Verhältnisse zwischen den einzelnen Branchen und nach Stadtgröße deutlich. Eine Befragung der Kundenbindung in verschiedenen Branchen des IFH Köln kam zu folgendem Ergebnis: Bei Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel sowie Kosmetik/Drogerie/Gesundheit überwiegt in allen Stadtgrößen klar der Einkauf vor Ort. Hier bleibt abzuwarten wie sich der Trend mit Online-Angeboten und Lieferservice von Lebensmitteln weiterentwickelt. Im Bereich Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren überwiegt in mittelgroßen Städten und Großstädten auch noch der stationäre Handel. Die Branche Multimedia/Elektronik/Foto hat ihren Schwerpunkt naturgemäß beim Online-Handel.

Abb. 10: Kundenbindung nach Branchen Stationär/Online und Stadtgröße



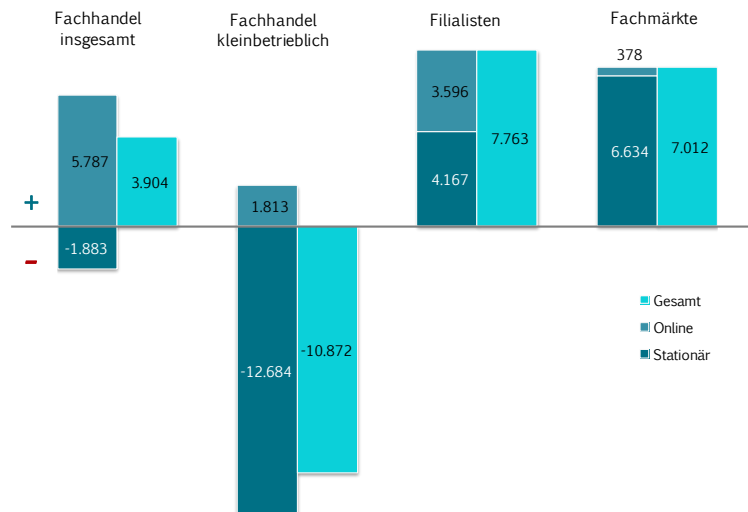
Quelle: IFH Köln; KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Branchenreport Online Handel 2015

In allen weiteren Branchen ergeben sich Unterschiede nach Stadtgröße. In Kleinstädten überwiegt in fast allen anderen Branchen der Online-Handel. Besonders bedeutend ist der Zusammenhang für Städte im mittelfristigen Bedarfsbereich, zu dem auch die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe und Sportartikel zählen. Auch mittelgroße Städte können mit dem Online-Handel nicht mehr mithalten. Lediglich Großstädte verfügen über ein ausreichend attraktives Angebot und binden zumindest noch in den meisten Branchen mehr Kunden im stationären Handel. Im Bereich Oberbekleidung wird der Onlineeinkauf in allen drei Stadtgrößen bevorzugt, wobei es sich in Großstädten in etwa noch die Waage mit dem Einkauf vor Ort hält. In fast allen Branchen zeigt sich der Trend: Je größer die Stadt, desto größer das Angebot vor Ort,

desto mehr wird (noch) vor Ort eingekauft. Je kleiner die Stadt, desto mehr Waren werden bereits online bestellt.

Wie sieht also das Zukunftsszenario für den Einzelhandel aus? Kann der stationäre Handel von dieser Entwicklung profitieren? Das IfH Köln zeigt in seinem Handelsszenario 2020, dass die Chance den Umsatzverlust im klassischen stationären Handel zu kompensieren, im Ausbau und der Verzahnung von offline- und online-Vertriebsformen (Multi-Channeling) liegt. Der Online-Handel kann dadurch den Facheinzelhandel stützen (siehe auch Kapitel 2.3.2). Aktuell gelingt dies vor allem Filialisten, weshalb der gegenseitige Nutzen zunächst in größeren Städten zur Geltung kommt.

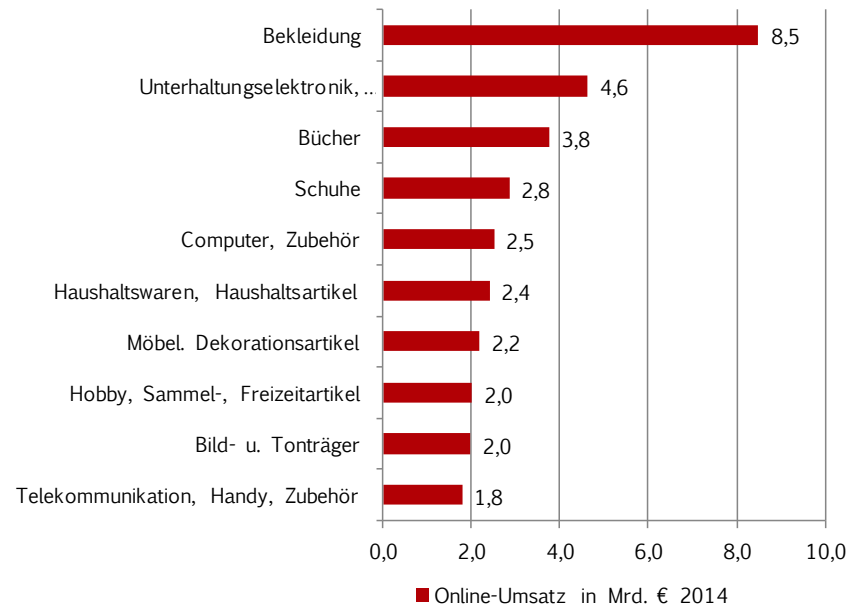
Abb. 11: Umsatzentwicklung 2013 gegenüber 2008 in Mio. Euro



Quelle: IFH Köln, Handelsszenario 2020  
 Bearbeitung: cima 2015

Umsatzstärkste Branche im Online-Handel ist nach wie vor der Handel mit Bekleidung und Textilien. Ebenfalls seit Jahren führend im Onlineumsatz liegen die Warengruppen Unterhaltungselektronik, Medien sowie der Handel mit Büchern und Schuhen. Betrachtet man jedoch die Wachstumsraten im E-Commerce, so wird die Dynamik der Branche deutlich. Immer mehr Warengruppen werden über das Internet nachgefragt. So lag das Wachstum im Online-Handel mit Spielwaren von 2011 bis 2013 bei rd. 103 %.

Abb. 12: Top 10 der Warengruppen im interaktiven Handel nach Online-Umsatz 2014



Quelle: EHI Handelsdaten 2015  
 Bearbeitung: cima 2015

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der zunehmende Online-Handel die größte Herausforderung im Verdrängungswettbewerb für den stationären Handel darstellt. Noch nie in seiner bisherigen Historie musste der Handel einen so enormen Umbruch in so kurzer Zeit bewältigen wie heute. Der starken Online-Konkurrenz sind gerade noch Großstädte gewachsen, die einerseits ein großes attraktives Angebot vor Ort (z.B. Innenstadt) anbieten können und andererseits durch den komplementären Online-Vertrieb (Multi-Channel-Optionen) Umsatzverluste kompensieren können. Für den Facheinzelhandel ergibt sich daraus zwar ein großer Nachholbedarf gleichzeitig jedoch auch ein Potenzial, das es zu nutzen gilt. Als Mittelzentrum mit naturräumlich eingeschränktem Einzugsgebiet ist Ronnenberg anfällig für weitere Umsatzverluste. Die Chancen des ergänzenden Online-Handels sollten zukünftig eine wichtige Rolle bei der Profilierung und Positionierung als Einkaufsstandort spielen.

### 2.3.2 Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster schwimmen zunehmend und der Konsument als solches wird für den Einzelhandel zunehmend „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multioptionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in Punkto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service.

In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seinen Mehrwert darstellt und kommuniziert, der nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität/ Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um den hybriden Kunden anzusprechen.

### Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch nette Aktionen und Aufmerksamkeiten („die extra Meile gehen“) gegenüber dem Kunden, kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen.

Abb. 13: Engelbert Strauss Store in Bergkirchen



Quelle: Eigene Aufnahmen cima 2015

Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online Auftritt bzw. Broschüren stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Abb. 14: Warenpräsentation Modehaus „Erlebe Wigner



Quelle: Erlebe Wigner ([www.erlebe-wigner.de](http://www.erlebe-wigner.de))



### Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkern des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zu Wettbewerbern zu verbessern. Dies kann zum Beispiel durch die spezielle Betriebs-Historie oder durch Spezialisierungen z.B. über Sortiment, Personal, Service erfolgen. Es gilt ein Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Abb. 15: Online Auftritt und Broschüre Nürnberger Meister Händler



Gestaltung/Quelle: gruenklee - kommunikation.design

### Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich zum Beispiel durch das individuelle und passgenaue Angebot in Frischtheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung, z.B. in Form von Kinderspielen, Sitzmöglichkeiten etc. Ein Beispiel für reinen Convenience Fokus bietet die Kette „Das Kochhaus“. Hier werden portionierte Lebensmittel mit Rezeptvorschlag angeboten.

Abb. 16: Einrichtung „Das Kochhaus“



Quelle: Kochhaus.de

Abb. 17: Convenience-Sortiment "Penny to go"



Quelle: eigene Aufnahmen cima 2015

### Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden“ der jeweiligen Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz, als um die Präsenz in den A-Lagen der Weltmetropolen. Ziel ist es durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffäden“ weder interaktive noch individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Abb. 18: Flag-Ship-Store Ritter Sport Berlin



Quelle: Sascha Olschewski, solec-electro.de 2010

### Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Denn durch die große Konkurrenz sind kleine Einzelhandelsbetriebe zur Handlung gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten kann hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten.



Abb. 19: Modernes Bäckerei-Konzept: Baker D.Chirico, Melbourne



Quelle: Peter Benetta, [www.broadsheet.com.au](http://www.broadsheet.com.au), 2015

### Mono-Label Store

Als Mono-Label Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer/Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. An den guten bis sehr guten Standorten der Großstädte nimmt das Platzangebot rapide ab. Mono-Label Stores können eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem darstellen. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern angeboten.

### Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereitgestellt, die die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten innerhalb bekannter Elektro-Fachmärkte –und Filialisten. Dies kann u.a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software, umfassen.

Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

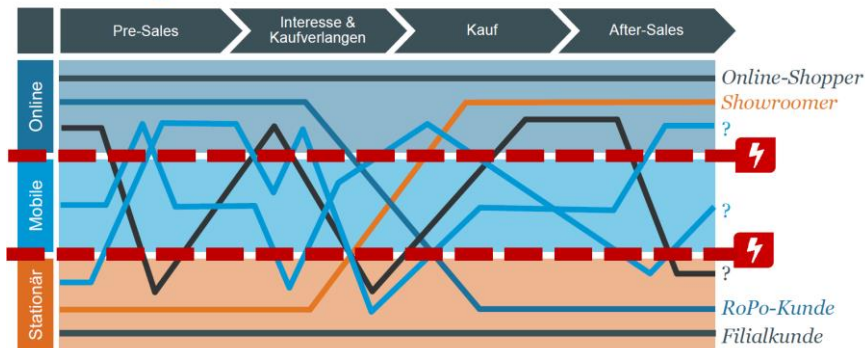
### Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist aber die zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Einerseits verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und die damit einhergehenden Vorteile für den Kunden die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Die geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr, nur einen Kanal als Händler zu bedienen, sondern alle Kanäle zu nutzen und (gleichzeitig) zu bedienen. Der Kunde kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen,

z.B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen wechseln, z.B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

da, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und Youtube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Abb.20:CustomerJourney–Channel-Hopping



Mit der wachsenden Bedeutung des online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim „Showrooming“ informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren. Ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben und Kontakt mit dem Produkt und einer persönlichen Beratung sowie die vorgelagerte Informationsmöglichkeit und anschließende Bestellmöglichkeit im Netz. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

Quelle: elaboratum, 2014

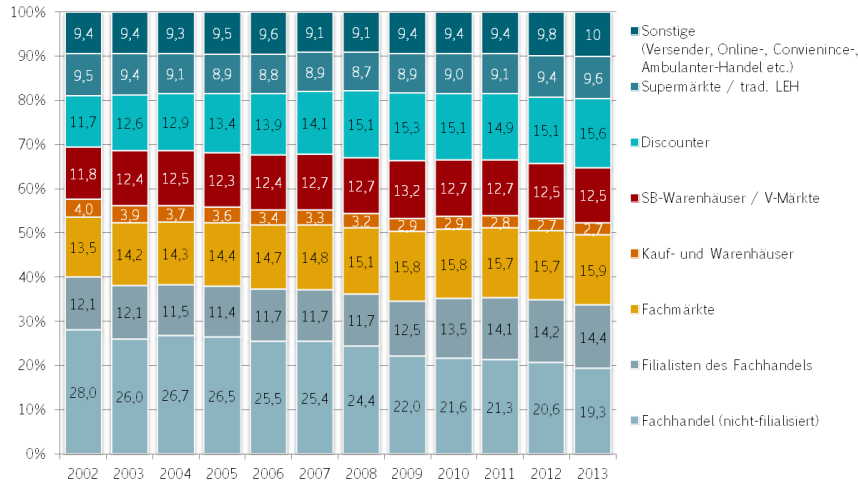
Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Händlern eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research online, purchase offline (Suche Online – Kaufe Offline) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essentiell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden. Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen Dienste für Händler, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online Marktplätzen (bspw. Atalan-

### 2.3.3 Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Konzentration auf Anbieterseite schreitet weiter voran. Der Marktanteil von Unternehmen mit mehr als 2,5 Mrd. € Jahresumsatz steigt mittelfristig auf 85 %.

Abb. 21: Marktanteile nach Vertriebsformen 2002-2013 (nominal in %)



Quelle: IFH Retail Consultants, 2014; Bearbeitung cima 2015

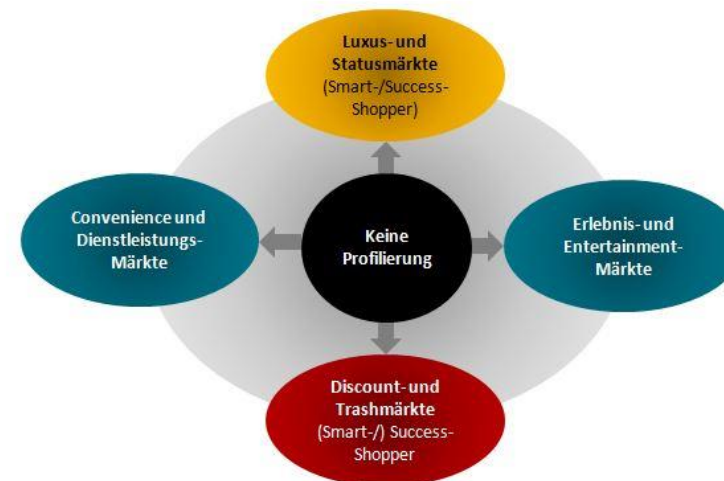
- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Monolabel-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch. In größeren Städten repräsentieren sog. Flagship-Stores an wenigen Standorten das Prestige der Marke.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multimarken-Image oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile. Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze. Damit schließt sich der Kreis.
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig ohne Marktbedeutung sein. Der moderne Facheinzelhändler ist gleichzeitig Franchise-Nehmer der verschiedensten Anbieter in seiner Stadt oder Region. Einkaufskooperationen sind das Mindestmaß an Verbund.
- Probleme bei der Revitalisierung der Kauf- und Warenhäuser (siehe Debatte um nicht klar positionierte Kaufhäuser).
- Viele Filialisten sind nach dem Top-down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilien-Experten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadt-Einzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Kundenbewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-up: Neue Qualitätsorientierung im Lebensmittel-Einzelhandel bringt angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentrum oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf!) und Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-eat-Angebots), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe alleine ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser wachsen künftig nur noch langsam. Dafür folgen

die Anbieter der zunehmenden Überalterung mit einer Dezentralisierungsstrategie.

- Auch die Discounter sichern sich über neue Sortimentsstrategien (ALDI: Frischfleisch, zunehmende Etablierung von Markensortimenten, LIDL: zunehmende Frischekompetenz und qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenience-Produkte, etc.) Marktanteile.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer“ spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z.B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf).
- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen den deutschen Markt zu erschließen (Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv), z.B. Primark als sehr erfolgreiches Textil-Discount Konzept
- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (store branding).
- Shopping mit Ambiente: Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen. Shopping-Center-Standards haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten, ob gewachsen oder geplant müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z.B. Themen-Center von Sonae Sierra).

- Factory-Outlet-Center (Fabrikverkaufs-Zentren) werden trotz anhaltender Beliebtheit, aufgrund der strengen Genehmigungspraxis für Vorhaben außerhalb gewachsener Zentren kein dichtes Netz von Standorten bilden können, aufgrund dessen werden andere Konzepte wie bspw. Inner-City-Outlet Bad Münstereifel umgesetzt.
- Versandhändler in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog und Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online Shops der etablierten Lebensmittelhändler (z.B. Edeka 24, Rewe Online) bis zu neuen, reinen Online-Anbietern wie allyouneedfresh.de, helloworldfresh.de oder Amazon Fresh (aktuell in der Planungs/Testphase für Deutschland).

Abb. 22: Nachfrage-/Zielgruppenorientierung von Betriebstypen



Quelle und Bearbeitung: cima 2014



Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Gemeindeteilen.

### 2.3.4 Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird im zunehmenden Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so interessante Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt. Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind selbst Flächen bis 3.500 m<sup>2</sup> keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discountern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln

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

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

Abb. 23: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Supermärkten



Penny



Penny



Kaufland



Kaufland

Quelle: cima 2015

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, die die Attraktivität und damit die Akzep-

tanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem „one-stop-shopping“ entgegen. Ein **idealtypisches Nahversorgungskonzept** in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten) und Lebensmittel-Handwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden.

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



Abb. 24: Profile der standardisierten Lebensmittel-Betriebstypen

Merkmale		Betriebstypen			
Betriebstyp	Supermarkt (Vollsortiment)	Soft-Discounter	Hard-Discounter	Verbrauchermarkt	SB-Warenhaus
Beispiele	Edeka, Rewe	Netto, Penny	Aldi, Lidl, Norma	E-Center, HIT, Kaufland, Rewe	Globus, Kaufland, Real, Marktkauf
Verkaufsfläche ca.	1.500 - 2.500 m <sup>2</sup>	800 - 1.000 m <sup>2</sup>	1.000 - 1.500 m <sup>2</sup>	ab 2.500 m <sup>2</sup>	ab 5.000 m <sup>2</sup>
Nebenflächen zusätzlich	20 - 30 %	20 - 30 %	30 %	30 %	30 %
Einzugsgebiet	ab 5.000 Ew.	ab 5.000 Ew.	ca. 20.000 Ew.	ab 20.000 Ew.	ab 50.000 Ew.
Sortimentstiefe Food	8.000 - 12.000	1.200 - 3.500	700 - 1.500	8.000 - 15.000	8.000 - 20.000
Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>Typischer Nahversorger mit Vollsortiment</li> <li>aktuell in Frische und Qualität</li> <li>Markenartikel mit steigendem Anteil an Handelsmarken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>preisaggressiv</li> <li>Eigenmarken mit ausgewählten Markenartikeln, tlw. Frische-Angebote</li> <li>positioniert sich verstärkt als Nahversorger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autokundenorientiert</li> <li>Preisführer</li> <li>vorw. Handelsmarken, zusätzlich bis zu 150 Markenartikel</li> <li>bis zu 20 % Aktionsfläche für Non-Food</li> <li>Tendenz zeigt in Richtung Marken-Discounter (Soft-Discounter)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vollsortiment</li> <li>ähnliche Konzepte wie große Supermärkte</li> <li>großzügige Warenpräsentation</li> <li>Non-Food-Flächenanteil 30 - 60 %</li> <li>je nach Standort mit noch hohem Nahversorgungsanspruch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vollsortiment</li> <li>Autokundenorientiert</li> <li>Großzügige Warenpräsentation</li> <li>Non-Food-Flächenanteil 60 - 75 %</li> </ul>
m <sup>2</sup> Vk.-Fläche je Stellplatz	14 - 15	8 - 12	8 - 12	12 - 14	13 - 15

Quelle und Bearbeitung: fortlaufende eigene Erhebung, cima 2016

## 2.4 Auswertung der ISEK-Empfehlungen zum Einzelhandel und zur Flächenentwicklung

Im integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzept (ISEK) der Stadt Ronnenberg wird der Stadtteil Empelde als wichtigster Versorgungsstandort im Stadtgebiet ausgewiesen (vgl. ISEK Ronnenberg 2030, S. 57). Als räumlicher Schwerpunkt wird das Umfeld der Ronnenberger Straße, bzw. der Versorgungskern Nenndorfer Straße/ Berliner Straße genannt. Für Ronnenberg wird als Schwerpunkt der Nahversorgung der Bereich Gehrdener Straße/Marktzentrum sowie die Straße Über den Beeken genannt. Die Nahversorgung im Stadtteil Weetzen wird als „nicht zufriedenstellend bzw. zeitgemäß aufgestellt“ eingestuft (vgl. ebd.). Ebenso gibt es in Linderte und Vörie Versorgungslücken, sodass Einkäufe des täglichen Bedarfs in den benachbarten Ortsteilen erledigt werden.

Bedarfsgerechte neue Versorgungsangebote sollten in zentralen integrierten Lagen im Bestand geschaffen werden. Hierbei ist auch „die Schaffung von neuen Angeboten als Umnutzung von brachgefallenen Flächen denkbar.“ (ebd., S. 117).

Handlungsbedarf zur Sicherung der Nahversorgung ist für Empelde und Ronnenberg nicht gegeben, allerdings ist hier eine Aufwertung der stadträumlichen Qualitäten in den Kernbereichen notwendig. Die Nahversorgung in Weetzen durch den Lebensmittelmarkt an

der Hauptstraße ist dringend zu erhalten. Derzeit ist das Angebot als nicht mehr zeitgemäß einzustufen.

Das Gelände der ehemaligen Zuckerfabrik in Weetzen ist derzeit ungenutzt und bedarf einer Neuentwicklung. Erste Planungen sehen eine wohnbauliche Entwicklung sowie ergänzende Dienstleistungs- bzw. Einzelhandelsnutzungen vor.

