



VERBAND DER CIMA-BÜROS IN LÜBECK, MÜNCHEN, BIEDERSTEIN, DACHAU

## EINZELHANDELSKONZEPT

für die Stadt Seelze



Lübeck, 06. September 2010

CIMA Beratung + Management GmbH  
Glashüttenweg 34  
23568 Lübeck

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

Projektleiter:  
Dipl.-Geograph Martin Kremming  
Bearbeiter:  
Dipl.-Geograph Mark Hädicke  
Dipl.-Geographin Sarah Marisa Dörr



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

## © CIMA Beratung + Management GmbH

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

Dieser Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. 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.

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

# INHALT

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>6</b>	4.2.3	weitere Standortkategorien in Seelze	29
<b>2</b>	<b>RAUMORDNERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE STRUKTUR</b>	<b>7</b>	4.3	Einzelhandelslagen in der Stadt Seelze	30
2.1	Zentralörtliche Bedeutung	7	4.3.1	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze	30
2.2	Makrostandort Seelze	8	4.3.2	Stadtteilzentrum Letter	33
2.3	Sozioökonomische Rahmendaten	9	4.3.3	Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße	36
			4.3.4	Sonstige Standortkategorien	39
<b>3</b>	<b>BESTANDS- UND PROBLEMANALYSE</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>NAHVERSORGUNGSKONZEPT</b>	<b>40</b>
3.1	Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet	11	5.1	Bewertung der Nahversorgungssituation	43
3.2	Nachfragepotenzial in Seelze	13	5.2	Handlungsempfehlungen	44
3.3	Leistungsdaten des Einzelhandels in Seelze	14	<b>6</b>	<b>STRATEGIEN FÜR DIE ZUKÜNFTIGE EINZELHANDELSENTWICKLUNG IN SEELZE</b>	<b>48</b>
3.3.1	Einzelhandelsangebot	15	<b>7</b>	<b>BRANCHENKONZEPT</b>	<b>50</b>
3.3.2	Einzelhandelszentralität und deren Entwicklung	16	7.1	Sortimentslisten	50
3.3.3	Verkaufsflächendichte und deren Entwicklung	20	7.1.1	Notwendigkeit von Sortimentslisten	50
3.4	Kaufkraftstromanalyse im Marktgebiet von Seelze	21	7.1.2	Seelzer Sortimentsliste	51
3.5	Gesamtüberblick Bestandsanalyse Seelze	23	7.2	Ziele des Branchenkonzeptes	56
<b>4</b>	<b>FESTLEGUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE</b>	<b>24</b>	7.3	Ansiedlungsvoraussetzungen	58
4.1	Zur Notwendigkeit der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	24	7.3	Ansiedlungsvoraussetzungen	58
4.1.1	„Zentrale Versorgungsbereiche“ (ZV)	25	7.3.1	Ansiedlungsvoraussetzungen im Hauptzentrum Seelze	59
4.1.2	„Schädliche Auswirkungen“	26	7.3.2	Ansiedlungsvoraussetzungen im Stadtteilzentrum Letter	59
4.2	Charakteristika zur Eingliederung in die Struktur der zentralen Versorgungsbereiche	27	7.3.3	Ansiedlungsvoraussetzungen an der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße	60
4.2.1	Hauptzentrum	27	7.3.4	Ansiedlungsvoraussetzungen für solitäre Nahversorgungsstandorte	60
4.2.2	Stadtteilzentrum	28	7.3.5	Ansiedlungsvoraussetzungen für solitäre Fachmarkt-Standorte	61
4.2.3	weitere Standortkategorien in Seelze	29	7.3.6	Ansiedlungsvoraussetzungen für Gewerbegebiete und sonstige nicht integrierte Standorte außerhalb der Fachmarkt-Agglomeration	61
			<b>8</b>	<b>STANDORTKONZEPT</b>	<b>63</b>

8.1	Quantitative und qualitative Entwicklung / Stärkung des zentralen Versorgungsbereich Seelze	63
8.2	Quantitative und qualitative Entwicklung / Stärkung des Stadtteilzentrums Letter	65
8.3	Prüfstandorte	67
8.3.1	Prüfstandort 1: Gümmer, Osnabrücker Landstraße	68
8.3.2	Prüfstandort 2: Lohnde, Calenberger Straße	70
8.3.3	Prüfstandort 3: Seelze Süd, Gewerbegebiet	72
8.3.4	Prüfstandort 4: Seelze-Süd, westlicher Kirchbuschweg	74
8.3.5	Prüfstandort 5: Seelze Süd, östlicher Kirchbuschweg	76
8.3.6	Prüfstandort 6: Potentialfläche Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße	78
8.3.7	Prüfstandort 7: Velber, Hasselfeldstraße	80
8.3.8	Prüfstandort 8: Velber, Stadtweg	82
<b>9</b>	<b>UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES</b>	<b>84</b>
<b>10</b>	<b>METHODIK</b>	<b>86</b>
10.1	Angebotsseite	86
10.2	Nachfrageseite	89
10.3	Sonstige Kennzahlen	90

## ABBILDUNGEN

Abb. 1:	Stadt Seelze im zentralörtlichen System .....	7
Abb. 2:	Die Lage der Stadt Seelze im Raum .....	8
Abb. 3:	Sozioökonomische Rahmendaten und Tourismusdaten der Stadt Seelze im Vergleich .....	9
Abb. 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich .....	11
Abb. 5:	Marktgebiet der Stadt Seelze .....	12
Abb. 6:	Nachfragepotenzial in Seelze nach Warengruppen .....	13
Abb. 7:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Seelze .....	15
Abb. 8:	Umsatz, Nachfragevolumen, Einzelhandelszentralität in Seelze .....	16
Abb. 9:	Einzelhandelszentralität der Warengruppen in Seelze .....	18
Abb. 10:	Verkaufsflächendichte in Seelze .....	20
Abb. 11:	Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in Seelze in Mio. € .....	21
Abb. 12:	Saldierte Kaufkraftströme nach Warengruppen in Mio. € .....	22
Abb. 13:	Kennzahlen des Seelzer Einzelhandels (2006 und 2010) .....	23
Abb. 14:	Verkaufsfläche und Umsatz im Hauptzentrum Seelze .....	31
Abb. 15:	Blick auf den Platz am Alten Krug, Hauptzentrum Seelze .....	31
Abb. 16:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze .....	32
Abb. 17:	Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Letter .....	34
Abb. 18:	Stadtteilzentrum Letter, Blick in die Lange-Feld-Straße .....	34
Abb. 19:	Abgrenzung Stadtteilzentrum Letter .....	35
Abb. 20:	Verkaufsflächen und Umsatz in der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße .....	37
Abb. 21:	Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße .....	37
Abb. 22:	Abgrenzung Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße .....	38
Abb. 23:	Nahversorgungssituation in Seelze (schematisch) .....	41
Abb. 24:	Verkehrsmittelwahl in Abhängigkeit von der Entfernung des Einkaufsortes .....	42
Abb. 25:	durchschnittliche Anzahl der Artikel im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebstypen .....	42
Abb. 26:	Saldierte Kaufkraftabflüsse (in Mio. €) in den Stadtteilen Seelzes .....	43
Abb. 27:	Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im periodischen Bedarf (in Mio. €) in den Nahversorgungsclustern .....	45
Abb. 28:	Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in Seelze (kurzfristiger Bedarfsbereich) .....	52
Abb. 29:	Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in Seelze (mittelfristiger Bedarfsbereich) .....	52
Abb. 30:	Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in Seelze (langfristiger Bedarfsbereich) .....	53
Abb. 31:	„Seelzer Sortimentsliste“ .....	54
Abb. 32:	Handelszentralität als Hinweis für Ansiedlungspotenziale .....	56
Abb. 33:	Übersicht der Standortkategorien in Seelze .....	58
Abb. 34:	Übersicht Standortkategorien .....	62
Abb. 35:	Zentraler Versorgungsbereich Seelze (Hannoversche Straße) .....	64
Abb. 36:	Übersichtskarte Prüfstandorte .....	67
Abb. 37:	Standort 1: Gümmer, Osnabrücker Landstraße (Kartenansicht) .....	68
Abb. 38:	Fotos des Standortes 1 (Gümmer, Osnabrücker Landstraße) .....	69
Abb. 39:	Standort 2: Lohnde, Calenberger Straße (Kartenansicht) .....	70
Abb. 40:	Foto des Standortes 2 (Lohnde, Calenberger Straße) .....	71
Abb. 41:	Foto des derzeitigen NP-Standortes (Calenberger Straße 21) .....	71
Abb. 42:	Standort 3: Seelze Süd, Gewerbegebiet (Kartenansicht) .....	72
Abb. 43:	Fotos des Standortes 3 (Seelze-Süd, Gewerbegebiet) .....	73
Abb. 44:	Standort 4: Seelze-Süd, westlich Kirchbuschweg (Kartenansicht) .....	74
Abb. 45:	Fotos des Standortes 4 (Seelze Süd, westlicher Kirchbuschweg) .....	75
Abb. 46:	Standort 5: Seelze Süd, östlich Kirchbuschweg (Kartenansicht) .....	76
Abb. 47:	Fotos des Standortes 5 (Seelze Süd, östlicher Kirchbuschweg) .....	77
Abb. 48:	Standort 6: Potentialfläche Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße (Kartenansicht) .....	78
Abb. 49:	Fotos des Standortes 6 (Potentialfläche Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße) .....	79
Abb. 50:	Standort 7: Velber, Hasselfeldstraße (Kartenansicht) .....	80
Abb. 51:	Standort 7: Velber, Hasselfeldstraße .....	81
Abb. 52:	Prüftandort 8: Velber, Stadtweg (Kartenansicht) .....	82
Abb. 53:	Standort 8: Velber, Stadtweg .....	83
Abb. 54:	Die 33 CIMA-Branchen .....	86

## 1 EINLEITUNG

---

### Auftrag

- Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes

### Auftraggeber

- Stadt Seelze

### Zeitraum

- Februar bis September 2010

### Untersuchungsdesign

- Expertengespräche
- Einzelhandelsbestandsanalyse
- Zentrenkonzept
- Branchenkonzept
- Standortkonzept

### Aufgabenstellung und Ziele

- Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation des Einzelhandels (Einzelhandelsentwicklung)
- Aufzeigen von Stärken und Schwächen sowie branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale des Einzelhandelsstandortes Seelze
- Untersuchung potenzieller Standorte künftiger Entwicklungen und Festlegung von Standorttypen/ Standortkategorien
- Aufzeigen grundsätzlicher Kriterien zur Prüfung von Planvorhaben, die als Beurteilungsgrundlage für Anfragen des großflächigen und nicht großflächigen Einzelhandels dienen
- Aufzeigen von Entwicklungsperspektiven für die zentralen Versorgungsbereiche
- Erarbeitung von Entwicklungsmöglichkeiten und Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel
- Darstellung von planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten
- Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche
- Erstellung eines Zentrenkonzeptes

## 2 RAUMORDNERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE STRUKTUR

### 2.1 Zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Seelze ist im RROP 2005 der Region Hannover als Grundzentrum ausgewiesen. Dem Stadtteilzentrum Letter ist gemäß RROP 2005 eine grundzentrale Ergänzungsfunktion zugewiesen.

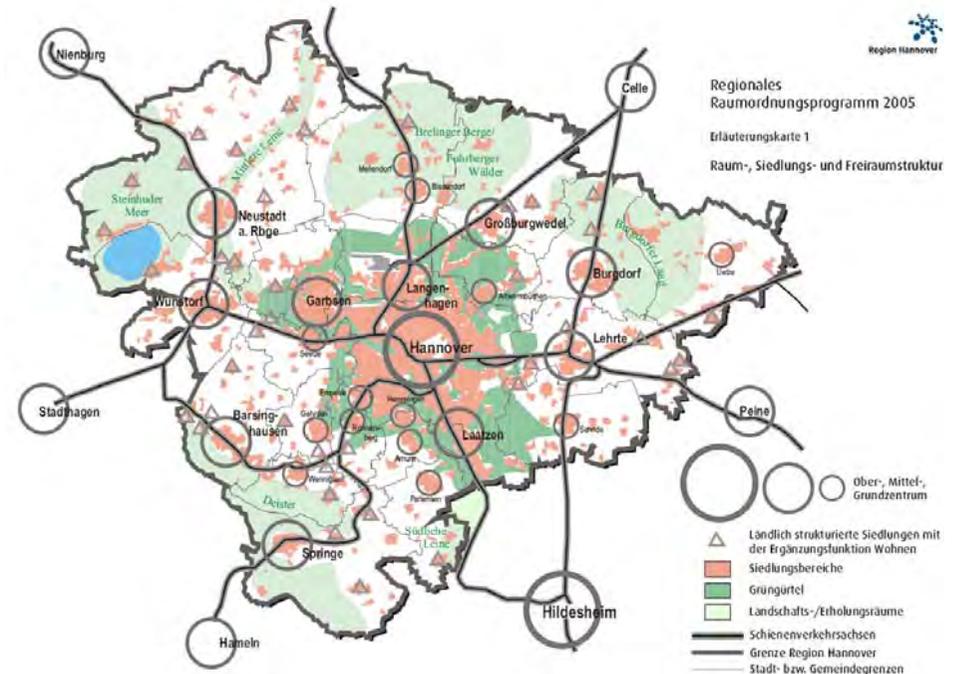
Zusammen mit den Städten und Gemeinden Garbsen, Langenhagen, Laatzen, Isernhagen, Sehnde, Hemmingen und Ronnenberg bildet Seelze mit dem Oberzentrum Hannover einen funktionalen Verflechtungsraum mit ergänzenden Funktionen in den Bereichen Wohnen, Gewerbe und Infrastruktur/ Versorgungsstruktur. Es besteht besonderer Abstimmungsbedarf<sup>1</sup>.

Als Grundzentrum im Verdichtungsraum Hannover verfügt die Stadt Seelze in erster Linie über eine kommunale Versorgungsfunktion. Seelze hat die raumordnerische Funktion, die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs sicherzustellen.

Relevante und zum Teil konkurrierende Orte mit zentralörtlicher Funktion sind:

- Oberzentrum Hannover
- Mittelzentrum Garbsen
- Mittelzentrum Wunstorf

Abb. 1: Stadt Seelze im zentralörtlichen System



Quelle: Region Hannover, RROP 2005

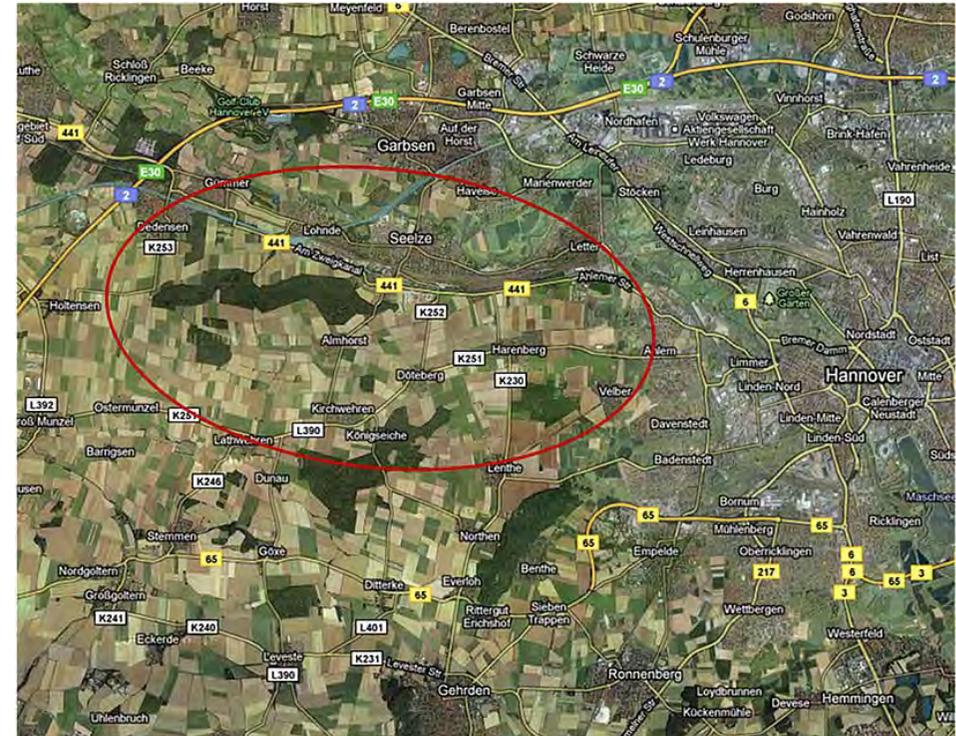
<sup>1</sup> RROP Region Hannover (2005)

## 2.2 Makrostandort Seelze

Die Stadt Seelze liegt westlich der Niedersächsischen Landeshauptstadt Hannover und gehört der Region Hannover an. Seelze hat 33.869 Einwohner<sup>2</sup>.

Als Grundzentrum besitzt Seelze eine Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung. Im Norden grenzt an die Stadt das Mittelzentrum Garbsen, im Westen das Mittelzentrum Wunstorf und im Osten das Oberzentrum Hannover an. Das Zentrum von Garbsen ist in rd. 5 Minuten Fahrtzeit mit dem Kfz zu erreichen. Wunstorf ist rund 15 Fahrminuten von Seelze entfernt. Das Zentrum Hannovers ist in rund 20 Minuten Fahrtzeit mit dem Kfz zu erreichen.

Abb. 2: Die Lage der Stadt Seelze im Raum



Quelle: Google Earth Pro 2010

Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

<sup>2</sup> Stadt Seelze, Stand 31.12.2009

## 2.3 Sozioökonomische Rahmendaten

**Abb. 3: Sozioökonomische Rahmendaten und Tourismusdaten der Stadt Seelze im Vergleich**

Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Seelze im Vergleich			
Indikatoren		Stadt Seelze	Region Hannover Niedersachsen
Bevölkerungs- entwicklung	31.12.2003	34.212	7.993.415
	31.12.2005	34.339	7.993.946
	31.12.2007	34.122	7.971.684
	31.12.2009	33.869	7.945.244
	<b>+/- in % 2003-2009</b>	<b>-1,00</b>	<b>0,19</b>

Quellen: Statistisches Landesamt Niedersachsen, Stand: 16.08.2010;  
Stadt Seelze, Stand: 16.08.2010

Indikatoren		Stadt Seelze	Region Hannover Niedersachsen
sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2003	4.840	2.376.123
	30.06.2005	4.742	2.305.451
	30.06.2007	4.651	2.356.527
	30.06.2009	4.640	2.416.282
<b>+/- in % 2003-2009</b>	<b>-4,13</b>	<b>-0,02</b>	<b>1,69</b>

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 16.08.2010

Indikatoren		Stadt Seelze	Region Hannover Niedersachsen
Einpendler Auspendler	30.06.2003	3.063	200.525
	30.06.2003	9.342	316.843
<b>Saldo</b>		<b>-6.279</b>	<b>-116.318</b>
Einpendler Auspendler	30.06.2005	3.042	200.513
	30.06.2005	9.066	321.213
<b>Saldo</b>		<b>-6.024</b>	<b>-120.700</b>
Einpendler Auspendler	30.06.2007	2.989	214.493
	30.06.2007	9.267	340.688
<b>Saldo</b>		<b>-6.278</b>	<b>-126.195</b>
Einpendler Auspendler	30.06.2009	2.997	227.557
	30.06.2009	9.339	356.674
<b>Saldo</b>		<b>-6.342</b>	<b>-129.117</b>

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 16.08.2010

Indikatoren		Region Hannover	Niedersachsen
Arbeitslosenquoten im Jahres- durchschnitt	2003	10,7	9,6
	2005	14,1	11,6
	2007	9,9	8,9
	2009	9,3	7,8
	<b>+/- in % 2003-2009</b>	<b>-13,08</b>	<b>-18,75</b>

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 16.08.2010

Tourismusdaten der Stadt Seelze im Vergleich			
Indikatoren		Stadt Seelze	Region Hannover Niedersachsen
Anzahl der Ankünfte (insgesamt; in Betrieben mit mind. 9 Betten)	2003	3.698	9.536.805
	2005	-	9.558.863
	2007	2.271	10.221.081
	2009	2.384	10.687.659
<b>+/- in % 2003-2009</b>	<b>-35,53</b>	<b>30,97</b>	<b>12,07</b>
Übernachtungen (insgesamt; in Betrieben mit mind. 9 Betten)	2003	6.910	32.339.890
	2005	-	31.322.279
	2007	4.705	32.809.789
	2009	6.162	33.935.648
<b>+/- in % 2003-2009</b>	<b>-10,82</b>	<b>28,86</b>	<b>4,93</b>
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2002	1,9	3,4
	2004	-	3,3
	2006	2,1	3,2
	2008	2,6	3,2

Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Stand: 16.08.2010

Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen der Stadt Seelze sind aus Vergleichsgründen den Angaben der Region Hannover sowie des Landes Niedersachsen gegenübergestellt.

- Seit 2005 zeichnet sich in Seelze ein leichter jedoch stetiger Bevölkerungsrückgang ab. Im Vergleich zum Jahr 2003 hat Seelze bis zum Ende des Jahres 2009 1,0 % an Bevölkerung verloren. Ebenso verzeichnet das Land Niedersachsen geringe Bevölkerungsverluste (-0,6 %). In der Region Hannover verlief die Bevölkerungsentwicklung hingegen leicht positiv (+ 0,2 %).
- Die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in der Stadt Seelze verlief von 2003 bis 2009 negativ. Es vollzog sich ein kontinuierlicher Rückgang der Beschäftigtenzahlen um insgesamt 4,1 %. In der Region Hannover entwickelte sich die Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten insbesondere von 2003 bis 2005 rückläufig. Seit 2007 ist wieder ein Aufwärtstrend erkennbar, sodass insgesamt im Betrachtungszeitraum nur ein Rückgang um 0,1 % zu verzeichnen ist. In Niedersachsen hat sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 2003 bis 2009 insgesamt positiv entwickelt (+1,6 %).
- Bedingt durch die Nähe zu Hannover, Hauptarbeitsstandort der Region, verzeichnet die Stadt Seelze einen negativen Pendlersaldo. Das Land Niedersachsen weist ebenfalls starke Auspendlerüberschüsse auf.
- Trotz eines zwischenzeitlichen Anwachsens der Arbeitslosigkeit im Jahr 2005, ist die Zahl der Arbeitslosen im Betrachtungszeitraum in der Region Hannover um rd. 13 % abgesunken.
- Entgegen der sehr positiven Entwicklung in der Region Hannover und dem Land Niedersachsen insgesamt verzeichnete Seelze im Betrachtungszeitraum von 2003 bis 2009 deutlich rückläufige Gästeankünfte (-35,53 %) und Übernachtungszahlen (-10,82 %). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist hingegen von 1,9 auf 2,6 Tage gestiegen.

---

## Fazit

**Die Betrachtung der sozioökonomischen Rahmendaten der Stadt Seelze zeigt eine leicht negative Entwicklung auf. Sowohl die Bevölkerungszahl als auch die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist im Betrachtungszeitraum abgesunken. Im Vergleich zur Stadt Seelze können die Region Hannover und das Land Niedersachsen eine positive Entwicklung im Bereich der Beschäftigtenzahlen ausweisen.**

**Die Stadt Seelze verzeichnet im Betrachtungszeitraum weiterhin einen kontinuierlich hohen Auspendlerüberschuss. Aufgrund der sinkenden Beschäftigtenzahlen und der stetig hohen Auspendlerüberschüsse ist die Bedeutung Seelzes als Arbeitsstandort als leicht rückläufig anzusehen.**

**In der Gesamtschau der wirtschaftlichen Eckdaten ergibt sich eine leicht rückläufige Nachfragebasis. Zur Sicherung des Nachfragepotenzials sollte die Stadt Seelze dem allgemeinen Negativtrend aktiv begegnen. Eine wichtige Komponente ist hierbei die Sicherung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes im Stadtgebiet. Die Sicherung der Nachfragebasis Seelzes kann nach Einschätzung der CIMA vor allem durch eine Erhöhung der Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung erreicht werden. Die Stadt Seelze ist daher angehalten, vorhandene Branchenlücken zu schließen und so das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot abzurunden und in Konsequenz die Attraktivität Seelzes als Einzelhandelsstandort nachhaltig zu sichern und auszubauen.**

---

### 3 BESTANDS- UND PROBLEMANALYSE

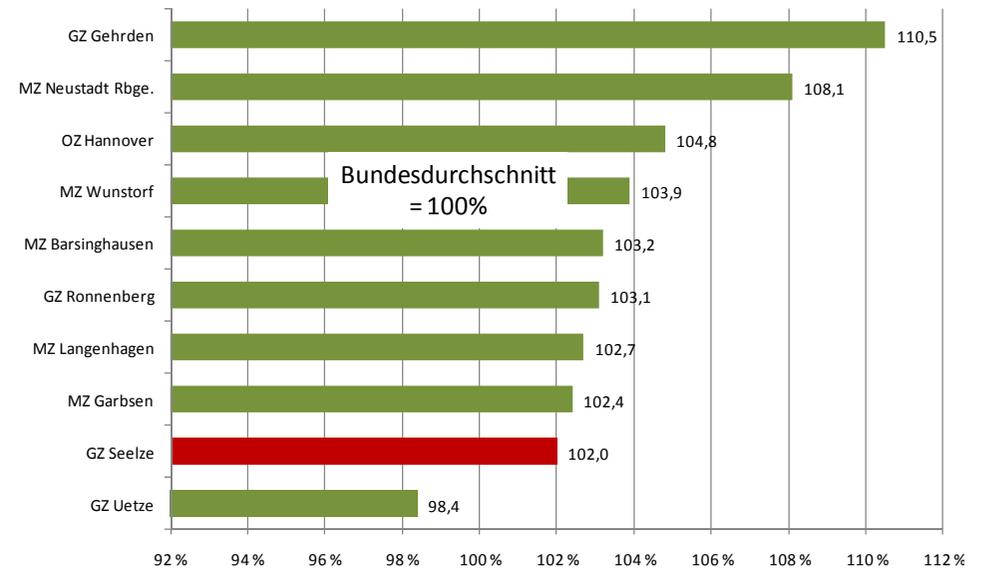
#### 3.1 Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet

Die Kaufkraft einer Region ist abhängig vom Einkommen der jeweiligen Bevölkerung. Dies wiederum ist unter anderem abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung der Region bzw. der Stadt oder der Gemeinde.