## 2.5 Änderungen aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2017)

Bezüglich der Änderungen im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen für das Jahr 2017 sollen in diesem Kapitel einige besondere Aspekte herausgehoben und erläutert werden. Die Darstellung ist nicht als vollständig zu verstehen, sondern liefert erste Hinweise zur Handhabung des Einzelhandelskonzepts. Die cima verweist an dieser Stelle auf die jeweils aktuell rechtsgültige Form des Landesraumordnungsprogramms nebst dazugehöriger Begründung.

### Nahversorgung:

Zur Nahversorgung zählen Betriebe, deren Sortiment zu mindestens 90% aus Lebensmitteln und Drogeriewaren besteht sowie deren Umsatz zu mehr als 50% mit Kaufkraft aus einem fußläufigen Einzugsbereich generiert wird. Der fußläufige Einzugsbereich ist dabei mit 10-Minuten-Gehzeit definiert, wobei auch Barrieren, wie Bahnschienen, Flussläufe, etc... zu berücksichtigen sind.

Weiterhin wird nunmehr zwischen drei Typen des Einzelhandels mit periodischen Sortimenten unterschieden:

- klassischer großflächiger Einzelhandel mit überörtlicher Bedeutung
- nicht raumbedeutsame Nahversorgung
- raumbedeutsame Nahversorgung

### Integrationsgebot:

"Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist" (LROP 2017 2.3 Ziffer 05 Satz 3)

Ziel der Raumordnung ist es weiterhin Lebensmittel- und Drogeriebetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln. Hiermit soll die frequenzschaffende Wirkung zur Stärkung der weiteren Nutzungen im zentralen Versorgungsbereich nutzbar gemacht werden. Mit der oben zitierten Ausnahmeregelung soll jedoch die Möglichkeit geschaffen werden, im Umfeld ungünstiger Rahmenbedingungen eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfsbereichs zu ermöglichen.

### Kongruenzgebot:

Im Grundsatz ist das Kongruenzgebot unverändert, jedoch sind inhaltlich einige Änderungen eingeflossen:

- Neu ist die Begrifflichkeit des Kongruenzraums, der die Begriffe der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und des Verflechtungsbereichs ersetzt.
- Einzugsgebiet und ehemals Verflechtungsbereich sollten sich entsprechen. Neu ist, dass das Einzugsgebiet den Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten soll. Eine wesentliche Über-

schreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes von außerhalb des anzuwendenden Kongruenzraums erzielt wird.

## 2.6 Darstellung und Berücksichtigung aktueller Rechtsprechungen

Im Folgenden werden aktuelle Rechtsprechungen der letzten Jahre zur einzelhandelsbezogenen Raumordnung aufgezeigt und ihr jeweiliger Einfluss auf die Stadt Ronnenberg geprüft.

- zentralörtliche Einrichtungen des oberzentralen Bedarfs: Das OVG Lüneburg hat in einer Entscheidung zum Kongruenzgebot im LROP Niedersachsen 2008 richtigerweise darauf hingewiesen, dass der Begriff des Warensortiments in Bezug auf die unterschiedlichen Versorgungsaufträge der Zentralitätsstufen in Niedersachsen nicht bestimmt sei. Es sei auch nicht geklärt worden, „ob die notwendige Differenzierung nach Sortimenten, nach Häufigkeit der Nachfrage, nach Preis oder auf welche Art sonst geschehen soll.“ Und schließlich bestünden „etwa in der Bekleidungsbranche erhebliche Schwierigkeiten bei der Zuordnung zu mittel- bzw. oberzentraler Versorgung“.<sup>3</sup>

Die Niedersächsische Landesplanung hat es daher auch ausdrücklich unterlassen, für die Änderung des LROP einen Versuch der Differenzierung der zentralörtlichen Bedarfsstufen zu unternehmen. In der Begründung wird dazu ausgeführt: „Im Bereich der Einzelhandelsversorgung ist eine sortimentsbezogene Differenzierung hinsichtlich der Deckung des gehobenen bzw.

spezialisierten höheren Bedarfs weder zweckmäßig noch möglich. Deshalb erfolgt [...] lediglich eine sortimentsbezogene Differenzierung in periodische und aperiodische Sortimente“.<sup>4</sup>

- Verkaufsflächenfestsetzungen in Bebauungsplänen: „Der Senat hat mit Urteil vom 3. April 2008 - BVerwG 4 CN 3.07 - (BVerwGE 131, 86) entschieden, dass die durch Bebauungsplan erfolgte Festsetzung einer baugebietsbezogenen, vorhabenunabhängigen Verkaufsflächenobergrenze zur Steuerung des Einzelhandels in einem Sondergebiet zur Steuerung des Einzelhandels mangels Rechtsgrundlage unzulässig ist. Sie werde von § 11 BauNVO nicht gedeckt. Eine Kontingentierung der Verkaufsflächen, die auf das Sondergebiet bezogen sei, öffne das Tor für sog. „Windhundrennen“ potenzieller Investoren und Bauantragsteller und schließe die Möglichkeit ein, dass Grundeigentümer im Fall der Erschöpfung des Kontingents von der kontingentierten Nutzung ausgeschlossen seien. Dieses Ergebnis widerspreche dem der Baugebietstypologie (§§ 2 bis 9 BauNVO) zugrundeliegenden Regelungsansatz, demzufolge im Geltungsbereich eines Bebauungsplans im Grunde jedes Baugrundstück für jede nach dem Nutzungskatalog der jeweiligen Baugebietsvorschrift zulässige Nutzung in Betracht kommen solle (Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 17). Eine Ausnahme von dem Verbot einer gebietsbezogenen Verkaufsflächenbegrenzung hat der Senat mit Blick auf das Urteil vom 27. April 1990 - BVerwG 4 C 36.87 - (Buchholz 406.12 § 11 BauNVO Nr. 17) lediglich für den Fall erwogen, dass in dem in Frage stehenden Sondergebiet nur ein einziger Handelsbetrieb zulässig ist.“<sup>5</sup> und <sup>6</sup>

<sup>3</sup> OVG Lüneburg, Urteil vom 15.03.2012 – 1 KN 152/10

<sup>4</sup> Begründung zu 2.2 Ziffer 05 Satz 2 LROP Niedersachsen, Änderungsentwurf 2015

<sup>5</sup> Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 18

- Das Angebot des Randsortiments muss dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.<sup>7</sup>

Kernsortimente, bzw. Hauptsortimente, sind alle für das Einzelhandelsgroßprojekt prägenden Sortimente. Auf der anderen Seite sind Randsortimente als ergänzende Sortimente zu betrachten, die sowohl in der Verkaufsflächendimensionierung, als auch im Umsatzanteil deutlich untergeordnet sind. „Von einem "Randsortiment" [kann] keine Rede mehr sein, wenn die unter diesem Etikett angebotenen Waren unter Umsatzgesichtspunkten ersichtlich ein wesentlich (mit)tragendes "Standbein" des Handelsbetriebs überhaupt sind“ (OVG NRW, Beschluss v. 26.01.2000 – 7 B 2023/99). Üblicherweise wird von einem Verkaufsflächen-, bzw. Umsatzanteil von über 10 % am Gesamtvorhaben von einem wesentlichen mittragenden Anteil ausgegangen.

---

<sup>6</sup> Quelle: BVerwG, Beschluss vom 11.11.2009 - 4 BN 63.09 [ECLI:DE:BVerwG:2009:111109B4BN63.09.0]

<sup>7</sup> OVG Münster, Urteil vom 09.11.2012 – 2 D 63/11.NE; ebenso OVG Münster, Beschluss vom 26.01.2000 – 7 B 2023/99

## 3 Marktgebiet und Nachfragepotenziale

### 3.1 Marktgebiet der Stadt Ronnenberg

Das Marktpotenzial für den Einzelhandel in der Stadt Ronnenberg ergibt sich zum einen aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des Stadtgebietes und zum anderen aus möglichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland. In die Berechnung fließen ebenso

- 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 mit ein.

Relevant ist zunächst die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Stadt Ronnenberg: Die beiden Stadtteile Ronnenberg und Empelde werden gemäß dem Regionalen Raumordnungsprogramm für die Region Hannover 2016 als Grundzentren eingestuft.

Mit der unmittelbaren Nähe zu den Oberzentren Hannover und Hildesheim und den Mittelzentren Barsinghausen, Garbsen, Laatzen und Springe in der Umgebung, steht der Ronnenberger Einzelhandel in starkem Wettbewerb.

Gemäß der durch die Raumordnung festgelegten grundzentralen Versorgungsfunktion des Grundzentrums Ronnenberg, vorrangig der eigenen Bevölkerung, ergibt sich das Marktgebiet.

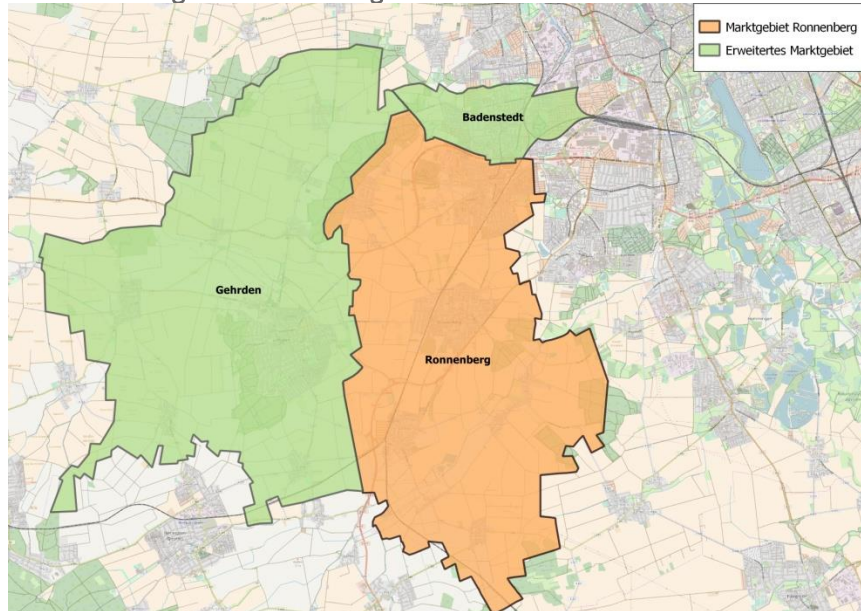
Die **Ausdehnung des Marktgebietes** des Ronnenberger Einzelhandels ist der nachfolgenden Abb. 25 zu entnehmen. Das Ronnenberger Marktgebiet gliedert sich in zwei Zonen: das direkte sowie das erweiterte Marktgebiet.

Das **direkte Marktgebiet** des Ronnenberger Einzelhandels umfasst in erster Linie das Stadtgebiet der Stadt Ronnenberg. Der erweiterte Einflussbereich des Ronnenberger Einzelhandels mit lediglich geringen Austauschbeziehungen wird im **erweiterten Marktgebiet** dargestellt. Hierzu zählen die westlich an Ronnenberg anschließende Gemeinde Gehrden sowie der Stadtteil Badenstedt der Landeshauptstadt Hannover. Das erweiterte Marktgebiet umfasst insgesamt rd. 27.200 Einwohner.

Der Ronnenberger Einzelhandel kann aus Sicht der cima nicht auf weitere Stadtteile Hannovers, die östlich unmittelbar an das Ronnenberger Stadtgebiet grenzen, einwirken. Für den motorisierten Verkehr existiert eine direkte Wegeverbindung ausschließlich über die Bundesstraßen. Lediglich Fußgänger und Fahrradfahrer können eine Abkürzung zwischen Mühlenberg und dem nordöstlichen Teil von Empelde nutzen.



Abb. 25: Marktgebiet Ronnenberg



Kartenbasis: OpenStreetMap-Mitwirkende  
 Bearbeitung: cima 2016

## 3.2 Nachfragepotenzial der Stadt Ronnenberg

Die Berechnung des Nachfragepotenzials<sup>8</sup> in Ronnenberg erfolgt auf der Basis der gemeindefreien Einwohnerzahl (23.752)<sup>9</sup> und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (100,6)<sup>10</sup>. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.828 € für das Jahr 2016 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Stadt Ronnenberg mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wird.

Der Ausgabesatz im Einzelhandel eines jeden Einwohners der Stadt Ronnenberg entspricht im Durchschnitt 5.862,97 € im Jahr 2016. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Ronnenberg somit leicht über dem Bundesdurchschnitt.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Stadt Ronnenberg auf rund 139,3 Mio. €. Davon entfallen etwa 75,1 Mio. € auf den periodischen Bedarf und 64,2 Mio. € auf den aperiodischen Bedarfsbereich.

<sup>8</sup> Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Stadt Ronnenberg, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

<sup>9</sup> Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)

<sup>10</sup> Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2016

Abb. 26: Nachfragepotenzial der Stadt Ronnenberg

cima Warengruppe	Ronnenberg
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>75,1</b>
Lebensmittel, Reformwaren	51,1
Gesundheit und Körperpflege	21,8
Zeitschriften, Schnittblumen	2,1
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>64,2</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>21,3</b>
Bekleidung, Wäsche	11,8
Schuhe, Lederwaren	3,9
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	5,6
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>13,6</b>
Bücher, Schreibwaren	2,6
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	11,1
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>6,9</b>
Sportartikel, Fahrräder	4,1
Spielwaren	1,3
Hobbybedarf, Zooartikel	1,5
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>2,0</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>9,4</b>
Möbel, Antiquitäten	7,7
Heimtextilien	1,6
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>10,9</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>139,3</b>

Quelle: cima 2016

Das Nachfragepotenzial im erweiterten Marktgebiet, mit dem nur geringe Austauschbeziehungen zu erwarten sind, umfasst weitere 170,4 Mio. €. Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial von direktem und erweitertem Marktgebiet auf rd. 309,7 Mio. € (ohne Touristen, Streukunden und Pendler von außerhalb des Marktgebietes).

Abb. 27: Nachfragepotenzial des erweiterten Marktgebietes

Bereich	Einwohner	Nachfragepotenzial (in Mio. €)
Direktes Marktgebiet (Stadt Ronnenberg)	23.752	139,3
Erweitertes Marktgebiet (Gehrden und Hannover-Badenstedt)	27.176	170,4
<b>Summe</b>	<b>50.928</b>	<b>309,7</b>

Quelle: cima 2016

Das größte Nachfragepotenzial im Stadtgebiet Ronnenbergs verzeichnet der Stadtteil Empelde. Mit 69,5 Mio. € liegt der Ortsteil Empelde deutlich vor den weiteren Ortsteilen. Das nächstgrößere Kaufkraftpotenzial besitzt der Kernort Ronnenberg mit 41,3 Mio. €. Beide Ortsteile zusammen machen gut 75 % des Kaufkraftvolumens der Stadt Ronnenberg aus. Kaufkraftpotenziale von über 10 Mio. € sind in den Ortsteilen Weetzen (13,9 Mio. €) und Benthe (11,4 Mio. €) vorzufinden, gefolgt vom Ortsteil Ihme-Roloven (5,7 Mio. €). Die Ortsteile Linderte und Vörie bleiben unter der 5 Mio. €-Grenze.

Abb. 28: Nachfragepotenzial auf Ortsteilebene

Nachfragepotenzial in Mio. €	
Benthe	11,4
Empelde	69,5
Ihme-Roloven	5,7
Linderte	3,3
Ronnenberg	41,3
Vörie	1,6
Weetzen	13,9
<b>Nachfragepotenzial insgesamt</b>	<b>146,7</b>

Quelle: cima 2016, Einwohnerdaten der Stadt Ronnenberg (inkl. Haupt- und Nebenwohnung), Stand 01.01.2015

Die Differenz in der Summe des Nachfragepotenzials in Abb. 26 und Abb. 28 ergibt sich aus den zugrunde gelegten Einwohnerzahlen. Auf Stadtteilebene sind diese nur für Einwohner mit Haupt- und Nebenwohnsitz vorhanden. Auf Grund der höheren Einwohnerzahl im Vergleich zu den Daten des Landesamts für Statistik Niedersachsen, liegt auch das summierte Nachfragepotenzial der Gesamtstadt höher.

## 4 Einzelhandelsstrukturdaten der Stadt Ronnenberg

### 4.1 Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze des Ronnenberger Einzelhandels

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung im gesamten Stadtgebiet von Ronnenberg im Oktober 2016.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur hinzugezogen. Es handelt sich demnach um Schätzwerte, die tatsächlichen Umsätze einzelner Betriebe können zum Teil deutlich abweichen.

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden 87 Einzelhandelsbetriebe erfasst, die eine Verkaufsfläche von 39.625 m<sup>2</sup> aufweisen. Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von 98,4 Mio. € (brutto, p.a.). Die durchschnittliche Raumleistung (Flächenproduktivität) liegt über alle Branchen bei rd. 2.483 € je Quadratmeter Verkaufsfläche.

Die warengruppenspezifische Differenzierung ist der nebenstehenden Abbildung zu entnehmen.

Abb. 29: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Ronnenberg

cima Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>48</b>	<b>10.755</b>	<b>62,0</b>
Lebensmittel, Reformwaren	38	9.290	46,2
Gesundheit und Körperpflege	5	1.205	14,4
Zeitschriften, Schnittblumen	5	260	1,3
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>39</b>	<b>28.870</b>	<b>36,4</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>13</b>	<b>2.015</b>	<b>6,8</b>
Bekleidung, Wäsche	6	1.130	2,7
Schuhe, Lederwaren	1	600	1,5
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	6	285	2,5
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>7</b>	<b>1.555</b>	<b>3,3</b>
Bücher, Schreibwaren	3	335	1,5
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	4	1.220	1,9
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>5</b>	<b>1.480</b>	<b>2,8</b>
Sportartikel, Fahrräder	3	540	1,4
Spielwaren	0	135	0,3
Hobbybedarf, Zooartikel	2	805	1,1
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>3</b>	<b>2.170</b>	<b>1,9</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>0</b>	<b>930</b>	<b>1,5</b>
Möbel, Antiquitäten	0	820	1,4
Heimtextilien	0	110	0,1
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>11</b>	<b>20.720</b>	<b>20,1</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>87</b>	<b>39.625</b>	<b>98,4</b>

Quelle: cima 2016

An dritter Stelle ist die ebenfalls dem periodischen Bedarf zuzuordnende Warengruppe Gesundheit und Körperpflege mit 14,4 Mio. € (14,7 % Umsatzanteil) zu nennen.

Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

- Die Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren verzeichnet 38 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 9.290 qm. Sie realisieren einen Umsatz von rd. 46,2 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt damit bei 23,4 % bzw. 46,9 % am gesamten Einzelhandel. Insbesondere der Umsatzanteil von knapp unter 50 % entspricht der typischen Ausstattung eines Grundzentrums und spricht für eine angemessene Präsenz der Nahversorgung.
- Mit einigem Abstand folgt an zweiter Stelle die dem aperiodischen Bedarf zuzuordnende Hauptwarengruppe Baumarktartikel, Gartenbedarf. Mit 11 Betrieben, die diese Waren im Hauptsortiment auf einer Verkaufsfläche von 20.720 qm (52,3 % Flächenanteil) führen, wird ein Umsatz von rd. 20,1 Mio. € (20,4 % Umsatzanteil) erwirtschaftet.
- Die Warengruppe Bekleidung, Wäsche, dem wichtigsten Leitsortiment einer zentralen Ortskernlage, ist in Ronnenberg mit 6 Betrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von 1.130 qm vorhanden. Die Betriebe realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 2,7 Mio. €. Dies entspricht einem Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 2,9 % bzw. 2,8 % am gesamten Einzelhandel in der Stadt Ronnenberg. Im Vergleich zu weiteren Grundzentren entspricht dies einer durchschnittlich guten Ausstattung.
- Die Hauptwarengruppe Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat weist bei einem Verkaufsflächenanteil von 5,5 % (2.170 qm) lediglich einen Umsatzanteil von 1,9 % (1,9 Mio. €) auf. Nur 3 Betriebe führen diese Waren im Hauptsortiment. Der Großteil der Verkaufsfläche entfällt auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte sowie des Hagebaumarkts.

- Den geringsten Verkaufsflächenanteil (2,3 %) und Umsatzanteil (1,5 %) macht die Hauptwarengruppe Einrichtungsbedarf aus. In Ronnenberg gibt es keine Betriebe, die Sortimente dieser Warengruppe (Möbel, Antiquitäten oder Heimtextilien) als Hauptsortiment führen. Die Verkaufsflächen (930 qm) entfallen lediglich auf die Randsortimente der anderen Betriebe (beispielsweise Baumarkt und Badaustatter). Es wird ein Umsatz von 1,5 Mio. € erzielt. Diese nur geringen Ausstattungswerte sind ein erster Beleg für vorhandene Angebotslücken.

## 4.2 Verkaufsflächendichte

Die Verkaufsflächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt derzeit bei rd. 1,52 qm Verkaufsfläche je Einwohner<sup>11</sup>.

Bei der Betrachtung der Bedarfsbereiche muss beachtet werden, dass insgesamt 32 Branchen zu den jeweiligen Bedarfsbereichen zugeordnet wurden. Die nachfolgende Abbildung gibt somit lediglich einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in Ronnenberg.

Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte, Einrichtungsmärkte) häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel inhabergeführte Fachgeschäfte verfügen. Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben. In Ergänzung zur Einzelhandelszentralität (Kap. 4.3) kann sie aber Hinweise auf mögliche Potenziale geben.