Der zur Verfügung stehende Ausgabesatz im Einzelhandel pro Einwohner und Jahr liegt in der Stadt Seelze für 2009 bei 5.547,78 €. Bundesweit wurde für das Jahr 2009 ein Wert von 5.439 € pro Einwohner berechnet.

Wie die nebenstehende Abbildung verdeutlicht, liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Seelze mit 102 % leicht über dem Bundesdurchschnitt von 100 %. Im Vergleich zu den umgebenden Kommunen liegt die Kaufkraftkennziffer Seelzes vergleichsweise niedrig. Die höchsten Kaufkraftkennziffern im Umkreis erreichen das Grundzentrum Gehrden (110,5 %) und das Mittelzentrum Neustadt am Rübenberge (108,1 %).

Abb. 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: MB Research 2009  
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

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

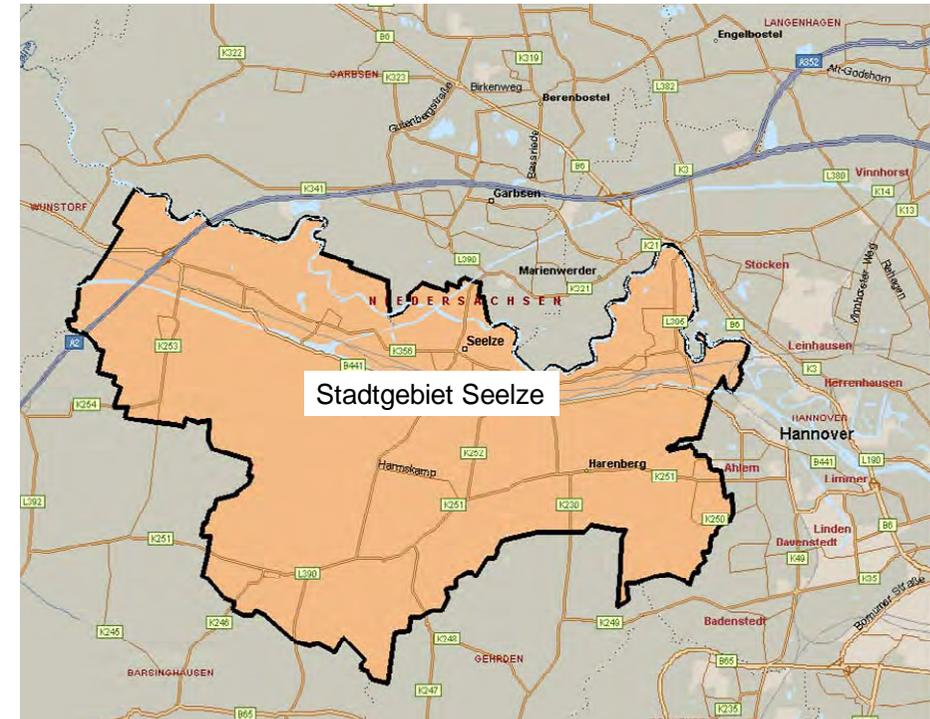
- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Seelze,
- Branchenmix,
- Sogkraft ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),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

Die Ermittlung der Ausbreitung des Marktgebietes erfolgte anhand des Computersimulationssystems HUFF, mit dem regionale Kaufkraftströme berechnet werden. Diese Berechnungen wurden mit den Angaben aus den Expertengesprächen vor Ort abgestimmt.

Das Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Seelze kann folgendermaßen beschrieben werden:

- Das Marktgebiet Seelzes umfasst ausschließlich das Stadtgebiet Seelzes. Damit kommt das Grundzentrum Seelze seiner raumordnerischen Funktion nach, die eigene Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs zu versorgen.
- Die befragten Einzelhändler und Dienstleister gaben an, dass der Einzelhandel in Seelze nur in geringem Umfang Kaufkraft von außerhalb des Stadtgebietes bindet.

**Abb. 5: Marktgebiet der Stadt Seelze**



Quelle: CIMA Berechnungen nach HUFF, Expertengespräche,  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

Das Marktgebiet entspricht der Ist-Situation. Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Betriebe ein ungleich höheres Einzugsgebiet aufweisen können. Das Marktgebiet stellt den Durchschnitt der Summe der Einzugsgebiete aller Betriebe dar.

### 3.2 Nachfragepotenzial in Seelze

Die Berechnungen des Nachfragepotenzials<sup>3</sup> der Stadt Seelze erfolgt auf der Basis der aktuellen Einwohnerzahl und Kaufkraftkennziffer. Es wird der Bundesdeutsche Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.439 € für 2009 zu Grunde gelegt. Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer (102 %) wird dieser an das Niveau Seelzes angepasst. Für die Stadt Seelze ergibt sich somit ein durchschnittlicher einzelhandelsrelevanter Ausgabesatz von 5547,78 €. je Einwohner und Jahr.

In der Stadt Seelze steht somit insgesamt ein Nachfragepotenzial von

**rd. 187,9 Mio. €**

zur Verfügung.

<sup>3</sup> Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Seelzer Bevölkerung, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

**Abb. 6: Nachfragepotenzial in Seelze nach Warengruppen**

CIMA Warengruppen	Stadt Seelze
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>96,3</b>
Lebensmittel und Reformwaren	68,0
Gesundheits- und Körperpflege	25,9
übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften, Tabakwaren)	2,3
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>29,5</b>
Bekleidung, Wäsche	20,8
Schuhe, Lederwaren	4,6
Uhren, Schmuck, Optik	4,0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>21,8</b>
Bücher, Schreibwaren	5,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	16,5
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>6,2</b>
Sportartikel	2,9
Spielwaren	1,6
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1,7
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik (gehobener Haushaltsbedarf)</b>	<b>3,0</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>12,6</b>
Möbel, Antiquitäten	10,4
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	2,1
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>18,6</b>
<b>SUMME</b>	<b>187,9</b>
<b>EINWOHNER (31.12.2009)</b>	<b>33.869</b>

Quelle: MB-Research 2009

Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

### 3.3 Leistungsdaten des Einzelhandels in Seelze

#### Vorbemerkung

Die Ermittlung der Einzelhandelsdaten basiert auf einer Einzelhandelsvollerhebung der CIMA, welche im Januar 2006 im Rahmen der Erstellung des Regionalen Einzelhandelskonzepts für die Region Hannover durchgeführt wurde. Im Februar 2010 fand eine Überprüfung und Aktualisierung der Erhebungsdaten statt. Es erfolgte eine vollständige Erfassung des Einzelhandels in der Stadt Seelze.

Die Berechnung der Umsätze für den Seelzer Einzelhandel erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2010 (Umsatz je qm Verkaufsfläche p.a.) für insgesamt 33 Branchen. Diese Flächenproduktivitäten werden vom Institut für Handelsforschung (IfH), Köln, durch Betriebsvergleiche ermittelt und von der BBE-Handelsberatung, München, jährlich durch aktuelle Forschungsergebnisse und eine Vielzahl von einzelbetrieblichen Beratungen durch CIMA und BBE aktualisiert. Die Flächenproduktivitäten liegen für insgesamt sechs Stadtgrößenklassen vor und werden zusätzlich durch die Berater der CIMA an die regionale Situation angepasst.

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

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

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

### 3.3.1 Einzelhandelsangebot

**Abb. 7: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Seelze**

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	Anteil der Verkaufsfläche in %
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>79</b>	<b>13.300</b>	<b>71,6</b>	<b>58,9</b>
Lebensmittel, Reformwaren	45	9.430	50,5	41,7
Gesundheits- und Körperpflege	15	3.285	18,6	14,5
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	19	585	2,4	2,6
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>44</b>	<b>9.295</b>	<b>24,2</b>	<b>41,1</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>17</b>	<b>2.390</b>	<b>6,3</b>	<b>10,6</b>
Bekleidung, Wäsche	8	1.595	3,6	7,1
Schuhe, Lederwaren	2	495	1,0	2,2
Uhren, Schmuck, Optik	7	300	1,7	1,3
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>13</b>	<b>1.325</b>	<b>5,6</b>	<b>5,9</b>
Bücher, Schreibwaren	3	505	2,5	2,2
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	10	820	3,1	3,6
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>4</b>	<b>390</b>	<b>0,9</b>	<b>1,7</b>
Sportartikel	1	20	0,1	0,1
Spielwaren	1	230	0,5	1,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	2	140	0,4	0,6
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>2</b>	<b>1.060</b>	<b>1,7</b>	<b>4,7</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>3</b>	<b>505</b>	<b>0,9</b>	<b>2,2</b>
Möbel, Antiquitäten	1	30	0,0	0,1
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	2	475	0,9	2,1
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>5</b>	<b>3.625</b>	<b>8,8</b>	<b>16,0</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>123</b>	<b>22.595</b>	<b>95,8</b>	<b>100,0</b>

Quelle: CIMA GmbH 2010

Im Ergebnis ist Folgendes festzustellen:

- Die Stadt Seelze verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von 22.595 qm.
- Diese Verkaufsfläche verteilt sich auf 123 Einzelhandelsbetriebe.
- Der von der CIMA errechnete Einzelhandelsumsatz liegt bei rund 95,8 Mio. € (brutto p.a.).
- Der Schwerpunkt der Umsätze liegt im **periodischen Bedarfsbereich**. Hier werden insgesamt 71,6 Mio. € erwirtschaftet, das sind rd. 75 % des gesamten Umsatzes. Im periodischen Bedarfsbereich verfügt die Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren mit 53 % über den höchsten Umsatzanteil (50,5 Mio. €). Danach folgt die Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege mit einem Umsatzanteil von 19 % (18,6 Mio. €).
- Der Umsatzanteil des **aperiodischen Bedarfs** liegt mit 25 % deutlich unter dem Anteil des periodischen Bedarfs. Im aperiodischen Bedarf erzielen die Warengruppen Baumarktspezifische Sortimente mit 8,8 Mio. € (9 % Umsatzanteil) sowie Medien und Technik insgesamt (6 % Umsatzanteil) die höchsten Anteile. Die übrigen Warengruppen des aperiodischen Bedarfs verfügen über deutlich geringere Umsatzanteile.

### 3.3.2 Einzelhandelszentralität und deren Entwicklung

#### Vorbemerkung zur Einzelhandelszentralität

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

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

Abb. 8: Umsatz, Nachfragevolumen, Einzelhandelszentralität in Seelze

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in % 2006	Handelszentralität in % 2010
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>71,6</b>	<b>96,3</b>	<b>75,5</b>	<b>74,4</b>
Lebensmittel, Reformwaren	50,5	68,0	75,6	74,3
Gesundheits- und Körperpflege	18,6	25,9	71,9	72,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	2,4	2,3	104,2	103,2
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>24,2</b>	<b>91,7</b>	<b>31,7</b>	<b>26,4</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>6,3</b>	<b>29,5</b>	<b>15,9</b>	<b>21,4</b>
Bekleidung, Wäsche	3,6	20,8	13,2	17,1
Schuhe, Lederwaren	1,0	4,6	3,4	22,6
Uhren, Schmuck, Optik	1,7	4,0	43,4	42,4
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>5,6</b>	<b>21,8</b>	<b>26,3</b>	<b>25,5</b>
Bücher, Schreibwaren	2,5	5,4	54,2	46,0
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	3,1	16,5	16,9	18,8
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,9</b>	<b>6,2</b>	<b>11,5</b>	<b>15,2</b>
Sportartikel	0,1	2,9	2,1	2,1
Spielwaren	0,5	1,6	20,5	30,6
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,4	1,7	21,9	22,9
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>1,7</b>	<b>3,0</b>	<b>10,4</b>	<b>58,2</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,9</b>	<b>12,6</b>	<b>34,9</b>	<b>7,4</b>
Möbel, Antiquitäten	0,0	10,4	2,1	0,2
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	0,9	2,1	124,7	42,4
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>8,8</b>	<b>18,6</b>	<b>67,0</b>	<b>47,1</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>95,8</b>	<b>187,9</b>	<b>55,3</b>	<b>51,0</b>

Quelle: CIMA GmbH 2010

Für Seelze lässt sich aus der Gegenüberstellung von Umsatz und Nachfragepotenzial Folgendes ablesen:

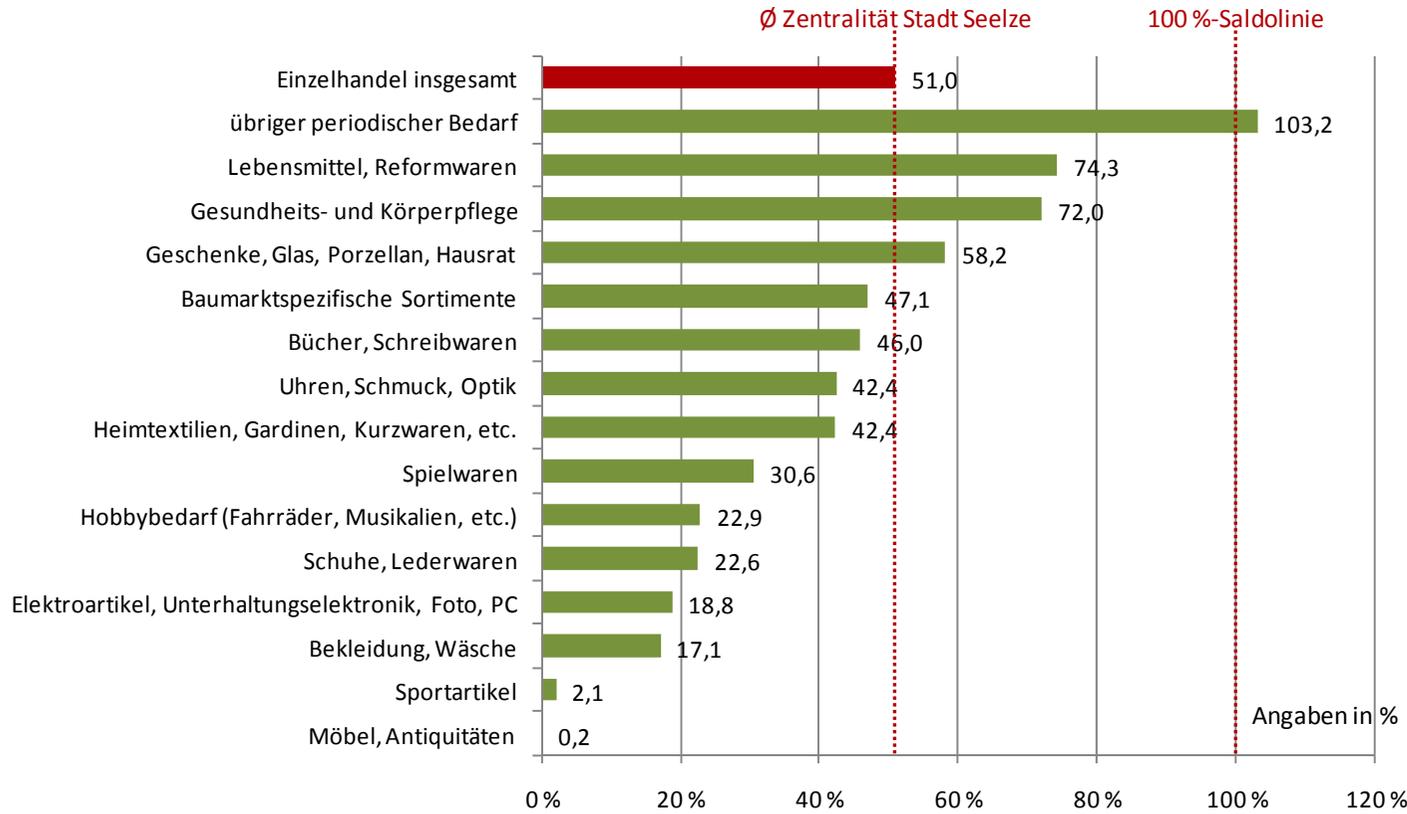
- Die **Zentralität** – über alle Branchen – liegt in der Stadt Seelze nach den Berechnungen der CIMA im Jahr 2010 bei 51,0 %. Der Einzelhandelsumsatz (95,8 Mio. €) in der Stadt Seelze liegt damit deutlich unter dem vorhandenen Nachfragepotenzial (187,9 Mio. €). Es finden in der Summe also Kaufkraftabflüsse in das Umland, insbesondere nach Garbsen und Hannover statt. Im Vergleich zum Jahr 2006 (55,3 %) ist die Handelszentralität Seelzes nochmals leicht gesunken.
- Im **periodischen Bedarfsbereich**<sup>4</sup> liegt die Zentralität im Jahr 2010 bei 74,4 %. Seelze verzeichnet somit Kaufkraftabflüsse in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen. Als Grundzentrum hat die Stadt Seelze die Aufgabe die eigene Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu versorgen. Die relativ hohen Kaufkraftabflüsse in den Warengruppen des periodischen Bedarfsbereichs zeigen, dass Seelze diese Funktion nicht ausreichend erfüllen kann, was vor allem auf die starke Konkurrenz in den benachbarten Kommunen, aber auch auf eine zu geringe Angebotssituation in einigen peripheren Ortsteilen zurückzuführen ist.
- Im **aperiodischen Bedarfsbereich** werden bei einer Handelszentralität von 26,4 % erhebliche Kaufkraftabflüsse sichtbar. Es fließt deutlich mehr Kaufkraft ins Umland als in der Stadt gebunden werden kann. Hierbei wirken sich die Einkaufs- und Pendlerströme nach Hannover und in weitere konkurrierende Einzelhandelsstandorte im Umland aus. Diese sind zum Teil bedingt durch eine nicht umfassende Angebotssituation vor Ort. Im Jahr 2006 lag die Einzelhandelszentralität mit 31,7 % über dem heutigen Niveau. In den einzelnen Warengruppen sind jedoch erhebliche Unterschiede festzustellen, wie im Folgenden dargestellt wird.

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

- Nur die Warengruppe **übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, usw.)** weist eine Zentralität von über 100 % auf und verzeichnet damit saldierte Kaufkraftzuflüsse, jedoch nur in geringem Umfang. Der übrige periodische Bedarf ist generell eine Warengruppe, die sehr wohnortbezogen ist, also in der Regel nur über geringe Kaufkraftabflüsse verfügt. Die saldierten Kaufkraftzuflüsse des Seelzer Einzelhandels in dieser Warengruppe sind vor allem auf das Sortiment Schnittblumen zurückzuführen, da es in Seelze mehrere hochwertige Floristikgeschäfte gibt, welche auch bei Kunden von außerhalb des Stadtgebietes (z.B. Berufspendler, Tagesbesucher, usw.) beliebt sind.
- In nahezu allen Warengruppen werden Zentralitätswerte unter 50 % erreicht. Lediglich die Warengruppen **Lebensmittel, Reformwaren** und **Gesundheits- und Körperpflege** erreichen mit 74,4 % bzw. 72,0 % höhere Werte. Die geringsten Zentralitäten wurden mit Werten unter 10 % in den Sortimentsgruppen **Sportartikel** und **Möbel, Antiquitäten** ermittelt. In diesen Bereichen fließt jeweils deutlich mehr Kaufkraft aus Seelze ab, als durch den Einzelhandel vor Ort gebunden werden kann.

<sup>4</sup> Für die Grundzentren in der Region Hannover wurde im periodischen Bedarf als Zielwert eine Handelszentralität von 90 % definiert (vgl. REHK 2007, S. 79)

Abb. 9: Einzelhandelszentralität der Warengruppen in Seelze



Quelle: CIMA GmbH 2010

---

## Fazit

Ein Grundzentrum ist gemäß raumordnerischer Zuordnung für die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs zuständig. Die Stadt Seelze kann diese Versorgungsfunktion nicht ausreichend erfüllen. Der Zentralitätswert von 74,4 % im periodischen Bedarfsbereich zeigt, dass die Stadt im Bereich Nahversorgung relativ hohe Kaufkraftabflüsse verzeichnet.

Potenziale für Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben bestehen nahezu in allen Warengruppen, die eine Zentralität von unter 100 % aufweisen, mit Ausnahme der Warengruppen des periodischen Bedarfs. Im REHK für die Region Hannover (2007) wurde für die Grundzentren im periodischen Bedarf als Zielwert eine Handelszentralität von 90 % festgelegt<sup>5</sup>. Als ausgewiesenes Grundzentrum beschränkt sich die Funktion der Stadt ausschließlich auf die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit kurzfristigen Bedarfsartikeln. Eine Ausweitung des aperiodischen Warenangebotes ist demnach raumordnerisch nicht vorgesehen. Zusätzlich erschwert die Nähe u.a. zu dem Mittelzentrum Garbsen und dem Oberzentrum Hannover die Möglichkeit, im aperiodischen Bedarf zusätzliche Kaufkraft zu binden.

Die Ansiedlung von zusätzlichen Lebensmittelmärkten in städtischen Teilbereichen mit geringer Nahversorgungsdichte ist anzustreben. Neben der Verbesserung der Nahversorgung in Seelze würde gleichzeitig mehr Kaufkraft im periodischen Bedarfsbereich in der Stadt gebunden.

---

<sup>5</sup> REHK 2007 (S. 79)

### 3.3.3 Verkaufsflächendichte und deren Entwicklung

#### Vorbemerkung Flächendichte

Die **Flächendichte** ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,48qm<sup>6</sup> Verkaufsfläche je Einwohner (inkl. ländlich geprägter Räume).

Bei der Betrachtung der Bedarfsbereiche muss beachtet werden, dass insgesamt 33 Branchen zu den jeweiligen Bedarfsbereichen zugeordnet wurden. Die nachfolgende Abbildung gibt somit lediglich einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in Seelze. Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte) sehr häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe verfügen. **Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben, kann aber erste Hinweise auf mögliche Potenziale geben.**

Abb. 10: Verkaufsflächendichte in Seelze

Stadt Seelze	2006	2010
Verkaufsflächendichte in qm je Einwohner	0,69	0,67
Periodischer Bedarf	0,42	0,39
Aperiodischer Bedarf	0,27	0,27

Quelle: CIMA GmbH 2010

Folgende Aussagen können getroffen werden:

- Die Stadt Seelze verfügt über eine Gesamt-Flächendichte von 0,67 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Dieser Wert liegt weit unter dem bundesdeutschen Durchschnitt.
- Im periodischen Bedarf verfügt Seelze über eine Verkaufsflächenausstattung von 0,39 qm pro Einwohner. Der aperiodische Bedarf weist eine Verkaufsfläche von 0,27 qm pro Einwohner auf.

<sup>6</sup> gem. EHI Handel aktuell 2009/2010 und Bevölkerungsprognose Destatis für 2009

### 3.4 Kaufkraftstromanalyse im Marktgebiet von Seelze

#### Vorbemerkung: Kaufkraftbindung

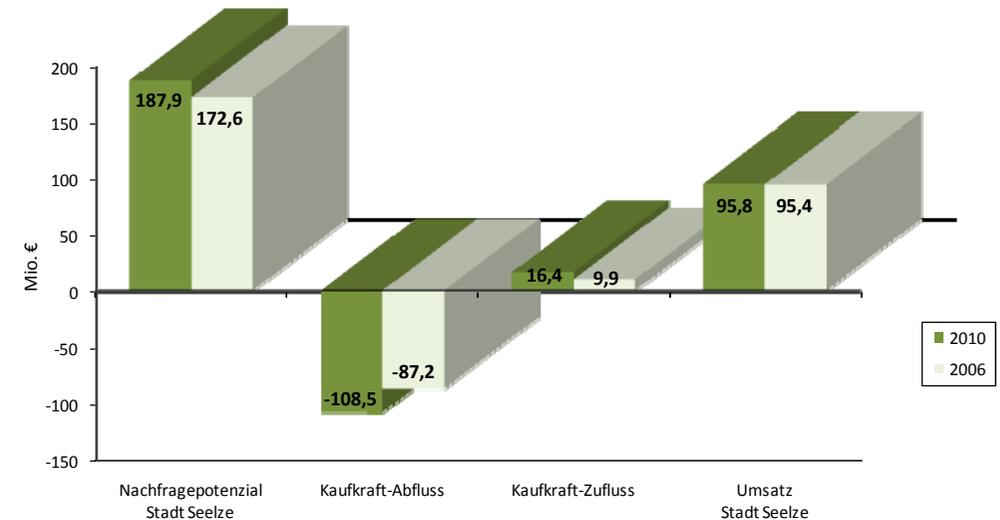
Die **Kaufkraftbindung (in %)** beschreibt den Teil des Nachfragepotenzials in der Stadt Seelze, der zum Erhebungszeitpunkt tatsächlich in Seelze gebunden wird.

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

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

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

Abb. 11: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in Seelze in Mio. €



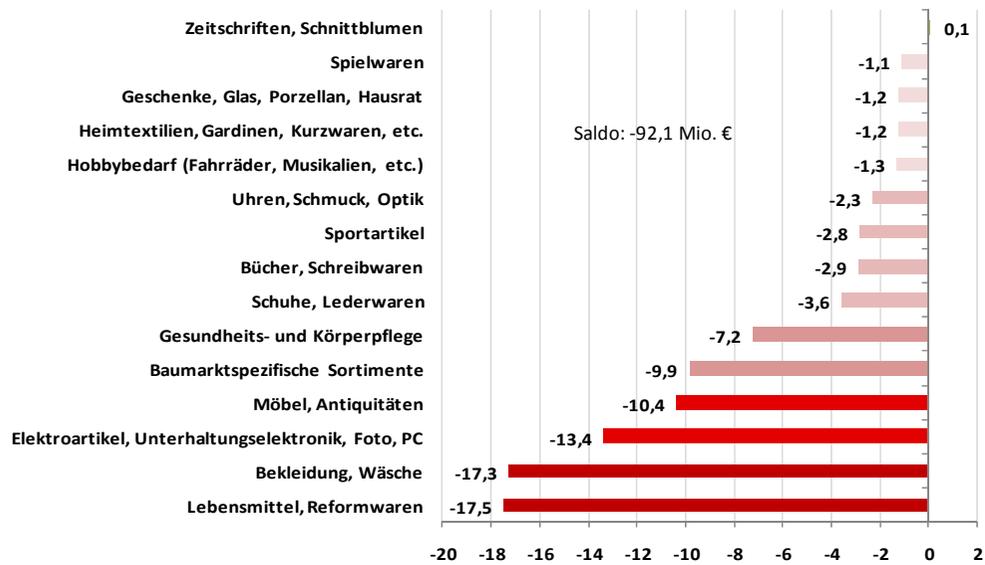
Quelle: CIMA GmbH 2010, Rundungsdifferenzen möglich

Dem vorhandenen Nachfragepotenzial der Stadt Seelze in Höhe von 187,9 Mio. € im Jahr 2010 steht ein Umsatz von 95,8 Mio. € gegenüber. Wie der Saldo von -92,1 Mio. € zeigt, überwiegen die Kaufkraftabflüsse deutlich. Im Vergleich zum Jahr 2006 ist das Nachfragepotenzial in Seelze (2006: 172,6 Mio. €), stärker angestiegen als der Umsatz (2006: 95,4 Mio. €). Dementsprechend sind die Kaufkraftabflüsse von 2006 bis 2010 ebenfalls merklich angestiegen (2010: -108,5 Mio. €; 2006: -87,2 Mio. €). Im Vergleich zum Jahr 2006 haben sich die Kaufkraftzuflüsse bis 2010 positiv entwickelt.

Hinsichtlich der einzelnen Sortimente ist festzustellen, dass lediglich in der Warengruppe übriger periodischer Bedarf (Zeitschriften, Schnittblumen), wenn auch nur geringfügig, saldiert Kaufkraft zufließt (+0,1 Mio. €). Die gravierend-

ten Abflüsse existieren, saldiert betrachtet, in den Bereichen Lebensmittel, Reformwaren (-17,5 Mio. €), Bekleidung, Wäsche (-17,3 Mio. €), Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC (-13,4 Mio. €) und Möbel, Antiquitäten (-10,4 Mio. €).

**Abb. 12: Saldierte Kaufkraftströme nach Warengruppen in Mio. €**



Quelle: CIMA GmbH 2010

### 3.5 Gesamtüberblick Bestandsanalyse Seelze

Einen grundsätzlichen Eindruck über die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Seelze liefert der folgende Kennzahlenvergleich der Jahre 2006 und 2010, aus dem sich gewisse grundsätzliche Trends ablesen lassen:

- Seelze hat in den letzten Jahren einen leichten Rückgang seiner Bevölkerung zu verzeichnen.
- Die Anzahl der Seelzer Einzelhandelsbetriebe ist im Betrachtungszeitraum abgesunken (2006: 134; 2010: 123). Die Umsätze haben sich jedoch leicht erhöht (2006: 95,4 Mio. €; 2010: 95,8 Mio. €).
- Die Einzelhandelszentralität der Stadt Seelze ist im Betrachtungszeitraum deutlich abgesunken und beträgt im Jahr 2010 lediglich 51 %. Die größten Zentralitätsverluste verzeichnet, trotz gleichbleibender Verkaufsfläche pro Einwohner, der aperiodische Bedarfsbereich mit einem Rückgang um 5,3 Prozentpunkte.
- Auch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraftziffer Seelzes ist im Betrachtungszeitraum von 102,9 % im Jahr 2006 auf 102,0 % geringfügig abgesunken.

Abb. 13: Kennzahlen des Seelzer Einzelhandels (2006 und 2010)

Stadt Seelze	2006	2010	
Anzahl Betriebe	134	123	-
Verkaufsfläche in qm	22.875	22.595	-
Umsatz in Mio. €	95,4	95,8	+
Flächenproduktivität in € / qm	4.171	4.241	+
Nachfragepotenzial in Mio. €	172,6	187,9	+
Zentralität in %	55,3	51,0	-
Zentralität periodisch in %	75,5	74,4	-
Zentralität aperiodisch in %	31,7	26,4	-
Einwohner*	34.218	33.869	-
Verkaufsfläche je Einwohner in qm	0,67	0,67	-
im periodischen Bedarf	0,42	0,39	-
im aperiodischen Bedarf	0,27	0,27	+
Umsatz je Einwohner in €	2.788	2.829	+
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	102,9	102,0	-

\*Quelle: Stadt Seelze 2010

Quelle: CIMA GmbH 2010

## 4 FESTLEGUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE

### 4.1 Zur Notwendigkeit der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

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

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

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

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

Demnach stellen sich zunächst die Fragen:

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

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

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

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

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

Somit können sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben aus:

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

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

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

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

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

Als zentrale Versorgungsbereiche können angesehen werden:

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

Um eindeutig zuordnen zu können, ob einzelne Betriebe oder Grundstücke in einem zentralen Versorgungsbereich liegen und somit „schützenswert“ sind, ist die grundstücksscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig. Kreisförmige Markierungen oder vage Bezeichnung des jeweiligen Bereiches reichen nicht aus (vgl.: Geyer“, 2005: Neuregelungen für den Einzelhandel.“ In: PlanerIn 3\_05, Dortmund, S. 16).

#### 4.1.2 „Schädliche Auswirkungen“

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

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

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

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

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

## 4.2 Charakteristika zur Eingliederung in die Struktur der zentralen Versorgungsbereiche

Um eine nachvollziehbare Grundlage für die Bewertung der Standorte als zentrale Versorgungsbereiche (ZV) vornehmen zu können, hat die CIMA ein auf die Stadt Seelze angepasstes Bewertungsschema erarbeitet. Demnach sind die folgenden Merkmale herauszustellen:

### 4.2.1 Hauptzentrum

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

#### Merkmale Einzelhandelsstruktur

##### *periodischer Bedarf*

- vorhandener Lebensmittelvollsortimenter und/oder -discounter
- Vielfalt von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer)
- Vielfalt von kleinen Fach- und Spezialgeschäften, Drogeriemärkten, Apotheken, usw.

##### *aperiodischer Bedarf*

- Vielzahl von Betrieben unterschiedlicher Warengruppen des aperiodischen Bedarfs vorhanden
- Schwerpunkt der Angebote in den zentrenrelevanten Sortimenten

#### **Merkmale Dienstleistungsstruktur:**

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

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

- städtebauliche, räumliche und funktionale Einheit
- gestalterisch hochwertige Struktur (der einzelnen Gebäude und des öffentlichen Raumes) bzw. Potenzial, diesen Raum hochwertig zu gestalten
- städtebaulich integrierte Lage (Funktionsmischung/ unmittelbare Nähe zur Wohnbevölkerung, gute ÖPNV-Erreichbarkeit)

#### 4.2.2 Stadtteilzentrum

- lokales Versorgungszentrum mit zentraler Bedeutung für die Nahversorgung, darüber hinaus Angebote des aperiodischen Bedarfsbereiches

##### **Merkmale Einzelhandelsstruktur:**

###### *periodischer Bedarf*

- vorhandener Lebensmittelvollsortimenter und/oder -discounter
- ergänzend Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer)
- ergänzend kleinere Fach- und Spezialgeschäfte, Drogeriemärkte, Apotheken, usw.

###### *aperiodischer Bedarf*

- Ergänzung des Angebotes im periodischen Bedarfsbereich durch Angebote im aperiodischen Bedarfsbereich

##### **Merkmale Dienstleistungsstruktur:**

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

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

- städtebaulich integrierte Lage (Funktionsmischung/ unmittelbare Nähe zur Wohnbevölkerung, gute ÖPNV-Erreichbarkeit)
- städtebauliche, räumliche und funktionale Einheit

#### 4.2.3 weitere Standortkategorien in Seelze

Neben dem Hauptzentrum und dem Stadtteilzentrum gibt es in Seelze weitere Einzelhandelsstandorte, die zwar nicht als zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden können und somit auch keinem erhöhten baurechtlichen Schutz unterliegen, deren Betrachtung für eine umfassende Einschätzung und Bewertung der Einzelhandelssituation in Seelze aber ebenfalls wichtig ist. Für die Kategorisierung weiterer Einzelhandelsstandorte in Seelze hat die CIMA die folgenden Standortkategorien und Bewertungsschemata zugrunde gelegt:

##### **solitärer Nahversorgungsstandort**

- Standort eines Lebensmittelnahversorgers (Discounter oder Vollsortimenter)
- Nahversorgungsfunktion für Wohngebiete in der Umgebung (fußläufige Erreichbarkeit)
- jedoch: die sonstigen Kriterien für zentrale Versorgungsbereiche treffen nicht oder nur zum Teil zu (z.B. kein städtebaulicher Zusammenhang mit den umliegenden Wohngebieten bzw. keine städtebaulich integrierte Lage, kaum kleinere Geschäfte des periodischen und aperiodischen Bedarfs, kaum Dienstleistungsbetriebe)

##### **Fachmarkt-Agglomeration**

- Agglomeration mit mind. drei Fachmärkten des aperiodischen Bedarfs
- deutliche Ausrichtung auf MIV-Kunden: Lage an übergeordneten Straßen, kaum oder keine Nahversorgungsfunktion (eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit)
- städtebaulich nicht integrierte Lage

##### **solitärer Fachmarktstandort**

- Standort von einem oder zwei Fachmärkten des aperiodischen Bedarfs
- häufig städtebaulich nicht integrierte Lage
- häufig verkehrsgünstige Lage an übergeordneten Straßen und deutliche Ausrichtung auf MIV-Kunden

## 4.3 Einzelhandelslagen in der Stadt Seelze

### 4.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze

Das Hauptzentrum Seelze (Abgrenzung vgl. Abb. 16) ist das bedeutendste Handels- und Dienstleistungszentrum der Stadt Seelze. Es erstreckt sich im Stadtteil Seelze entlang der Hannoverschen Straße zwischen der L 390 (Garbsener Landstraße/ Göxer Landstraße) im Westen bis zur Kreuzung Döteberger Straße/ Sandrehre im Osten. Auch die Straßen Am Kreuzweg, Bremer Straße und Brüggefeld wurden aufgrund ihrer funktionalen Bedeutung dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze zugeordnet.

Im **periodischen Bedarfsbereich** ist der größte Betrieb im Hauptzentrum Seelze der REWE Verbrauchermarkt am Brüggefeld, der einer der wichtigsten Frequenzbringer des zentralen Versorgungsbereiches ist. Daneben existieren zwei Lebensmitteldiscounter (Penny am Kreuzweg und Netto an der Hannoverschen Straße), vier Bäcker, ein Fleischer sowie ein Obst- und Gemüseladen. Auch zwei Drogeriemärkte (Rossmann, Schlecker), drei Apotheken, drei Blumenläden und vier Kioske sind im Hauptzentrum Seelze ansässig, sodass insgesamt ein sehr gutes und umfassendes Angebot im periodischen Bedarf vorhanden ist.

Der **aperiodische Bedarf** ist geprägt von zahlreichen kleineren, inhabergeführten Fachgeschäften, die mit ihrer Kundenorientierung und dem ausgeprägten Servicegedanken das wichtigste „Alleinstellungsmerkmal“ des Hauptzentrums Seelze sind. So sind z.B. Fachgeschäfte für Heimtextilien und Bettwaren, Elektroartikel und Unterhaltungselektronik, Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Fahrräder, usw. vorhanden.

In **Ergänzung der Einzelhandelsnutzungen** sind zahlreiche Dienstleister (z.B. Ärzte, Friseure, Reisebüros, Fahrschule, Post-Agentur, Kreditinstitute, etc.),

öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Stadtbibliothek) und gastronomische Angebote (Restaurants, Cafés, Bistros, Hotel, etc.) vorhanden.

#### Handlungsansätze:

Zwar bieten die vorhandenen Strukturen einen breiten und tiefen Angebotsmix, problematisch ist jedoch, dass der größte Betrieb im aperiodischen Bedarf lediglich über 400 qm Verkaufsfläche verfügt, die meisten weiteren Betriebe sind lediglich maximal 100 qm groß. Es fehlen somit größere Betriebe des aperiodischen Bedarfs, die in der Lage sind, aufgrund ihrer Größe und Bedeutung eigene Kundenfrequenzen im Hauptzentrum Seelze zu generieren. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind zwar mehrere Leerstände vorhanden, diese verfügen jedoch ebenfalls größtenteils über Verkaufsflächen von weniger als 100 qm. Zukünftig sollte daher versucht werden, durch Flächenzusammenlegungen auch größere Verkaufsflächen für Neuansiedlungen bereitzustellen. Hier kann ein qualifiziertes **Flächenmanagement** dazu beitragen, den Eigentümern die Potenziale ihrer Immobilie näherzubringen und durch gezielte Beratung private Investitionen auszulösen bzw. zu beschleunigen.

Darüber hinaus wurden innerhalb des Hauptzentrums Seelze zwei **Potenzialflächen** für Verkaufsflächenerweiterungen ausgewiesen:

- Zum einen befinden sich auf der Rückseite der Gebäude auf der westlichen Seite des Kreuzweges (zur Göxer Landstraße hin) Freiflächen, welche für An- und Umbauten der vorhandenen Ladenlokale genutzt werden könnten. Auf diese Weise könnten dort größere Ladenflächen entstehen, welche für attraktive Neuansiedlungen genutzt werden könnten. Die Ladenfronten (Eingänge) müssen jedoch auch zukünftig zum Kreuzweg hin ausgerichtet sein. Eine Ausrichtung der Ladenlokale zur „Rückseite“, der Göxer Landstraße, wäre hingegen nicht zielführend, da dort nur geringe Synergieeffekte für den übrigen zentralen Versorgungsbereich herstellbar wären.

- Eine weitere Potenzialfläche befindet sich im Norden des Hauptzentrums Seelze, zwischen dem REWE Verbrauchermarkt und der Garbsener Landstraße. Diese Fläche, die derzeit lediglich mit einem Fernmeldetechnik-Gebäude bebaut ist, bietet die Chance, an dieser wichtigen Eingangssituation zum zentralen Versorgungsbereich einen attraktiven Magnetbetrieb anzusiedeln, welcher die Kundenströme gezielt in das Hauptzentrum Seelze leiten könnte.

Auf der gegenüberliegenden Seite der Straße Brüggefeld und somit ebenfalls an wichtiger und exponierter Stelle, befindet sich die Immobilie des ehemaligen Hammer Einrichtungsfachmarktes, die derzeit lediglich für einen Gebrauchtwagenhandel genutzt wird. Hier wäre ebenfalls eine qualifizierte Nachnutzung durch einen Einzelhandelsbetrieb wünschenswert.

Als problematisch ist im Hauptzentrum Seelze insbesondere der geringe Anteil der „Innenstadt-Leitsortimente“ aus dem persönlichen Bedarfsbereich zu nennen. In der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche sind derzeit lediglich 345 qm Verkaufsfläche vorhanden, im Sortiment Schuhe sogar nur 40 qm. Das Sortiment Lederwaren fehlt im Hauptzentrum Seelze vollkommen. Lediglich die Warengruppe Uhren/ Schmuck/ Optik/ Hörgeräteakustik ist mit 250 qm bzw. insgesamt sechs Betrieben in zufriedenstellendem Umfang vertreten. Diesen „Leitsortimenten“ des Innenstadt-Einzelhandels kommt eine wichtige zentrumsbildende Funktion zu. Ihre Magnetwirkung für Kunden und die positiven Synergieeffekte können sich jedoch nur dann voll entfalten, wenn eine gewisse Anzahl und ein gewisser Verkaufsflächenanteil erreicht sind. Der Ausbau dieser Sortimente muss daher, neben dem Schließen von Branchenlücken, das vorrangige Ziel aktiver Ansiedlungspolitik im Hauptzentrum Seelze sein.

**Abb. 14: Verkaufsfläche und Umsatz im Hauptzentrum Seelze**

Hauptzentrum Seelze		
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	4.025	21,1
Aperiodischer Bedarf	1.920	7,0
<b>gesamt</b>	<b>5.945</b>	<b>28,1</b>

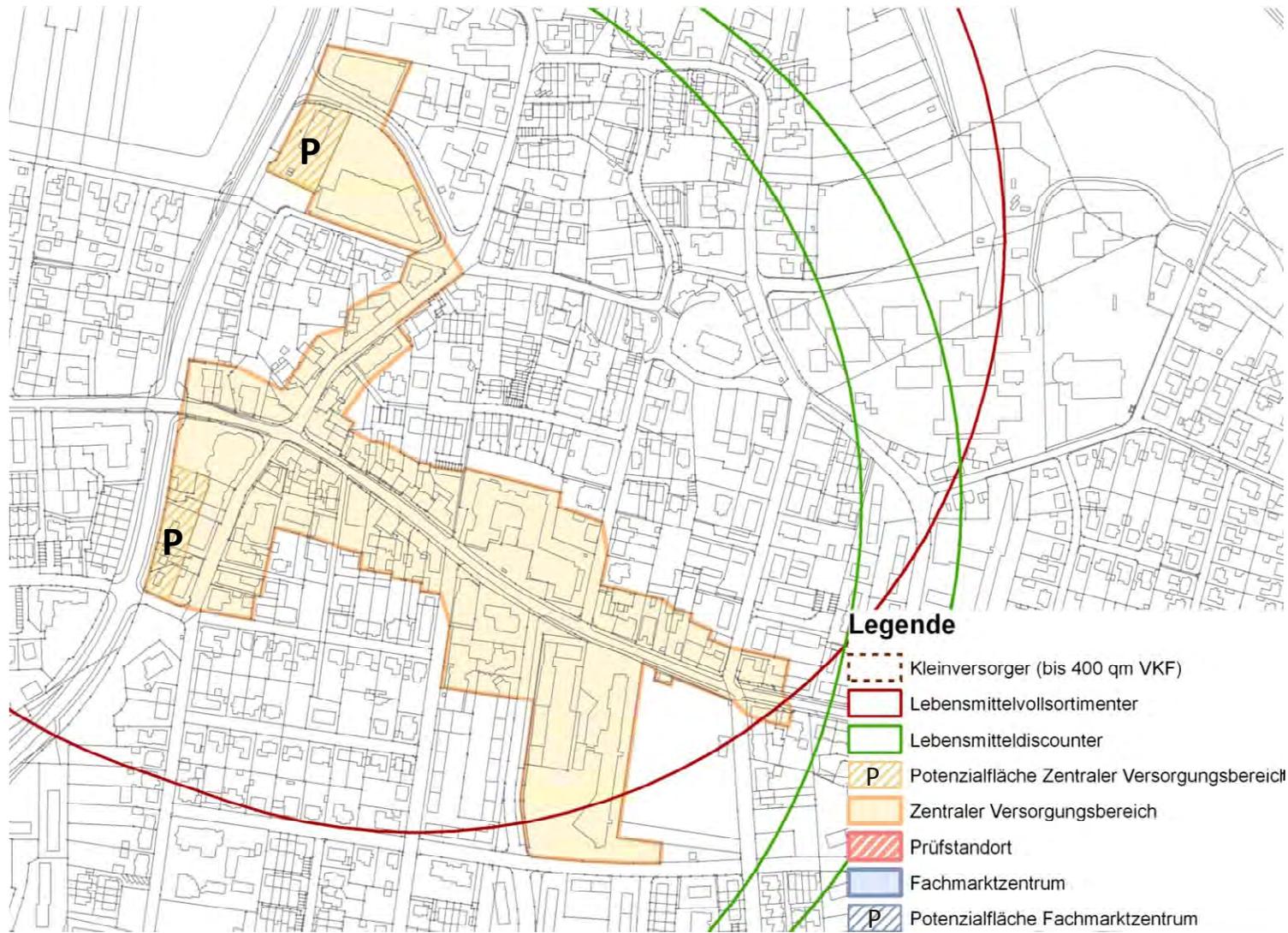
Quelle: CIMA GmbH 2010

**Abb. 15: Blick auf den Platz am Alten Krug, Hauptzentrum Seelze**



Foto: CIMA GmbH 2010

Abb. 16: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze



### 4.3.2 Stadtteilzentrum Letter

In Letter, dem einwohnerreichsten Stadtteil Seelzes, befindet sich das Stadtteilzentrum Letter, das als Handels- und Dienstleistungszentrum vor allem lokale Versorgungsfunktion für den Stadtteil Letter (10.862 Ew.) hat, jedoch auch Kunden aus dem gesamten Stadtgebiet und darüber hinaus generiert. Ähnlich wie das Hauptzentrum Seelze ist das Stadtteilzentrum Letter durch eine überwiegend kleinteilige Struktur von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben geprägt. Der zentrale Versorgungsbereich (vgl. Abb. 19) verläuft im Wesentlichen entlang der Lange-Feld-Straße zwischen der Kreuzung Alte Aue/ Fritz-Erler-Straße im Westen und der Kreuzung Einmündung Kirchstraße im Osten. Daneben befinden sich auch entlang der Straßen Im Sande und Kastanienplatz wichtige Einzelhandelsbetriebe und Dienstleistungseinrichtungen bis hin zum Bürgerbüro an der Freiherr-vom-Stein-Straße im Norden.

Im **periodischen Bedarf** ist ein erst in 2010 eröffneter, leistungsfähiger NP Lebensmitteldiscounter der Hauptfrequenzbringer des Stadtteilzentrums Letter. Das Angebot wird ergänzt durch einen Frischemarkt mit internationalen Lebensmitteln, einen Rossmann Drogeriemarkt, vier Bäcker, zwei Fleischer, drei Apotheken, einen Süßwaren- und Weinladen, zwei Kioske sowie einen Blumenladen. Damit liegt – wie auch im Hauptzentrum Seelze – der Angebotschwerpunkt im Stadtteilzentrum Letter deutlich im periodischen Bedarfsbereich.

Im **aperiodischen Bedarf** ist im Stadtteilzentrum Letter nur ein vergleichsweise geringes Angebot vorhanden. Neben zwei kleinen Bekleidungsgeschäften existieren zwei Schreibwarenläden, ein Computerladen, ein Elektronik-Fachgeschäft sowie ein Optiker und ein Fachgeschäft für Maler-Bedarf.

In **Ergänzung der Einzelhandelsnutzungen** sind mehrere Dienstleistungsbetriebe (z.B. Ärzte, Bankfiliale, Friseure, Änderungsschneiderei, Schuh- & Schlüsseldienst, Post-Shop, usw.), gastronomische Angebote (z.B. Hotel-Restaurant, Eiscafé, Bistros, Kneipen) und öffentliche Einrichtungen (Bürgerbüro) ansässig.

#### Handlungsansätze:

Die Bestandsaufnahme hat gezeigt, dass gegenwärtig erhebliche Branchenlücken im aperiodischen Bedarf bestehen, die die Attraktivität des im Stadtteilzentrum Letter als Einkaufsziel deutlich senken. So fehlen beispielsweise die Sortimente Schuhe und Uhren/ Schmuck ebenso wie Sportartikel oder Spielwaren. Der Bereich Bekleidung/ Wäsche ist mit derzeit nur zwei Betrieben noch deutlich ausbaubedürftig. Insbesondere fehlen attraktive Filialbetriebe, welche die Kundenfrequenz des zentralen Versorgungsbereiches erheblich erhöhen könnten.

Zum Teil können die lückenhaften Strukturen auf die erst kürzlich erfolgte Sanierung der Lange-Feld-Straße zurückgeführt werden, welche erhebliche Frequenzverluste und somit vereinzelte Geschäftsaufgaben oder -verlagerungen ausgelöst hat. Nach Fertigstellung der Sanierung hat die Lange-Feld-Straße nun aber ein zeitgemäßes und hochwertiges Erscheinungsbild, sodass qualifizierte Neuansiedlungen in den bestehenden Leerständen erwartet werden können. Hierfür sind jedoch – analog zu den erfolgten Investitionen in den öffentlichen Raum – auch Investitionen in die Gebäudesubstanz seitens der Immobilienbesitzer notwendig. Einige der Immobilien, die heute leerstehen oder untergenutzt sind, bedürfen einer zeitgemäßen Renovierung oder Sanierung, um sie einer Nutzung zuzuführen, welche dem Potenzial der Lage im Stadtteilzentrum Letter entspricht.

Um das wertige Gesamtbild des Stadtteilzentrums Letter zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln, wäre es außerdem ratsam, nunmehr eine Gestaltungssatzung für diesen Bereich zu erlassen. Positive Beispiele aus anderen Städten beweisen den Erfolg dieser Maßnahme, die nach dem Grundsatz von „weniger ist mehr“ gerade bei der Laden-Außengestaltung sehr wirksam ist. Quartiere mit Gestaltungssatzung vermitteln oft einen wesentlich ansprechenderen, hochwertigeren Eindruck als Quartiere mit völlig freien Gestaltungsmöglichkeiten.

Weiterhin ist das Stadtteilzentrum Letter durch seine dreieckige Struktur gekennzeichnet. Der Kastanienplatz wird derzeit noch saniert und soll zukünftig als zentraler Platz des Stadtteilzentrums dienen. Künftig ist daher auch der gezielte Ausbau der Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote am Kastanienplatz und entlang der Straße Im Sande notwendig. Auf diese Weise könnte für potenzielle Kunden ein „Rundlauf“ Lange-Feld-Straße – Im Sande - Kirchstraße entstehen, von dem alle Handelslagen des Stadtteilzentrums Letter profitieren würden. Ein einheitliches Erscheinungsbild des zentralen Versorgungsbereiches, welches derzeit durch die Straßensanierung bereits angestrebt wird, ist hierfür förderlich.