<sup>11</sup> Stand 2015; Quellen: HDE 2015, destatis 2015



Abb. 30: Verkaufsfläche je Einwohner in Ronnenberg

Ronnenberg	
Verkaufsflächendichte in qm je Einwohner	1,67
im periodischen Bedarf	0,45
im aperiodischen Bedarf	1,22

Quelle: cima 2016

- Die Verkaufsfläche je Einwohner im **periodischen Bedarfsbereich** liegt in Ronnenberg bei 0,45 m<sup>2</sup>. Nach Erfahrungen der cima ist i.d.R. ab einem Wert von ca. 0,5 m<sup>2</sup>/Ew. von einer ausreichenden Versorgungssituation im periodischen Bedarf auszugehen. Regionalen Untersuchungen der cima zufolge wird über Grund-, Mittel- und Oberzentren hinweg eine durchschnittliche Verkaufsfläche im periodischen Bereich zwischen 0,43 und 0,63 m<sup>2</sup>/ Ew. erzielt. Ronnenberg liegt damit am unteren Rand der Durchschnittswerte.
- Im **aperiodischen Bedarf** liegt die Verkaufsflächendichte in Ronnenberg bei 1,22 m<sup>2</sup> je Einwohner. Für die gesamte Region Hannover liegen der cima Zahlen aus dem Jahr 2011 vor. Über alle Kommunen wird im aperiodischen Bedarf ein Wert von 1,26 m<sup>2</sup> je Einwohner erzielt. Die Stadt Ronnenberg liegt somit annähernd mit dem Durchschnitt gleichauf.

## 4.3 Einzelhandelszentralität in der Stadt Ronnenberg

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.

Mit einer Einzelhandelszentralität von 71 über alle Warengruppen hinweg, weist Ronnenberg für ein Grundzentrum einen moderaten Wert auf. Im Vergleich zum Jahr 2007 ist die Zentralitätskennziffer um einen Prozentpunkt zurückgegangen. Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Städte und Gemeinden.

Abb. 31: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Ronnenberg

cima Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in % 2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>62,0</b>	<b>75,1</b>	<b>83</b>
Lebensmittel, Reformwaren	46,2	51,1	90
Gesundheit und Körperpflege	14,4	21,8	66
Zeitschriften, Schnittblumen	1,3	2,1	64
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>36,4</b>	<b>64,2</b>	<b>57</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>6,8</b>	<b>21,3</b>	<b>32</b>
Bekleidung, Wäsche	2,7	11,8	23
Schuhe, Lederwaren	1,5	3,9	39
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	2,5	5,6	44
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>3,3</b>	<b>13,6</b>	<b>24</b>
Bücher, Schreibwaren	1,5	2,6	57
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	1,9	11,1	17
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>2,8</b>	<b>6,9</b>	<b>41</b>
Sportartikel, Fahrräder	1,4	4,1	34
Spielwaren	0,3	1,3	22
Hobbybedarf, Zooartikel	1,1	1,5	75
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>1,9</b>	<b>2,0</b>	<b>95</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>1,5</b>	<b>9,4</b>	<b>16</b>
Möbel, Antiquitäten	1,4	7,7	18
Heimtextilien	0,1	1,6	9
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>20,1</b>	<b>10,9</b>	<b>184</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>98,4</b>	<b>139,3</b>	<b>71</b>

Quelle: cima 2016

Im **periodischen Bedarf** insgesamt weist Ronnenberg eine Einzelhandelszentralität von 83 auf. Einem Nachfragevolumen von 75,1 Mio. € steht hier ein Umsatz von 62,0 Mio. € gegenüber.

In dem zugehörigen Bereich **Lebensmittel, Reformwaren** erreicht Ronnenberg eine Zentralität von 90. Das lokale Nachfragvolumen liegt mit 51,1 Mio. € über dem in dieser Warengruppe generierten Umsatz von 46,2 Mio. €. Die Werte veranschaulichen, dass Ronnenberg für ein Grundzentrum über ein angemessenes Angebot im Bereich Lebensmittel, Reformwaren verfügt. Die Versorgungsfunktion und Deckung des Bedarfs der eigenen Bevölkerung kann annähernd erfüllt werden. Mit den drei Lebensmittelvollsortimentern REWE, EDEKA Neukauf und EDEKA Center sowie drei Lebensmittel-discountern (NETTO, ALDI und PENNY) in den Stadtteilen Ronnenberg und Empelde ist bereits ein gutes Angebotsnetz an Nahversorgern vorhanden. Im Stadtteil Weetzen übernimmt der Lebensmittelkleinversorger EDEKA nah&gut Teile der Versorgungsfunktion für die Bewohner von Weetzen.

In der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** weist Ronnenberg lediglich eine Einzelhandelszentralität von 66 auf. Mit ROSS-MANN ist ein Drogeriemarkt in Empelde vorhanden, außerdem decken vier Apotheken den Bedarf an Arzneimitteln. Darüber hinaus sind Drogerieartikel überwiegend als Randsortiment der Lebensmittelmärkte sowie des Sonderpostenmarkts JAWOLL vorhanden. In dieser Branche sind demnach durchaus noch Entwicklungspotenziale und Angebotslücken vorhanden.

Im **aperiodischen Bedarf** liegt die Einzelhandelszentralität von Ronnenberg insgesamt bei 57. Einem Nachfragvolumen von 21,3 Mio. € steht ein Umsatz von nur 6,8 Mio. € gegenüber.

Die Warengruppen des **persönlichen Bedarfs** erreichen Zentralitäten von 23 (Bekleidung, Wäsche), 39 (Schuhe, Lederwaren) und 44 (Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf). Nennenswert sind die Betriebe RENO, SANITÄTSHAUS AM DEISTER und JEANS FRITZ.

Die Warengruppen des Bereichs **Medien und Technik** erreichen insgesamt eine Zentralität von 24. Die Warengruppe Elektroartikel,

Foto, Unterhaltungselektronik weist über alle Warengruppen hinweg die zweitgeringste Zentralität auf (17). Einem lokalen Nachfragvolumen von 11,1 Mio. € wird lediglich ein Umsatz von 1,9 Mio. € gegenübergestellt. Diese Kennziffern weisen auf deutliche Angebotslücken hin.

Im Bereich **Spiel, Sport, Hobby** wird insgesamt eine Zentralität von 41 erzielt. Die Zentralitätswerte der einzelnen Warengruppen liegen zwischen 22 (Spielwaren) und 75 (Hobbybedarf, Zooartikel). Letzteres ist als Hauptsortiment in den Fachgeschäften HEIMTIER EXPRESS und HAPPY DOG vorzufinden. Der größte Anteil des Umsatzes (rd. 58 %) wird jedoch durch Zooartikel als Randsortiment im HAGEBAUMARKT erzielt. Spielwaren sind lediglich als Randsortiment vorhanden. Die Warengruppe Sportartikel, Fahrräder erzielt eine Zentralität von 34. Hervorzuheben ist hier das Football-Fachgeschäft FIRST DOWN, welches als einziger Betrieb Sportartikel als Hauptsortiment führt.

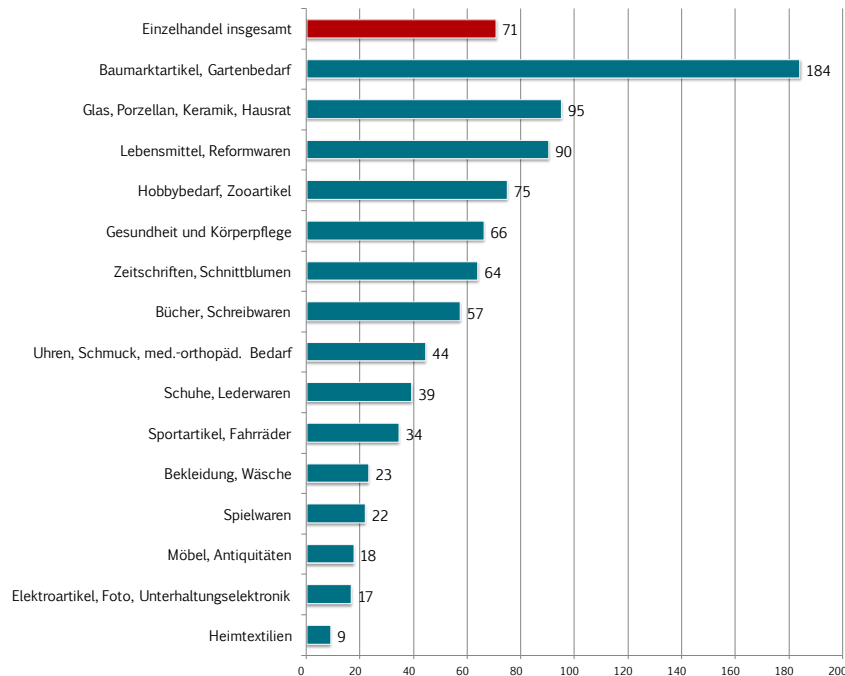
Die Hauptwarengruppe **Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** erzielt mit 95 den zweithöchsten Zentralitätswert über alle Warengruppen hinweg. Allerdings gibt es noch Erweiterungspotenzial mit Blick auf das qualitative Angebot der Betriebe, die dieses Sortiment als Hauptsortiment (SARIS, DIAKONIE LÄDCHEN und der Sonderpostenmarkt JAWOLL) führen. Der flächenmäßig größte Anteil entfällt auch in diesem Sortiment auf das Randsortiment des HAGEBAUMARKT. Zudem ist das Sortiment als Randsortiment der Lebensmittelmärkte sowie weiterer Fachmärkte und -geschäfte vorzufinden.

Die niedrigsten Zentralitätswerte werden in den Warengruppen des **Einrichtungsbedarfs** (16) erreicht. Weder in der Warengruppe Möbel, Antiquitäten mit einer Zentralität von 18 noch im Sortiment Heimtextilien, das mit 9 den niedrigsten Zentralitätswert aufweist, gibt es in Ronnenberg Betriebe mit diesen Waren als Hauptsortiment.

Das Segment **Baumarktartikel, Gartenbedarf** erreicht in Ronnenberg mit 184 den höchsten Zentralitätswert. Neben dem HAGEBAU-MARKT sind der Fliesenfachmarkt KRÜGER, DIE BLUMENINSEL sowie die Gärtnerei WILHELM BLUME maßgeblich für die hohe Zentralität in dieser Warengruppe.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Rangfolge der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Ronnenberg.

Abb. 32: Ranking: Handelszentralität in Ronnenberg

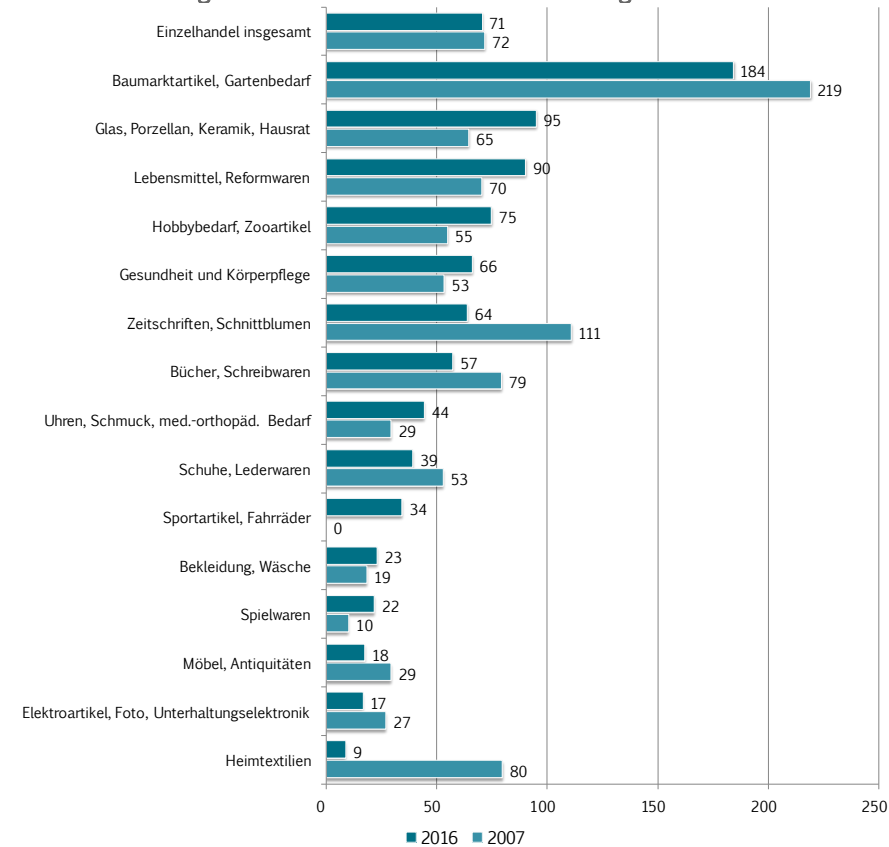


Quelle: cima 2016

Eine Gegenüberstellung der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten aus dem Jahr 2007 und dem Jahr 2016 weist insbeson-

dere deutliche Sprünge in den Warengruppen Heimtextilien sowie Zeitschriften, Schnittblumen auf. Diese sind jedoch vielmehr auf Neustrukturierungen der Sortimentszugehörigkeiten mit Bezug auf Veränderungen in den Klassifikationen der Wirtschaftszweige als auf grundlegende Veränderungen in den Betriebsstrukturen zurückzuführen.

Abb. 33: Ranking: Handelszentralitäten in Ronnenberg 2007 und 2016



Quelle: cima 2016

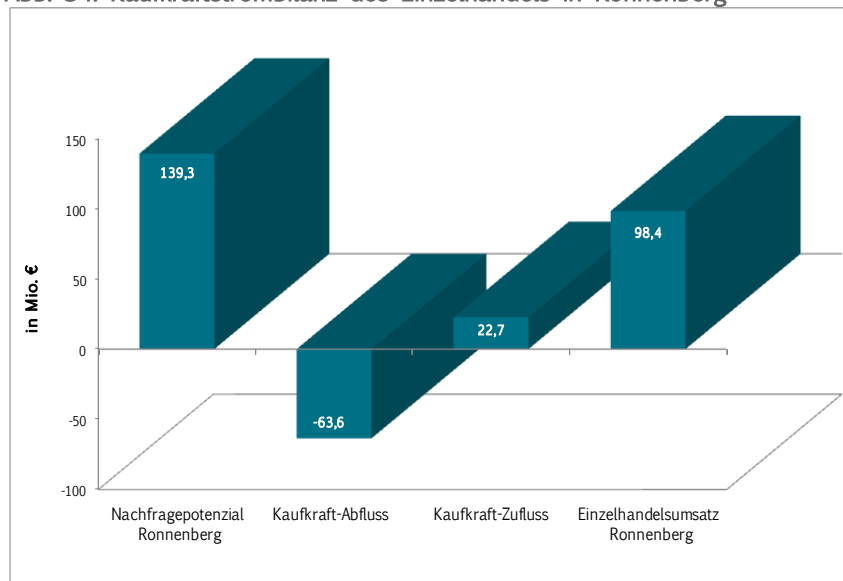
## 4.4 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in der Stadt Ronnenberg

Die nachfolgende Abbildung dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Stadt Ronnenberg.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen in der Stadt Ronnenberg liegt bei 139,3 Mio. €. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 98,4 Mio. €. Einem Kaufkraftzufluss von 22,7 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 63,6 Mio. € gegenüber.

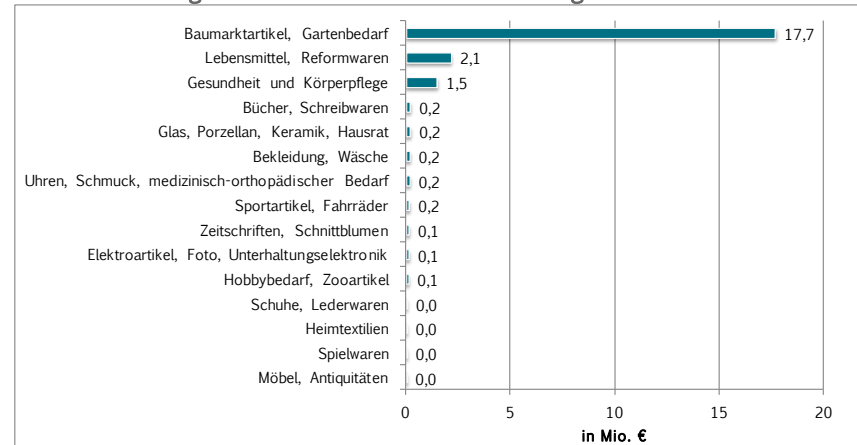
Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf rd. 46 % des in der Stadt Ronnenberg vorhandenen Nachfragevolumens. Rund 23 % des realisierten Einzelhandelsumsatzes werden durch Kaufkraftzuflüsse erzielt.

Abb. 34: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Ronnenberg



Quelle: cima 2016

Abb. 35: Ranking: Kaufkraftzuflüsse in Ronnenberg



Quelle: cima 2016

Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden in der Branche Baummarktartikel, Gartenbedarf erzielt (17,7 Mio. €). Wie auch die Zentralitätskennziffer belegt, konnte durch die Flächenerweiterung des HAGEBAUMARKTS die Attraktivität über die Stadtgrenzen von Ronnenberg hinweg gesteigert werden).

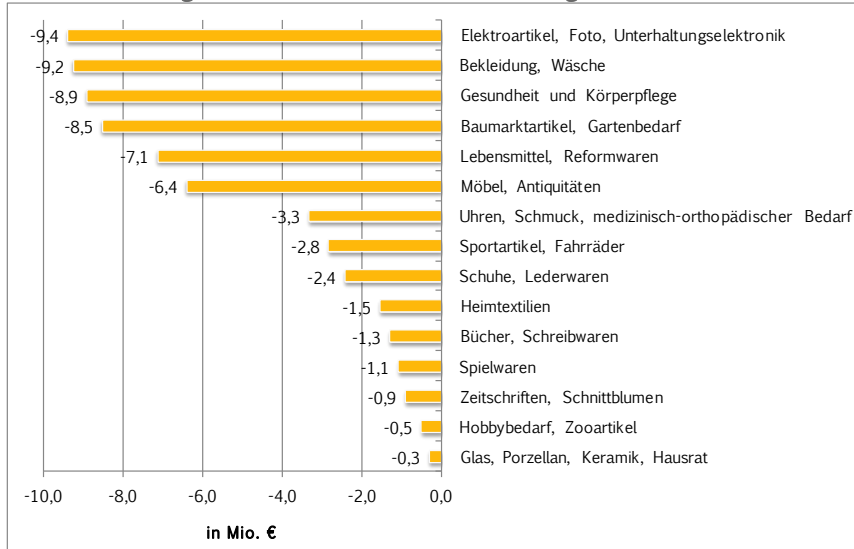
Die Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren des periodischen Bedarfsbereichs erzielt die zweithöchsten Kaufkraftzuflüsse. Mit 2,1 Mio. € liegen diese allerdings weit hinter den Zuflüssen des Sortiments Baummarktartikel, Gartenbedarf. In diesem Segment spielen insbesondere Pendlerverflechtungen eine Rolle.

In der ebenfalls zum periodischen Bedarf zugehörigen Branche Gesundheit, Körperpflege liegt der Kaufkraftzufluss bei 1,5 Mio. €. Die Zuflüsse werden hier durch den Drogeriefachmarkt und die Apotheke erzielt.

In allen weiteren Branchen liegen die Kaufkraftzuflüsse unter 0,5 Mio. €.



Abb. 36: Ranking: Kaufkraftabflüsse in Ronnenberg



Quelle: cima 2016

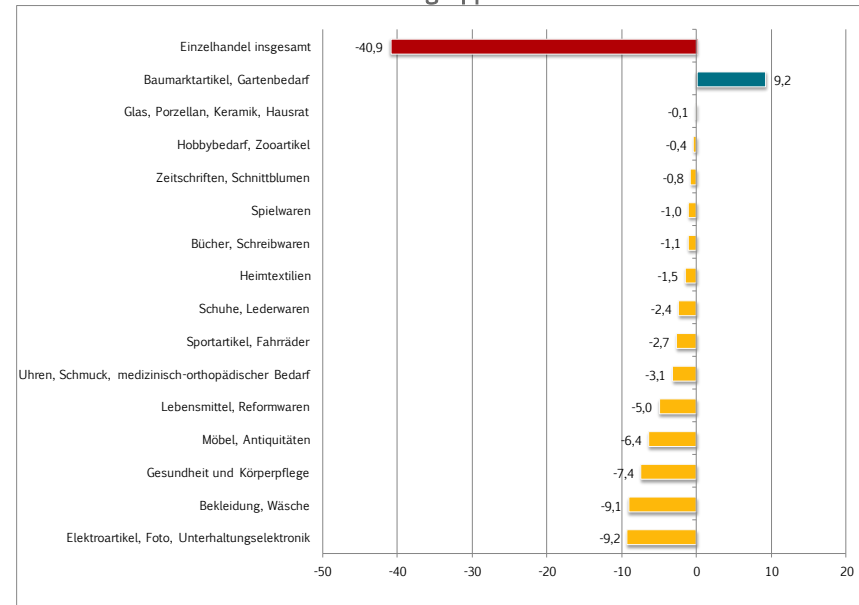
Die höchsten Kaufkraftabflüsse aus Ronnenberg entfallen mit rd. 9,4 Mio. € auf die Warengruppen Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik und Bekleidung, Wäsche (9,2 Mio. €). Die hohen Abflüsse lassen sich insbesondere durch die Nähe zum Oberzentrum Hannover begründen.

Auch in den Branchen des periodischen Bedarfs Gesundheit, Körperpflege (8,9 Mio. €) und Lebensmittel, Reformwaren (7,1 Mio. €) sowie in den Warengruppen Baumarktartikel, Gartenbedarf (8,5 Mio. €), und Möbel, Antiquitäten (6,4 Mio. €) hat die Stadt Ronnenberg hohe Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Diese lassen sich durch Pendlerverflechtungen an Standorten außerhalb des Gemeindegebietes sowie durch Angebotsdefizite erklären.

Für die restlichen Sortimente werden Kaufkraftabflüsse zwischen 0,3 Mio. € und 3,3 Mio. € verzeichnet. Diese lassen sich größtenteils durch die attraktiven Angebotsituationen in den umliegenden

Grund- und Mittelzentren sowie im Oberzentrum Hannover begründen. Wie die Zentralitäten weisen die geringen Kaufkraftabflüsse in den Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat und Hobbybedarf, Zooartikel jedoch ebenso auf ein bereits gut vorhandenes Angebot in Ronnenberg hin.

Abb. 37: Kaufkraftsaldo nach Warengruppen



Quelle: cima 2016

Abb. 37 gibt eine Saldoübersicht der Kaufkraftzu- und Kaufkraftabflüsse der Stadt Ronnenberg. Auch diese Abbildung veranschaulicht die hohen Zuflüsse des Sortiments Baumarktartikel, Gartenbedarf (per Saldo 9,2 Mio. €). Die höchsten Kaufkraftabflüsse sind mit 9,2 Mio. € in der Warengruppe Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik festzustellen.

## 4.5 Vergleich zum Einzelhandelskonzept für Empelde aus dem Jahr 2007

Die nachfolgende Abbildung fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels auf Stadtebene zusammen.

Abb. 38: Datenblatt der Stadt Ronnenberg

Ronnenberg	2007	2016	+/- in % (bzw. Prozentpunkten)
Anzahl Betriebe	101	87	-16,1%
Verkaufsfläche in qm	29.620	39.625	25,2%
Umsatz in Mio. €	93,4	98,4	5,0%
Flächenproduktivität in € / qm	3.154	2.483	-27,0%
Nachfragepotenzial in Mio. €	130,0	139,3	6,6%
Zentralität in %	71,8	70,6	-1,2
Zentralität periodisch in %	67,2	82,5	15,3
Zentralität aperiodisch in %	77,4	56,7	-20,6
Einwohner	23.249	23.752	2,1%
Verkaufsfläche je Einwohner in qm	1,27	1,67	23,6%
im periodischen Bedarf	0,38	0,45	16,7%
im aperiodischen Bedarf	0,90	1,22	26,2%
Umsatz je Einwohner in €	4.019	4.142	3,0%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	105,6	100,6	-5,0

Quelle: cima 2016

Die Anzahl der Betriebe ist im Vergleich zum Jahr 2007 zwar von 101 auf 87 gesunken (- 16,1 %). Dennoch ist ein Zuwachs um 5 % in den Umsätzen (von 93,4 Mio. € in 2007 auf 98,4 Mio. € im Jahr 2016) und der Verkaufsfläche insgesamt um 25,2 % zu verzeichnen. Die Verkaufsfläche je Einwohner ist ebenso um

23,6 % gestiegen. Der deutlich höhere Flächenzuwachs gegenüber des Umsatzes schlägt sich ebenso in einem Rückgang der Flächenproduktivität (€ pro qm) um 27 % nieder.

Während das Nachfragevolumen von 130,0 Mio. € auf 139,3 Mio. € (+6,6 %) gestiegen ist, ist die Zentralität im gleichen Zeitraum um 1,2 Prozentpunkte gesunken und beträgt im Jahr 2016 70,6. Während die Zentralität im periodischen Bedarfsbereich leicht angestiegen ist (+15,3 %), ist sie im aperiodischen Bedarfsbereich deutlich gesunken (-20,6 %).

Das erhöhte Nachfragevolumen ist in erster Linie durch den verzeichneten Bevölkerungszuwachs sowie die gestiegenen Pro-Kopf-Ausgaben begründet. Die leicht gesunkene Zentralität resultiert allein aus dem aperiodischen Bereich. Hier sind abnehmende Kaufkraftbindungen zu beobachten.

Anders verhält es sich im periodischen Bereich. Unter anderem durch das neu entstandene Fachmarktzentrum an der Chemnitzer Straße sowie den Flächenerweiterungen und Modernisierungen der Betriebe konnten Kaufkraftabflüsse zum Teil zurückgewonnen werden.

Die nachfolgende Abb. 39 fasst die Veränderungen in der Anzahl der Betriebe, des Umsatzes und der Verkaufsflächen warengrupenspezifisch zusammen.

Die deutlichsten Änderungen im Nachfragepotenzial auf Ebene der Warengruppen umfassen:

- Gesundheits- und Körperpflegeartikel steigt von 17,6 Mio. € auf 21,8 Mio. €
- Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf steigt von 2,8 Mio. € auf 5,6 Mio. €
- Baumarktartikel, Gartenbedarf sinkt von 14,1 Mio. € auf 10,9 Mio. €

Die deutlichsten Verkaufsflächenänderungen auf Ebene der Warengruppen umfassen:

- Baumarktartikel, Gartenbedarf + rd. 5.200 qm (u.a. HAGEBAUMARKT, neue Außenfläche, neue Sortimentszuweisung bei Pflanzen)
- Lebensmittel, Reformwaren + rd. 2.600 qm (u.a. FMZ an der Chemnitzer Straße)
- Möbel, Antiquitäten – rd. 700 qm (deutlich geringere Flächen bei Hagebaumarkt und Krüger)
- Gesundheit und Körperpflege – rd. 545 qm (u.a. Schlecker Normannische Straße und Berliner Straße sowie Apotheke)

Abb. 39: Vergleich Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz nach Warengruppen

cima Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment) 2016	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment) 2007	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> 2016	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> 2007	Umsatz in Mio. € 2016	Umsatz in Mio. € 2007
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>48</b>	<b>58</b>	<b>10755</b>	<b>8770</b>	<b>62,0</b>	<b>47,4</b>
Lebensmittel, Reformwaren	38	38	9290	6680	46,2	36,2
Gesundheit und Körperpflege	5	7	1205	1750	14,4	9,4
Zeitschriften, Schnittblumen	5	13	260	340	1,3	1,8
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>39</b>	<b>43</b>	<b>28870</b>	<b>20850</b>	<b>36,4</b>	<b>46,0</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>2015</b>	<b>1280</b>	<b>6,8</b>	<b>4,4</b>
Bekleidung, Wäsche	6	6	1130	620	2,7	2,0
Schuhe, Lederwaren	1	1	600	500	1,5	1,6
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	6	4	285	160	2,5	0,8
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>1555</b>	<b>1455</b>	<b>3,3</b>	<b>6,0</b>
Bücher, Schreibwaren	3	5	335	650	1,5	2,9
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	4	5	1220	805	1,9	3,1
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1480</b>	<b>320</b>	<b>2,8</b>	<b>0,9</b>
Sportartikel, Fahrräder	3	0	540	0	1,4	0,0
Spielwaren	0	0	135	50	0,3	0,1
Hobbybedarf, Zooartikel	2	3	805	270	1,1	0,8
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2170</b>	<b>260</b>	<b>1,9</b>	<b>0,7</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>930</b>	<b>2000</b>	<b>1,5</b>	<b>3,2</b>
Möbel, Antiquitäten	0	3	820	1530	1,4	2,0
Heimtextilien	0	2	110	470	0,1	1,2
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>20720</b>	<b>15535</b>	<b>20,1</b>	<b>30,9</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>87</b>	<b>101</b>	<b>39625</b>	<b>29620</b>	<b>98,4</b>	<b>93,4</b>

Quelle: cima 2016

Abb. 40: Einzelhandel in der Stadt Ronnenberg



Fotos: cima 2016



## 5 Nahversorgungssituation in der Stadt Ronnenberg

### 5.1 Allgemeines zur Nahversorgung

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

Als Nahversorgung im engeren Sinn werden Güter des täglichen Bedarfs - insbesondere Lebensmittel - verstanden, die in zumutbarer Entfernung (ca. 5 - 10 Minuten) vom Wohnort aus erreichbar sind. Nahversorgungsstandorte müssen einen maßgeblichen fußläufigen Einzugsbereich aufweisen. Das bedeutet, dass innerhalb eines fußläufigen Umkreises so viel Kaufkraft vorhanden sein muss, dass dadurch der überwiegende Teil (also mindestens 50 %) des Vorhabenumsatzes abgedeckt werden kann. Als Maß für die fußläufige Erreichbarkeit definiert die cima einen Radius von 500 Metern<sup>12</sup> Luftlinie, was in etwa der in der Rechtsprechung angenommenen

Distanz von rd. 700 bis maximal 1.000 Metern Gehstrecke entspricht. Der fußläufige Einzugsbereich ist umso größer, je weiter der nächste Nahversorger entfernt liegt – bzw. wird der Einzugsbereich durch benachbarte Nahversorger eingeschränkt.

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

Dabei ist zur Erhöhung der Wohn- und Lebensqualität und zur Vermeidung von unnötigem (Einkaufs-)Verkehr eine Unterversorgung zu vermeiden.

Somit sind:

- Agglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden,
- die Nahversorger in zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln, außer sie schließen Lücken in der Nahversorgung
- Erweiterungen an Solitärstandorten kritisch zum Wohle der zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen
- der qualitative Umbau voranzutreiben

<sup>12</sup> Untersuchungen der cima haben ergeben, dass Distanzen von mehr als 500 m zum Lebensmittelmarkt nur von einem geringen Anteil der Bevölkerung zu Fuß zurückgelegt werden. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

- Neuansiedlungen nur gemäß der obigen Punkte und der Ansiedlungsmatrix vorzunehmen

## 5.2 Nahversorgungsstrukturen in Ronnenberg

Insgesamt kann die Nahversorgungssituation in der Stadt Ronnenberg bezogen auf die ermittelten Kennzahlen als angemessen bezeichnet werden. Die Versorgungsfunktion eines Grundzentrums wird im Wesentlichen erfüllt.

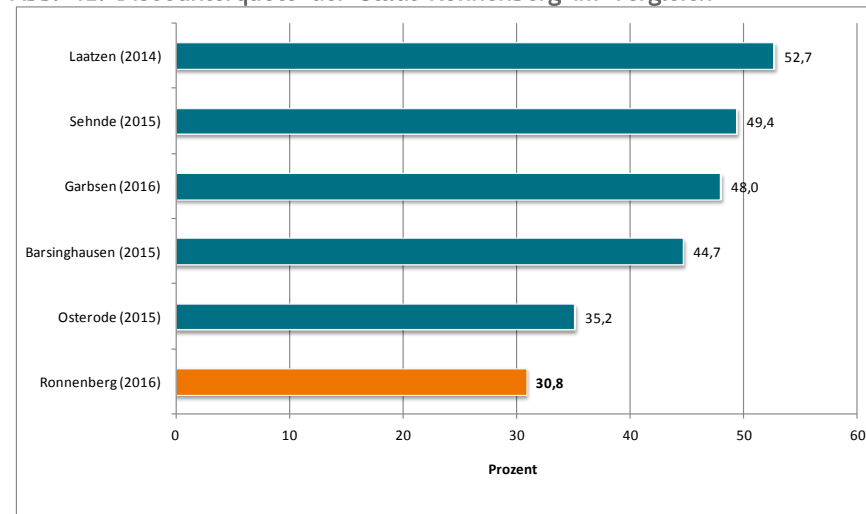
Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Stadt Ronnenberg getroffen werden:

- Die Stadt Ronnenberg verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren von 9.290 qm.
- Für die Branche Lebensmittel/ Reformwaren hat die cima eine Handelszentralität von 90 ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von 46,2 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 51,1 Mio. € gegenüber.
- Im Stadtgebiet der Stadt Ronnenberg entfällt der Großteil der Nahversorgung auf die Ortsteile Empelde und Ronnenberg.

Neben einer rein quantitativen Bewertung der Nahversorgungssituation, geben insbesondere auch qualitative Aspekte Aufschluss über die Beschaffenheit der Betriebe. Insgesamt wurden in Ronnenberg (den Lebensmittelkleinversorger nah&gut ausgenommen) 6 Nahversorgungsbetriebe<sup>13</sup> erfasst. Davon sind drei Betriebe Lebensmittel-discounter und die anderen drei Betriebe Lebensmittelvollsortimen-

ter. Rein von der Betriebszahl ist das Verhältnis somit ausgewogen. Wenn man die Verkaufsflächen gegeneinander aufwiegt. Ergibt sich für Ronnenberg eine sogenannte Discounterquote von 30,8 % (Verhältnis von Verkaufsfläche der Discounter zur Verkaufsfläche der Vollsortimenter). Im Vergleich zu anderen ausgewählten Städten (vgl. Abb. 41), weist Ronnenberg eine geringe Discounterquote auf.

Abb. 41: Discounterquote der Stadt Ronnenberg im Vergleich



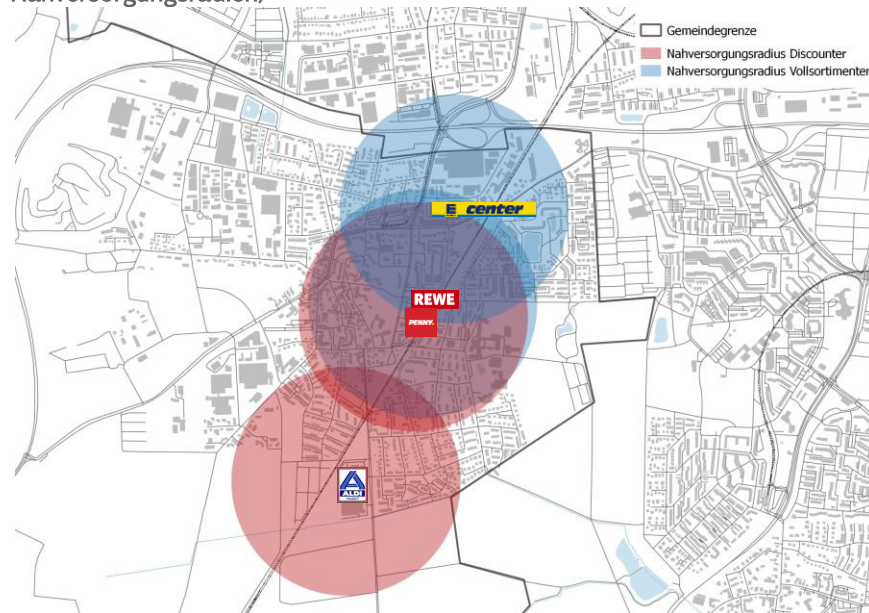
Quelle: cima 2014-2016, Daten aus eigenen Erhebungen

<sup>13</sup> Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte, Biomärkte oder kleine und Kleinstbetriebe

Im **Stadtteil Empelde** sind die zwei Vollsortimenter Edeka und Rewe sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi und Penny vertreten. Weitere Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie Spezialanbieter und Tankstellenshops runden das Lebensmittelangebot in Empelde ab.

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger in der Stadt Ronnenberg verdeutlicht, dass in weiten Teilen des Stadtteils Empelde wohnortnahe Nahversorgungsstrukturen vorgehalten werden können. Lediglich die Wohngebiete im Norden im Bereich der Mittelstraße und der Bruchstraße sowie der südöstliche Siedlungsbereich rund um die Straße „Am Wischacker“ liegen außerhalb des 500m-Nahversorgungsradius.

Abb. 42: Nahversorgungsstruktur im Stadtteil Empelde (500 m Nahversorgungsradien)



Kartengrundlage:  
Bearbeitung:

OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH  
cima 2016

Abb. 43: Lebensmitteleinzelhandel im Stadtteil Empelde



Fotos: cima 2016

Der **Stadtteil Ronnenberg** verfügt über den Vollsortimenter Edeka Engelbrecht und den Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount. Letzterer hat erst im November 2016 umfassend modernisiert. Darüber hinaus sind als Lebensmittelanbieter sieben Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei), ein Tankstellenshop, ein Getränkemarkt sowie zwei Spezialgeschäfte im Stadtteil ansässig.

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung im Stadtteil Ronnenberg verdeutlicht auch hier überwiegend wohnortnahe Nahversorgungsstrukturen. Lediglich im südlichen Bereich rund um die Straße Mühlenrär sowie im Nordosten des Stadtteils im Asternweg und dem östlichen Teil der Hermann-Haller-Straße ist dies nicht gegeben.

Abb. 44: Nahversorgungsstruktur in dem Stadtteil Ronnenberg (500 m Nahversorgungsradien)



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH  
 Bearbeitung: cima 2016

Abb. 45: Lebensmitteleinzelhandel im Stadtteil Ronnenberg

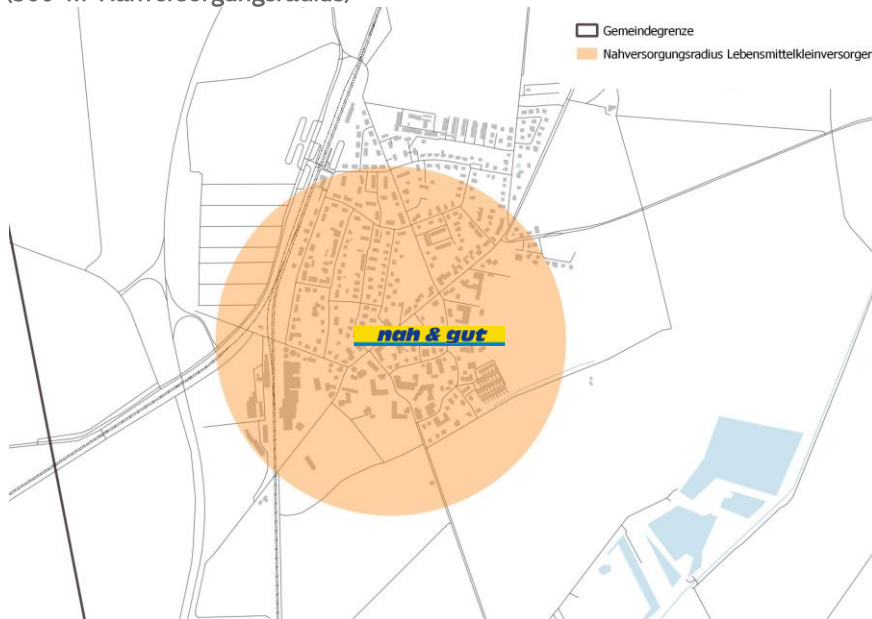


Fotos: cima 2016



Im **Stadtteil Weetzen** übernimmt der Lebensmittelkleinversorger (ca. 120 qm) Edeka nah & gut teilweise die Nahversorgungsaufgabe und deckt im 500 m Radius das Siedlungsgebiet des Stadtteils fast vollständig ab. Ausnahme bilden im Norden die Wohngebiete am Hafer- und Weizenkamp sowie der Bergmann- und Parkstraße. Als weiterer nahversorgungsrelevanter Einzelhandel ist ein Bäcker und ein Tankstellenshop vorhanden. Dennoch ist anzumerken, dass dies keine wirkliche Nahversorgung darstellt, sondern lediglich den nötigsten Grundbedarf sichert.

Abb. 46: Nahversorgungsstruktur in dem Stadtteil Weetzen (500 m Nahversorgungsradius)



Kartengrundlage:  
Bearbeitung:

OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH  
cima 2016

Abb. 47: Lebensmitteleinzelhandel in Weetzen



Fotos: cima 2016

Die weiteren vier Stadtteile besitzen maximal rudimentäre Nahversorgungsmöglichkeiten: Im **Stadtteil Benthe** bilden zwei Bioläden und eine Bäckerei das Nahversorgungsangebot; in **Ihme-Roloven** ist eine Bäckerei und ein Gemüse- und Blumenhändler ansässig.

Abb. 48: Lebensmitteleinzelhandel in Benthe



Fotos: cima 2016



## 6 Zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

### 6.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche<sup>14</sup>

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.<sup>15</sup>
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.<sup>16</sup>
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche ent-

<sup>14</sup> Eine ausführliche Definition des Begriffes zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang

<sup>15</sup> Vgl. auch Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

<sup>16</sup> Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

wickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbesatzes,
- städtebaulich integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),

- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Gemeinde.

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt<sup>18</sup>.

## 6.2 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Ronnenberg

Die in den vorangegangenen Kapiteln beschriebene Einzelhandelsstruktur ist Grundlage für die Ableitung des räumlichen Zentrenkonzeptes für die Stadt Ronnenberg. In den folgenden Kapiteln werden die unterschiedlichen Standortkategorien dargestellt und deren Versorgungsaufgaben beschrieben.

Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in qm, Anzahl der Betriebe, Umsatz) wird die Bedeutung der Einzelhandelsstandorte für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt. In die Abgrenzung sind die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe eingegliedert.

Aufgrund der Siedlungsstruktur und des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes hat die cima der Stadt Ronnenberg folgende Zentrenstruktur herausgearbeitet:

### Stadtteil Empelde

- Der Stadtteil Empelde übernimmt gemäß dem raumordnerischen Vertrag der Stadt Ronnenberg mit der Region Hannover (2010) und auf Grundlage des 2007 durch die cima erstellten Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, den räumlichen Schwerpunkt für die Ansiedlung und Entwicklung von großflächigen Einzelhandelsnutzungen
- Der **zentrale Versorgungsbereich Empelde** verbindet den historischen Stadtkern entlang der Nenndorfer Straße mit den Nahversorgungsstrukturen an der Berliner Straße. Dieser definierte Bereich sollte zukünftig vorrangig entwickelt werden.

Ein wichtiger Ergänzungsstandort ist in Form des **Nahversorgungszentrums Chemnitzer Straße** gegeben. Dieser Versorgungsbereich übernimmt derzeit die Hauptversorgungsfunktion für den Stadtteil Empelde.

- Das **Nahversorgungszentrum Ronnenberger Straße** übernimmt eine wohnortnahe Versorgungsfunktion für die Siedlungsgebiete im südlichen Teil von Empelde.

### Stadtteil Ronnenberg

- Der **Zentrale Versorgungsbereich Ronnenberg** umfasst den historischen Ortskern von Ronnenberg und übernimmt die zentrale Versorgungsfunktion für den Stadtteil Ronnenberg sowie für Weetzen.
- Das **Nahversorgungszentrum Marktzentrum** übernimmt derzeit ausschließlich ergänzende Versorgungsfunktionen insbesondere für in fußläufiger Entfernung gelegenen Wohnsiedlungen.

In den Ortsteilen Benthe, Ihme-Roloven, Linderte, Vörie und Weetzen wurden keine zentralen Versorgungsbereiche festgestellt.