**Abb. 17: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Letter**

Stadtteilzentrum Letter		
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	1.765	11,9
Aperiodischer Bedarf	535	2,0
<b>gesamt</b>	<b>2.300</b>	<b>13,9</b>

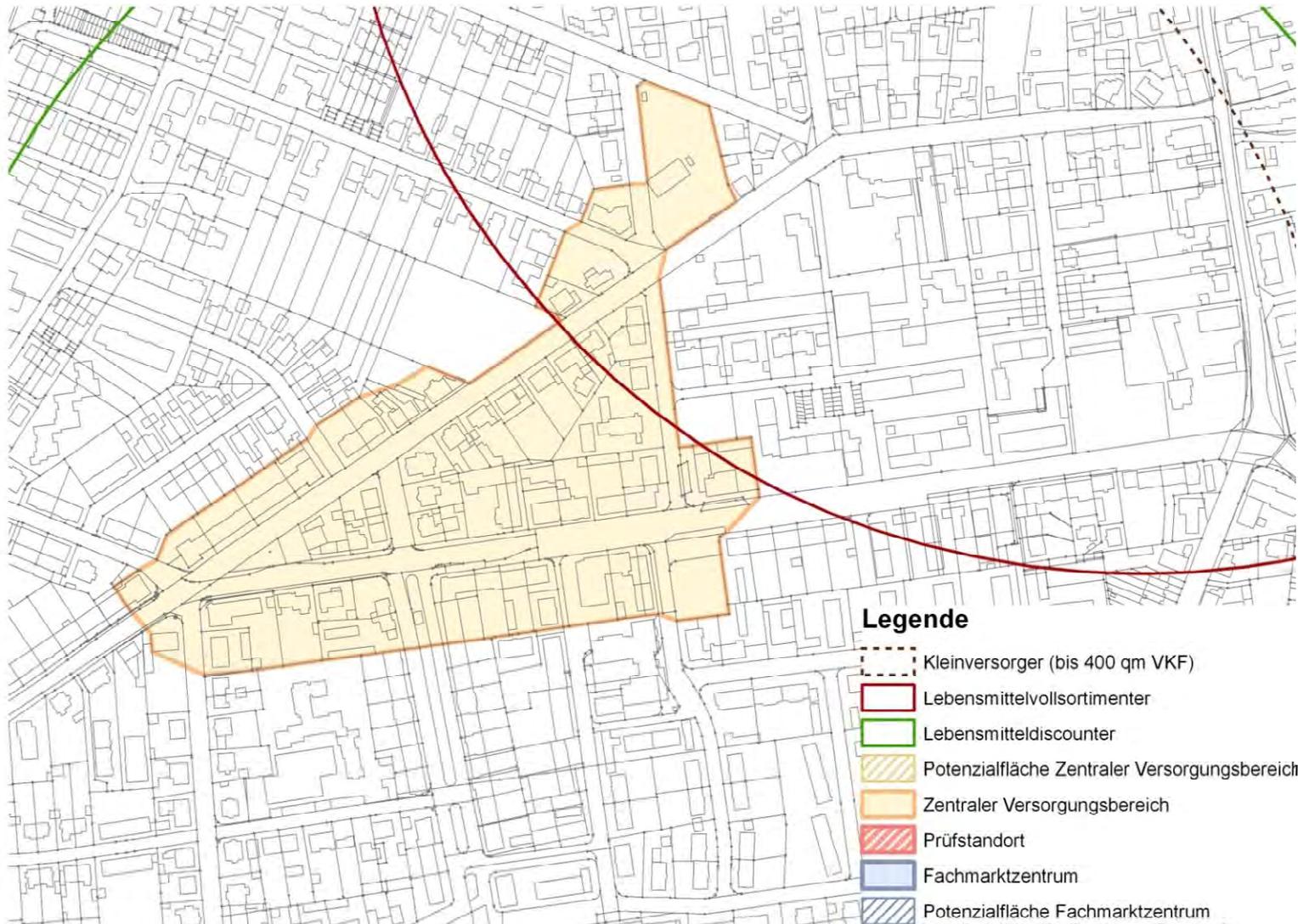
Quelle: CIMA GmbH 2010

**Abb. 18: Stadtteilzentrum Letter, Blick in die Lange-Feld-Straße**



Foto: CIMA GmbH 2010

Abb. 19: Abgrenzung Stadtteilzentrum Letter



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

### 4.3.3 Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße

Im westlichen Teil der Hannoverschen Straße, als Verbindung zwischen den beiden einwohnerreichsten Stadtteilen Letter und Seelze, befindet sich die Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße. Dieser Standort befindet sich in städtebaulich nicht-integrierter Lage und kann kaum fußläufige Versorgungsfunktionen übernehmen. Der Standort ist primär auf Pkw-Kunden ausgerichtet und ist daher kein zentraler Versorgungsbereich. Dennoch nimmt der Standort eine wichtige Einzelhandelsfunktion innerhalb der Stadt Seelze wahr. In der Fachmarkt-Agglomeration ist ein breites Angebot größerer Betriebe des periodischen und aperiodischen Bedarfs konzentriert, sodass der Standort eine hohe Kundenbindung aufweist und erheblich dazu beiträgt, die örtliche Kaufkraft innerhalb des Stadtgebietes zu binden.

Im **periodischen Bedarf** ist der bedeutendste Betrieb in der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße ein Marktkauf Verbrauchermarkt, in dessen Vorkassenzone sich außerdem ein Bäcker, ein Fleischer und ein Feinkostgeschäft befinden. Das Angebot wird ergänzt durch drei Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl, Netto), einen dm Drogeriemarkt, einen Getränkemarkt sowie einen weiteren Bäcker und einen Tankstellenshop.

Im **aperiodischen Bedarf** konnte eine Ladenzeile mit modern und leistungsfähig aufgestellten Fachmärkten angesiedelt werden. Hier sind zwei Textilfachmärkte (Kik, Takko) ein K+K Schuhfachmarkt sowie ein Tedi Haushaltswarenfachmarkt ansässig.

Die Fachmarkt-Agglomeration ist deutlich auf Einzelhandelsangebote beschränkt. Ergänzende Dienstleistungsfunktionen sind – außer einer Tankstelle – nicht vorhanden.

Aufgrund der Angebotsstruktur und der verkehrsgünstigen Lage ist die Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße ein wichtiger Kaufkraftmagnet. Gleichzeitig stellt der Bereich aber, bedingt durch den hohen Anteil an zent-

renrelevanten Betrieben und Sortimenten, eine erhebliche Konkurrenz zu den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum Seelze und Stadtteilzentrum Letter Stadtzentrum) dar.

Die Anbindung des Fachmarktzentrums an den ÖPNV ist derzeit nicht optimal, da sich die Bushaltestelle Bredenbeeke nicht zentral vor den Fachmärkten, sondern am westlichen Rand befindet. Zudem sind die Wegeverbindungen für Fußgänger zwischen den einzelnen Märkten teils durch Hecken und andere Hindernisse gestört, sodass die fußläufige Erreichbarkeit der einzelnen Betriebe mehr als nötig eingeschränkt ist.

Der östliche Teil der Fachmarkt-Agglomeration wird als Potentialfläche für künftige Neuansiedlungen ausgewiesen. Zentrenrelevanter Einzelhandel soll künftig zwar auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden, jedoch sollen in der Stadt Seelze auch ausreichende Flächen für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel zur Verfügung stehen. Derzeit befinden sich auf der Potenzialfläche u.a. der Sportplatz sowie das Sportheim des RSV Seelze. Bei einer Neunutzung für (nicht-zentrenrelevanten) Einzelhandel wäre somit auch eine Verlagerung des Sportplatzes notwendig. Die Potenzialfläche stellt jedoch eine mittel- bis langfristige Entwicklungsoption dar, gegenwärtig gibt es keine konkreten Vorhaben zur Neuansiedlung großflächigen Einzelhandels in Seelze. Sollte sich dennoch künftig ein Ansiedlungswunsch entwickeln, wäre dies eine gute Möglichkeit, den potenziellen Investoren finanziell an einer Verlagerung und Aufwertung des Sportgeländes zu beteiligen.

**Abb. 20: Verkaufsflächen und Umsatz in der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße**

Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße		
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	5.170	26,4
Aperiodischer Bedarf	3.085	5,9
<b>gesamt</b>	<b>8.255</b>	<b>32,3</b>

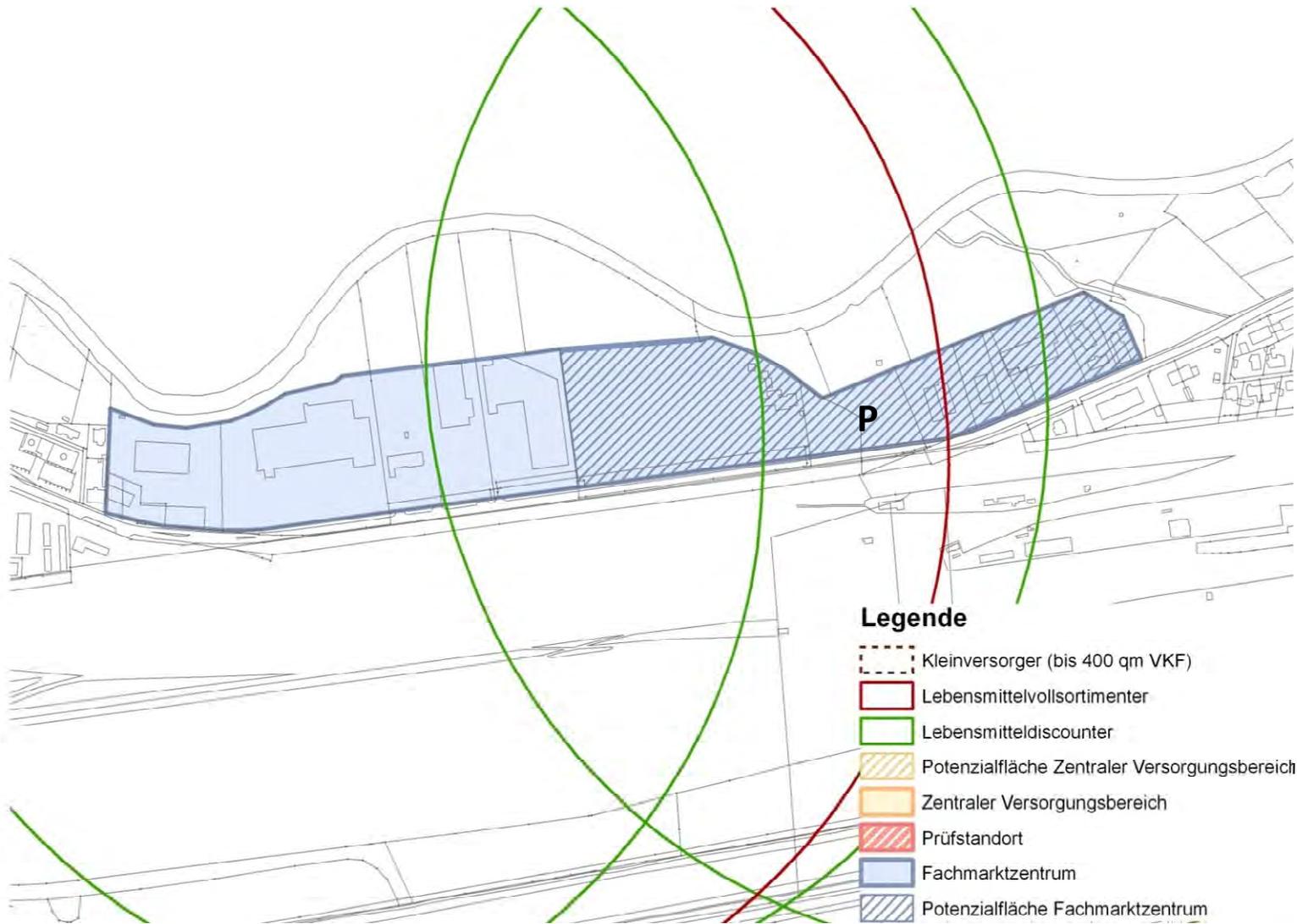
Quelle: CIMA GmbH 2010

**Abb. 21: Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße**



Fotos: CIMA GmbH 2010

Abb. 22: Abgrenzung Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Quelle: CIMA GmbH 2010

#### 4.3.4 Sonstige Standortkategorien

Im Rahmen der Einzelhandelsanalyse hat die CIMA sämtliche Einzelhandels- und Nahversorgungsstandorte der Stadt Seelze bewertet. Die nachfolgenden Standorte übernehmen zwar ebenfalls wichtige Versorgungsfunktionen für einzelne Ortsteile oder das gesamte Stadtgebiet, erfüllen jedoch – wie die Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße auch – nicht die Mindestanforderungen an zentrale Versorgungsbereiche.

##### **Solitäre Nahversorger:**

- **E aktiv markt Ehlers**, Stöckener Straße (Letter)
- **NP**, Calenberger Straße (Lohnde)
- **SB-Markt Celik**, Harenberger Meile (Harenberg)
- **Ament**, Auf dem Damme (Dedensen)

##### **Solitärer Fachmarktstandort:**

- **Gartencenter Bartling**, Hasselfeldstraße (Velber)

## 5 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Im Rahmen der Einzelhandelsentwicklung in Seelze spielt künftig auch die Optimierung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung im kurzfristigen Bedarfsbereich (Nahversorgung) eine bedeutende Rolle. Ziel sollte es sein, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden und – gerade in Anbetracht des demographischen Wandels – die Versorgung der Bevölkerung im Umfeld ihres Wohnstandortes zu gewährleisten.

Mit der Ansiedlung der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße zwischen den Stadtteilen Seelze und Letter ist es zwar nachweislich gelungen, die Kaufkraftbindung der Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich zu erhöhen. Die Fachmarkt-Agglomeration befindet sich jedoch an einem städtebaulich nicht-integrierten Standort, der nahezu ausschließlich auf Autokunden ausgerichtet ist. Mit einem Verbrauchermarkt und drei Lebensmitteldiscountern ist die Konzentration von Lebensmitteleinzelhandel hier deutlich überproportional.

Städtebaulich integriert und von den angrenzenden Wohngebieten fußläufig deutlich besser erreichbar sind die Betriebe im Hauptzentrum Seelze in der Straße Brüggefeld (Rewe), im östlichen Teil der Hannoverschen Straße (Netto) und im Kreuzweg (Penny).

Im Stadtteilzentrum Letter wird die Nahversorgung durch den neu eröffneten NP-Markt sowie den Frischemarkt Letter an der Lange-Feld-Straße sichergestellt. Der E aktiv markt Ehlers an der Stöckener Straße befindet sich zwar außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, ist jedoch ebenfalls von Wohnbebauung umgeben und daher fußläufig sehr gut erreichbar.

In Lohnde wird die Nahversorgung durch den ansässigen NP-Markt gesichert. Die Planungen zur leistungsfähigen Neuaufstellung des Marktes (Verkaufsflächenenerweiterung auf 800 qm) tragen zur langfristigen Sicherung Nahversor-

gungsstrukturen im Stadtteil Lohnde bei, wenngleich eine Standortverlagerung des Marktes unumgänglich ist (vgl. Kap. 8.3.2).

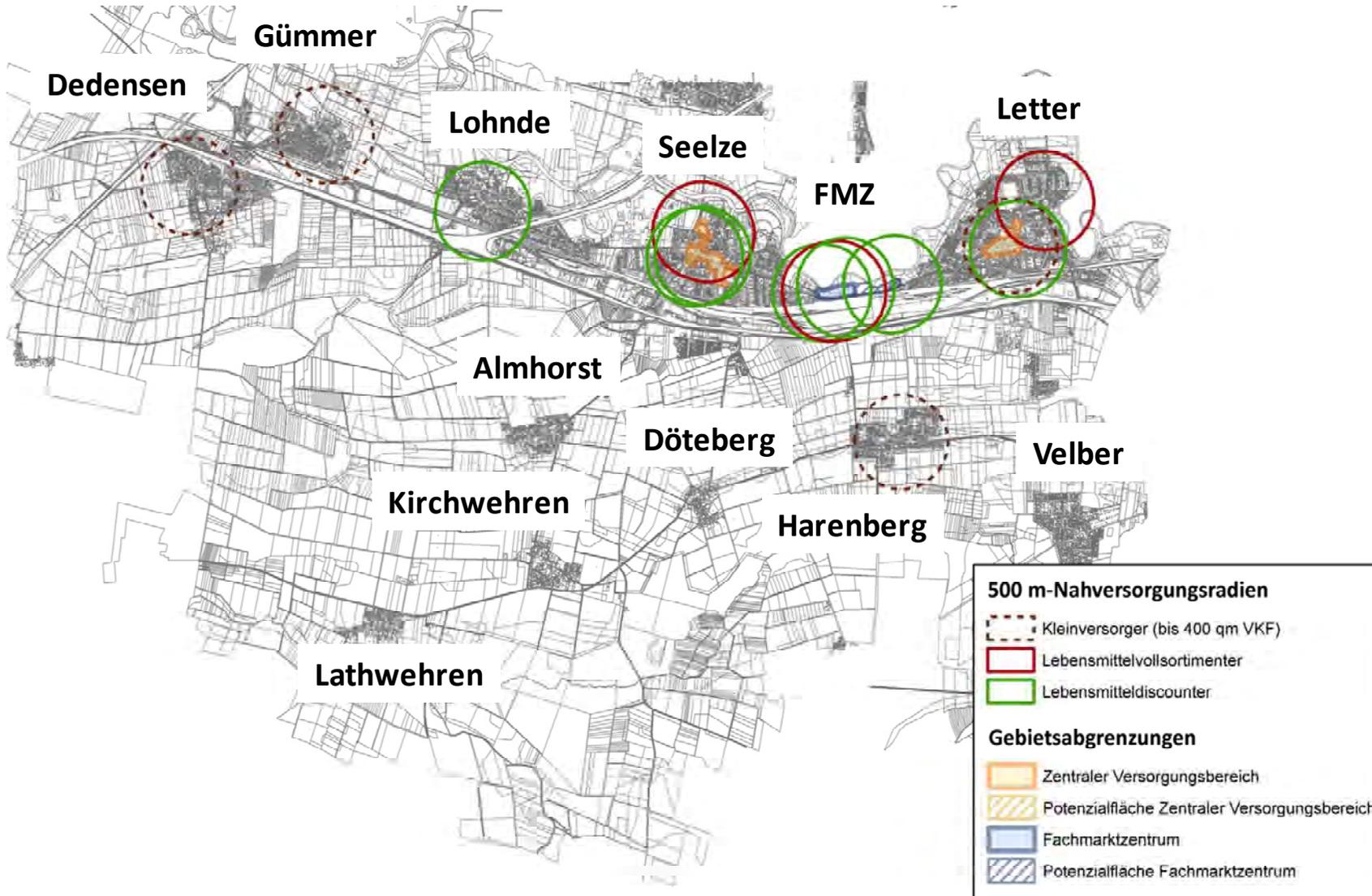
In den Stadtteilen Dedensen (Ament), Gümmer (Mini Shop) und Harenberg (SB-Markt Celik) wird die Grundversorgung jeweils lediglich durch einen Kleinstversorger („Tante-Emma-Laden“) gewährleistet. In Gümmer befindet sich derzeit ein neuer Netto Lebensmitteldiscounter im Bau (vgl. Kap. 8.3.1), welcher zukünftig die Nahversorgung des Stadtteils quantitativ und qualitativ verbessern wird.

Die Stadtteile Döteberg, Almhorst, Lathwehren, Kirchwehren und Velber sind für die Versorgung auf die benachbarten Stadtteile sowie die größeren Handelslagen in Seelze und Letter angewiesen. Fußläufig erreichbare Lebensmittelmärkte gibt es hier gegenwärtig nicht.

Abb. 23 gibt einen Überblick über die Nahversorgungssituation im Stadtgebiet von Seelze. Um die nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe wurde ein sogenannter Nahversorgungsradius von 500 Metern gelegt, innerhalb dessen die Bevölkerung – zumindest rein statistisch betrachtet – nahversorgt ist, d.h. eine fußläufige Erreichbarkeit gewährleistet ist. Die Distanz von 500 m wird in der Regel als maximale Entfernung für eine fußläufige Erreichbarkeit angenommen. Untersuchungen haben ergeben, dass nur ein geringer Anteil der Bevölkerung längere Distanzen zum Einkaufen zu Fuß zurücklegt (vgl. Abb. 24). Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

Generell ist außerdem zu berücksichtigen, dass die Angebotstiefe und -breite bei unterschiedlichen Betriebstypen differiert (vgl. Abb. 25). So bieten Lebensmitteldiscounter im Schnitt nur rd. 2.000 Artikel an, während kleinere Lebensmittelvollsortimenter auf gleicher Verkaufsfläche durchaus die vier- bis fünf-fache Artikelanzahl anbieten.

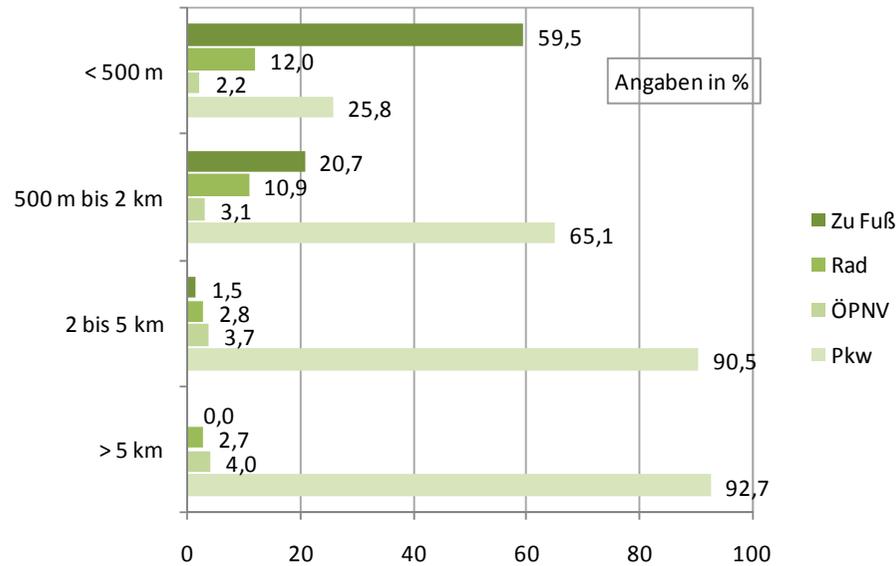
Abb. 23: Nahversorgungssituation in Seelze (schematisch)



Kartengrundlage:  
Stadt Seelze

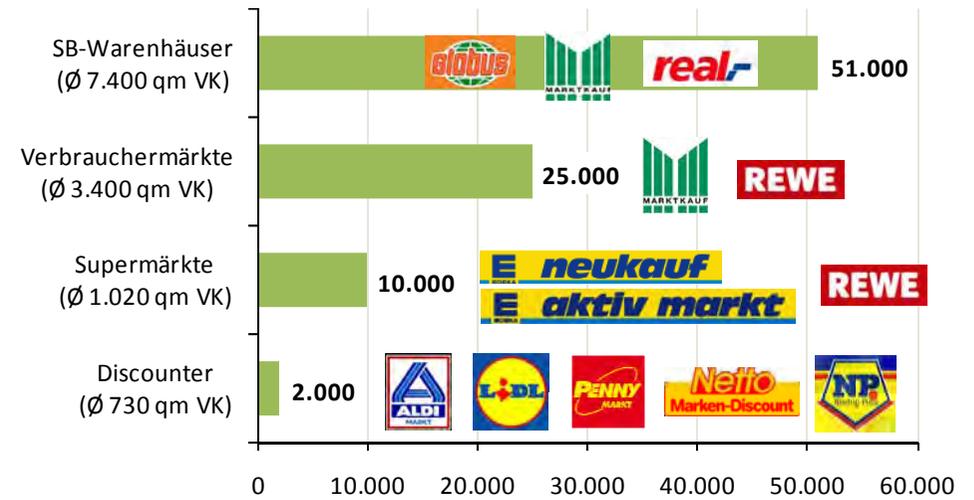
Bearbeitung:  
CIMA GmbH 2010

**Abb. 24: Verkehrsmittelwahl in Abhängigkeit von der Entfernung des Einkaufsortes**



Quelle: CIMA-Monitor 2009; n = 2.000 Personen  
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

**Abb. 25: durchschnittliche Anzahl der Artikel im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebstypen**



Quelle: EHI 2009/2010  
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

## 5.1 Bewertung der Nahversorgungssituation

Für die Bevölkerung der Stadt Seelze ist die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs bei einer Handelszentralität von 74,4 % im periodischen Bedarfsbereich quantitativ gesehen nicht ausreichend gewährleistet. Insbesondere die südlichen Stadtteile Almhorst, Lathwehren, Kirchwehren, Döteberg und Velber sind für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs auf die Nutzung motorisierter Verkehrsmittel angewiesen. Auch der südliche Teil des Stadtteils Seelze, Seelze-Süd, verfügt über keine eigene Nahversorgungsstruktur. Eine fußläufige Erreichbarkeit<sup>7</sup> zu den Nahversorgungsbetrieben im Hauptzentrum ist aufgrund der Distanz auch hier nicht gegeben.

Aufgrund der Entfernung des Stadtteils Velber zu den Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet Seelzes und der vergleichsweise geringen Entfernung nach Hannover (Nahversorgungszentrum Ahlem mit Rewe, Lidl, usw. nur rd. 1 km entfernt) fließt aus Velber nach Einschätzung der CIMA ein Großteil der Kaufkraft im periodischen Bereich ab.

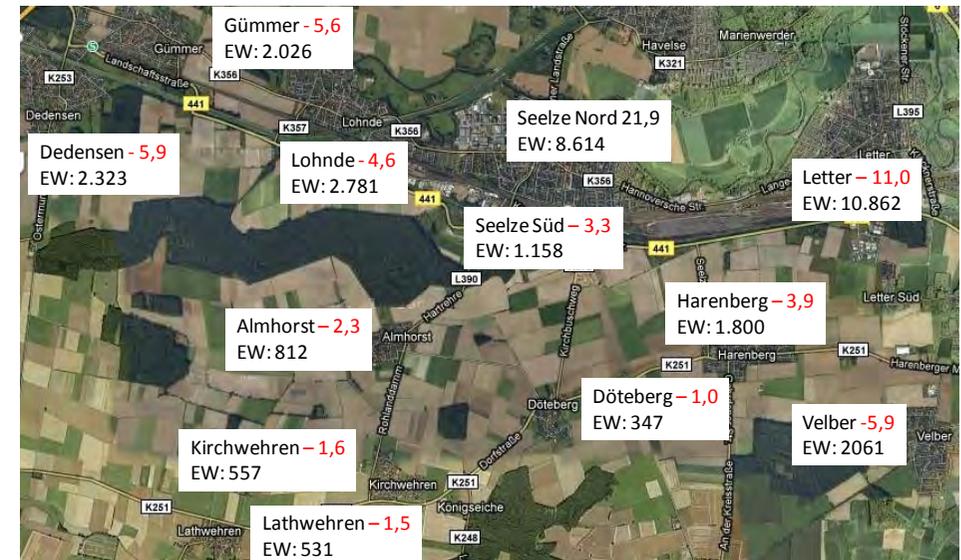
Es ist festzuhalten, dass in Seelze insgesamt deutliche lokale Unterschiede in der Nahversorgungssituation bestehen. Die räumlichen Schwerpunkte des Nahversorgungseinzelhandels liegen an der Hannoverschen Straße zwischen den bevölkerungsreichsten Stadtteilen Letter und Seelze (Fachmarkt-Agglomeration mit Marktkauf, Aldi, Lidl, dm, Netto) sowie in den zentralen Versorgungsbereichen Seelze (Rewe, Netto, Penny, Rossmann) und Stadtteilzentrum Letter (NP, Frischemarkt Letter, E aktiv markt, Rossmann).

Lücken in der wohnortnahen Versorgung bestehen im Wohngebiet Seelze-Süd und in den Stadtteilen Almhorst, Lathwehren, Kirchwehren, Döteberg und Velber.

<sup>7</sup> Als fußläufige Erreichbarkeit wird in der Regel eine Distanz von 500 m als maximale Entfernung angenommen. Untersuchungen haben ergeben, dass nur ein geringer Anteil der Bevölkerung längere Distanzen zum Einkaufen zu Fuß zurücklegt.

Die Versorgungssituation im Stadtgebiet lässt sich besonders gut auf Basis der saldierten Kaufkraftzu- bzw. abflüsse im periodischen Bedarfsbereich darstellen. Es ist deutlich zu erkennen, dass bis auf den Stadtteil Seelze (ohne Seelze-Süd) alle Stadtteile saldierte Kaufkraftabflüsse verzeichnen.

**Abb. 26: Saldierte Kaufkraftabflüsse (in Mio. €) in den Stadtteilen Seelzes**



Kartengrundlage: Google Earth 2010

Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

Konventionelle Betreiber rechnen nach Erfahrungen der CIMA bei der Neuansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters bei einer Verkaufsfläche von 1.200 qm mit einem Planumsatz von rd. 5,4 Mio. € (Flächenproduktivität rd. 4.500 €/qm) und bei der Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters bei einer Verkaufsfläche von 800 qm mit einem Planumsatz von rd. 4,4 Mio. € (Flächenproduktivität: rd. 5.500 €/qm).

Die Kaufkraftzuflüsse von rd. 21,9 Mio. € im Stadtteil Seelze ohne Seelze-Süd zeigen die besondere Versorgungsfunktion, die der Stadtteil für die Bevölkerung im gesamten Stadtgebiet wahrnimmt.

Seelze-Süd verzeichnet hingegen saldierte Kaufkraftabflüsse in Höhe von rd. 3,3 Mio. € im periodischen Bedarf.

Im Stadtteil Seelze einschließlich Seelze-Süd liegt der Kaufkraftsaldo im periodischen Bedarf somit insgesamt bei rd. 18,6 Mio. €.

Die höchsten saldierten Kaufkraftabflüsse im periodischen Bedarf erreicht mit rd. 11,0 Mio. € der Stadtteil Letter. Damit weist der bevölkerungsreichste Stadtteil deutliche offene Ansiedlungspotenziale auf. Ein weiterer Ausbau der Nahversorgungsstrukturen ist somit grundsätzlich möglich.

Die Stadtteile Dedensen und Velber mit Abflüssen von jeweils rd. 5,9 Mio. € sowie Gümmer mit rd. 5,6 Mio. € verzeichnen ebenfalls hohe saldierte Kaufkraftabflüsse im periodischen Bedarf. In Lohnde liegen die saldierten Abflüsse bei rd. 4,6 Mio. €, im Stadtteil Harenberg bei rd. 3,9 Mio. €.

In den Stadtteilen Almhorst, Kirchwehren, Lathwehren und Döteberg liegen die saldierten Kaufkraftabflüsse aufgrund der vergleichsweise sehr geringen Einwohnerzahlen im Bereich von rd. 1,0 bis 2,3 Mio. €.

Die zur Ansiedlung eines leistungsfähigen Lebensmittelnahversorgers notwendigen Umsatzzahlen könnten entsprechend der in Abb. 23 dargestellten saldierten Kaufkraftabflüsse aktuell nur in den Stadtteilen Velber, Gümmer und Dedensen jeweils aus dem örtlichen Nachfragepotenzial erreicht werden.

Konkrete Handlungsempfehlungen in Bezug auf die Verbesserung der Nahversorgung in den südlichen Stadtteilen werden im folgenden Kapitel dargelegt.

## 5.2 Handlungsempfehlungen

Potenzielle Investoren und Betreiber von Lebensmittelmärkten rechnen häufig mit einer Bevölkerungszahl von mindestens 5.000 Einwohnern im Naheinzugsgebiet, die notwendig sei, um einen Markt wirtschaftlich zu betreiben. Jüngste Entwicklungen zeigen jedoch, dass leistungsfähige Märkte auch in kleineren Stadtteilen betrieben werden können. In der Region Hannover wird davon ausgegangen, dass bis zu einer Verkaufsflächenausstattung von 0,5 qm je Einwohner im periodischen Bedarf i.d.R. keine kritischen Umsatzverdrängungen ausgelöst werden. Dies bedeutet, dass ein Lebensmittelmarkt mit 800 qm Verkaufsfläche durchaus in einem Stadtteil mit 1.600 Einwohnern ansiedelbar wäre. Auch die in Abb. 26 dargestellten offenen Kaufkraftpotenziale zeigen, dass auch in kleineren Stadtteilen leistungsfähige Lebensmittelnahversorger tragbar wären.

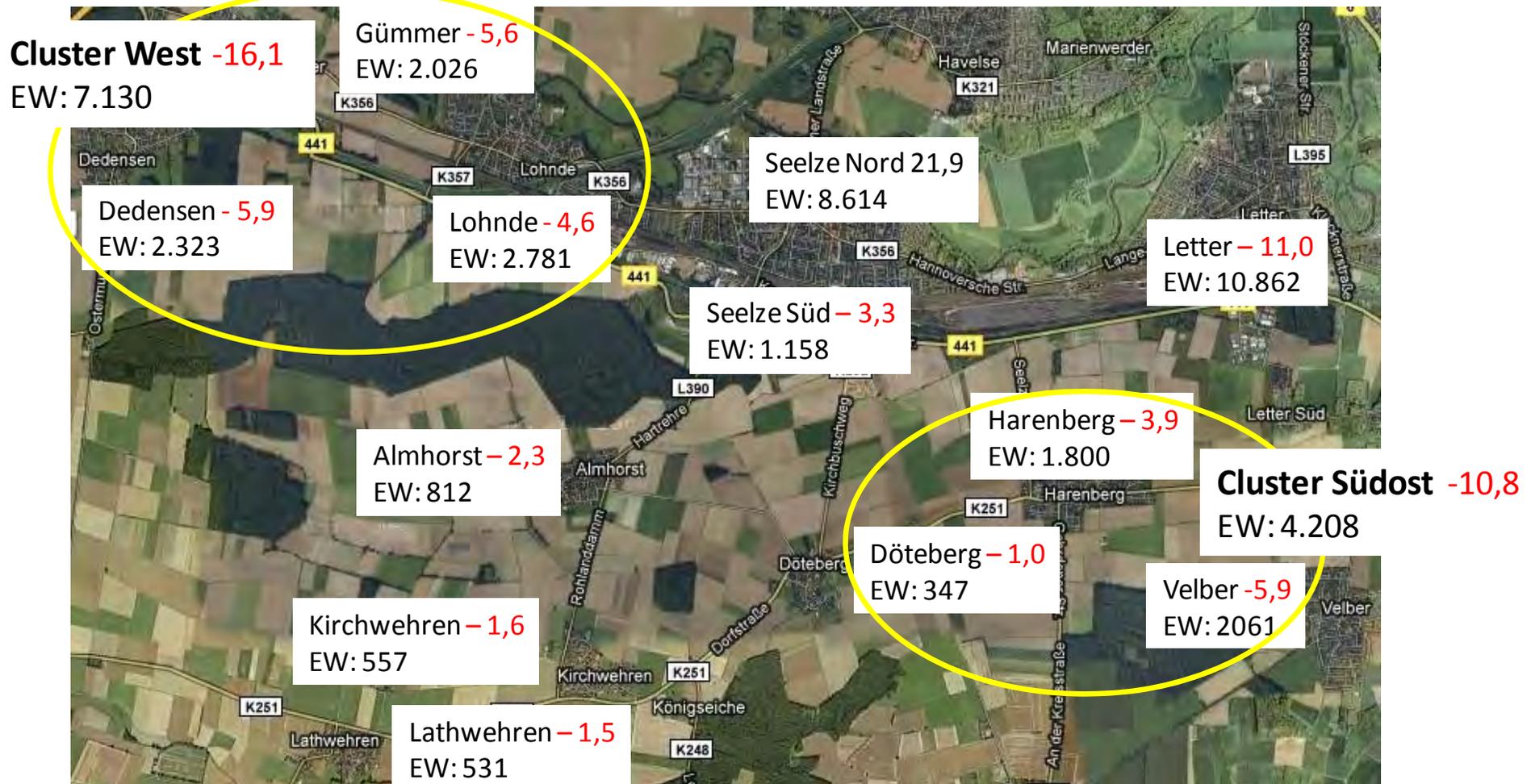
Um potenzielle Investoren deutlicher auf die offenen Potenziale hinweisen zu können und damit die Ansiedlungschancen von Nahversorgungseinzelhandel in den peripheren Stadtteilen zu erhöhen, hat die CIMA eine Clusterung benachbarter Stadtteile vorgenommen, in welcher die Einwohner- und Kaufkraftpotenziale zusammengefasst wurden, sodass diese ein größeres Gewicht erreichen. Abbildung 24 zeigt die im Rahmen der Clusterbildung entstehenden Potenziale. Das Cluster West umfasst die Stadtteile Dedensen, Gümmer und Lohnde. Gemeinsam weisen die drei Stadtteile saldierte Kaufkraftabflüsse von 16,1 Mio. € auf.

Im Hauptsiedlungsbereich in Lohnde ist aktuell ein NP-Markt angesiedelt. Entsprechend aktueller Planungen soll der Markt an den westlichen Ortsrand von Lohnde verlagert und von derzeit rd. 330 qm auf 800 qm erweitert werden. Auch im Stadtteil Gümmer wird derzeit ein Lebensmitteldiscounter angesiedelt. Die Erweiterung des NP-Marktes in Lohnde und der gleichzeitigen Neuan-siedlung eines Lebensmitteldiscounters in Gümmer wird zukünftig die Nahversorgungssituation im Cluster-West nachhaltig verbessern. Die Ansiedlung eines

eigenen Nahversorgers in Dedensen ist aufgrund der Nähe zu den Stadtteilen

Gümmer und Lohnde unwahrscheinlich.

Abb. 27: Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im periodischen Bedarf (in Mio. €) in den Nahversorgungsclustern



Kartengrundlage: Google Earth Pro 2010

Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

Der **Cluster Südost** umfasst die Stadtteile Döteberg, Harenberg und Velber. In der Summe ergibt sich hier eine Einwohnerzahl von 4.208 Personen, die saldierten Kaufkraftabflüsse liegen bei 10,8 Mio. € im periodischen Bedarf und sind somit deutlich ausreichend für die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers. Für eine Neuansiedlung im Cluster Südost wäre nach Ansicht der CIMA der Stadtteil Velber zu bevorzugen, da hier derzeit keine eigenen Nahversorgungsstrukturen vorhanden sind und erhebliche Kaufkraftabflüsse in das benachbarte Hannover existieren. Im Stadtteil Harenberg ist hingegen mit dem SB-Markt Celik die wohnortnahe Versorgung gewährleistet. Eine weitere Ansiedlung in diesem Stadtteil könnte die bestehenden Strukturen gefährden. Der Stadtteil Döteberg verfügt lediglich über 347 Einwohner, sodass innerhalb des Clusters Südost der Stadtteil Velber, der allein bereits über 5,9 Mio. € offene Kaufkraftpotenziale im periodischen Bedarf verfügt, der optimale Standort für eine Neuansiedlung wäre.

Der **Cluster West** umfasst die Stadtteile Gümmer, Lohnde und Dedensen, die zusammen ein Einwohnerpotenzial von 7.130 Personen und ein offenes Nachfragepotenzial von rd. 16,1 Mio. € im periodischen Bedarf aufweisen. Alle drei Stadtteile weisen auch allein jeweils ausreichende Potenziale für einen tragfähigen Lebensmittelnahversorger auf. Dennoch ist in Lohnde gegenwärtig nur ein NP-Markt mit deutlich zu geringer Verkaufsfläche ansässig, in Dedensen und Gümmer nehmen jeweils ein Kleinversorger einen Teil der Grundversorgung wahr. In allen drei Stadtteilen des Clusters West besteht somit nicht nur Bedarf, die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen zu optimieren, es sind auch ausreichende Potenziale für die Etablierung zeitgemäßer Angebote vorhanden.

Aufgrund der sehr geringen Bevölkerungszahl der **Stadtteile Almhorst, Lathwehren und Kirchwehren** würden auch im Rahmen einer Clusterbildung keine ausreichenden Potentiale für die Etablierung eines zeitgemäßen Lebensmittelnahversorgers bestehen. Eine Zusammenfassung würde zwar ein gemeinsames Einwohnerpotenzial von 1.900 Personen ergeben, jedoch sind in keinem der drei Stadtteile ausreichende Potenziale im Nahbereich vorhanden,

sodass sich voraussichtlich an keinem dieser Stadtteile ein zeitgemäßer Lebensmittelvollsortimenter oder -discounter ansiedeln wird. Auch ein gemeinsamer Cluster mit dem Wohngebiet Seelze-Süd ist aus Sicht der CIMA nicht sinnvoll. Vielmehr ist die besondere Problematik der drei ländlichen Stadtteile hervorzuheben, die sich aus der geringen Bevölkerungszahl ergibt. Insbesondere vor dem Hintergrund des demographischen Wandels muss das zukünftige Ziel die Sicherstellung einer möglichst adäquaten Nahversorgung auch für die immobilen Bevölkerungsteile sein. Es muss daher betont werden, dass für Almhorst, Kirchwehren und Lathwehren alternative Nahversorgungsformen sinnvoll bzw. notwendig wären. Hierfür sind mehrere konzeptionelle Ansätze vorstellbar. Dazu zählen einerseits „rollende Läden“ und andererseits stationäre Konzepte wie z.B. die Kleinflächenkonzepte der Lebensmittelfilialisten (z.B. IK – Ihr Kaufmann/ Ihre Kette/ Um's Eck der Markant-Gruppe, nahkauf der REWE Group oder nah&gut der Edeka), Integrationsmärkte (z.B. CAP, BONUS), oder durch privates Engagement getragene Konzepte nach dem Prinzip der Nachbarschafts- oder Genossenschaftsläden. Ein weiterer Ansatz wäre die Optimierung der ÖPNV-Anbindung, um die immobilen Bevölkerungsteile aus Almhorst, Lathwehren und Kirchwehren zu den bestehenden Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bringen zu können.

Das Wohngebiet Seelze-Süd sollte hingegen als eigenständiger Bereich betrachtet werden. Obgleich hier derzeit nur ein Bevölkerungsmantel von 1.158 Einwohnern vorhanden ist, zeichnet sich Seelze-Süd durch seine sehr dynamische Bevölkerungsentwicklung aus. Die jüngsten Ansiedlungserfolge in Lohnde und Gümmer haben gezeigt, dass auch in bevölkerungsschwächeren Stadtteilen durchaus Filialisten des Lebensmitteleinzelhandels angesiedelt werden können. Für Seelze-Süd bieten sich daher zukünftig gute Chancen auf einen eigenen Nahversorger, zumal wenn im Bereich des Stadtplatzes die arrondierenden Angebote (Dienstleitungen, öffentliche/soziale Einrichtungen usw.) ausgebaut sind und ein Markt dort von den hohen Besucherfrequenzen profitieren kann.

---

## Fazit

Die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs in Seelze kann mit dem aktuellen Angebot nicht flächendeckend sichergestellt werden. Der Stadtteil Seelze übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die Bevölkerung des gesamten Stadtgebietes. Jedoch bestehen in der Nahversorgungsstruktur der Stadt deutliche lokale Unterschiede. Aufgrund der geringen Einwohnerzahlen reicht das Ansiedlungspotenzial für die Ansiedlung konventioneller Nahversorger in einigen kleineren, peripheren Stadtteilen nicht aus.

Die CIMA empfiehlt, durch Clusterbildung die Einwohnerzahlen mehrerer benachbarter Stadtteile zusammenzufassen und somit Ansiedlungspotenziale für potenzielle Investoren und Betreiber zu bündeln. Aus den Stadtteilen Dedensen, Gümmer und Lohnde wird aufgrund ihrer räumlichen Lage der Cluster West gebildet. Aktuelle Planungen zur Folge wird sowohl in Lohnde durch Verkaufsflächenerweiterung und Umsiedlung, als auch in Gümmer durch die Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters die Nahversorgungssituation im Cluster West nachhaltig verbessert werden.

Weiterhin schlägt die CIMA die Clusterbildung aus den Ortsteilen Döteberg, Harenberg und Velber zum Cluster Südost vor. Auch hier ergibt sich durch die Zusammenfassung der Stadtteile ein für Investoren attraktives Ansiedlungspotential. Aufgrund der Höhe der saldierten Kaufkraftabflüsse und der in Harenberg durch den SB-Markt Celik bestehenden Nahversorgung ist eine Ansiedlung im Stadtteil Velber empfehlenswert.

Aufgrund der besonders zu berücksichtigenden Struktur der ländlich geprägten Stadtteile Almhorst, Kirchwehren und Lathwehren empfiehlt sich keine weitere Clusterbildung. Die Nahversorgung der drei ländlichen Stadtteile muss künftig durch alternative Nahversorgungsformen sichergestellt werden.

---

## 6 STRATEGIEN FÜR DIE ZUKÜNFTIGE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN SEELZE

Um das bestehende Einzelhandelsangebot in der Stadt Seelze sichern zu können und dabei vor allem die Stärken des Einzelhandelsstandortes Hauptzentrum Seelze auszubauen, ist aus Gutachtersicht die Umsetzung eines abgestimmten Zentren- und Standortkonzeptes notwendig. Der folgende Zielkatalog dient dafür als Grundlage.

### **Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion von Seelze!**

- Hauptkonkurrenzort für die Stadt Seelze ist neben der Landeshauptstadt Hannover das Mittelzentrum Garbsen. Die Stadt Seelze weist mit einer Handelszentralität von 51 % einen geringen Wert auf, der von sehr hohen Kaufkraftabflüssen aus der Stadt Seelze zeugt. Im periodischen sowie im aperiodischen Bereich sind hohe Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Als ausgewiesenes Grundzentrum hat die Stadt Seelze die Funktion, die eigene Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs zu versorgen. Die Versorgung der Seelzer Bevölkerung mit aperiodischen Bedarfsartikeln obliegt aus raumordnerischer Sicht im Wesentlichen den umliegenden Mittelzentren sowie dem Oberzentrum Hannover. Trotz der bestehenden Konkurrenzsituation ist der Zentralitätswert Seelzes aus Gutachtersicht zumindest insoweit steigerbar, dass die Selbstversorgung der Stadt Seelze nicht nur im periodischen Bedarfsbereich, sondern bis zu einem gewissen Maße auch im aperiodischen Bedarfsbereich gewährleistet werden kann. Insbesondere deshalb empfiehlt die CIMA, den Einzelhandelsstandort Seelze gegenüber den Konkurrenzorten vor allem qualitativ zu positionieren und seine heutige Position durch sehr gezielte Erweiterungen im periodischen und aperiodischen Bedarfsbereich zu verbessern.

### **Sicherung und Stärkung der Handelszentralität der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Seelze und Stadtteilzentrum Letter**

- Der Einzelhandel übernimmt für die Entwicklung des Hauptzentrums Seelze (zentraler Versorgungsbereich) eine wichtige Leitfunktion. Diese sollte gesichert und gestärkt werden. Das Hauptzentrum Seelze besitzt zurzeit einen Verkaufsflächenanteil von 26,3 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Ebenfalls übernimmt der Einzelhandel eine wichtige Leitfunktion für das Stadtteilzentrum Letter (zentraler Versorgungsbereich). Auch hier sollte der Einzelhandel künftig gesichert und gezielt ausgebaut werden. Das Stadtteilzentrum Letter weist derzeit einen Verkaufsflächenanteil von 10,4 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf.
- Die CIMA geht in der Regel davon aus, dass ab einem Verkaufsflächenanteil von ca. 30 % eine Angebotsmasse im Ortszentrum erreicht wird, die verstärkt dazu beiträgt, dass Kunden bewusst bzw. verstärkt das Ortszentrum aufsuchen. Mit 26,3 % liegt der Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze leicht unter diesem Schwellenwert. Nach Ansicht der CIMA besitzt der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze zwar bereits heute eine hohe Bedeutung als Einzelhandelsstandort innerhalb des Stadtgebietes, jedoch ist – insbesondere um sich gegen die Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße (Verkaufsflächenanteil: 36,5 %) zu positionieren – ein weiterer Ausbau des Verkaufsflächenanteils des zentralen Versorgungsbereiches notwendig. Von Bedeutung sind dabei vor allem die zentrenrelevanten Sortimente. Die CIMA hat dafür ein Branchenkonzept erarbeitet, das sich auch auf die konkrete Einzelhandelsituation im Seelzer Stadtgebiet bezieht (vgl. Kap. 7).
- Der zentrale Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter besitzt mit einem Verkaufsflächenanteil von 10,4 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Stadt Seelze im Vergleich zum Hauptzentrum Seelze eine deutlich untergeordnete Bedeutung und kann nur eine vergleichsweise geringe Sogwirkung generieren. Nur eine deutlich geringere Zahl potenzieller Kunden

sucht heute bewusst bzw. verstärkt diesen Bereich als Einkaufsziel auf. Nach Ansicht der CIMA sollte der ansässige Einzelhandel im Stadtteilzentrum Letter gesichert und gezielt ausgebaut werden. Aufgrund der bestehenden Ansiedlungspotenziale sollte eine Ausweitung des Angebotes angestrebt werden.

- Um eine Erhöhung der Verkaufsflächenanteile in den zentralen Versorgungsbereichen zu erzielen, muss neben gezielten Neuansiedlungen und Flächenerweiterungen innerhalb des Hauptzentrums Seelze und des Stadtteilzentrums Letter auch ein restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, also in der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße und an Solitärstandorten erfolgen.

#### **Sicherung und Stärkung der qualitativen Funktionsvielfalt der Zentren!**

- Ein intaktes Stadt- bzw. Ortszentrum lebt unter anderem von der Funktionsvielfalt. Neben dem Einzelhandel als „Hauptattraktion“ sollten Flächen für andere Nutzungen bereitgestellt werden. Dies sind vor allem attraktive Wohnungen, unterschiedliche Dienstleistungsanbieter wie Gastronomie, Ärzte und andere Gesundheitsdienstleister und handwerkliche Betriebe mit geringen bzw. keinen Emissionen. Darüber hinaus sollte der Stellenwert der Innenstadt weiterhin durch unterschiedliche Events und Marketingmaßnahmen positiv nach außen getragen werden.
- Funktionsmischung trägt dazu bei, dass das Stadtzentrum über die üblichen Geschäftsöffnungszeiten hinaus als belebter Stadtmittelpunkt wahrgenommen und genutzt wird. Wichtig dabei bleibt jedoch herauszustellen, dass die Leitfunktion des Einzelhandels grundsätzlich gesichert werden sollte. Ein starkes Ortszentrum funktioniert nur mit attraktivem Einzelhandel. Die anderen Funktionen (Wohnen/ Gastronomie/ Dienstleistungen/ Gewerbe) können diese Leitfunktion lediglich ergänzen bzw. abrunden.

#### **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung innerhalb der Stadt!**

- Die Stadt Seelze verfügt mit einer Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich von 74,4 % zurzeit über Kaufkraftabflüsse, die auf teilweise nicht ausreichende Nahversorgungsstrukturen hinweisen.
- Die Abdeckung aller Siedlungsbereiche des Stadtgebiets mit nahversorgungsrelevanten Angeboten ist derzeit nicht flächendeckend in angemessenem Umfang gewährleistet. So ist in den Stadtteilen Seelze-Süd, Almhorst, Lathwehren, Kirchwehren, Döteberg und Velber zurzeit keine wohnortnahe Versorgung vorhanden. Neben einer Sicherung der bestehenden Nahversorger sollte deshalb eine bedarfsgerechte Entwicklung der bislang nicht ausreichend versorgten Gebiete fokussiert werden.

#### **Sicherung und Entwicklung von Flächen für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel in der Gesamtstadt!**

- Genauso wie für zentrenrelevante Sortimente sollten auch für nicht-zentrenrelevante Sortimente weitere Entwicklungsmöglichkeiten gewährt werden. Die Ansprüche dieser Betriebe unterscheiden sich in der Regel deutlich von zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben. Aufgrund des häufig vergleichsweise hohen Flächenbedarfs bei gleichzeitig geringerer Flächenproduktivität ist eine Ansiedlung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche oft nicht möglich. Hierfür sollen daher auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bedarfsgerecht ausreichende Ansiedlungsmöglichkeiten bestehen.

#### **Schaffung von Investitionssicherheit/ Planungssicherheit!**

- Um Einzelhandelsbetriebe betriebswirtschaftlich sinnvoll führen zu können, ist es für die Immobilienbesitzer und aus Betreibersicht notwendig, verlässliche Aussagen zu verschiedenen Entwicklungsflächen und Standorten zu bekommen. Aus Sicht der CIMA ist dafür ein konkretes Standort-, Zentren- und Branchenkonzept notwendig, das in den zuständigen Gremien der Stadt Seelze mit Bindungswirkung beschlossen wird.

## 7 BRANCHENKONZEPT

Das Sortimentskonzept für die Stadt Seelze soll aufzeigen, in welchen Sortimenten bzw. Warengruppen noch Ansiedlungspotenziale bzw. Ansiedlungschancen bestehen. Das Ziel soll dabei die Steigerung der Kaufkraftbindung der eigenen Einwohner sein. Gleichzeitig sollen anhand der Sortimentsliste Neuansiedlungen gezielt auf geeignete Standorte gelenkt werden.

### 7.1 Sortimentslisten

#### 7.1.1 Notwendigkeit von Sortimentslisten

Laut aktueller Rechtsprechung (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02.NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion des Ortszentrums“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen<sup>8</sup>. Der Ausschluss kann alle Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in der Innenstadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die Innenstadt von erheblicher Bedeutung ist. Laut Oberverwaltungsgericht müssen für einen solchen Ausschluss städtebauliche Gründe vorliegen. Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Oberverwaltungsgerichten gestellt werden, bedeuten jedoch auch, dass eine Begründung ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept nicht rechtssicher denkbar ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf den jeweiligen Ort angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.