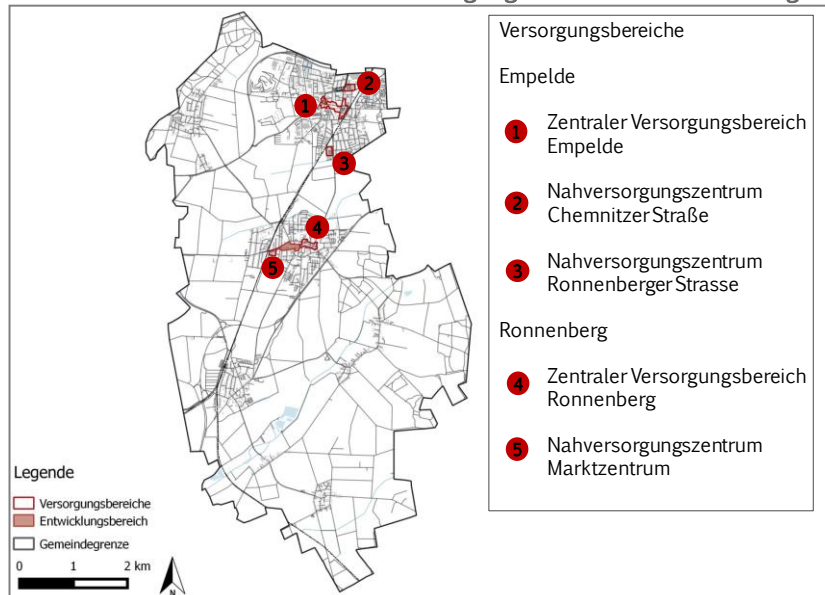
---

einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

<sup>18</sup> Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Abb. 49 bildet die Lagen und Abgrenzungen der Versorgungsbereiche in der Stadt Ronnenberg ab.

Abb. 49: Übersicht der zentralen Versorgungsbereiche in Ronnenberg



Quelle: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

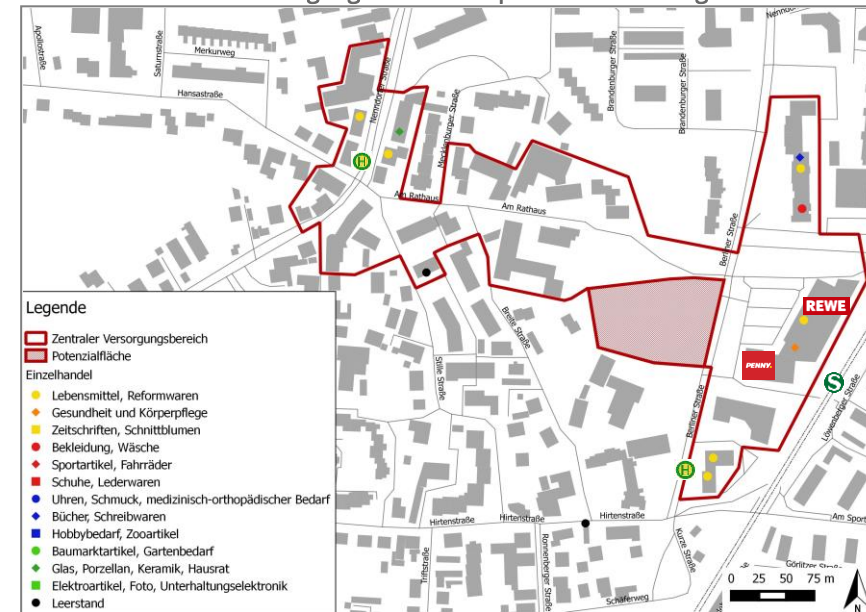
Bearbeitung: cima 2016

### 6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Empelde

Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) Empelde schließt westlich Teile der Nenndorfer Straße, größtenteils den östlichen Teil der Berliner Straße sowie die Straße „Am Rathaus“ ein. Der Bereich entlang „Am Rathaus“ und entlang der Nenndorfer Straße bilden den historischen Ortskern und die traditionelle Haupt- und Einkaufsstraße ab. Der zentrale Versorgungsbereich ist städtebaulich

integriert und fußläufig gut erreichbar. Die Entfernung zwischen der Nenndorfer Straße und der Berliner Straße beträgt etwa 350 m. Auch mit dem öffentlichen Nahverkehr ist der ZVB gut zu erreichen. Im ZVB liegen die Bushaltestellen „Empelde Nenndorfer Straße“ und „Empelde Hirtenstraße“. Der Nahversorgungsstandort an der Berliner Straße ist unmittelbar an der S-Bahn Haltestelle Empelde gelegen.

Abb. 50: Zentraler Versorgungsbereich Empelde – Kartierung Einzelhandel



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Bearbeitung: cima 2016

Die Straße „Am Rathaus“ fungiert als Verbindungsachse zwischen dem historischen Kern und dem Standort an der Berliner Straße. Derzeit ist hier kein Einzelhandel vorzufinden, lediglich Angebote

im gastronomischen und Dienstleistungsbereich. Auch entlang der Nenndorfer Straße ist der Einzelhandelsbesatz aktuell eher gering. Dort ist außer Angeboten im Lebensmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei) nur das Diakonielädchen angesiedelt. Das Einzelhandelsangebot wird durch Dienstleistungen und gastronomische Einrichtungen (Bank, (Hotel-) Restaurant) ergänzt. Die zentrale Versorgungsfunktion übernehmen die Betriebe an der Berliner Straße. Im südlichen Teil des Nahversorgungsstandortes befinden sich ein Supermarkt mit polnischen Spezialitäten und ein Kiosk. Nördlich schließen sich der Vollsortimenter REWE und der Lebensmitteldiscounter PENNY, ergänzt durch eine Apotheke und eine Bäckerei. In etwa 60 m Luftlinie befinden sich im nördlichen Teil weitere Einzelhandelsgeschäfte (KIK, ein Schreibwarengeschäft und ein Bäcker) sowie als ergänzende Dienstleistung eine Sparkasse und eine Reinigung. Insgesamt überwiegen die Angebote im periodischen Bedarfsbereich deutlich.

#### Einzelhandelsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Empelde

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in Empelde befinden sich 12 Einzelhandelsbetriebe. Auf einer Fläche von 3.305 qm sorgen die Betriebe mit 16,5 % (16,2 Mio. €) für den zweitgrößten Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels in Ronnenberg innerhalb der Versorgungsbereiche.

Abb. 51: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Empelde

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	9	2.625	14,7
davon Lebensmittel	8	2.395	11,8
aperiodischer Bedarf (gesamt)	3	680	***
davon zentrenrelevant	3	680	***
gesamt	12	3.305	16,2

Quelle: cima 2016

\*\*\* aus datenschutzrechtlichen Gründen anonymisiert

Um den zentralen Versorgungsbereich zu erhalten, weiterzuentwickeln und in seiner Funktion als Hauptversorgungszentrum zu stärken, sollten Maßnahmen zur Attraktivierung des Bereiches vorgenommen werden<sup>19</sup>. Insbesondere die Nenndorfer Straße könnte durch eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität attraktiviert werden. Die West-Ost-Verbindung entlang der Straße „Am Rathaus“ sollte durch die gezielte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, insbesondere im aperiodischen Bedarfsbereich, aufgewertet werden, wie es bereits im B-Plan 100 auch vorgesehen ist.

Im Bereich der Berliner Straße könnte die ausgewiesene Potenzialfläche Raum für Weiterentwicklungen bieten.

<sup>19</sup> Die Erhöhung der Attraktivität kann nur Hand in Hand mit weiteren Einzelhandelsansiedlungen und begleitenden Maßnahmen zur Optimierung der Aufenthaltsqualität funktionieren.

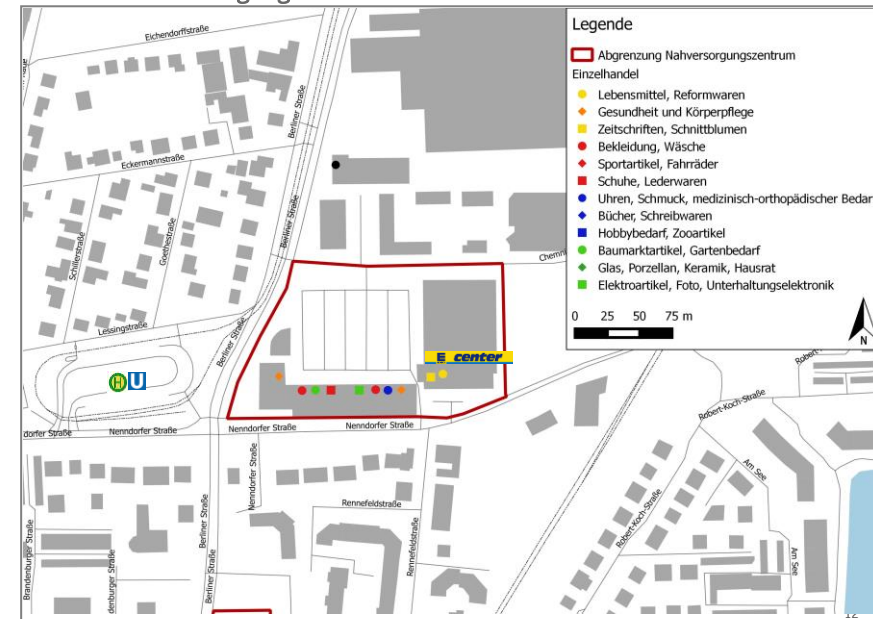


## 6.2.2 Nahversorgungszentrum Chemnitzer Straße

Der zentrale Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Chemnitzer Straße“ ist am unmittelbaren Stadtrand gelegen und unweit der Hannoverschen Stadtteile Badenstedt und Mühlenberg. Eingegrenzt wird das NVZ von den Straßen Nenndorfer Straße, Berliner Straße und Chemnitzer Straße. Das Nahversorgungszentrum ist für den motorisierten Individualverkehr sehr gut erreichbar und hält dementsprechend auch eine gute Stellplatzsituation (ca. 300 Stellplätze) vor. Auch an den ÖPNV ist das NVZ über die benachbarte Bus/ S-Bahn Haltstelle Empelde gut angebunden.

Wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht, ist an dem Standort ein guter Branchenmix vorhanden. Die vorhandenen Betriebe führen im Hauptsortiment 8 der 32 Sortimente der CIMA-Warengruppensystematik. Derzeit wird das Angebot vom periodischen Bedarf dominiert. Ankermieter sind der Verbrauchermarkt E-Center und der Rossmann Drogeriemarkt. Weitere Facheinzelhandelsgeschäfte sowie Dienstleistungsbetriebe und Gastronomie ergänzen das Angebot. Ebenso befindet sich auf dem Gelände das Bürgerbüro der Stadt Ronnenberg.

Abb. 52: Nahversorgungszentrum Chemnitzer Straße



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Bearbeitung: CIMA 2016

### Einzelhandelsstrukturen im Nahversorgungszentrum Chemnitzer Straße

Die Einzelhandelsbetriebe des Nahversorgungszentrums Chemnitzer Straße erwirtschaften mit 24,5 % (24,1 Mio. €) des Gesamtumsatzes der Stadt Ronnenberg den größten Umsatzanteil im Vergleich der Versorgungsbereiche. In dem Nahversorgungszentrum liegen etwa 13 % (absolut: 11) der Einzelhandelsbetriebe von Ronnenberg, mit einem Flächenanteil von 13 % (5.155 qm). Die Betriebe des periodischen Bedarfs sind deutlich umsatzstärker und flächenintensiver.



Abb. 53: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im NVZ Chemnitzer Straße

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	5	3.605	19,9
davon Lebensmittel	2	2.935	***
aperiodischer Bedarf (gesamt)	6	1.550	4,2
davon zentrenrelevant	5	1.495	4,1
gesamt	11	5.155	24,1

Quelle: cima 2016

\*\*\* aus datenschutzrechtlichen Gründen anonymisiert

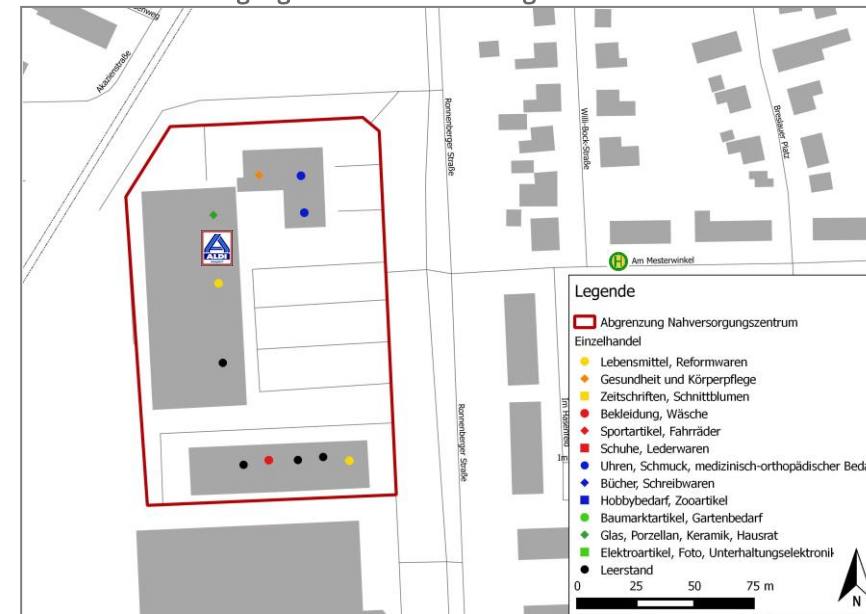
### 6.2.3 Nahversorgungszentrum Ronnenberger Straße

Das Nahversorgungszentrum liegt am südlichsten Rand des Stadtteils Empelde an der Ronnenberger Straße, die in Richtung Ronnenberg führt. Dieser Standort ist verkehrsgünstig gelegen, aber für die Bevölkerung der umliegenden Siedlungsbereiche auch fußläufig gut zu erreichen. Zudem ist eine ÖPNV-Anbindung über die Haltestelle „Am Mesterwinkel“ in der gegenüberliegenden Straße (ca. 100 m entfernt) gegeben.

Wichtigster Anbieter an diesem Standort ist der Lebensmitteldiscounter ALDI. Das Nahversorgungszentrum hat sich zu einem Gesundheitsstandort entwickelt. Im nördlichen Teil des NVZs sind Dienstleistungs- und Einzelhandelsangebote im Gesundheitsbereich zu finden. Ergänzend zu dem Ärztehaus sind dort eine Apotheke sowie Fachgeschäfte für Optik und Hörgeräteakustik zu finden. Der südliche Teil des Standortes weist derzeit eine Leerstandsproblematik auf. Hierbei handelt es sich allerdings größtenteils um kleinere Flächen. Intakter Einzelhandel ist dort lediglich durch das Diakonie-Lädchen und den Bahar Lebensmittelmarkt gegeben. Das Nahversorgungszentrum übernimmt eine Nahversorgungsfunktion

für die östlich der Ronnenberger Straße gelegenen Siedlungsgebiete. Die westlich des Standortes verlaufende Bahntrasse schränkt die Nahversorgungsfunktion für diesen Bereich ein. Die nächste Querungsmöglichkeit liegt rd. 300m nördlich des Standortes.

Abb. 54: Nahversorgungszentrum Ronnenberger Straße



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Bearbeitung: cima 2016

### Einzelhandelsstrukturen im Nahversorgungszentrum Ronnenberger Straße

Im NVZ Ronnenberger Straße liegen rd. 10 % (absolut: 8) der Einzelhandelsbetriebe insgesamt. Diese erwirtschaften auf rd. 16 % (3.140 qm) der Gesamtverkaufsfläche des Ronnenberger Einzelhandels 17 % (13,3 Mio. €) des Umsatzes. Das Verhältnis von Angeboten im periodischen und aperiodischen Bereich ist sowohl mit Blick auf die Anzahl der Betriebe als auch auf die Verkaufsflächengröße ausgeglichen. Der Umsatz überwiegt jedoch deutlich im periodischen Bereich.

Abb. 55: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im NVZ Ronnenberger Straße

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	4	1.355	11,1
davon Lebensmittel	3	1.145	***
aperiodischer Bedarf (gesamt)	4	1.785	2,2
davon zentrenrelevant	4	1.265	1,9
gesamt	8	3.140	13,3

Quelle: cima 2016

\*\*\* aus datenschutzrechtlichen Gründen anonymisiert

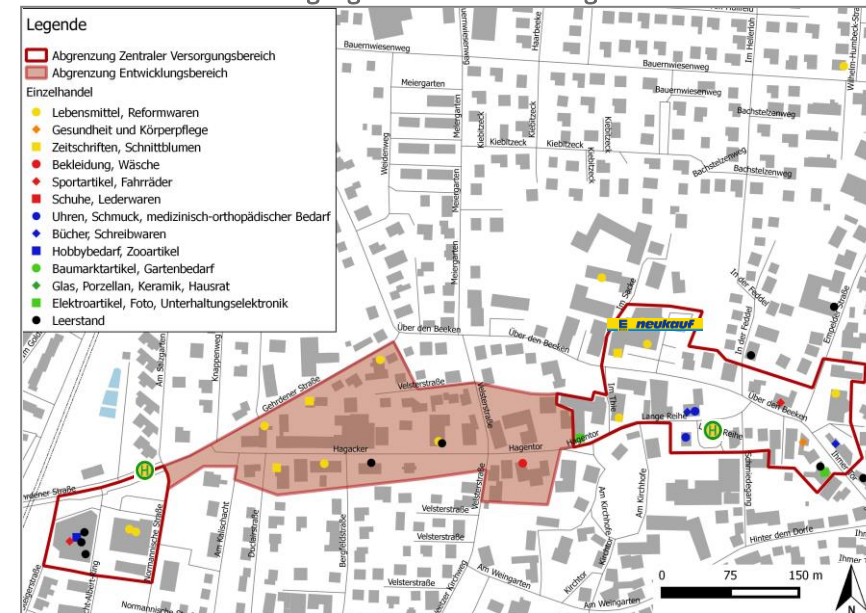
Das Nahversorgungszentrum sollte in seiner Funktion als Versorgungsstandort für die Siedlungsgebiete im südlichen Teil des Stadtteils gestärkt werden. Zur Attraktivierung des Standortes sollte insbesondere der südliche Teil des NVZs entwickelt werden, so dass Besucher der Gesundheitseinrichtungen und des Lebensmitteldiscounters auch die Frequenzen in diesem Bereich erhöhen<sup>20</sup>.

<sup>20</sup> Die Erhöhung der Attraktivität kann nur Hand in Hand mit weiteren Einzelhandelsansiedlungen und begleitenden Maßnahmen zur Optimierung der Aufenthaltsqualität funktionieren.

## 6.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Ronnenberg

Der zentrale Versorgungsbereich in Ronnenberg erstreckt sich entlang der Straße „Über den Beeken“ und schließt den historischen Ortskern mit den Straßen „Lange Reihe“ und „Hagentor“ mit ein. Der definierte Bereich ist sowohl fußläufig für die Anwohner als auch mit dem ÖPNV (Bushaltestelle Lange Reihe) sehr gut erreichbar. Für motorisierte Besucher des ZVBs birgt sich teilweise eine Stellplatzproblematik.

Abb. 56: Zentraler Versorgungsbereich Ronnenberg



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Bearbeitung: cima 2016

Der Vollsortimenter Edeka-neukauf übernimmt den größten Teil der Versorgung im periodischen Bereich. Am Standort sind zudem ein Bäcker und ein Blumengeschäft zu finden. Der Nahversorger ist aufgrund der zentralen Lage im Versorgungsbereich auch insbesondere für Pendler attraktiv. Entlang der Straße „Über den Becken“ findet sich zudem ein Branchenmix aus Anbietern des mittelfristigen und langfristigen Bedarfs (u.a. Elektrogeschäft, Zoobedarfsgeschäft und ein Football-Spezialgeschäft). In der Lage entlang der „Lange Reihe“ und „Hagentor“ finden sich weitere Anbieter, unter anderem eine Goldschmiede, ein Büchergeschäft und ein Bäcker.

#### Einzelhandelsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Ronnenberg

Im zentralen Versorgungsbereich liegen die meisten Betriebe im Vergleich mit den anderen zentralen Versorgungsbereichen (absolut: 13; Anteil: 15 %). Diese machen ca. 10 % des Umsatzes (9,8 Mio. €) auf einer Fläche von rd. 2.000 qm.

Abb. 57: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Ronnenberg

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	6	1.230	7,7
davon Lebensmittel	4	1.065	5,4
aperiodischer Bedarf (gesamt)	7	790	2,2
davon zentrenrelevant	7	790	***
gesamt	13	2.020	9,8

Quelle: cima 2016

\*\*\* aus datenschutzrechtlichen Gründen anonymisiert

Der in Abb. 56 dargestellte Entwicklungsbereich bildet eine Verbindungssachse zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und dem Nahversorgungszentrum Marktzentrum an der Gehrdenener Straße (vgl. 6.2.5). In diesem Bereich sind weitere wichtige Facheinzelhandelsbetriebe des periodischen Bedarfsbereiches angesiedelt (Lebensmittelhandwerk, Kiosk und Blumengeschäft), die zur wohnortnahen Versorgung beitragen. Der Entwicklungsbereich erstreckt sich über eine Länge von ca. 400 m. Zur Schaffung einer erkennbaren Verbindungsfunktion und Austauschbeziehungen zwischen den beiden Versorgungsbereichen sollte dieser Bereich noch deutlich in seiner Funktion und der Aufenthaltsqualität gestärkt werden.

#### Einzelhandelsstrukturen im Entwicklungsbereich Ronnenberg

Die sieben Betriebe im Entwicklungsbereich erwirtschaften einen Umsatz von 1,4 Mio. € (1,5 %) auf einer Verkaufsfläche von 375 qm. Insgesamt sollten die einzelnen Einzelhandelsstandorte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und in Ergänzung in dem Entwicklungsbereich durch eine stärker wahrnehmbare Verbindung weiterentwickelt werden.