<sup>8</sup> Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 - 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimenten auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an das Ortszentrum oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Stadt von dieser Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht.“

Auch der VGH Mannheim unterstreicht in dem Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05) noch einmal die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt eine Stadt mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelsortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die im Ortszentrum derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“<sup>9</sup>

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

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

<sup>9</sup> Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE: „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als ‚zentrenrelevant‘ erweist. Ebenso wenig legt der für das Land Nordrhein-Westfalen ergangene Einzelhandelserslass 1996 (MBI NRW 1996 S. 922) verbindlich fest, dass bestimmte Sortimentsgruppen ‚zentrenrelevant‘ sind; Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente.“

### 7.1.2 Seelzer Sortimentsliste

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

Als **zentrenrelevant** werden Sortimente bezeichnet, die

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

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

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

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

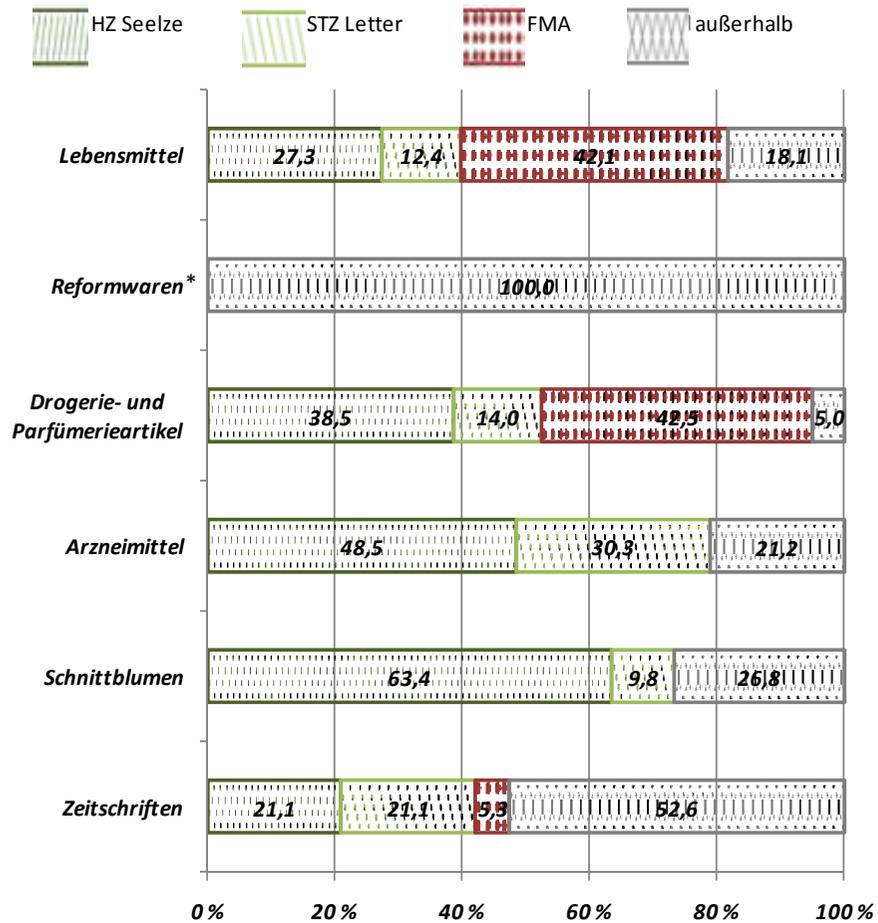
Eine besondere Stellung unter den zentrenrelevanten Sortimenten haben die **nahversorgungsrelevanten** Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf).

Von Bedeutung ist darüber hinaus, welche Sortimente vorwiegend in der Innenstadt der jeweiligen Kommune angeboten werden und welche Sortimente in der Regel an Fachmarkt-Standorten und in den Gewerbegebieten der jeweiligen Kommune zu finden sind.

Gesonderte Betrachtung findet der Handel mit Brenn- und Kraftstoffen, Baustoffen und Kraftfahrzeugen, der kein Einzelhandel im engeren Sinne ist.

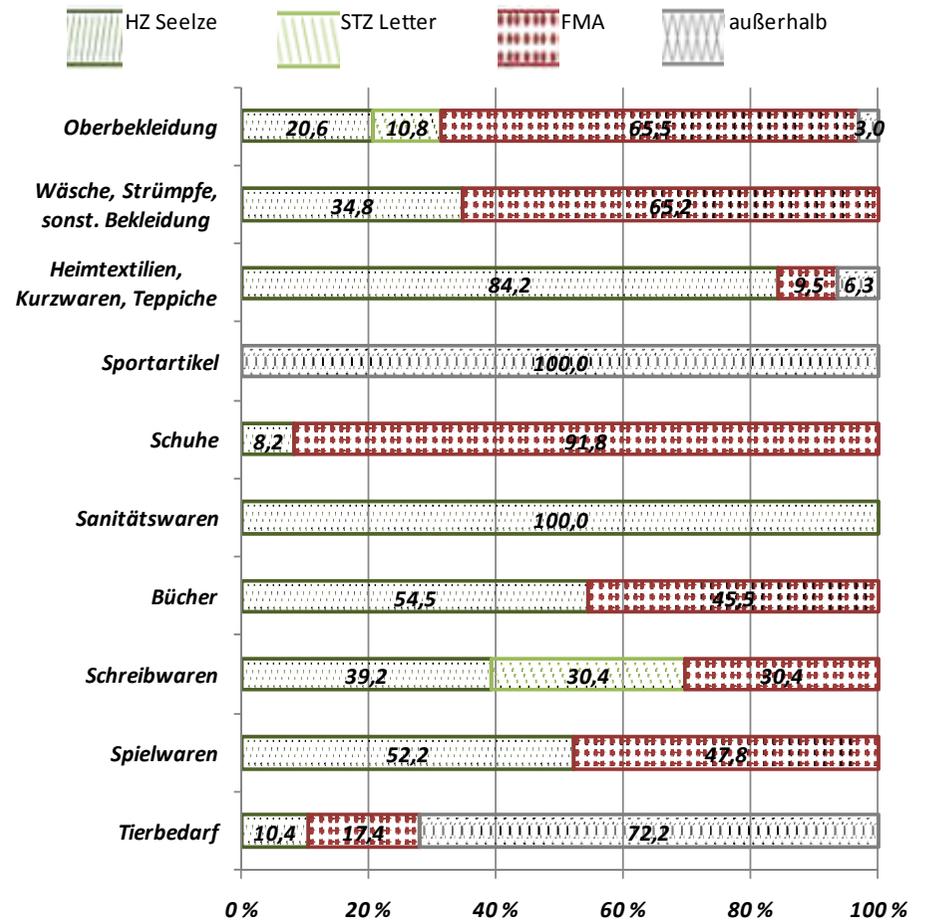
Im Folgenden wird ein Überblick über die Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Seelze und Stadtteilzentrum Letter sowie im übrigen Stadtgebiet gegeben. Die „Seelzer Liste“ der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente baut auf diesen Untersuchungsergebnissen auf.

Abb. 28: Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in Seelze (kurzfristiger Bedarfsbereich)



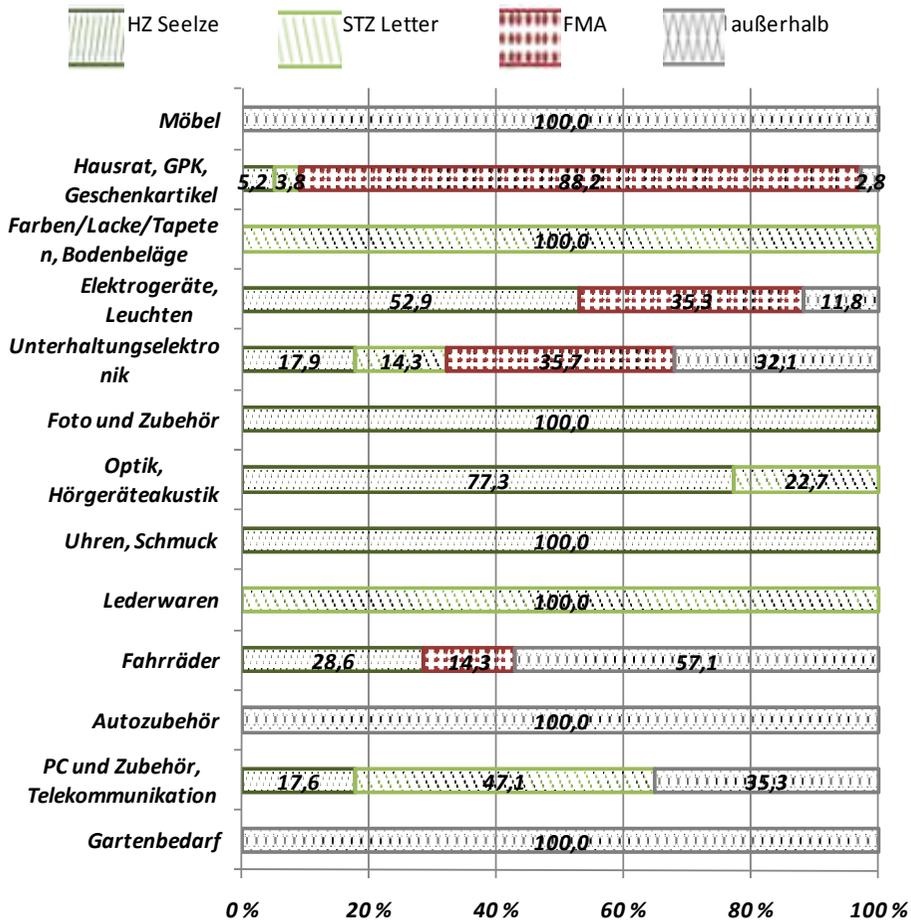
Quelle: CIMA GmbH 2010  
 \*: Reformwaren werden z.T. auch auf geringfügigen Randsortimentsflächen in Apotheken oder Verbrauchermärkten angeboten. Die Randsortimente werden jedoch erst ab einer Relevanz-Schwelle von mind. 10 qm VK erfasst.

Abb. 29: Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in Seelzeg (mittelfristiger Bedarfsbereich)



Quelle: CIMA GmbH 2010

Abb. 30: Anteil der Verkaufsflächen nach Einzelhandelslagen in Seelze (langfristiger Bedarfsbereich)



Quelle: CIMA GmbH 2010

**Abb. 31: „Seelzer Sortimentsliste“**

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

Quelle: CIMA GmbH 2010

Einzelne Sortimente in der Seelzer Liste, die aus Sicht der CIMA besonders bedeutend sind oder – z.B. im Vergleich mit den allgemeinen Sortimentslisten des LROP und RROP – einer spezifischen Abwägung bedürfen, ob sie in Seelze als zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant oder nicht-zentrenrelevant einzuordnen sind, werden nachfolgend ebenfalls kurz erläutert.

### Erklärungen zu den einzelnen Sortimenten

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

Der Bereich Medien und Technik ist ebenfalls differenziert zu betrachten. Die Einordnung des Sortiments **Großelektro (weiße Ware)** dürfte insbesondere wegen der Schwierigkeiten beim Transport unbestritten sein. Dieses Sortiment wurde deshalb den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Anders ist die Situation bei den Sortimenten **Unterhaltungselektronik, Elektroartikel und Leuchten** zu beurteilen. Diese Sortimentsgruppe befindet sich heute in

Seelze zu einem erheblichen Teil außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Abb. 30). Dennoch wäre eine Konzentration innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wünschenswert, da insbesondere vom Sortiment Unterhaltungselektronik und Elektroartikel hohe Kundenfrequenzen und positive Agglomerationseffekte erwartet werden können. Um sich auch für das Sortiment Leuchten, welches heute zu bedeutenden Anteilen in Baumärkten umgesetzt wird, planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten zu erhalten, wenn es um die Flächenbeschränkungen in neu anzusiedelnden Betrieben geht, empfiehlt die CIMA, diese Sortimente in Seelze als zentrenrelevant einzustufen.

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

Das Sortiment **Fahrräder** ist aufgrund der vorherrschenden Bestandssituation in Seelze bedeutend für die zentralen Versorgungsbereiche. Es ist planerisch gewünscht, auch weiterhin Fahrräder und Zubehör innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu konzentrieren. Zur Vermeidung großflächiger Ansiedlungen auf der „Grünen Wiese“ wurden Fahrräder daher den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Das Sortiment **Babybedarf** muss als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden, da auch diese Produkte oft nur schwer zu transportieren sind. Zum Sortiment Babybedarf zählen allerdings nur Kinderwagen, Babysitze und ähnliches. Sowohl Babybekleidung als auch Spielzeug können nicht zum Babybedarf gezählt werden. Sie bleiben daher zentrenrelevant und zählen in einem Babyfachmarkt als zentrenrelevante Randsortimente.

## 7.2 Ziele des Branchenkonzeptes

Der Zentralitätswert der Stadt Seelze hat sich in den letzten Jahren negativ entwickelt. Die schon beträchtlichen Kaufkraftabflüsse haben in den letzten Jahren weiter zugenommen. Als Hauptkonkurrenzorte werden das Mittelzentrum Garbsen und das Oberzentrum Hannover angesehen.

Grundsätzlich besteht in allen Branchen, deren Zentralität unter 100 % liegt, also deren Kaufkraftabflüsse die Kaufkraftzuflüsse überwiegen, weiteres Ansiedlungspotenzial. Dabei sind jedoch auch die Einzelsortimente innerhalb einer Warengruppe und deren spezifische Angebotsqualität und -breite zu berücksichtigen.

Abgesehen von der Warengruppe übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften) verzeichnet die Stadt Seelze in allen vorhandenen Sortimentsgruppen saldierte Kaufkraftabflüsse.

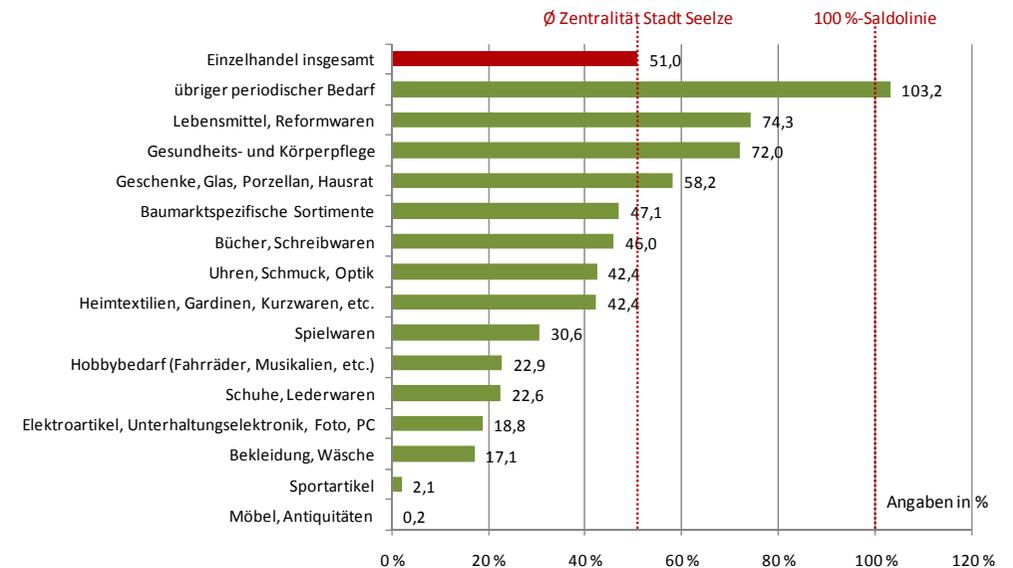
Die höchsten Kaufkraftabflüsse werden – bedingt durch die mangelnde Angebotssituation – in den Warengruppen Möbel, Antiquitäten und Sportartikel erreicht. Auch in den Warengruppen Bekleidung, Wäsche und Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC sowie Schuhe, Lederwaren und Hobbybedarf sind deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Ergänzungsbedarf gibt es darüber hinaus in den Warengruppen Lebensmittel, Reformwaren sowie Gesundheits- und Körperpflege. Die relativ hohen Kaufkraftabflüsse in den genannten Branchen zeigen, dass das Grundzentrum Seelze die raumordnerisch zugeteilte Versorgungsaufgabe nicht ausreichend erfüllen kann. Zu beachten ist in diesem Fall unbedingt die im REHK für die Region Hannover festgesetzte Handelszentralität von 90 % für den periodischen Bedarfsbereich<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> REHK 2007 (S. 79)

Aus Gutachtersicht besteht in nahezu allen Branchen die Chance, durch sinnvolle Neuansiedlungen die Kaufkraftbindung innerhalb der kommunalen Grenzen zu erhöhen, obgleich unter Berücksichtigung der regionalen Konkurrenzsituation und der raumordnerischen Funktion Seelzes das Erreichen einer „Vollversorgung“ unrealistisch ist.

**Abb. 32: Handelszentralität als Hinweis für Ansiedlungspotenziale**



Quelle: CIMA GmbH 2010

Insbesondere durch „unspektakuläre“ Neuentwicklungen dürfte die Handelszentralität aus Sicht der CIMA nicht weiter bzw. nur geringfügig steigerbar sein. Umsatzumverteilung innerhalb der Stadt und somit ein verstärkter Wettbewerb, der ggf. die Schließung einzelner Betriebe nach sich zieht, wäre die Folge. Mit „unspektakulären“ Neuentwicklungen sind vor allem solitäre Fachmarktstandorte und Sonderpostenmärkte gemeint, die sich lediglich auf sich selbst bezogen entwickeln und keine positiven Agglomerationseffekte für die bestehenden Standorte und Betriebe wahrscheinlich machen würden. Aus Gutachtersicht ist eine Steigerung der Handelszentralität nur durch eine Verbesserung der Nahversorgungssituation in Verbindung mit attraktiven Angebotsergänzungen in den zentralen Versorgungsbereichen und / oder der Ansiedlung bislang nicht vorhandener Angebote in der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße (z.B. Baumarkt) möglich<sup>11</sup>. Da eine Stadt selbstverständlich nur begrenzten Einfluss auf das Ansiedlungsinteresse einzelner Anbieter haben kann, gehört zu den wichtigsten Instrumenten vor allem die „Investitionssicherheit“. Potenzielle Entwickler oder Betreiber werden nur dann zu Investitionen in den zentralen Versorgungsbereichen bereit sein, wenn sie sich sicher sein können, dass sie auch zukünftig vor Konkurrenz auf der „Grünen Wiese“ geschützt sein werden. Dafür ist es notwendig, dass eine Stadt über ein umfassendes, auf die zentralen Versorgungsbereiche fokussiertes Einzelhandelskonzept verfügt und sich auch konsequent an dessen Vorgaben hält, ohne ständige Ausnahmen und Abweichungen zuzulassen.

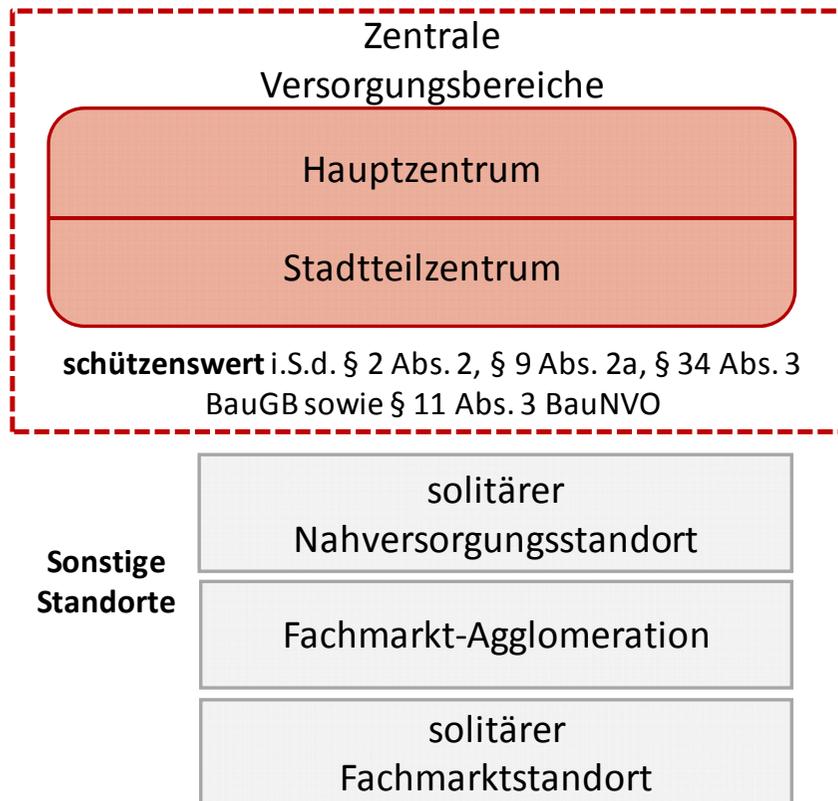
---

<sup>11</sup> Zu den Steuerungsmöglichkeiten zukünftiger Einzelhandelsansiedlungen in der Stadt Seelze siehe Kap. 9.

### 7.3 Ansiedlungsvoraussetzungen

Innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien sind verschiedene Einzelhandelsschwerpunkte zu differenzieren. Abb. 33 gibt einen Überblick.

**Abb. 33: Übersicht der Standortkategorien in Seelze**



Quelle: CIMA GmbH 2010

Für die drei Säulen der Einzelhandelsentwicklung (Zentrale Versorgungsbereiche/ Nahversorgung/ sonstiger großflächiger Einzelhandel) ergeben sich somit die folgenden strategischen Aussagen:

#### **Zentrale Versorgungsbereiche**

- Schwerpunkt der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung (insbesondere bei „zentrenrelevanten Sortimenten“)
- Sicherung des Verkaufsflächenanteils und Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe

#### **Nahversorgung**

- Bei einer Handelszentralität von 74,4 % im periodischen Bedarfsbereich ist die Grundversorgung der Seelzer Bevölkerung nicht ausreichend gesichert.
- Das vorhandene Potenzial sollte vor allem zur qualitativen Verbesserung der Nahversorgung in den bislang nicht ausreichend versorgten Gebieten eingesetzt werden (vgl. Kap. 5).

#### **Sonstiger Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche**

- Fokussierung auf „nicht-zentrenrelevante Sortimente“
- Konzentrierte Ansiedlung, d.h. vorrangig Potentialfläche am Fachmarktstandort Hannoversche Straße

### 7.3.1 Ansiedlungsvoraussetzungen im Hauptzentrum Seelze

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze stellt den Schwerpunkt der Entwicklung im Einzelhandel bei den zentrenrelevanten Sortimenten dar. Ziel ist, durch eine höhere Konzentration von Einzelhandelsangeboten künftig eine deutliche Positionierung gegenüber der nicht-integrierten Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße und insbesondere gegenüber den Konkurrenzorten im Umland zu erreichen, um die Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet zu reduzieren.

Für das Hauptzentrum Seelze gelten deshalb die folgenden Ansiedlungsvoraussetzungen:

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

Grundsätzlich sollte versucht werden, zusätzliche Magneten im dem zentralen Versorgungsbereich zu etablieren und so die Attraktivität des Einzelhandelsangebotes insgesamt zu steigern. Dem Schließen von Branchenlücken kommt dabei eine besonders hohe Bedeutung zu.

Bei großflächigen Planvorhaben sind die raumordnerischen Vorgaben zu berücksichtigen.

### 7.3.2 Ansiedlungsvoraussetzungen im Stadtteilzentrum Letter

Das Stadtteilzentrum Letter stellt den wichtigsten Versorgungsstandort für die Einwohner des bevölkerungsreichsten Stadtteils Seelzes dar und generiert darüber hinaus auch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Stadtteils. Zukünftig soll das Stadtteilzentrum als zentraler Versorgungsbereich in dieser Funktion gestärkt und weiterentwickelt werden. In Abstufung zum Hauptzentrum sollen zentrenrelevante Sortimente in dem Stadtteilzentrum jedoch nicht uneingeschränkt zulässig sein.

Für das Stadtteilzentrum Letter ergeben sich somit die folgenden Ansiedlungsvoraussetzungen:

- **Ansiedlung und Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment bis 800 qm** (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Uneingeschränkte Ansiedlung und Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Uneingeschränkte Ansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)

Grundsätzlich sollte auch im Stadtteilzentrum Letter versucht werden, zusätzliche Magneten zu etablieren um die Bedeutung der Versorgungsfunktion zu erhöhen und die Attraktivität des Einzelhandelsangebotes insgesamt zu steigern.

Bei großflächigen Planvorhaben sind die raumordnerischen Vorgaben zu berücksichtigen.

### 7.3.3 Ansiedlungsvoraussetzungen an der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße

Die Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße stellt einen wichtigen Einzelhandelsschwerpunkt in der Stadt Seelze dar. Neben großflächigen nahversorgungsrelevanten Anbietern verfügt der Standort gegenwärtig über Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment und muss somit als Konkurrenzstandort für das Hauptzentrum Seelze und das Stadtteilzentrum Letter angesehen werden. Zukünftig sollen zentrenrelevante Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert werden. Nahversorgungsrelevante Sortimente sollen verbrauchernah, also in fußläufiger Entfernung zu Wohngebieten angeboten werden.

Für die Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße gilt daher zukünftig:

- **Neuansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment großflächig möglich** (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich). Da in den Fachmarkt-Agglomerationen künftig nur noch nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente möglich sind, genießt diese gegenüber Solitärstandorten Priorität. Gleichwohl ist selbstverständlich auch in den zentralen Versorgungsbereichen die großflächige Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente möglich (vgl. Kap. 7.3.1 und 7.3.2)
- **Keine Neuansiedlung und Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment**
- **Keine Neuansiedlung und Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment**
- **Beschränkung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Randsortiment** bei Neuansiedlungen und Erweiterungen auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. maximal 800 qm absolut (in Anlehnung an das LROP)

Die bestehenden Betriebe genießen selbstverständlich Bestandsschutz.

### 7.3.4 Ansiedlungsvoraussetzungen für solitäre Nahversorgungsstandorte

Solitäre Nahversorgungsstandorte sind Standorte eines Lebensmittelvollsortimenters oder -discounters außerhalb der abgrenzten zentralen Versorgungsbereiche und der Fachmarkt-Agglomeration. Zur Verbesserung der möglichst flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet von Seelze soll die Etablierung von solitären Nahversorgungsstandorten auch weiterhin möglich sein.

Für solitäre Nahversorgungsstandorte gilt:

- **Ansiedlung nur an Standorten mit Nahversorgungsfunktion**, also nur innerhalb oder mit direktem Bezug zu integrierten Wohn- und Mischgebieten (fußläufige Erreichbarkeit)
- **Ansiedlung und Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment bis 800 qm**; im begründeten Ausnahmefall auch großflächig möglich, jedoch nur nach Einzelfallprüfung (um z.B. festzustellen, ob für den betreffenden Bereich überhaupt Bedarf zur Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht) und nur, wenn eine Einzelfallprüfung die Verträglichkeit für die betroffenen zentralen Versorgungsbereiche nachweisen konnte
- **Keine Ansiedlung und Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente** im Hauptsortiment an bestehenden oder neu zu entwickelnden solitären Nahversorgungsstandorten
- **Ansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment bis 800 qm** möglich (ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich)
- **Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente im Randsortiment** bei Neuansiedlungen und Erweiterungen auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche (in Anlehnung an das LROP)

### 7.3.5 Ansiedlungsvoraussetzungen für solitäre Fachmarkt-Standorte

Sollten innerhalb der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße und innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Seelze und Stadtteilzentrum Letter) keine geeigneten Flächen für die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels zur Verfügung stehen, soll den Betrieben auch die Ansiedlung außerhalb dieser Standorte möglich sein.