Abb. 58: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Entwicklungsbereich Ronnenberg

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	6	305	1,4
davon Lebensmittel	4	280	1,2
aperiodischer Bedarf (gesamt)	1	70	***
davon zentrenrelevant	1	50	***
gesamt	7	375	1,4

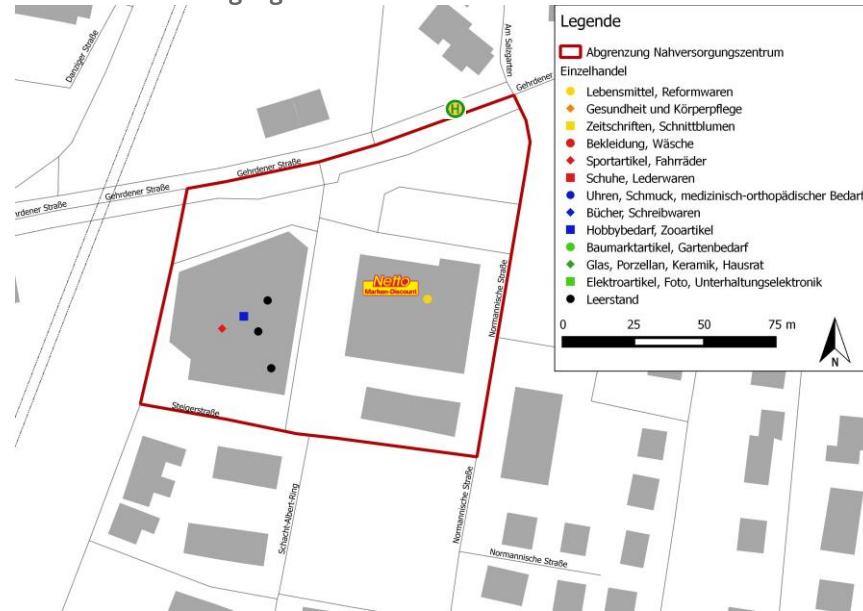
Quelle: cima 2016

\*\*\* aus datenschutzrechtlichen Gründen anonymisiert

### 6.2.5 Nahversorgungszentrum Marktzentrum

Das Nahversorgungszentrum Marktzentrum im westlichen Teil des Stadtteils Ronnenberg an der Ausfallstraße in Richtung Gehrden (Gehrdener Straße). Dadurch ist es insbesondere für Autofahrer sehr gut zu erreichen. Ebenso bietet die unmittelbar gegenüber des NVZs gelegene Bushaltestelle eine gute Anbindung an den ÖPNV. Auch fußläufig ist das Nahversorgungszentrum für die Wohngebiete im näheren Umfeld sehr gut zu erreichen.

Abb. 59: Nahversorgungszentrum Marktzentrum



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH  
 Bearbeitung: cima 2016

Zentraler Ankermieter an dem Nahversorgungsstandort ist der erst kürzlich modernisierte Lebensmitteldiscounter Netto. In dem Marktzentrum auf dem benachbarten Grundstück ist derzeit viel Leerstand vorhanden. Als einzige Einzelhandelsbetriebe sind hier noch ein Fahrradgeschäft und ein Zooartikel-Fachgeschäft zu finden.

### Einzelhandelsstrukturen im Nahversorgungszentrum Marktzentrum

Der vorhandene Einzelhandelsbesatz im Nahversorgungszentrum ist aufgrund der Leerstandssituation und dem Netto-Discounter stark durch den periodischen Bedarf geprägt. Die vier vorhandenen Betriebe sind auf einer Verkaufsfläche von 1.160 qm angesiedelt und erwirtschaften einen Anteil von rd. 4 % (4,2 Mio. €) des Gesamtumsatzes.

Abb. 60: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Nahversorgungszentrum Marktzentrum

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	2	960	***
davon Lebensmittel	2	885	***
aperiodischer Bedarf (gesamt)	2	200	***
davon zentrenrelevant	2	200	***
gesamt	4	1.160	4,2

Quelle: cima 2016

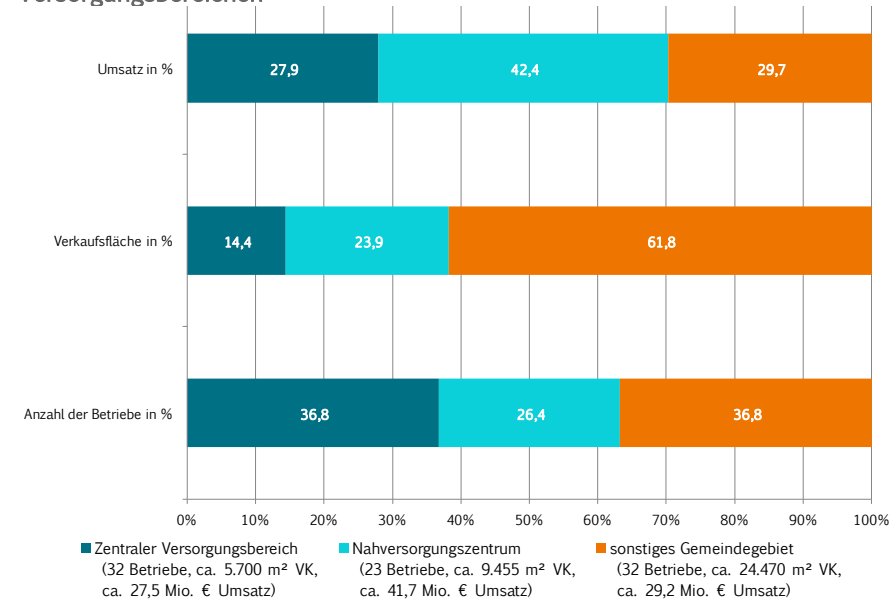
\*\*\* aus datenschutzrechtlichen Gründen anonymisiert

Das Nahversorgungszentrum könnte durch eine gezielte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben sowohl im periodischen als auch im aperiodischen Bedarf eine Wiederbelebung und Aufwertung erfahren. Beispielsweise durch Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes mittels Umstrukturierung, bzw. Umbau des Marktzentrums. Ebenso würde es von Maßnahmen zur Schaffung einer Verbindung zwischen dem NVZ und dem zentralen Versorgungsbereich innerhalb des Entwicklungsbereiches profitieren.

### 6.2.6 Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung in den Versorgungsbereichen insgesamt

Abb. 61 fasst die Anteile der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze für die zentralen Versorgungsbereiche insgesamt und die Verteilung im sonstigen Gemeindegebiet gelegenen Betriebe noch einmal zusammen.

Abb. 61: Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung in den Versorgungsbereichen



Quelle: cima 2016

Die Daten des Entwicklungsbereiches in Ronnenberg wurden in dieser Grafik bereits zu den Anteilen der zentralen Versorgungsbereiche hinzugezählt.

Insgesamt befinden sich rd. 63 % der Einzelhandelsbetriebe in Ronnenberg innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Knapp 37 % liegen in den beiden zentralen Versorgungsbereichen Empelde und Ronnenberg. Somit ist ein ungewöhnlich hoher Anteil der Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) vorzufinden. Übliche Werte vergleichbarer Kommunen weisen beispielsweise lediglich rd. 25 % Betriebe auf. Weitere ca. 26 % sind in den Nahversorgungszentren (NVZ) angesiedelt.

Aufgrund der Größenstruktur der Betriebe in den Streulagen, beanspruchen die Einzelhändler in den Versorgungsbereichen (ZVB + NVZ) nur einen Verkaufsflächenanteil von 38 %. In den zentralen Versorgungsbereichen sind es sogar nur rd. 14 %. Vergleichbare Kommunen weisen hier eher Werte von rd. 20 % auf. In der Stadt Ronnenberg spielt aber der Hagebaumarkt eine gewichtige Rolle und verändert das Verhältnis stark zugunsten des sonstigen Gemeindegebietes.

Der Umsatzanteil in allen Versorgungsbereichen (ZVB + NVZ) liegt bei rd. 70 %. Die zentralen Versorgungsbereiche alleine weisen einen Wert von rd. 28 % Umsatzanteil auf und sind somit deutlich besser positioniert als vergleichbare Kommunen, die zum Teil nur

auf Werte um rd. 20 % Umsatzanteil kommen. Weitere 42 % des Umsatzes wird innerhalb der Nahversorgungszentren erwirtschaftet.



## 7 Ableitung der Ronnenberger Sortimentsliste

### 7.1.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LROP Niedersachsen oder auch der Rückgriff auf allgemein gültige Sortimentslisten ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichmaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.<sup>21</sup>

Die Liste der zentrenrelevanten oder nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Ronnenberg dient dem Schutz und der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 qm Verkaufsfläche): Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf

es z.B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

### 7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

#### Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.<sup>22</sup>

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente 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 zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“ (VGH Mannheim; Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05))

<sup>21</sup> OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Riede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzepts.

<sup>22</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 Ausschuss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeit Gebrauch macht.“

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) vollständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.<sup>23</sup>

Das OVG Münster weist zudem in einem Urteil vom 03. Juni 2002 (7 aD 92/99.NE) darauf hin, dass keine allgemeingültige Sortimentsliste besteht. „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als „zentrenrelevant“ erweist. Das Gericht weist vielmehr auf die Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente hin.

### Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.<sup>24</sup> Dabei können bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein sollte, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Die Bildung unbestimmter Kategorien wie beispielsweise „Elektrokleingeräte“ oder „Sportgroßgeräte“ können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht-zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen.

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10% der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.<sup>25</sup>

Die Sortimentsliste muss politisch per Stadtratsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzern, vorhandenen Einzelhandelsbetrieben), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf

<sup>23</sup> Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von Sortimenten

<sup>24</sup> vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

<sup>25</sup> Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

#### Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Entwicklung einer Sortimentsliste für Ronnenberg soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Stadt bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Stadtverwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung in der Stadt Ronnenberg kann lediglich als Anhaltspunkt dienen. Für die Zentrenrelevanz sind aus Sicht der cima folgende Faktoren mitentscheidend:

- **Berücksichtigung der Empelder Sortimentsliste aus dem Jahr 2007:** Die vorhandene Sortimentsliste wurde anhand der aktuellen Bestandssituation fortgeschrieben und an die heutigen Rahmenbedingungen angepasst.
- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Stadt Ronnenberg sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in qm) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhe zu beobachten. Die Verbundwirkung

der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix des Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Ortskernlage vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.

- **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem kleinen Unterzentrum sind die Frequenzbringer des Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereiches (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen des Ortskerns umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind beispielsweise nur selten geeignet für einen zentralen Versorgungsbereich.

Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten

Ortskernlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt.

- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt werden kann (z.B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen so genannten „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z.B. Bekleidung, Schuhe).
- **Planungswille der Stadt:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt- oder Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

### 7.1.3 Zur Ableitung der Ronnenberger Sortimentsliste

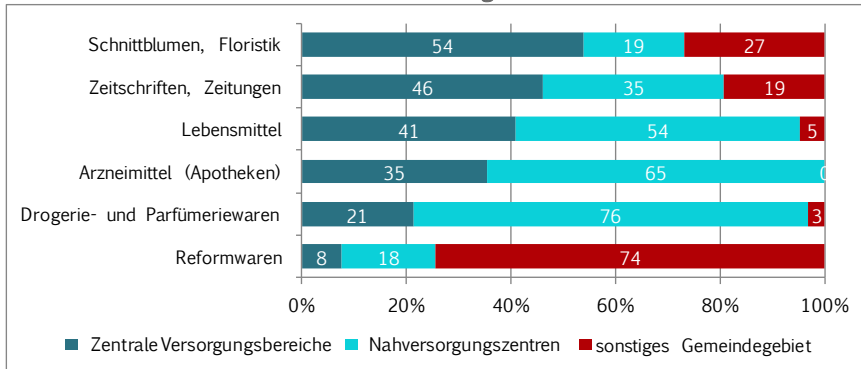
Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs-, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Ronnenberg. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

#### Definition der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Die Aufstellung berücksichtigt die nachfolgenden spezifischen Aspekte des Handels in Ronnenberg sowie das allgemeine Verbraucherverhalten:

- Die angeführten Sortimente finden sich bereits heute im Ortskern der Stadt Ronnenberg und tragen maßgeblich zur Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs bei.
- Die über die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren hinaus aufgeführten Warengruppen stellen Waren des täglichen Bedarfs dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden wird. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten.
- Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen: Da Schnittblumen als Sortiment des periodischen Bedarfs u.a. über Fachgeschäfte im Ortszentrum verkauft werden, sind diese als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen. Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und -gefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die u.a. aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des hohen Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Abb. 62: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Sortimente des kurzfristigen Bedarfs



Quelle: cima 2016

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Ronnenberg sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

- Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel), Reformwaren
- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel
- Schnittblumen und kleinere Pflanzen
- Zeitungen und Zeitschriften

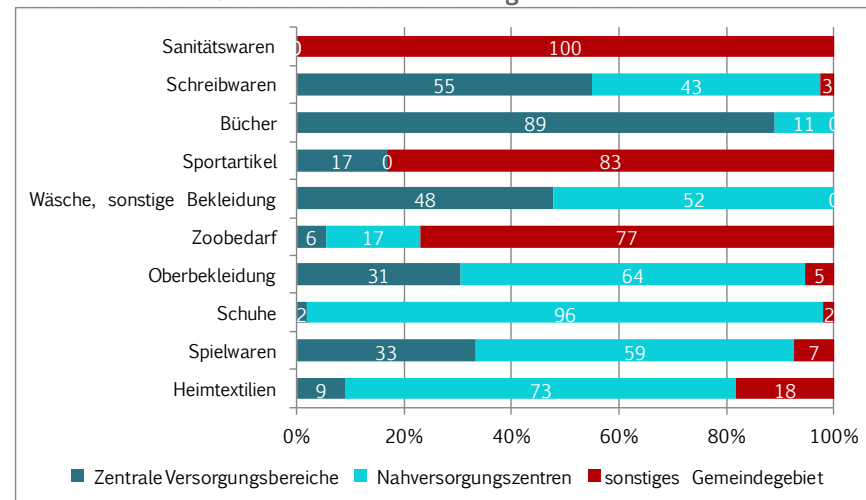
#### Definition der zentrenrelevanten Sortimente

In den nachfolgenden Abbildungen werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen mit aperiodischen Sortimenten dokumentiert. Sortimente mit einem bedeutenden Verkaufsflächenanteil in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Ronnenberg sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da sie zu den Kernsorti-

menten des strukturprägenden Facheinzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Ronnenberg gehören. Darüber hinaus wird die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn diese bisher nicht in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. nur mit einem sehr geringen Anteil vertreten sind, aber eine strategische Bedeutung für die Stadtentwicklung und die Frequenzsicherung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen übernehmen können. Die als zentrenrelevant definierten Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den Einzelhandel in den integrierten Ortskernlagen ein.

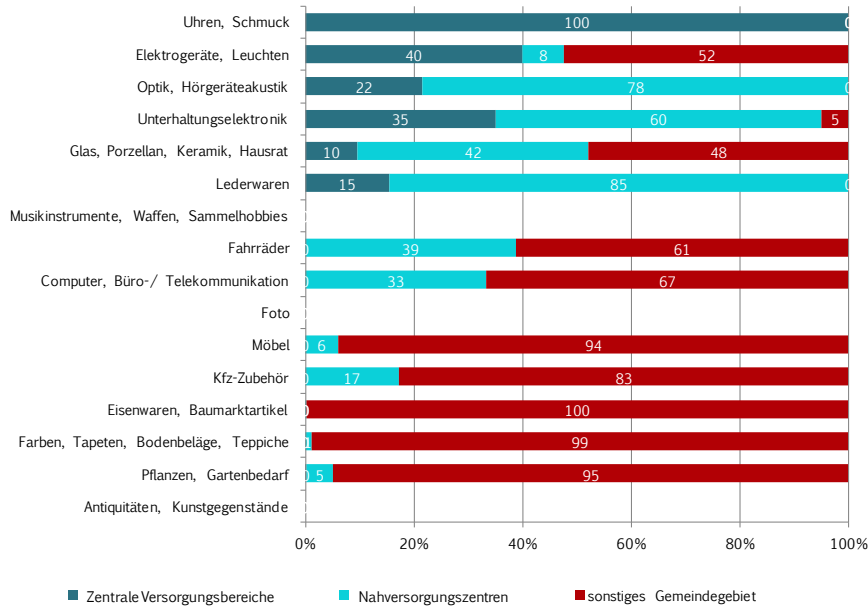
In den nachfolgenden Abbildungen Abb. 63 und Abb. 64 werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels im mittelfristigen und langfristigen Bedarf in den zentralen Versorgungsbereichen dokumentiert.

Abb. 63: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Sortimente des mittelfristigen Bedarfs



Quelle: cima 2016

Abb. 64: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Sortimentsebene: Sortimentsebene des langfristigen Bedarfs



Quelle: cima 2016

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in Ronnenberg sind folgende Sortimente als **zentrenrelevant** zu bezeichnen:

- Parfümerie- und Kosmetikartikel
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe
- Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Sportbekleidung und -schuhe, Sport- und Freizeitgroßgeräte, Reitsportbedarf und Golfsportbedarf, Campingartikel
- Sanitätswaren
- Bücher
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren
- Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Foto und Zubehör
- Optische und akustische Artikel
- Uhren, Schmuck
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Musikalien, Musikinstrumente
- Unterhaltungselektronik, Tonträger
- Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör
- Fahrräder und Fahrradzubehör
- Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel
- Antiquitäten und Kunstgegenstände
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektroklein- und Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“)
- Lampen und Leuchten



Die Zentrenrelevanz dieser Sortimente ist durch folgende Angebotsstrukturen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche von Ronnenberg begründet:

Obwohl das Sortiment **Parfümerie und Kosmetikartikel** im Sinne der Drogerieartikel bereits den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugerechnet wird, sollten diese ebenfalls explizit als zentrenrelevantes Sortiment Erwähnung finden. Insbesondere, wenn es um die Realisierung einer Parfümerie geht, sollte eine Entwicklung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Ronnenberg bevorzugt geprüft werden. In der Branche Drogerie- und Parfümeriewaren entfällt heute ein Anteil von 97 % der Verkaufsfläche auf Standorte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Hierbei handelt es sich neben dem ROSSMANN Drogeriemarkt vor allem um Randsortimente der Lebensmittelmärkte und des Sonderpostenmarktes JAWOLL.

Das Segment **Bekleidung/ Wäsche** ist in Ronnenberg aufgrund der vorhandenen Angebote in insgesamt fünf Betrieben innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche als zentrenrelevant zu bewerten. 95 % der Verkaufsflächen des Sortiments Oberbekleidung und alle Verkaufsflächen des Sortiments Wäsche sind aktuell in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Ronnenberg vorhanden. Zu nennen sind hier die Bekleidungsgeschäfte KIK, JEANS FRITZ und ERNSTINGS FAMILY.

Auch das Sortiment **Schuhe** ist den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteil der zentralen Versorgungsbereiche liegt bei 98 %. Das Sortiment Schuhe wird als Hauptsortiment in dem Fachgeschäft RENO und als Randsortiment unter anderem in den Geschäften KIK und JAWOLL in den Versorgungsbereichen geführt.

Im Sortiment **Heimtextilien** verzeichnen die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Ronnenberg einen Verkaufsflächenanteil von 82 %. Zwar wird dieses Sortiment in Ronnenberg lediglich als

Randsortiment geführt, dennoch sollte den Heimtextilien ebenso eine Zentrenrelevanz beigemessen werden.

**Sportartikel** sind mit lediglich 17 % in den zentralen Versorgungsbereichen vertreten. Als einziger Anbieter ist hier das Facheinzelhandelsgeschäft für Football-Bedarf FIRST DOWN zu nennen. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gibt es zudem noch einen Spezialanbieter für Tennisbedarf im Sport- & Freizeitzentrum Empelde. Als weiterer Anbieter führt der HAGEBAUMARKT Sportartikel als Randsortiment. Da Sportartikel sämtliche Eigenschaften besitzen, die zentrenrelevante Sortimente i.d.R. auszeichnen und um einer Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche entgegenzuwirken, sollte auch dieses Sortiment als zentrenrelevant bewertet werden. Die Realisierung eines Fachgeschäftes für Sportartikel im Ortszentrum der Stadt Ronnenberg erscheint grundsätzlich möglich. Darüber hinaus bewahrt man sich durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieser Sortimente außerhalb des festgelegten zentralen Versorgungsbereichs geht.

**Sanitätswaren** (medizinisch-orthopädischer Bedarf) werden derzeit in Ronnenberg lediglich von dem SANITÄTSHAUS AM DEISTER angeboten, das außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtteil Ronnenberg angesiedelt ist. Dennoch sollte dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden. Der vorhandene Betrieb liegt sehr zentrumsnah in Ronnenberg und eine zukünftige Ansiedlung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erscheint aus Sicht der cima sinnvoll. Dieses Sortiment sorgt für Frequenzen, die sich auch auf andere Betriebe innerhalb zentraler Ortskernlagen positiv auswirken.

Das Sortiment **Bücher** ist aufgrund des Verkaufsflächenanteils von 100 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Ronnenberg ebenso den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Nennenswerte Anbieter in diesem Segment sind DER BUCHFINK in Ronnenberg sowie PLUMHOFF in Empelde. Sonstige Verkaufsflächen in dieser Branche bestehen beispielsweise in den Randsortimenten der Lebensmittelmärkte.

Ferner ist das Sortiment **Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf** aus Gutachtersicht den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Schreibwaren werden ausschließlich in dem Fachgeschäft A. SCHMIDT im zentralen Versorgungsbereich Ronnenberg als Hauptsortiment verkauft. Darüber hinaus sind Schreibwaren überwiegend als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten, dem Drogeriemarkt und dem Sonderpostenmarkt JAWOLL innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche vorhanden. Der Verkaufsflächenanteil innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt heute bei immerhin 98 %.

In der Branche **Spielwaren** entfällt aktuell ein Anteil von 92 % der Verkaufsfläche auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Ronnenberg. Die zurzeit ausschließlich im Randsortiment mehrerer Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen (z.B. ROSSMANN, REWE, PLUMHOFF und JAWOLL) vorzufindende Branche ist ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Der Verkaufsflächenanteil des Sortiments **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat** innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt in Ronnenberg bei 52 % und sollte den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Drei Einzelhandelsbetriebe führen diese Artikel als Hauptsortiment (SARIS, JAWOLL und das DIAKONIE LÄDCHEN). Darüber hinaus wird es von einer Reihe Facheinzelhandelsbetriebe inner- und außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche als Randsortiment geführt, darunter DIE BLUMENINSEL, HAGEBAUMARKT, ROSSMANN sowie die Lebensmittelmärkte. Durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten erhält die Stadt Ronnenberg für die Zukunft planungsrechtliche Eingriffs- und Steuerungsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbe-

schränkung dieses Sortimentes außerhalb des festgelegten zentralen Versorgungsbereichs geht.