Für solitäre Fachmarktstandorte gilt daher:

- **Neuansiedlung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment ausnahmsweise möglich** (auch großflächig), wenn für das konkrete Planvorhaben innerhalb der Fachmarkt-Agglomeration und der zentralen Versorgungsbereiche nachweislich keine geeignete Fläche zur Verfügung steht
- **Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente im Randsortiment** bei Neuansiedlungen und Erweiterungen auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche (in Anlehnung an das LROP)
- **keine Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment**

### 7.3.6 Ansiedlungsvoraussetzungen für Gewerbegebiete und sonstige nicht integrierte Standorte außerhalb der Fachmarkt-Agglomeration

Gewerbegebiete dienen der Unterbringung von gewerblichen Betrieben. Um die Flächenpreise für Gewerbebetriebe auf einem angemessenen Niveau halten zu können, sollen Gewerbegebiete in Seelze daher grundsätzlich von Einzelhandelsnutzungen freigehalten werden. Gerichtsurteile haben in der Vergangenheit bestätigt, dass der Ausschluss nur einzelner Sortimente oder Sortimentsgruppen hierfür nicht ausreicht, um diese Zielsetzung zu erreichen, da auch das Zulassen bestimmter Sortimente (z.B. nur nicht-zentrenrelevante Sortimente) den Flächenverbrauch und die Flächenpreise erhöhen würde.

Um die Rechtssicherheit des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes zu gewährleisten soll in den Gewerbegebieten und sonstigen nicht integrierten Standorte außerhalb der Fachmarkt-Agglomeration die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente daher nur ausnahmsweise im besonders begründeten Einzelfall nach Maßgabe der Ansiedlungsvoraussetzungen für solitäre Fachmarkt-Standorte (Kap. 7.3.5) möglich sein.

Ausnahmsweise zulässig ist außerdem Einzelhandel im Zusammenhang mit der am Ort erfolgenden Herstellung oder Weiterverarbeitung von Waren (Direktvermarktung) auf insgesamt untergeordneter Größe (max. 50 qm) gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO.

Abb. 34: Übersicht Standortkategorien

zentrale Versorgungsbereiche	Hauptsortiment zentrenrelevante Sortimente	Hauptsortiment nahversorgungsrelevante Sortimente	Hauptsortiment nicht-zentrenrelevante Sortimente
Hauptzentrum Seelze	uneingeschränkte Ansiedlung*	uneingeschränkte Ansiedlung*	uneingeschränkte Ansiedlung*
Stadtteilzentrum Letter	bis 800 qm möglich*	uneingeschränkte Ansiedlung*	uneingeschränkte Ansiedlung*
<b>weitere Standortkategorien</b>			
Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße	Keine Ansiedlung, Beschränkung der Randsortimente	keine Ansiedlung	großflächig möglich*, prioritäre Ansiedlung
Solitäre Nahversorgungsstandorte in integrierten Wohn- und Mischgebieten	keine Ansiedlung	bis 800 qm ; im begründeten Ausnahmefall auch großflächig	bis 800 qm möglich
Gewerbegebiete und sonstige nicht-integrierte Standorte	keine Ansiedlung**	keine Ansiedlung	nur nach Einzelfallprüfung, großflächig möglich

\* Ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich

\*\* Ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) auf max. 50 qm VK

Quelle: CIMA GmbH 2010

## 8 STANDORTKONZEPT

Das nachfolgende Standortkonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Seelze erarbeitet.

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

- Qualitative und quantitative Sicherung und Entwicklung des Hauptzentrums Seelze (vgl. Kap. 8.1)
- Qualitative und quantitative Sicherung und Entwicklung des Stadtteilzentrums Letter (vgl. Kap. 8.2)
- Bewertung von Prüfstandorten anhand der festgelegten Ansiedlungskriterien (vgl. Kap. 8.3)

Von der CIMA wurden insgesamt acht Standorte innerhalb des Stadtgebietes von Seelze einer einzelhandelsspezifischen Bewertung unterzogen. Dabei stand die Beurteilung potenzieller Planvorhaben und Entwicklungsbereiche im Stadtgebiet im Mittelpunkt der Untersuchung. Die Bewertung der Standorte erfolgte unter anderem anhand der folgenden Kriterien:

- Lage innerhalb der Gemeinde (Ortszentrum/ Wohngebiet/ sonstige Standorte)
- Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz)
- Erreichbarkeit (fußläufig/ ÖPNV/ Pkw)
- Zusammenhang zu bestehenden (auch solitären) Versorgungslagen
- städtebaulich und funktional integrierte/ nicht-integrierte Lage

### 8.1 Quantitative und qualitative Entwicklung / Stärkung des zentralen Versorgungsbereich Seelze

Wie bereits dargelegt, sollte ein maßgebliches Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Seelze darin bestehen, die bestehenden Verkaufsflächenanteile in den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere im Hauptzentrum Seelze, zu sichern und wenn möglich weiter zu erhöhen und die Funktionsvielfalt durch ergänzende Nutzungen zu steigern. Das Hauptzentrum Seelze soll dadurch über die üblichen Öffnungszeiten hinaus als belebter Stadtmittelpunkt wahrgenommen werden.

Mögliche Neuansiedlungen sollten an die bestehenden Haupteinkaufslagen attraktiv angebunden werden. Insbesondere bei großflächig dimensionierten Vorhaben muss darüber hinaus die Verträglichkeit für die bestehenden Strukturen in Seelze und der Region gewährleistet sein.

Auch wenn das Hauptzentrum Seelze bislang insgesamt nicht unter einer ausgeprägten Leerstandsproblematik zu leiden hat, sollte eine zügige Wiederbesetzung leerstehender Verkaufsflächen angestrebt werden, um weiteren Trading-Down-Effekten aktiv entgegenzuwirken. Gerade in den Nebenlagen des zentralen Versorgungsbereiches, im östlichen Bereich der Hannoverschen Straße sowie Am Kreuzweg und in der Bremer Straße stehen Ladenlokale leer, die neu belebt werden müssen. Dabei muss nicht immer Einzelhandel als Neunutzung gewählt werden, auch attraktive Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe können zu einer Aufwertung und Belebung des öffentlichen Raumes beitragen und Frequenzen erzeugen. Ein Flächenmanagement kann den Hauseigentümern beratend zur Seite stehen und diese zu Investitionen motivieren.

Durch die Zusammenlegung kleinerer Betriebsflächen können gegebenenfalls marktgerechte Ladengrößen für neue Einzelhandelsnutzungen geschaffen werden.

Um den zentralen Versorgungsbereich als Ganzes zu stärken, sollte sich die zukünftige Einzelhandelsentwicklung insbesondere auf die Hauptgeschäftslage,

den Bereich der Hannoverschen Straße, fokussieren. Auch den Nebenlagen des zentralen Versorgungsbereichs kommt jedoch eine besondere Bedeutung zu: Wegen des geringeren Mietniveaus können sich dort Spezialisten und Existenzgründer etablieren, die zur Individualität und Vielfalt der Seelzer Einzelhandelslandschaft beitragen. Der Fokus für diesen Bereich liegt dementsprechend auf der Attraktivierung und gegebenenfalls Erweiterung bestehender Betriebe, der Wiederbesetzung entstandener Leerstände sowie einer Aufwertung der Bausubstanz und des öffentlichen Raumes.

**Abb. 35: Zentraler Versorgungsbereich Seelze (Hannoversche Straße)**



Quelle: CIMA GmbH 2010

Zukünftige Entwicklungsschwerpunkte für die Ansiedlung von weiteren Magnetbetrieben sollten insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente gesetzt werden. Nur so kann es aus Sicht der CIMA gelingen, das Hauptzentrum Seelze auch gegenüber den Konkurrenzcentren (Hannover, Garbsen, usw.) als attraktiven Einkaufsstandort in der Region langfristig zu positionieren.

### **Funktionale / städtebauliche Aufwertungen**

Aufgrund des sanierten Straßenraums und des teilweise begrünten zentralen Platzes am Alten Krug erweckt die Seelzer Innenstadt einen insgesamt freundlichen und gepflegten Eindruck.

Es bieten sich jedoch aus Sicht der CIMA durchaus noch Ansatzpunkte für eine Aufwertung des öffentlichen Raumes. So sollte der zentrale Versorgungsbereich durch gestalterische Maßnahmen hervorgehoben werden. Künftig sollte daher auf eine einheitliche Möblierung geachtet werden, welche den Bereich als zusammengehörig und „aus einem Guss“ erkennbar macht. Pflanzkübel und Beete müssen ganzjährig hochwertig und ansprechend gestaltet sein.

Zur Sicherung eines qualitativ hochwertigen Stadtbilds empfiehlt die CIMA außerdem die Optimierung der Schaufenster- und Ladengestaltung. Dies würde sich erfahrungsgemäß nicht nur positiv auf die Kundenfrequenzen auswirken, sondern auch die Vermietungschancen leerstehender Ladenlokale erhöhen.

Das Hauptzentrum Seelze ist nicht nur Einzelhandels- sondern auch Dienstleistungszentrum der Stadt und lebt unter anderem von außergewöhnlichen (d.h. einzigartigen) Veranstaltungen und Events. Zur funktionalen und städtebaulichen Entwicklung der Innenstadt empfiehlt die CIMA deshalb:

- Sicherung attraktiver Dienstleistungs- und Freizeiteinrichtungen (u.a. Gastronomie, Veranstaltungen)
- Angebotserweiterung der Gastronomie am Platz am Alten Krug
- Profilbildung durch Marketing und temporäre Events auf dem Platz am Alten Krug als „Mittelpunkt“ des Hauptzentrums
- Bessere Kommunikation der Stärken des Seelzer Einzelhandels- und des Dienstleistungsspektrums nach Außen

### Stadtmarketing / Entwicklungs- und Finanzierungskonzepte / Strategie

Innenstädte und Stadtzentren sind häufig aufgrund der unterschiedlichen Interessen und Ansprüche sowie der schwierigen Organisationsstruktur gerade im Vergleich zu einheitlich errichteten und organisierten Einkaufszentren auf der „Grünen Wiese“ im Nachteil.

Die Stadt Seelze verfügt mit der Gemeinschaft für Handel und Gewerbe in Seelze e.V. (HGS) aus Sicht der CIMA über eine Organisationsform, die mit ihrer Arbeit wesentlich zur Attraktivität und „Belebung“ der Stadt Seelze beiträgt.

Dennoch sollten die bestehenden Organisationsstrukturen laufend dahingehend überprüft werden, ob die gewählten Handlungsfelder noch zielführend und das Organisations- und Finanzierungskonzept entsprechend stimmig ist. Zudem kann die Teilnahme an Wettbewerben und Förderprogrammen sinnvoll sein, um das ehrenamtliche Engagement mit zusätzlichen finanziellen Mitteln zu stärken und zu stützen. 2010 hat Seelze bereits erfolgreich an dem Wettbewerb „Ab in die Mitte“ teilgenommen (Projekt „ObenTraut – wir trauen uns!“).

---

**Aus Sicht der CIMA ist es von Bedeutung, das Hauptzentrum Seelze als Einkaufsstandort nicht nur weiter zu entwickeln, sondern auch als zusammenhängendes Einkaufsziel einheitlich zu vermarkten. Dabei sollten die bestehenden Stärken ebenso berücksichtigt werden wie die Sicherung und Entwicklung attraktiver Dienstleistungs- und Freizeiteinrichtungen (u.a. Gastronomie, Events, einheitliche Ladenöffnungszeiten, etc.).**

---

## 8.2 Quantitative und qualitative Entwicklung / Stärkung des Stadtteilzentrums Letter

Auch für das Stadtteilzentrum Letter gilt zukünftig das Entwicklungsziel, über die Sicherung des bestehenden Einzelhandels hinaus den Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz weiter zu erhöhen und die Belebung und Frequentierung des zentralen Versorgungsbereiches durch eine breite Funktionsvielfalt zu steigern. Hierfür sind auch gastronomische Einrichtungen von hoher Bedeutung, wie z.B. das Eiscafé an der Kirchstraße belegt.

Wie das Hauptzentrum Seelze hat auch das Stadtteilzentrum Letter bislang insgesamt nicht unter einer ausgeprägten Leerstandsproblematik zu leiden. Zum Zeitpunkt der Bestandserfassung für das vorliegende Gutachten wurde eine größere Anzahl leerstehender Ladenlokale registriert, diese sind jedoch zum Teil auf die erfolgten Sanierungsmaßnahmen der Lange-Feld-Straße zurückzuführen. Nach Abschluss der Sanierungsarbeiten liegt nunmehr ein zeitgemäß gestalteter Straßenraum vor, sodass eine zügige Wiederbesetzung der leerstehenden Verkaufsflächen angestrebt werden kann. Hier kann ein qualifiziertes Flächenmanagement helfen, passende Mieter aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie zu finden. Ein Flächenmanagement muss aber auch den Eigentümern verdeutlichen, dass diese den Sanierungsstatus ihrer Ladenlokale dem hohen Standard des öffentlichen Raumes anpassen müssen, wenn ein Vermietungserfolg eintreten soll. Durch die Zusammenlegung kleinerer Betriebsflächen könnten – wenn möglich – marktgerechtere Ladengrößen für neue Mieter geschaffen werden. Auch hier kann ein professionelles Flächenmanagement helfen, die Eigentümer zu Investitionen zu motivieren und die Flächenanpassungen gezielt zu lenken.

Zukünftig müssen in dem Stadtteilzentrum Letter die Einzelhandelsangebote aus dem zentrenrelevanten Bereich ausgebaut werden und hier insbesondere die „Leitbranchen“ Bekleidung/Wäsche und Schuhe/Lederwaren. Diese Sortimente benötigen die Agglomeration mit mehreren benachbarten/ konkurrierenden Betrieben, um ihre volle Anziehungskraft auf potenzielle Kunden ent-

fallen zu können. Nur durch eine Verdichtung der Angebote kann daher ein gewisses Gewicht und somit eine „Sogwirkung“ des zentralen Versorgungsbereiches Letter erreicht werden.

### **Funktionale / städtebauliche Aufwertungen**

Wie erwähnt wurde der öffentliche Raum des Stadtteilzentrums Letter entlang der Lange-Feld-Straße erst kürzlich umfassend saniert. Dabei wurde auch auf den Erhalt ausreichender Parkflächen im Straßenraum geachtet, sodass die Parksituation im zentralen Versorgungsbereich gegenwärtig als gut eingestuft werden kann. Weiterhin wird zurzeit der Bereich des Kastanienplatzes saniert. Aus Sicht der CIMA ist für das gesamte Stadtteilzentrum, also auch für die Straßen Im Sande und Kirchstraße, eine Angleichung des öffentlichen Raumes an die neu gestaltete Lange-Feld-Straße anzustreben, um somit einen einheitlichen Bereich zu schaffen und Kundenfrequenzen auch in die Nebenlagen (nördlicher Kastanienplatz, Im Sande, Kirchstraße) zu lenken.

Zum Teil sind im Stadtteilzentrum Letter Investitionsbedarfe in den Immobilienbestand offensichtlich. Hier sind die Eigentümer und Mieter gefragt, ihre Ladenlokale ebenfalls in zeitgemäßem, ansprechendem Zustand zu präsentieren, um diese somit an das Niveau des neu gestalteten öffentlichen Raumes anzugleichen. Zur Schaffung eines qualitativ hochwertigen Gesamtbildes bietet es sich außerdem an, durch eine Gestaltungssatzung einheitliche Gestaltungsrichtlinien für Gastronomen, Einzelhändler und Dienstleister zu vereinbaren. Positivbeispiele aus anderen Städten belegen, dass dies ein geeignetes Instrument ist, um nach dem Prinzip „weniger ist mehr“ ein für den Kunden ansprechenderes Gesamtbild herzustellen<sup>12</sup>. Beispielsweise lassen sich auf diese Weise Größe und Anzahl der Außenwerbung, Art und Material der Außenbestuhlung oder der Markisen und Vordächer regeln. Einem „Wildwuchs“ genehmigungsfreier Werbeanlagen (z.B. sog. „Passantenstopper“) kann durch den Beschluss einer Werbesatzung entgegengewirkt werden. Unerwünschte

<sup>12</sup> vgl. z.B. DSSW-Studie zur Geschäftsstraßenraumgestaltung: Erhöhung der Funktionalität, Attraktivität und Effizienz durch Reduktion (<http://www.dssw.de/reduktion.html>)

Einfriedungen von Außengastronomie-Bereichen könnten bei Bedarf etwa über eine Vorgartensatzung geregelt werden.

Der Kastanienplatz soll nach Abschluss der Sanierungsmaßnahme als zentraler Platz und Treffpunkt Letters entwickelt werden. Die Durchführung von Veranstaltungen und Events sowie die Ansiedlung gastronomischer Einrichtungen am Kastanienplatz können die Entwicklung des Kastanienplatzes als zentralen Treffpunkt und Mittelpunkt Letters forcieren und gleichzeitig das „Wir-Gefühl“ der Bevölkerung stärken.

### **Stadtmarketing / Entwicklungs- und Finanzierungskonzepte / Strategie**

Innenstädte und Stadtteilzentren sind häufig aufgrund der unterschiedlichen Interessen und Ansprüche sowie der schwierigen Organisationsstruktur gerade im Vergleich zu einheitlich errichteten und organisierten Einkaufszentren auf der „Grünen Wiese“ im Nachteil. Auch im Stadtteil Letter ist die HGS aktiv und bemüht sich, gemeinsam mit Stadtverwaltung und Politik, um ein professionelles City-Marketing. Um die Erfolge dieser Aktivitäten zu erhöhen sollte die HGS sich aktiv darum bemühen, die Zahl der Mitgliedsbetriebe in Letter weiter zu verstärken. Dem ehrenamtlichen Engagement sollte ein professionell geführtes, mit ausreichend finanziellen Mitteln ausgestattetes Stadtmarketing zur Seite stehen. Beide Institutionen zusammen können, in enger Zusammenarbeit und Abstimmung, ein optimales Ergebnis erzielen. Gemeinsam muss dafür Sorge getragen werden, dass nach Abschluss der Baumaßnahmen in Letter nachhaltige Strukturen geschaffen werden.

---

**Aus Sicht der CIMA ist es von Bedeutung, das Stadtteilzentrum Letter als Einkaufsstandort zu sichern und gezielt weiterzuentwickeln. Durch gestalterische Maßnahmen und die Etablierung des Kastanienplatzes als Mittelpunkt und Treffpunkt Letters soll die Aufenthaltsqualität des Stadtteilzentrums gestärkt werden. Veranstaltungen und Events sollen zur Profilbildung Letters beitragen und das „Wir-Gefühl“ der Bewohner stärken.**

---

### 8.3 Prüfstandorte

Abb. 36: Übersichtskarte Prüfstandorte



Kartengrundlage: Google Earth Pro 2010

Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

- Standort 1: Gümmer, Osnabrücker Landstraße
- Standort 2: Lohnde, Calenberger Straße
- Standort 3: Seelze Süd, Gewerbegebiet
- Standort 4: Seelze Süd, westlicher Kirchbuschweg
- Standort 5: Seelze Süd, östlicher Kirchbuschweg
- Standort 6: Potentialfläche Fachmarktstandort
- Standort 7: Velber, Hasselfeldstraße
- Standort 8: Velber, Stadtweg

### 8.3.1 Prüfstandort 1: Gümmer, Osnabrücker Landstraße

Der Prüfstandort 1 umfasst das Grundstück an der Osnabrücker Landstraße am westlichen Ortsrand von Gümmer in der Nähe zur S-Bahnstation. Auf der derzeit landwirtschaftlich genutzten Fläche findet gegenwärtig die Neuansiedlung eines Netto Lebensmitteldiscounters mit einer Verkaufsfläche von 800 qm sowie eines ergänzenden Backshops mit 30 qm Verkaufsfläche statt<sup>13</sup>.

**Abb. 37: Standort 1: Gümmer, Osnabrücker Landstraße (Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

#### Bewertungskriterien:

- Lage im westlichen Randbereich des Stadtteils Gümmer. Die Entfernung zum östlich gelegenen Hauptsiedlungsgebiet Gümmer beträgt rd. 100 m. Der Stadtteil Dedensen ist rd. 1 Kilometer entfernt.
- Der Standort verfügt aufgrund der Lage an der Osnabrücker Landstraße über eine gute Pkw-Erreichbarkeit.
- Die fußläufige Erreichbarkeit aus Gümmer ist über einen Fußweg auf der nördlichen Seite der Osnabrücker Landstraße gewährleistet. Es ergibt sich somit der Bedarf, einen Fußgängerüberweg zu schaffen, um den Standort an diesen Fußweg anzubinden.
- Eine ÖPNV-Anbindung ist über die Bushaltestelle Graseweg (Linie 700) in unmittelbarer Nähe gegeben.
- Die Nähe zur S-Bahnstation und dem dazugehörigen P&R-Parkplatz sorgt für zusätzliche Kundefrequenzen.
- Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage zwischen den beiden Siedlungsteilen des Stadtteils Gümmer.
- Im Ortskern von Gümmer ist aufgrund der kleinteiligen Bebauungsstruktur keine geeignete Fläche vorhanden.

<sup>13</sup> Zum Zeitpunkt der Standortprüfung im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes lag lediglich eine Anfrage für diese Ansiedlung vor. Mittlerweile wurde jedoch bereits die Baugenehmigung erteilt.

**Abb. 38: Fotos des Standortes 1 (Gümmer, Osnabrücker Landstraße)**



Fotos: CIMA GmbH 2010

---

**Bewertung:**

Der Prüfstandort an der Osnabrücker Landstraße im Stadtteil Gümmer befindet sich westlich des Hauptsiedlungsbereiches und direkt angrenzend an ein westlich im Stadtteil gelegenes Wohngebiet (Bereich Vorm Walde/ An der Rampe). Der Standort ist fußläufig erreichbar und in das ÖPNV-Netz eingebunden. Der Standort befindet sich somit in städtebaulich integrierter Lage und ist grundsätzlich für die Ansiedlung von Nahversorgungseinzelhandel geeignet.

Gegenwärtig existiert im Stadtteil Gümmer lediglich ein sehr kleinteiliger Nahversorger (Back Shop & Mini Shop), sodass die Ansiedlung eines leistungsfähigen Lebensmittelmarktes für die 2.026 Einwohner Gümmers sinnvoll ist.

Aufgrund der kleinteiligen Bebauungsstrukturen ist die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers in der geplanten Dimensionierung (800 qm VK) innerhalb des Hauptsiedlungsbereiches nicht möglich. Das Ausweichen auf die Freifläche zwischen den Siedlungsbereichen ist daher die optimale Lösung, um einen aus dem gesamten Stadtteil fußläufig erreichbaren Nahversorgungsstandort zu etablieren.

Nach Ansicht der CIMA besteht aufgrund der Lage des Fußweges auf der nördlichen Straßenseite Bedarf, eine Querungshilfe für Fußgänger einzurichten.

---

### 8.3.2 Prüfstandort 2: Lohnde, Calenberger Straße

Der Prüfstandort 2 umfasst ein Grundstück am westlichen Ortsausgang des Stadtteils Lohnde, südlich der Calenberger Straße. Die Fläche wird derzeit landwirtschaftlich genutzt und soll zukünftig als Standort für die Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des in Lohnde ansässigen des NP-Marktes dienen, welcher sich derzeit im Ortskern befindet (Calenberger Straße 21), dort jedoch nur über rd. 330 qm Verkaufsfläche und eine problematische Stellplatzsituation verfügt. Die zeitgemäße Neuaufstellung des Marktes (Verkaufsflächenerweiterung auf 800 qm angestrebt) ist daher notwendig, um einen langfristigen Fortbestand dieses Nahversorgungsangebotes sicherstellen zu können<sup>14</sup>.

**Abb. 39: Standort 2: Lohnde, Calenberger Straße (Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

<sup>14</sup> Zum Zeitpunkt der Standortprüfung im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes lag lediglich eine Anfrage für diese Ansiedlung vor. Mittlerweile wurde jedoch bereits die Baugenehmigung erteilt.

#### Bewertungskriterien:

- Lage des Prüfstandortes am westlichen Ortsausgang von Lohnde. Die Wohnbebauung grenzt nördlich direkt an den Standort an (getrennt durch Calenberger Straße). Die Entfernung zum Ortskern beträgt rd.400 Meter. Somit ist die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes gewährleistet.
- Aufgrund der Lage an der Calenberger Straße ist eine gute Pkw-Erreichbarkeit gewährleistet.
- Eine ÖPNV-Anbindung ist über die Bushaltestelle Hafenstraße (Linie 700) in rd. 100 m Entfernung gegeben.
- Der Standort kann daher insgesamt als städtebaulich integriert bewertet werden.
- Am Altstandort NP ist aufgrund der kleinteiligen Bebauungssituation keine Verkaufsflächenerweiterung und Verbesserung der Stellplatzsituation möglich.

**Abb. 40:** Foto des Standortes 2 (Lohnde, Calenberger Straße)



Foto: CIMA GmbH 2010

**Abb. 41:** Foto des derzeitigen NP-Standortes (Calenberger Straße 21)



Fotos: CIMA GmbH 2010

---

**Bewertung:**

Der Prüfstandort in Lohnde an der Calenberger Straße befindet sich am westlichen Ortsausgang mit direktem Bezug zur Wohnbebauung. Die fußläufige Erreichbarkeit ist ebenso gegeben wie eine ÖPNV-Anbindung, sodass der Standort insgesamt als städtebaulich-integriert bewertet werden kann. Am derzeitigen Standort des NP-Marktes im Ortskern Lohndes ist aufgrund der kleinflächigen Bebauungssituation keine Flächenerweiterung möglich.

Somit ist der Standort für die Umsiedlung und Erweiterung des NP-Marktes in Lohnde geeignet. Das Planvorhaben dient der langfristigen Sicherung und Stärkung der Nahversorgung und übersteigt nicht die örtlich vorhandenen Potenziale.