In dem Segment **Foto und Zubehör** ist in Ronnenberg derzeit kein Einzelhandel vorhanden. Dennoch sollte dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden, um beispielsweise die Ansiedlung eines Fotofachgeschäftes in die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Einzelhandelsbetriebe der Warengruppe **optische und akustische Artikel** sind in Ronnenberg zu 100 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu finden. Zu nennen sind hier die Betriebe RISCHBIETER OPTIKER, KORALLUS HÖRAKUSTIK, IHR BRILLENMACHER und APOLLO OPTIK. Aufgrund der vorhandenen Angebotsstrukturen empfiehlt die cima auch dieses Segment als zentrenrelevant einzustufen.

Das Sortiment **Uhren und Schmuck** ist in Ronnenberg lediglich durch den Betrieb GOLDSCHMIEDE KUNST WEGNER vertreten, das innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in Ronnenberg liegt. Als klassisch zentrenrelevantes Sortiment, sollten auch Uhren und Schmuck als zentrenrelevant eingestuft werden.

**Lederwaren, Koffer und Taschen** werden in Ronnenberg zurzeit ausschließlich als Randsortimente in den Fachgeschäften KIK, JEANS FRITZ, RENO und JAWOLL angeboten. Die Verkaufsflächen liegen zu 100 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Auch zukünftig sollte dieses Sortiment innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden und ist deshalb als zentrenrelevant einzustufen.

**Musikinstrumente und Musikalien** konnten im Rahmen der Einzelhandelsbestandsanalyse in Ronnenberg nicht erfasst werden. Wir empfehlen jedoch, auch dieses Sortiment als zentrenrelevant einzustufen. Es erscheint nicht realistisch und ist auch landesplanerisch nicht gewollt, dass sich ein großflächiger Fachmarkt für Musikinstrumente außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs in Ronnen-

berg als Grundzentrum ansiedelt. Durchaus realistisch hingegen ist die Ansiedlung eines kleineren Fachgeschäftes. Diese sollte dann im zentralen Versorgungsbereich stattfinden.

Das Sortiment **Unterhaltungselektronik** wird in Ronnenberg lediglich in einem Geschäft (R&J) als Hauptsortiment geführt. Die restlichen Flächenanteile verteilen sich auf die Randsortimente der Lebensmittel-discounter PENNY und ALDI, auf ROSSMANN und das Fernseh-fachgeschäft JOACHIM HINGST. Die Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche liegen bei 95 %. Um auch zukünftig mit Blick auf Flächenbeschränkungen dieses Sortimentes als Randsortiment planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten zu haben, wird mit der Zuordnung des Sortimentes zu den zentrenrelevanten Sortimenten die Schaffung eines breiteren Angebotes innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ermöglicht.

Die Sortimentsgruppe **Computer, Büro-/ Telekommunikation** befindet sich derzeit mit einem Verkaufsflächenanteil von nur 33 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche überwiegend im sonstigen Gemeindegebiet. Aktuell gibt es insgesamt lediglich zwei Betriebe in Ronnenberg, die Sortimente dieser Warengruppe führen. Kleinteiliger Einzelhandel, beispielsweise in Form von Telekommunikationsanbietern, ist ein Frequenzbringer für die zentralen Versorgungsbereiche und deshalb sollte dieses Sortiment auch Zentrenrelevanz erhalten.

Das Sortiment **Fahrräder und Fahrradzubehör** ist aus Gutachtersicht ebenso den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Mit einem Verkaufsflächenanteil von 39 % besitzen die zentralen Versorgungsbereiche zwar einen relativ geringen Anteil am gesamten Ronnenberger Einzelhandel in dieser Branche, in dem Marktzentrum an der Gehrdener Straße ist allerdings das Fachgeschäft RAD & GESUNDHEIT ansässig. Ebenso wie beim Sortiment Musikinstrumente und Musikalien ist in Ronnenberg nicht davon auszugehen, dass sich ein Fahrrad-Fachmarkt außerhalb der zentralen Versorgungsbe-

reiche ansiedelt. Zu deren Stärkung sollten weitere Fahrradfachgeschäfte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden.

Das Segment **Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel** findet sich derzeit in Ronnenberg zu 77 % im sonstigen Gemeindegebiet außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Die größten Flächenanteile fallen dabei allerdings auf das Randsortiment des HAGEBAUMARKTS. In den zentralen Versorgungsbereichen finden sich in Ronnenberg zwei Betriebe, die diese Waren als Hauptsortiment führen (HEIMTIER EXPRESS und HAPPY DOG). Beide Betriebe liegen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Um kleinteilige Fachmärkte zu schützen und planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten zur Flächenbeschränkung dieses Sortimentes als Randsortiment zu haben, empfiehlt die cima die Einstufung des Sortimentes als zentrenrelevant.

**Antiquitäten und Kunstgegenstände** sind derzeit in Ronnenberg weder als Haupt- noch als Randsortiment zu finden. Um bessere Steuerungsmöglichkeiten zu ermöglichen, empfiehlt die cima, dieses Sortiment als zentrenrelevant einzustufen.

Die cima empfiehlt weiterhin, das Sortiment **Elektrohaushaltsgeräte und Lampen und Leuchten** den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Derzeit liegt der größere Verkaufsflächenanteil im sonstigen Gemeindegebiet (52 %) und nur 48 % der Einzelhandelsbetriebe befinden sich innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Da die Sortimente dieser Warengruppe jedoch überwiegend in Verbindung mit Angeboten anderer elektronischer Artikel (bspw. Unterhaltungselektronik und Computer- und Telekommunikation) angeboten werden, sollte diese Sortimentsgruppe ebenso als zentrenrelevant eingestuft werden. **Lampen und Leuchten** ist aktuell ausschließlich als Randsortiment im HAGEBAUMARKT und den Lebensmittelvollsortimenten vorhanden mit den größten Flächenanteilen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Dennoch sollte auch dieses

Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden, um zukünftig Flächenentwicklungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche steuern zu können.

#### Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Leitsortimente werden als **nicht-zentrenrelevant** eingeordnet, da auf Grundlage der dokumentierten Verkaufsflächenanteile bzw. der Angebotsstruktur keine Zentrenrelevanz und strukturprägende Bedeutung für die zentralen Versorgungsbereiche in Ronnenberg nachgewiesen werden kann. Die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen in den integrierten Ortskernlagen von Ronnenberg sind teilweise nur schwer bzw. nicht mit den Marktanforderungen entsprechender Anbieter und Betreiber in Einklang zu bringen. Die Liste ist nicht abschließend und stellt eine Auswahl dar:

- Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)
- baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)
- Farben und Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Auto und Autozubehör
- gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen etc.

Das Sortiment **Möbel** wird in Ronnenberg derzeit lediglich als Randsortiment unter anderem im HAGEBAUMARKT, DIE BLUMENINSEL und in der BADWELT geführt. Der Verkaufsflächenanteil außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt bei 94 %. Da Anbieter dieses typisch nicht-zentrenrelevanten Sortiments in der Regel einen hohen Flächenbedarf besitzen, empfiehlt die cima, das Sortiment Möbel den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Die Sortimentsgruppe der **Baumarktartikel (inkl. Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge und Gartenbedarf)** als klassisch nicht-zentrenrelevantes Sortiment wird heute mit 100 % (Eisenwaren, Baumarktartikel), 99 % (Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche) bzw. 95 % (Pflanzen, Gartenbedarf) fast ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Die größten Anbieter in dieser Sortimentsgruppe sind der HAGEBAUMARKT, KRÜGER, DIE BLUMENINSEL, WILHELM BLUME und die BADWELT. Die cima empfiehlt, diese Sortimentsgruppe den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Ebenfalls befindet sich der Großteil der Verkaufsflächen im Segment **Kfz-Zubehör** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (83 %) und sollte deshalb ebenso den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Zusammenfassend wird der Stadt Ronnenberg die nachfolgende „Ronnenberger Sortimentsliste“ empfohlen<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Um eine genaue Zuordnung zu ermöglichen, erfolgt die Klassifikation der Sortimente nach der statistischen Systematik der Wirtschaftszweige des statistischen Bundesamtes (WZ-Nummern)

Abb. 65: Ronnenberger Sortimentsliste

Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.11.1; WZ 47.11.2; WZ 47.21.0; WZ 47.22.0; WZ 47.23.0; WZ 47.24.0; WZ 47.25.0; WZ 47.26.0; WZ 47.29.0)</li> </ul>
Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Kosmetischen Erzeugnisse und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) (ohne Parfümerie- und Kosmetikartikel)</li> </ul>
Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apotheken (WZ 47.73.0)</li> </ul>
Schnittblumen und kleinere Pflanzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (hier nur Schnittblumen und kleineren Pflanzen)</li> </ul>
Zeitungen und Zeitschriften	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen (WZ 47.62.1)</li> </ul>

Zentrenrelevante Sortimente	
Parfümerie- und Kosmetikartikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) (hier nur Parfümerie- und Kosmetikartikel)</li> </ul>
Bekleidung, Wäsche	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0)</li> </ul>
Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Heimtextilien (WZ 47.51.0),</li> <li>Einzelhandel mit Vorhängen, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53.0) (hier nur Vorhänge)</li> </ul>
Sportbekleidung und -schuhe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bekleidung (WZ 47.71.0) (hier nur Sportbekleidung)</li> <li>Schuhe (WZ 47.72.1) (hier nur Sportschuhe)</li> </ul>
Sport- und Freizeitgroßgeräte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (WZ 47.64.2) (außer Sportbekleidung)</li> </ul>
Schuhe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Schuhen (WZ 47.72.1)</li> </ul>
Medizinisch-orthopädischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0)</li> </ul>
Bücher	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Büchern (WZ 47.61.0)</li> </ul>
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (WZ 47.62.2)</li> </ul>
Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0)</li> </ul>
Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ 47.76.2)</li> </ul>
Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Kunstgegenstände, Bilder und kunstgewerbliche Erzeugnisse)</li> <li>Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (WZ 47.79.1)</li> <li>Antiquariate (WZ 47.79.2)</li> </ul>
Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren (WZ 47.59.2)</li> <li>Einzelhandel mit Haushaltsgegenstände na. n. g. (WZ 47.59.9)</li> <li>Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Geschenkartikel)</li> </ul>
Elektrohaushaltsgeräte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit elektrische Haushaltsgeräten (WZ 47.54.0) (Elektrohaushaltskleingeräte und -großgeräte)</li> </ul>

Zentrenrelevante Sortimente	
Lampen und Leuchten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln und Haushaltsgegenstände a. n. g. (WZ 47.59.9) (hier nur Lampen und Leuchten)</li> </ul>
Unterhaltungselektronik, Tonträger	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik (WZ 47.43.0)</li> <li>Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträger (WZ 47.63.0)</li> </ul>
Foto und Zubehör	<ul style="list-style-type: none"> <li>Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (WZ 47.78.2)</li> </ul>
Optische und akustische Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augenoptiker (WZ 47.78.1)</li> <li>Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0) (hier nur akustische Artikel)</li> </ul>
Uhren, Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Uhren und Schmuck (WZ 47.77.0)</li> </ul>
Lederwaren, Koffer und Taschen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)</li> </ul>
Musikalien, Musikinstrumente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Musikinstrumente und Musikalien (WZ 49.59.3)</li> </ul>
Fahrräder und Fahrradzubehör	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.1)</li> </ul>
Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Datenverarbeitung, peripheren Geräten und Software (WZ 47.41.0), Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten (WZ 47.42.0)</li> </ul>

nicht-zentrenrelevante Sortimente	
Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Wohnmöbeln (WZ 47.59.1)</li> </ul>
baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitärerichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren (WZ 47.52.1)</li> <li>Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (ohne Farben, Lacke)</li> </ul>
Farbe, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (WZ 47.53.0) (ohne Vorhänge), Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (hier nur Farben, Lacke)</li> </ul>
Auto und Autozubehör	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör (WZ 45.32.0)</li> </ul>
gartenmarktspezifische Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-) Pflanzen und Pflanzgefäße)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (außer Schnittblumen und kleinere Pflanzen)</li> </ul>
Sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sonstiger Facheinzelhandel a. n. g. (in Verkaufsräumen) (WZ 47.78.9)</li> </ul>

Quelle: cima 2016

Generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen.

Der Handel mit Kraftfahrzeugen, Landmaschinen, Brennstoffen und Mineralölprodukten unterliegt keiner einschränkenden Steuerung im Einzelhandelskonzept.

## 8 Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ronnenberg

Die größten Veränderungen im Einzelhandel gehen seit Jahren von der Entwicklung des großflächigen Einzelhandels aus. Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Ziele der Landesplanung sind u.a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter und wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ronnenberg mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben am Zentrenkonzept bewertet und beurteilt werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend der Zielvorstellungen des Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte) angepasst werden.<sup>27</sup>

Mit der Orientierung an den folgenden Grundsätzen sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Stadt Ronnenberg getrieben und Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Stadt. Wenn es in Ronnenberg gelingt, sich an diesem

Zentrenkonzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) innenstädtische Entwicklungen und Spielräume in den festgelegten Stadtteil- und Nahversorgungszentren.

Das hier vorgelegte Zentrenkonzept der Stadt Ronnenberg wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet.

### 8.1 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

#### Grundsatz 1:

Die beiden Ortskerne genießen Entwicklungspriorität. Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereichen, keine Entwicklung von nicht integrierten Standortagglomerationen.

#### Grundsatz 2:

Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel grundsätzlich nur in den zentralen Versorgungsbereichen. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Neuansiedlungen nur, wenn eine Versorgung der Bewohner im Nahbereich nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet wird. Bestehende Betriebe genießen erweiterten Bestandsschutz und sollten die Möglichkeit bekommen sich an moderne Marktbedürfnisse anpassen zu können, sofern keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche nachgewiesen wird (Einzelfallprüfung).

<sup>27</sup> Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwälten) einzuholen.



**Grundsatz 3:**

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich keine Weiterentwicklung von Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Bestehende Betriebe genießen erweiterter Bestandsschutz. Potentielle Standorte sind künftig nicht-zentrenrelevanten Neuansiedlungen vorbehalten.

**Grundsatz 4:**

Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten prioritär in den Solitär-/Streulagen zulässig- aber auch in den zentralen Versorgungsbereichen

**Grundsatz 5:**

Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente bei großflächigem nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. In Anlehnung an das LROP Niedersachsen auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, bzw. maximal 800 qm.

**Grundsatz 6:**

Sicherstellung der Versorgungsfunktion der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche bei großflächigen Vorhaben. Dieser Grundsatz ist nicht als Wettbewerbsschutz zu verstehen, sondern als Absicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zugunsten einer ganzheitlichen Versorgung.

Abb. 66: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen

		zentrenrelevante Hauptsortimente	nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
zentrale Versorgungsbereiche	Zentrale Versorgungsbereiche (Ortskerne)	großflächig möglich*	großflächig möglich	großflächig möglich
	Nahversorgungszentren**	kleinflächig möglich	großflächig möglich (orientiert an Nahversorgungsfunktion)	kleinflächig (orientiert an Versorgungsfunktion)
weitere Standortkategorien	integrierte Lagen in Wohn- und Mischgebieten	keine Ansiedlung	kleinflächig (orientiert an Nahversorgungsfunktion)	keine Ansiedlung
	sonstige, nicht integrierte Standorte	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung
	Gewerbegebiete	keine Einzelhandelsansiedlungen, da gewerblichen Nutzungen vorbehalten (Annexhandel zulässig)		

Quelle: cima 2016

\* Unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion als Grundzentrum

\*\* Im NVZ Chemnitzer Straße gelten gemäß dem raumordnerischen Vertrag von 2010 gesonderte Ansiedlungsregeln /-limits.

Generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Darüber hinaus sollen den bestehenden Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Modernisierungen und angemessene Verkaufsflächenerweiterungen ermöglicht werden, sofern diese für einen zeitgemäßen Marktauftritt bzw. ein langfristiges Fortbestehen des Unternehmens erforderlich sind (erweiterter Bestandsschutz).

Der Handel mit Kraftfahrzeugen, Landmaschinen, Brennstoffen und Mineralölerzeugnissen unterliegt keiner einschränkenden Steuerung im Einzelhandelskonzept.

Mit der Ansiedlungsmatrix können etwa 80% der Anfragen (Erweiterung, Neuansiedlung) geklärt werden. Bei der Anwendung der Ansiedlungsmatrix muss zunächst grob zwischen Außen- und Innenlage unterschieden werden. Die Außenlage ist die Lage auf der „grünen Wiese“. Die Innenlage befindet sich innerhalb des geschlossenen Siedlungskörpers und kann weiter in die städtebaulich integrierte Lage bestimmt sein. Sie zeichnet sich durch einen Multifunktionsmix aus Einzelhandel, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen aus und bietet neben der Versorgungsfunktion auch dem Austausch und dem Verweilen Platz. Deshalb sollte die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht nur auf Einzelhandel beschränkt werden, sondern auch Dienstleistungen und Aufenthaltsqualitäten umfassen. Bei den 20% der Ansiedlungen, die nicht durch die Ansiedlungsmatrix geklärt werden können, wurden Obergrenzen problematisiert, wobei grundsätzlich keine Steuerung über Flächengrößen, sondern über Standorte erfolgen müsse.

## 9 Potentialbetrachtung

### 9.1 Zentralitätsziele

Für das Grundzentrum Ronnenberg könnte eine Einzelhandelszentralität zwischen 40 % und 50 % in den aperiodischen Sortimenten die Funktion der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet stärken. Das Erreichen der Zentralitätsziele führt dazu, dass die Gesamtzentralität der Stadt Ronnenberg steigt, was wiederum einer Erhöhung der Potentialbindung gleichkommt. Derzeit fließen 45 % des örtlichen Nachfragepotentials (rd. 63,6 Mio. €) an andere Einkaufsstandorte ab.

Abb. 67: Zentralitätsziele und benötigte Verkaufsflächen

CIMA Warengruppe (nur aperiodische Sortimente)	zusätzl. Verkaufsflächen für Zentralitätsziele	
	40	50
Bekleidung, Wäsche	800	1.300
Schuhe, Lederwaren	0	150
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	0	50
Bücher, Schreibwaren	Ziel bereits erreicht, heute 57	
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	1.700	2.400
Sportartikel, Fahrräder	100	250
Spielwaren	100	150
Hobbybedarf, Zooartikel	Ziel bereits erreicht, heute 75	
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	Ziel bereits erreicht, heute 95	
Möbel, Antiquitäten	1.050	1.500
Heimtextilien	400	500
Baumarktartikel, Gartenbedarf	Ziel bereits erreicht, heute 184	
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>4.150</b>	<b>6.300</b>

Quelle: cima 2016, Angaben jeweils gerundet

Es ist zu beachten, dass es in den aperiodischen Sortimenten zu einem Verdrängungswettbewerb innerhalb des Stadtgebietes kom-

men kann. Es bedarf daher einer zusätzlichen Potentialbindung aus dem Marktgebiet, die nur mittels einer Fokussierung auf qualitative Anbieter erreicht werden kann, die das bestehende Angebot ergänzen.

Dennoch ergeben sich auch Potenziale durch Umsatzumverteilungen innerhalb des Stadtgebietes. Ansiedlungsvorhaben, die in direkter Konkurrenz zu bestehenden Strukturen stehen, müssen nicht zwingend eine Bestandsgefährdung darstellen.

Man geht davon aus, dass Umsatzumverteilungen unterhalb von 7 % unwesentlicher Natur sind. Zwischen 7-11 % können je nach Lage und Art und Wettbewerbssituation bereits spürbare Auswirkungen auftreten, die mittels eines Verträglichkeitsgutachtens überprüft werden sollten. Darüber hinaus ist eine Bestandsgefährdung im Rahmen des Möglichen und sollte zum Schutze der zentralen Versorgungsbereiche zwingend überprüft werden.

Für die Stadt Ronnenberg ergeben sich folgende Verkaufsflächenpotenziale, die anhand der derzeitigen Verkaufsflächen und der festgestellten durchschnittlichen Flächenproduktivitäten in den jeweiligen Sortimentsbereichen errechnet wurden:

- 3.000 - 5.000 qm zentrenrelevante Sortimente
- 1.000 - 1500 qm nicht-zentrenrelevante Sortimente

Die Werte sind jeweils auf die nächste volle 500er Stelle gerundet. Innerhalb der nicht-zentrenrelevanten Sortimente ist ausschließlich in der Sortimentsgruppe Möbel, Antiquitäten das Zentralitätsziel noch nicht erreicht. Denkbar wäre bei dem errechneten Verkaufsflächenpotenzial die Ansiedlung eines Möbelfachmarktes beispielsweise in Form eines Dänischen Bettenlagers.

Für die periodischen Sortimente gilt die eigene Bedarfsdeckung, die in Ronnenberg bisher ausschließlich in der Sortimentsgruppe Lebensmittel und Reformwaren (Zentralität 90 %) annähernd erreicht wird. Der periodische Bedarfsbereich weist in Ronnenberg somit noch deutliche Verkaufsflächenpotentiale auf (insgesamt ca. 1.750 qm).

Abb. 68: Verkaufsflächenpotentiale in den periodischen Sortimenten

Warengruppe	Verkaufsflächenpotential*	Ø Drogeriemarkt	Ø LM-Discounter
Lebensmittel, Reformwaren	1.000 qm	75 qm	805 qm
Gesundheit und Körperpflege	600 qm	450 qm	80 qm
Zeitschriften, Schnittblumen	150 qm	15 qm	15 qm
übrige Randsortimente	-	60 qm**	100 qm***
<b>SUMME</b>	<b>1.750 qm</b>	<b>600 qm</b>	<b>1.000 qm</b>

Quelle: cima 2016, Angaben jeweils gerundet

\* Bei einer Zielzentralität von 100 % (= Bedarfsdeckung)

\*\* u.a. Spielwaren, Schreibwaren, Tierfutter, Hausrat

\*\*\* u.a. Bekleidung, Wäsche, (Unterhaltungs-)Elektronik, Hausrat als wechselnde Aktionswaren sowie Tierfutter

Orange hinterlegt sind die durchschnittlichen Verkaufsflächengrößen eines Drogeriemarktes sowie eines Lebensmitteldiscounters dargestellt. Mit Blick auf die Verkaufsflächenpotentiale wäre eine Ansiedlung sowohl eines Drogeriefachmarktes (bis 600 qm) als auch eines Lebensmitteldiscounters (bis 1.000 qm) im Stadtgebiet der Stadt Ronnenberg im Rahmen der Bedarfsdeckung denkbar. Aus Sicht der cima kämen dafür insbesondere Standorte in Ronnenberg oder Weetzen in Betracht, da der Stadtteil Ronnenberg

aufgrund der grundzentralen Struktur des Stadtgebietes ebenfalls eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil Weetzen übernimmt.

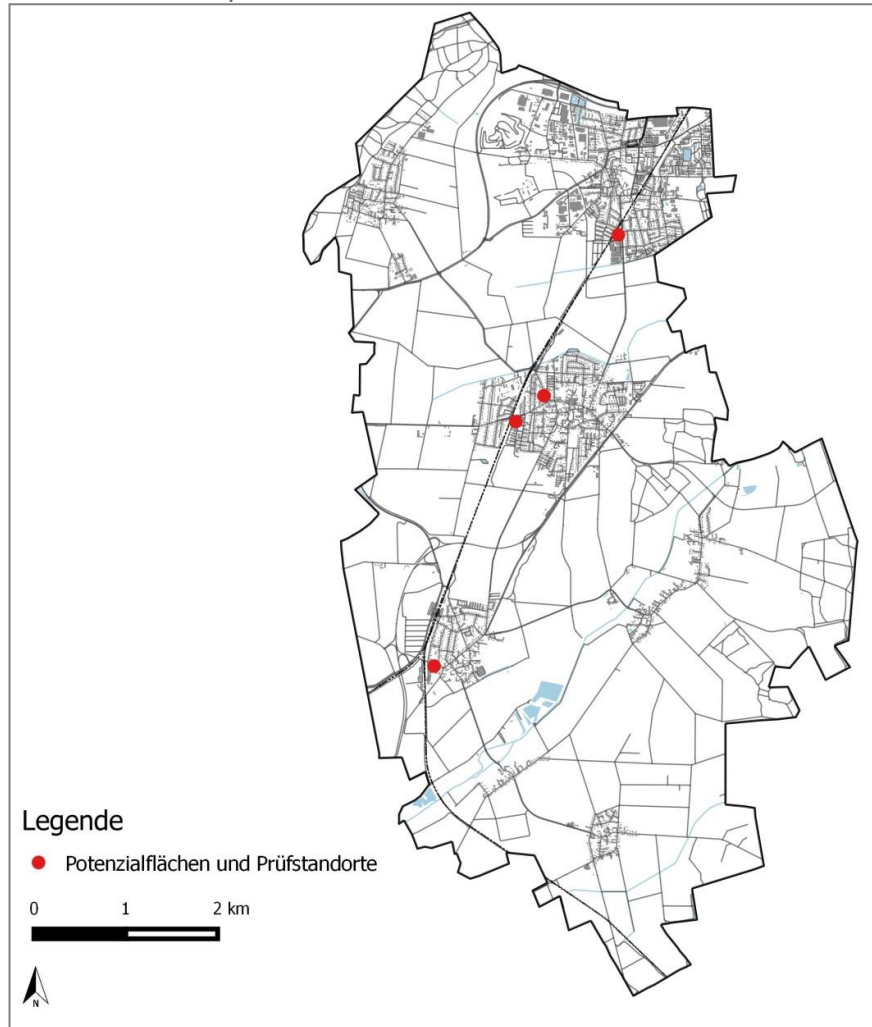
## 9.2 Potentialstandorte

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wurden insgesamt drei Potentialflächen und ein Prüfstandort auf deren Eignung für konkrete Vorhaben, bzw. für die generelle Ansiedlung von Einzelhandel betrachtet. Es handelt sich dabei um die Standorte:

- Fläche nördlich an das NVZ Ronnenberger Straße anschließend (Empelde)
- Baulücke an der Benthler Straße (Ronnenberg)
- Marktzentrum (Ronnenberg)
- Gelände der ehemaligen Zuckerfabrik (Weetzen)

Die räumliche Übersicht der betrachteten Standorte ist der folgenden Karte zu entnehmen.

Abb. 69: Übersichtsplan der Potential- und Prüfstandorte



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Bearbeitung: cima 2016

## 9.2.1 Potentialfläche nördlich NVZ Ronnenberger Straße

### Prüfszenario

- Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel

### Bewertungskriterien

- Derzeitige Nutzung: keine, Freifläche (Büsche, Wiese)
- lt. FNP als Sondergebiet ausgewiesen
- Lage: in Empelde, nördlich angrenzend an das NVZ Ronnenberger Straße, östlich verläuft die K 234 (Ronnenberger Straße), die nach Ronnenberg führt, westlich begrenzt durch Bahntrasse
- sehr gute Pkw-Erreichbarkeit, Realisierung einer ausreichenden Anzahl von Parkplätzen möglich
- ÖPNV-Anbindung über die Bushaltestelle „Am Mesterwinkel“ (rd. 200 m Entfernung)
- gute fußläufige Erreichbarkeit für angrenzende Wohngebiete
- Städtebaulich und siedlungsstrukturell integrierte Lage

### Bewertung

- Der Standort erfüllt die Kriterien für die Ansiedlung von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel
- Allerdings ist mit einer Ansiedlung aufgrund gering ausgeprägter Wegebeziehungen nicht mit einer Stärkung des benachbarten Nahversorgungszentrums zu rechnen
- Ansiedlung von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten möglich



Abb. 70: Potentialfläche Ronnenberger Straße



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Quelle: cima 2016

Aus Sicht der cima sollte eine Ansiedlung im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente bevorzugt realisiert werden. Dies würde das Nahversorgungszentrum an der Ronnenberger Straße nachhaltig stärken und Austauschbeziehungen zwischen den beiden Standorten positiv beeinflussen. Infolge einer Ansiedlung von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel ist eher nicht mit positiven Einflüssen auf das Nahversorgungszentrum zu rechnen.

## 9.2.2 Potentialfläche Bentherr Straße

### Prüfszenario

- Ansiedlung von kleinflächigem Einzelhandel

### Bewertungskriterien

- Derzeitige Nutzung: keine (Freifläche)
- lt. FNP als allgemeines Wohngebiet ausgewiesen
- Lage: In Ronnenberg an der Ausfallstraße Bentherr Straße, in ca. 300 m Entfernung zum zentralen Versorgungsbereich
- Umgeben von Wohnbebauung (siedlungsstrukturell integriert)
- Gute Pkw-Erreichbarkeit
- ÖPNV-Anbindung über die Bushaltestelle „Normannische Straße“ und die S-Bahn-Station Ronnenberg jeweils in ca. 400 m Entfernung
- gute fußläufige Erreichbarkeit

### Bewertung

- Der Standort bietet die Gelegenheit eine Lücke im Stadtbild zu schließen
- Prinzipiell eignet sich die Fläche zur Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungsrelevantem Einzelhandel
- Allerdings überschneidet sich die Fläche mit den Nahversorgungsradien der zentralen Versorgungsbereiche Marktzentrum und Ortskern Ronnenberg
- Weiterhin ist keine deutliche Verbesserung der Nahversorgungssituation der Bevölkerung möglich

Abb. 71: Potentialfläche Benther Straße



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH  
Quelle: cima 2016

Aus Sicht der cima sollte eine Schließung der Baulücke bevorzugt mittels Wohnbebauung oder Ansiedlung von Dienstleistung oder sozialer Einrichtungen anstelle von Einzelhandelsnutzungen erzielt werden. Da der Standort innerhalb des Nahversorgungsradius sowohl des Edeka-Marktes als auch des Marktzentrums liegt, könnte so die Nachfrageseite gestärkt werden.

### 9.2.3 Potentialfläche ehemalige Zuckerfabrik

#### Prüfszenario

- Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel

#### Bewertungskriterien

- Derzeitige Nutzung: Fabrikgelände, ehemalige Zuckerfabrik (Umnutzung geplant/erwünscht)
- lt. FNP Ausweisung als gewerbliche Baufläche
- Lage: Im Stadtteil Weetzen an der Humboldtstraße mit Anschluss an B 217 gelegen; im Westen durch die Bahntrasse und im Osten durch die Hauptstraße eingegrenzt
- Generell gute Pkw-Erreichbarkeit
- ÖPNV-Anbindung über die Bushaltestelle Weetzen Hauptstraße (Busse 350 und 510, ca. 450 m Entfernung) und die S-Bahnstation Weetzen (S 5 und S 51, ca. 750 m Entfernung)
- Standort (noch) nicht in siedlungsstrukturell integrierter Lage

#### Bewertung

- Die Ansiedlung nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Form eines Lebensmittelanbieters kann die Versorgung der Weetzener Bevölkerung deutlich steigern (vgl. auch Ansiedlungspotentiale im periodischen Bedarfsbereich, S. 77)
- Ausweisung eines potentiellen Nahversorgungszentrums mit Entwicklungsbedarf in Zusammenhang mit Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen in der Hauptstraße denkbar
- Im Umkreis des Standortes sind rd. 1.600 (700m-Radius) bis rd. 2.000 Einwohner (1.000m-Radius) vorhanden, was die Betreiber-

suche erschwert<sup>28</sup> In der Regel wird von den Betreibern ein Einzugsgebiet von mindestens 3.000-3.500 Einwohnern bevorzugt.

Abb. 72: Potentialfläche ehemalige Zuckerfabrik Weetzen



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Quelle: cima 2016

Aus Sicht der cima wäre die Ansiedlung nahversorgungsrelevanten Einzelhandels zu bevorzugen, um die Nahversorgungssituation für die Weetzener Bevölkerung zu verbessern.

## 9.2.4 Prüfstandort Marktzentrum

### Prüfszenario

- Ansiedlung von kleinflächigem Einzelhandel

### Bewertungskriterien

- Derzeitige Nutzung: Marktzentrum, hoher Leerstandanteil
- lt. FNP als Mischgebiet ausgewiesen
- Lage: an der Gehrdener Straße gelegen, die in Richtung Gehrden führt
- Umgeben von Wohnbebauung, östlich grenzt eine modernisierte Filiale des Netto-Discounters an
- gute Pkw-Erreichbarkeit
- ÖPNV-Anbindung über die Bushaltestelle Normannische Straße (Linie 500) unmittelbar am Standort
- Standort in städtebaulich und siedlungsstrukturell integrierter Lage

### Bewertung

- Aufwertung und Wiederbelebung des Marktzentrums durch Ansiedlung nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
- Denkbar wäre die Ansiedlung eines Drogeriemarktes ergänzend zu dem Lebensmitteldiscounter Netto (vgl. auch Ansiedlungspotentiale im periodischen Bedarfsbereich, S. 77)
- Dafür wäre u.U. eine Umstrukturierung des Gebäudes, bzw. Neubau der Immobilie notwendig

<sup>28</sup> Basis Zensus 2011, Bevölkerungsraster 100x100 m

Abb. 73: Prüfstandort Marktzentrum Ronnenberg



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Quelle: cima 2016

Aus Sicht der cima ist eine grundlegende Umstrukturierung der Immobilie als Maßnahme zur Wiederbelebung des Standortes am wirkungsvollsten. Die derzeitigen Mieter sollten nach Möglichkeit jedoch nach einem Umbau wieder dort angesiedelt werden.

## 9.3 Zukünftige Entwicklungen

### 9.3.1 Löwen Play

#### Status Quo

- In dem Gebäude betreibt die Löwen Play GmbH vier Spielhallen
- lt. FNP als gewerbliche Fläche ausgewiesen
- lt. Bebauungsplan 28, 3. Änderung (21.04.2011) als Gewerbegebiet festgesetzt
- nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gelegen

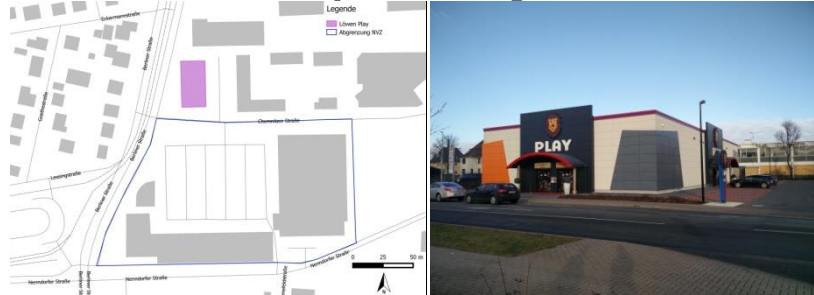
#### Ausblick

- auf Grund der neuen Rechtslage für Vergnügungsstätten müssen 3 der 4 Konzessionen für die Spielhallen abgegeben werden
- dies bedingt eine Nachnutzung der räumlichen Einheiten
- lt. B-Plan ist Einzelhandel grundsätzlich unzulässig; eine Ausnahme bilden Verkaufsstätten, die innerhalb der Betriebsstätte eine untergeordnete Rolle spielen und keine zentrenrelevanten Produkte anbieten

#### Bewertung

- auch gemäß des raumordnerischen Vertrags der Stadt Ronnenberg und der Region Hannover von 2010 sollte eine Nachnutzung der Flächen durch Einzelhandel ausgeschlossen werden, um der Bildung von städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken und auch insbesondere am Standort des Nahversorgungszentrums eine solche Entstehung zu verhindern
- denkbar sind für den Standort Nutzungen, welche die Strukturen des zentralen Versorgungsbereiches begünstigen und unterstützen

Abb. 74: Standort Löwen Play in Ronnenberg



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH

Quelle: cima 2016

Aus Sicht der cima sollte eine Nachnutzung der Räumlichkeiten der Spielhallen durch Nutzungen erfolgen, welche die Strukturen des Nahversorgungszentrums fördern und Austauschbeziehungen begünstigen. Denkbar wären beispielsweise ein Fitnesscenter oder gastronomische Einrichtungen, welche für zusätzliche Frequenz an dem Standort sorgen.

### 9.3.2 Wurst Basar

#### Status Quo

- Der Wurst Basar betreibt einen Werksverkauf in seinen bisherigen Räumlichkeiten (ausgefüllte Fläche) und plant eine Betriebsverlagerung (schraffierte Fläche)
- Aktuelle Nutzung: leerstehende Gewerbeimmobilie
- lt. FNP als gewerbliche Baufläche ausgewiesen

#### Ausblick

- An dem Standort soll unter anderem ein Fabrikverkauf des Wurst Basar entstehen

#### Bewertung

- durch eine Vergrößerung des bereits derzeit bestehenden Werksverkaufes könnte der Wurst Basar teilweise nahversorgungsrelevante Funktionen übernehmen, die der eines Lebensmittelhandwerk-Betriebes ähneln (Metzger) und somit in die Nahversorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches eingreifen
- trotz der Nähe zum Nahversorgungszentrum Chemnitzer Straße ist aufgrund der kleinräumigen Lage nur mit geringen Austauschbeziehungen zwischen den beiden Standorten zu rechnen

Abb. 75: Zukünftiger Standort Wurst Basar -Erweiterung



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende via Geofabrik GmbH  
Quelle: cima 2016

Annexhandel soll gemäß Einzelhandelskonzept weiterhin zulässig sein, sofern die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zuzuordnen und deutlich untergeordnet dimensioniert ist. In Anlehnung an das LROP Niedersachsen könnte dies für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente einer Beschränkung auf 10 % der Gesamtfläche, bzw. maximal 800 qm entsprechen.



## 10 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

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

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ronnenberg mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien der Stadt Ronnenberg 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. angepasst werden. Grundlage für die Einordnung der cima war u.a. die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechts-sichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten<sup>29</sup>. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Ronnenberger Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Kap. 7) bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Ronnenberger 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 Kraftfahrzeugen. 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.

---

<sup>29</sup> vgl. z.B. BVerwG, Urteil vom 26. 3. 2009 - 4 C 21. 07

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 kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen<sup>30</sup>. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für Ronnenberg 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 Ronnenberg getrieben noch Konkurrenzen grundsätzlich eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es aber zur Konkurrenz der Unterneh-

men untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Stadt Ronnenberg gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen in den Ortszentren und den übrigen Einzelhandelslagen.

---

<sup>30</sup> Zum Schutz und zur Stärkung der Einzelhandelsfunktion des Ortszentrums kann in Bereichen außerhalb des Ortszentrums (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 OVG abgelehnt).

# 11 Anhang

## 11.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonomische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.
- Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:
  - der Attraktivität der Konkurrenzorte,
  - der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
  - der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
  - den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
  - den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

**5.828 €**

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Vorausberechnung für das Jahr 2016).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

## 11.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 32 Branchen und sieben Warengruppen.

Abb. 76:

Periodischer Bedarf	
▪ Lebensmittel	▪ Schnittblumen
▪ Reformwaren	▪ Kioske, Zeitschriften
▪ Apotheken	
▪ Drogerie- und Parfümerieartikel	
Persönlicher Bedarf	
▪ Bekleidung	▪ Medizinisch-orthopädischer Bedarf
▪ Wäsche	▪ Schmuck, Uhren
▪ Schuhe	▪ Koffer, Lederwaren
Medien, Technik	
▪ Bücher	▪ Unterhaltungselektronik
▪ Bürobedarf, Schreibwaren	▪ Foto
▪ Elektrogeräte, Leuchten	▪ Computer und Kommunikationselektronik
Spiel, Sport, Hobby	
▪ Sportartikel	▪ Musikinstrumente, Sammelhobbies, Waffen
▪ Spielwaren	
▪ Fahrräder	▪ Zooartikel
Geschenke, Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat	
Einrichtungsbedarf	
▪ Heimtextilien, Teppiche	▪ Antiquitäten, Galerien, weiterer Einrichtungsbedarf
▪ Möbel	
Baumarktspezifisches Sortiment	
▪ Blumen (Großgebäude, Gartenmarktartikel)	▪ Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten
▪ Baumarktartikel	▪ Kfz-Zubehör

## 11.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Wir unterscheiden zwischen den folgenden Betriebstypen:

### Fachgeschäft

- Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

### Fachmarkt

- Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

### Supermarkt

- Ca. 400 m<sup>2</sup> bis 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

### Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 m<sup>2</sup> und 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

### Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m<sup>2</sup> VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

### Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche ca. 1.500 m<sup>2</sup> bis 5.000 m<sup>2</sup>, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

### SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

### Warenhaus

- 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.

### Kaufhaus

- In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m<sup>2</sup>, breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

### Shopping-Center

- 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.

### Mall in einem Shopping-Center

- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

## 11.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs wurde erstmals in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 sind die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die **Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.<sup>31</sup>

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den

Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion, sondern beziehen sich auf die dem zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs.2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden<sup>32</sup>. Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen<sup>33</sup>:

<sup>32</sup> Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209, S.115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S.54

<sup>33</sup> Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

<sup>31</sup> Vgl. hierzu auch Einzelhandelsplan des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S.13



Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein...“

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus<sup>34</sup>:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang.“

Das BVerwG führt dazu weiter aus<sup>35</sup>:

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz... Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten

werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet.“

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

4. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
5. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
6. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden<sup>36</sup>.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale

---

<sup>36</sup> Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

---

<sup>34</sup> Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

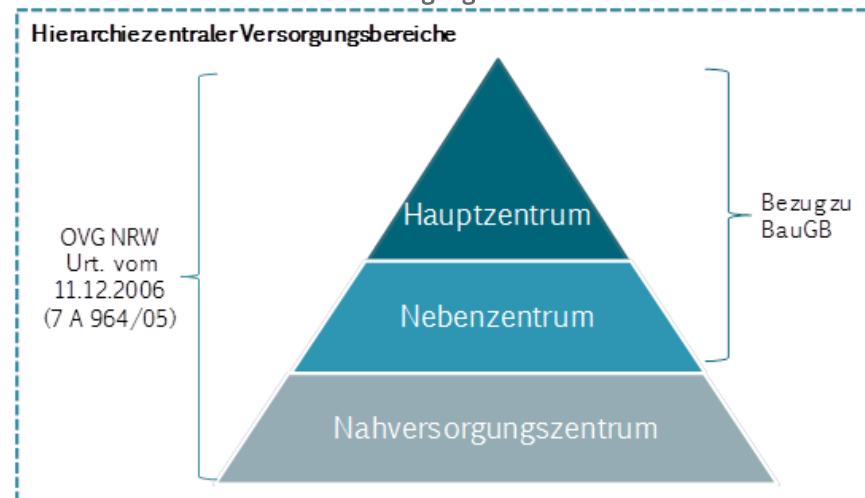
<sup>35</sup> BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt<sup>37</sup>.

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,
- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

Abb. 77: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die

umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und übrigen Siedlungsraum erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über zentrale Versorgungslagen, so dass auch teilentegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mitberücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB.

<sup>37</sup> Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Ggf. optimale Einbindung des ‚zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

*„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.“*

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

**Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein.** Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.<sup>38</sup> Erste verwaltungsge-

<sup>38</sup> Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

richtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.<sup>39</sup>

**Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen.** Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte Zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass multifunktional abgegrenzte und dezidiert in ihrer Abgrenzung begründete zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

<sup>39</sup> Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

## 11.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen ist sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtslos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, 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“.

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel von 10 % Auswirkungen anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Über-

legungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage Vermutungsgrenze formuliert. Sie ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüfatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der schädlichen Auswirkungen auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu schädlichen Auswirkungen bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potentiell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche sein.<sup>41</sup>

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen ‚wesentliche Beeinträchtigungen darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden können.

---

<sup>41</sup> Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.