Nach der Umsiedlung des ansässigen NP-Marktes aus dem Ortskern Lohndes an den westlichen Ortsrand muss eine adäquate Nachnutzung des Altstandortes im Hauptsiedlungsbereich gewährleistet sein, da im Ortskern ergänzende Betriebe und Einrichtungen wie Apotheke, SB-Bankterminal, Zahnarzt, Physiotherapie, Restaurant vorhanden sind, die zum Teil auf die Frequenzen eines Magnetbetriebes angewiesen sind. Die Nachnutzung der NP-Immobilie sollte daher idealerweise einen hohen Kundenverkehr generieren, um zum Erhalt der umliegenden Versorgungsstrukturen beitragen zu können. Mögliche Nachnutzungsformen wären ein Mix aus kleinteiligen Betrieben des periodischen Bedarfs (Bäcker, Fleischer, Obst & Gemüse, Blumen etc.), ein Bio-markt, ein Drogeriemarkt, ein Getränkemarkt oder einen Tierfuttermarkt.

Der Ortskern von Lohnde sollte optimal an den neuen Standort des NP-Marktes angebunden werden, um eine gute fußläufige Erreichbarkeit des Lebensmittelnahversorgers und positive Wechselwirkungen zwischen beiden Einzelhandelsstandorten zu gewährleisten.

---

### 8.3.3 Prüfstandort 3: Seelze Süd, Gewerbegebiet

Der Prüfstandort 3 befindet sich im Gewerbegebiet Seelze-Süd westlich der Einmündung Almhorster Straße in die Straße Am Zweigkanal (B 441). Der Standort soll auf seine Eignung für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes geprüft. Derzeit ist der Standort eine brachliegende Freifläche.

**Abb. 42: Standort 3: Seelze Süd, Gewerbegebiet (Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

#### Bewertungskriterien:

- Der Standort befindet sich im Gewerbegebiet Seelze-Süd „Immengarten“ und ist etwa 400 m entfernt vom Siedlungsgebiet des Ortsteils, von welchem er durch eine Kleingartensiedlung deutlich räumlich getrennt ist.
- Von den einwohnerreichen Stadtteilen (Seelze und Letter) ist der Standort durch die Lage südlich des Kanals und der Bahntrasse ebenfalls deutlich getrennt.
- Der Standort verfügt durch die Lage an der stark frequentierten Straße Am Zweigkanal (B 441) über eine gute Pkw-Erreichbarkeit.
- Der Standort verfügt über keine fußläufige Beziehung zu wesentlichen Wohngebieten.
- Die ÖPNV-Erreichbarkeit ist über die Bushaltestelle Almhorster Straße (Linie 573) in unmittelbarer Nähe gegeben.
- Der Standort befindet sich in städtebaulich nicht integrierter Lage.

Abb. 43: Fotos des Standortes 3 (Seelze-Süd, Gewerbegebiet)



Fotos: CIMA GmbH 2010

---

#### Bewertung:

Der Prüfstandort 3 befindet sich in städtebaulich nicht-integrierter Lage an der Almhorster Straße im Gewerbegebiet Seelze-Süd. Der Standort ist derzeit eine Brachfläche.

Der Standort ist über die Straße Am Zweigkanal gut mit dem Pkw zu erreichen. Eine ÖPNV-Anbindung ist ebenfalls gegeben. Es fehlt jedoch eine fußläufige Erreichbarkeit weshalb der Standort für die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten generell nicht geeignet ist.

Für die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist der Standort zwar grundsätzlich geeignet, muss sich jedoch an den Ansiedlungskriterien des Branchenkonzeptes (vgl. Kap. 7.3) messen lassen. Gemäß des Konzeptes soll die Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße für die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe prioritär behandelt werden, um dort eine Konzentration der Einzelhandelsnutzungen und somit eine höhere Sogwirkung für potenzielle Kunden zu erreichen.

An dem Standort im Gewerbegebiet Seelze-Süd sollte daher nur dann ein Bau- und Gartenmarkt angesiedelt werden, wenn eine Ansiedlung innerhalb der priorisierten Standorte nachweislich nicht möglich ist.

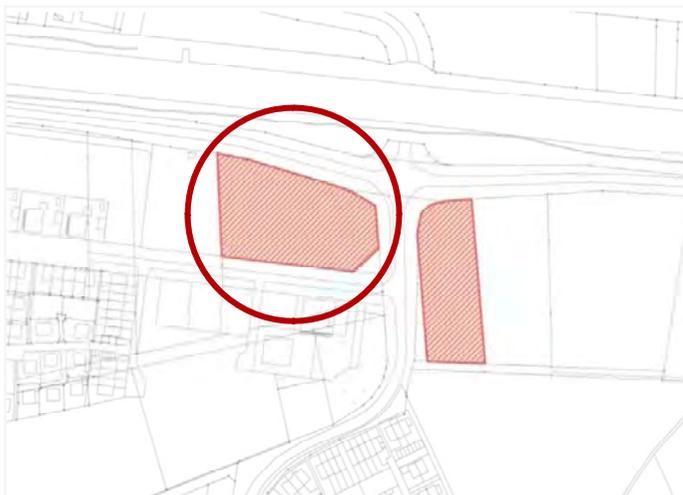
Durch die Lage südlich des Kanals und der Bahntrasse ist der Standort für den Großteil der Bevölkerung im Stadtgebiet vergleichsweise schlecht zu erreichen. Vielmehr würden vor allen die Pkw-Ströme auf der B 441 angesprochen werden. Ein Planvorhaben auf dieser Fläche müsste daher auch auf seine Vereinbarkeit mit raumordnerischen Vorgaben sowie die Verträglichkeit für die Einzelhandelsstrukturen in den Nachbarkommunen geprüft werden.

---

### 8.3.4 Prüfstandort 4: Seelze-Süd, westlicher Kirchbuschweg

Der Prüfstandort 4 befindet sich in Seelze-Süd westlich der Einmündung des Kirchbuschweges in die B 441 und nördlich der Straße An den Grachten. Der Standort soll auf seine Eignung für die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers geprüft werden. Nach dem gültigen Bebauungsplan wäre eine Neuansiedlung mit bis zu 2.500 qm Verkaufsfläche möglich. Derzeit ist der Standort eine ungenutzte Brachfläche.

**Abb. 44: Standort 4: Seelze-Süd, westlich Kirchbuschweg (Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

#### Bewertungskriterien:

- Der Standort befindet sich im Nordosten des Stadtteils Seelze-Süd im Bereich des geplanten Stadtplatzes, welcher künftig den Ortsmittelpunkt von Seelze-Süd darstellen soll. Eine Kindertagesstätte ist hier bereits vorhanden, weitere Dienstleistungseinrichtungen sind angestrebt.
- Der Standort verfügt über eine gute Pkw-Erreichbarkeit, allerdings kann die Zufahrt zur B 441 bei starker Pkw-Frequentierung problematisch werden. Für 2011 ist bereits die Einrichtung einer Lichtsignalanlage geplant.
- Die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes ist ebenfalls gegeben, da er direkt an die Wohnbebauung des Ortsteils Seelze-Süd angrenzt.
- Die ÖPNV-Anbindung ist über die Bushaltestelle „Am Markt“ (Linie 573) direkt am Standort gewährleistet.
- Der Standort befindet sich insgesamt in städtebaulich integrierter Lage.

Abb. 45: Fotos des Standortes 4 (Seelze Süd, westlicher Kirchbuschweg)



Fotos: CIMA GmbH 2010

---

#### Bewertung:

Der Prüfstandort 4 befindet sich an der B 441/ Ecke Kirchbuschweg/ An den Grachten in städtebaulich integrierter Lage in Seelze-Süd und ist daher für die Ansiedlung von Nahversorgungseinzelhandel grundsätzlich geeignet.

Der Standort verfügt über eine gute Pkw-Erreichbarkeit, jedoch müsste für die Grundstückszufahrt aufgrund der höheren Lage des Kirchbuschweges und der B 441 eine Rampe o.ä. geschaffen werden. Ein Umlenken der gesamten Pkw-Frequenzen auf die Straße An den Grachten ist hingegen nicht sinnvoll.

Die Dimensionierung des anzusiedelnden Lebensmittelmarktes sollte jedoch das örtlich vorhandene Nachfragepotenzial (rd. 1.200 Einwohner) nicht übersteigen. Um die Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Seelze-Süd nicht zu übersteigen, sollten Ansiedlungen daher auf die Grenze der Großflächigkeit (d.h. max. 800 qm VK) beschränkt werden. Der derzeit gültige Bebauungsplan sollte dementsprechend angepasst werden, da die derzeit mögliche Verkaufsfläche von 2.500 qm zu wesentlichen Umsatzverdrängungen im Stadtgebiet führen könnte.

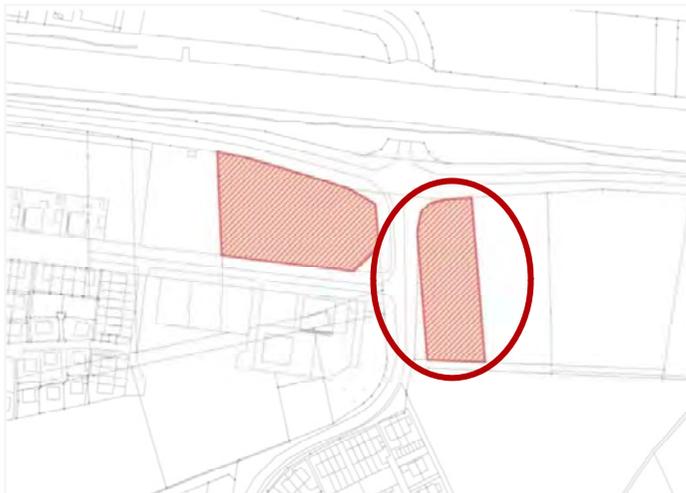
Ogleich die Nachfragepotenziale in Seelze-Süd derzeit nur vergleichsweise gering sind, dürfte die Investoren- und Betreibersuche für den Standort langfristig positiv verlaufen, wenn die positive Einwohnerentwicklung und die Ansiedlung arrondierender Dienstleistungsnutzungen zukünftig weiter anhält.

---

### 8.3.5 Prüfstandort 5: Seelze Süd, östlicher Kirchbuschweg

Der Prüfstandort 5 befindet sich ebenfalls in Seelze-Süd, jedoch östlich der Einmündung des Kirchbuschweges in die B 441, also gegenüberliegend des Prüfstandortes 4. Der Standort soll ebenfalls auf seine Eignung für die Ansiedlung eines Lebensmittelhansversorgers geprüft werden. Die Fläche wird derzeit landwirtschaftlich genutzt.

**Abb. 46: Standort 5: Seelze Süd, östlich Kirchbuschweg (Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

#### Bewertungskriterien:

- Der Standort befindet sich nordöstlich des Stadtteils Seelze Süd. Der Standort ist durch den Kirchbuschweg vom geplanten Stadtplatz im Bereich An den Grachten getrennt.
- Der Standort verfügt über eine gute Pkw-Erreichbarkeit, allerdings kann die Zufahrt zur B 441 bei starker Pkw-Frequentierung problematisch werden. Für 2011 ist bereits die Einrichtung einer Lichtsignalanlage geplant.
- Die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes ist gegeben, da er sich in unmittelbarer Nähe der Wohnbebauung des Ortsteils Seelze-Süd befindet. Allerdings wäre das Einrichten einer Querungshilfe über den Kirchbuschweg sinnvoll.
- Die ÖPNV-Anbindung ist über die Bushaltestelle „Am Markt“ in unmittelbarer Nähe gewährleistet.
- Der Standort befindet sich insgesamt in städtebaulich integrierter Lage.

Abb. 47: Fotos des Standortes 5 (Seelze Süd, östlicher Kirchbuschweg)



Fotos: CIMA GmbH 2010

---

**Bewertung:**

Der Prüfstandort 5 befindet sich an der B 441/ Ecke Kirchbuschweg in städtebaulich integrierter Lage in Seelze-Süd und ist für die Ansiedlung von Nahversorgungseinzelhandel grundsätzlich geeignet.

Aus Gutachtersicht ist der Prüfstandort 4 (westlich des Kirchbuschweges) für die Ansiedlung eines Lebensmittelversorgers besser geeignet als der Prüfstandort 5 (östlich des Kirchbuschweges), da sich dort ein direkter Bezug zu den vorhandenen Strukturen und dem künftigen Stadtplatz herstellen lässt und eine Ansiedlung an dieser Stelle die Entwicklung kompakter Versorgungsstrukturen beschleunigen würde.

Zugunsten der Entwicklungschancen des Prüfstandortes 4 sollte daher östlich des Kirchbuschweges die Ansiedlung eines Lebensmittelversorgers nicht ermöglicht werden. An dem bestehenden Planungsrecht kann festgehalten werden.

---

### 8.3.6 Prüfstandort 6: Potentialfläche Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße

Die Potentialfläche 6 befindet sich in der östlichen Hälfte der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße (vgl. Kap. 4.3.3). Es soll geprüft werden, ob sich der Standort für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes eignet. Derzeit wird die Fläche zum überwiegenden Teil als Sportplatz des RSV Seelze genutzt.

**Abb. 48: Standort 6: Potentialfläche Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße (Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

#### Bewertungskriterien:

- Der Standort befindet sich innerhalb der ausgewiesenen Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße zwischen den Stadtteilen Seelze und Letter. Die Entfernung zum Hauptzentrum Seelze beträgt rd. 1,4 km und zum Stadtteilzentrum Letter rd. 1,9 km.
- Aufgrund der Lage an der Hauptverkehrsachse Hannoversche Straße verfügt der Standort über eine gute Pkw-Erreichbarkeit.
- Die fußläufige Erreichbarkeit ist nur eingeschränkt gegeben, da sich der Standort nicht in direkter Nähe zu Wohngebietslagen befindet. Der Standort ist überwiegend auf Pkw-Kunden orientiert.
- Auch eine ÖPNV-Haltestelle befindet sich nicht in unmittelbarer Nähe.
- Der Standort befindet sich somit in städtebaulich nicht-integrierter Lage.

**Abb. 49: Fotos des Standortes 6 (Potentialfläche Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße)**



Quelle: CIMA GmbH 2010

---

#### Bewertung:

Der Prüfstandort 6 befindet sich innerhalb der Fachmarkt-Agglomeration Hannoversche Straße und schließt östlich an die dort vorhandenen Einzelhandelsnutzungen an.

Da sich der Standort in städtebaulich nicht-integrierter Lage befindet, ist er generell nicht für die Ansiedlung von zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel geeignet. Gemäß Branchenkonzept (vgl. Kap. 7.3) ist er jedoch für die Ansiedlung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel geeignet.

Großflächige Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sollen bevorzugt in der Fachmarkt-Agglomeration erfolgen, sodass der Prüfstandort für die Etablierung eines Bau- und Gartenmarktes innerhalb des Stadtgebietes von Seelze optimal geeignet ist. Eine Ansiedlung an diesem Standort würde zu der gewünschten Konzentration der nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsnutzungen beitragen und eine Verdichtung der Angebote erzeugen, sodass eine möglichst hohe Sogwirkung für potenzielle Kunden erzielt werden könnte.

Die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes würde zudem die Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet von Seelze maßgeblich senken können.

Aufgrund der möglichen Konkurrenz zu den zentralen Versorgungsbereichen ist die Ansiedlung zentrenrelevanter Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche (bzw. 800 qm maximal) zu beschränken. Zudem ist bei großflächigen Neuansiedlungen eine Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich.

---

### 8.3.7 Prüfstandort 7: Velber, Hasselfeldstraße

Der Prüfstandort 7 befindet sich am nördlichen Ortseingang des Stadtteils an der Hasselfeldstraße. Der Standort soll auf seine Eignung für die Ansiedlung eines Lebensmittelhversorgers geprüft werden. Die Fläche wird derzeit landwirtschaftlich genutzt.

**Abb. 50: Standort 7: Velber, Hasselfeldstraße(Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

#### Bewertungskriterien:

- Der Prüfstandort befindet sich am nördlichen Ortsrand von Velber und grenzt im Süden direkt an die Wohnbebauung des Stadtteils und im Norden an das Gartencenter Bartling an.
- Aufgrund der Lage an der Hasselfeldstraße ist eine gute Pkw-Erreichbarkeit gegeben.
- Aufgrund der direkten Nähe zur Wohnbebauung ist eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes gegeben. Jedoch ist entlang der Hasselfeldstraße bislang kein Fußweg vorhanden.
- Ein Anschluss an das ÖPNV-Netz ist in direkter Nähe derzeit nicht vorhanden.
- Der Standort befindet sich insgesamt in städtebaulich integrierter Lage, jedoch besteht Optimierungsbedarf für die fußläufige Erreichbarkeit und die ÖPNV-Anbindung.

Abb. 51: Standort 7: Velber, Hasselfeldstraße



Fotos: CIMA GmbH 2010

---

#### Bewertung:

Der Prüfstandort 7 befindet sich am nördlichen Ortsausgang Velbers und befindet sich auf einer Freifläche zwischen der Wohnbebauung des Stadtteils im Süden und dem Gartencenter Bartling im Norden. Der Standort kann insgesamt als städtebaulich integriert bezeichnet werden und ist somit grundsätzlich geeignet für die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers.

Die Pkw-Erreichbarkeit des Standortes ist über die Hasselfeldstraße gegeben. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aufgrund der direkten Nähe zur Wohnbebauung gegeben, allerdings müsste künftig ein Fußweg entlang der Hasselfeldstraße angelegt werden. Die Einrichtung eines Fußweges ist aus Sicht der CIMA empfehlenswert. Eine direkte Anbindung an das ÖPNV-Netz ist derzeit nicht gegeben. Hier empfiehlt sich aus Sicht der CIMA die Schaffung eines zusätzlichen Haltepunktes der Linie 581.

Die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers in Velber ist wünschenswert, da aktuell keinerlei Nahversorgungseinzelhandel im Stadtteil vorhanden ist. Ein Nahversorger im Stadtteil Velber würde somit die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicherstellen und die Kaufkraftabflüsse in das benachbarte Hannover maßgeblich reduzieren.

Die Verkaufsflächendimensionierung des zu errichtenden Lebensmittelmarktes sollte das örtlich vorhandene Nachfragepotenzial (2.061 Ew.) nicht übersteigen. Mit Blick auf den ebenfalls in Velber befindlichen Prüfstandort 8 (vgl. Kap. 8.3.8) sollte daher nur an einem der Potentialstandorte ein Lebensmittelnahversorger realisiert werden. Aufgrund der größeren Entfernung zu Hannover (geringere Umsatzabflüsse aus Hannover-Ahlem nach Seelze) und der geringeren Entfernung zu den Stadtteilen Harenberg und Döteberg (schnellere Erreichbarkeit) ist Prüfstandort 7 gegenüber Prüfstandort 8 zu bevorzugen.

---

### 8.3.8 Prüfstandort 8: Velber, Stadtweg

Der Prüfstandort 8 befindet sich am westlichen Ortseingang von Velber am Stadtweg. Der Standort wird im Folgenden auf seine Eignung in Bezug auf die Ansiedlung eines Lebensmittelhansversorgers geprüft. Die Fläche wird derzeit als Freifläche genutzt.

**Abb. 52: Prüfstandort 8: Velber, Stadtweg (Kartenansicht)**



Kartengrundlage: Stadt Seelze  
Bearbeitung: CIMA GmbH 2010

#### Bewertungskriterien:

- Der Standort 8 befindet sich am westlichen Ortseingang von Velber und grenzt direkt an die Wohnbebauung an.
- Der Standort befindet sich nur rd. 400 m entfernt von der östlich gelegenen Wohnbebauung im benachbarten Hannover-Ahlem.
- Aufgrund der Lage am Stadtweg ist eine gute Pkw-Erreichbarkeit gegeben.
- Aufgrund der Lage direkt angrenzend an die Wohnbebauung des Stadtteils ist eine gute fußläufige Erreichbarkeit gegeben. Ein Fußweg ist bereits vorhanden.
- Die ÖPNV-Anbindung des Standortes ist über die in der Nähe befindliche Bushaltestelle Bornstraße (Linie 581) gegeben.
- Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage.

**Abb. 53: Standort 8: Velber, Stadtweg**



Quelle: CIMA GmbH 2010

---

**Bewertung:**

Der Prüfstandort 8 befindet sich am westlichen Ortsausgang Velbers und schließt direkt an die Wohnbebauung des Stadtteils an. Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage und ist somit grundsätzlich für die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers geeignet.

Die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers in Velber ist wünschenswert, da aktuell keinerlei Nahversorgungseinzelhandel im Stadtteil vorhanden ist. Ein Nahversorger im Stadtteil Velber würde somit die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicherstellen und die Kaufkraftabflüsse in das benachbarte Hannover maßgeblich reduzieren.

Der Standort 8 darf jedoch aufgrund seiner Lage im Vorranggebiet für Freiraumfunktionen (RRÖP 2005 der Region Hannover) nicht mit einer Einzelhandelsimmobilie bebaut werden. Abgesehen von dieser raumordnerischen Beschränkung sollte mit Rücksicht auf die Eigenentwicklung in der Nachbarkommune Hannover (Wohnbebauung von Ahlem in nur rd. 400 m Entfernung) auf die Errichtung eines Nahversorgers am Prüfstandort 8 verzichtet werden. Aus Sicht der CIMA ist der Prüfstandort 7 grundsätzlich zu bevorzugen, da er in größerer Entfernung zu Hannover (geringere Umsatzabflüsse aus Hannover-Ahlem nach Seelze) liegt und die Entfernung zu den Stadtteilen Harenberg und Döteberg (schnellere Erreichbarkeit) geringer ist.

---

## 9 UMSETZUNG DES EINZELHANDELS-KONZEPTE

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Seelze trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden.

In Zukunft sollen sich einzelhandelsbezogene Aussagen in Bauleitplänen und weitere städtische Planungen an den Aussagen des aktuellen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Seelze orientieren können.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Seelze mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der CIMA notwendig, das vorliegende kommunale Einzelhandelskonzept in den betreffenden Gremien der Stadt durch Beschluss zu bestätigen. Zusätzlich sollte das Konzept nach herrschender Rechtsmeinung in die Bauleitpläne übernommen werden, um eine rechtsverbindliche Wirkung zu erzielen (da das Konzept an sich nur eine informelle Planung darstellt).

Alternativ könnte aus Sicht der CIMA angedacht werden, die Anpassung der B-Pläne anhand einer Sammeländerung vorzunehmen, um eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen zu gewährleisten. Eine andere Möglichkeit ist die Überplanung des gesamten Stadtgebietes mit einem den Vorgaben des Branchenkonzeptes entsprechenden B-Plan, der zusätzlich die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und der Fachmarkt-Agglomeration festsetzt. Auch in den Flächennutzungsplan können die räumlichen und inhaltlichen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes übernommen

werden (z.B. im Rahmen einer Neuaufstellung/ Änderung des F-Planes oder in Form einer nachrichtlichen Übernahme)<sup>15</sup>.

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Kfz-Handel (der Handel mit Kfz wird nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zugerechnet). Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit kleineren Handwerksbetrieben (z.B. Installateure) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf eine untergeordnete Betriebsfläche beschränkt bleiben.

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

Um Entwicklungen zu verhindern, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche (d.h. die Bereiche, die einem akuten Handlungsdruck unterliegen) genau zu bestimmen und zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß §§ 30 und 31 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) sein. Bei §-34-Gebieten ist die Aufstellung von B-Plänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 des BauGB Möglichkeiten auf, unerwünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

<sup>15</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.

Grundsätzlich sollte bedacht werden, dass ein „informelles“ Einzelhandelskonzept lediglich einen Entwicklungsrahmen vorgeben kann. Für akute Fälle stehen im Baurecht jedoch auch die Möglichkeiten der Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und der Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

---

**Mit der Orientierung am vorgelegten Konzept sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Stadt Seelze 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 des Stadtgebietes. Wenn es in Seelze gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen und seine konzeptionellen Aussagen konsequent zu verfolgen, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) innenstädtische Entwicklungen und Spielräume in den festgelegten Zentren.**

---

## 10 METHODIK

Die Analyse des Einzelhandels in der Stadt Seelze wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

### 10.1 Angebotsseite

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

- Vollständige Bestandserhebung der Einzelhandelsflächen in der Stadt Seelze im Januar 2006, Aktualisierung im Februar 2010
- Erfassung von einzelnen Sortimenten im Geschäft
- Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe („im engeren Sinne“) und Leerstände
- Branchenmix (33 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 CIMA Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt und regionale Anpassung durch Experten
- Darstellung der 15 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen Bedarf (Lebensmittel, Gesundheits- und Drogeriewaren) und den aperiodischen Bedarf (mittel- und langfristiger Bedarfsbereich)

Abb. 54: Die 33 CIMA-Branchen

kurzfristig	1	Lebensmittel
	2	Reformwaren
	3	Apotheken
	4	Drogerien, Parfümerien
	32	Schnittblumen
	33	Kioske
mittelfristig	6	Oberbekleidung
	7	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
	8	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
	9	Sportartikel
	10	Schuhe
	11	Sanitätshäuser
	12	Bücher
	13	Schreibwaren
	14	Spielwaren
	15	Zoobedarf
langfristig	16	Möbel
	17	Antiquitäten, Kunstgegenstände
	18	Eisenwaren, Baumarktartikel
	19	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat, Geschenkartikel
	20	Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge
	21	Elektrogeräte, Leuchten
	22	Unterhaltungselektronik
	23	Foto
	24	Optik, Hörgeräte
	25	Uhren, Schmuck
	26	Lederwaren
	27	Musikinstrumente, Musikalien
	28	Fahrräder
	29	Kfz-Zubehör
	30	PC, Büromaschinen, -einrichtung, Telekommunikation
	31	Babybedarf
5	Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	

Quelle: CIMA GmbH 2010

### Erfassung der Verkaufsflächen

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

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

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

Randsortimente werden in Betrieben jedoch erst ab einer „Aufgreifschwelle“ von mindestens 10 qm Verkaufsfläche erfasst.

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

Versandhandel ist ebenfalls nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzuordnen.

### Von der CIMA differenzierte 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 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

#### Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 und 1.000 qm 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 qm VK, periphere Lage, viele Parkplätze.

### Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

#### SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

#### Warenhaus

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

#### Kaufhaus

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, 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.

## 10.2 Nachfrageseite

Die Berechnung der Kennzahlen der **Nachfrageseite** erfolgt mit der folgenden Methodik und unter Berücksichtigung der folgenden Quellen:

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in % (Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2009)
- Periodischer Bedarf: 2.755 € /Einwohner p. a.
- Aperiodischer Bedarf: 2.684 € /Einwohner p. a.
- Ausgabesatz gesamt: 5.439 € /Einwohner p. a.
  
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)

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

Die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage erfolgt mittels der **Handelszentralität**. Dort wird die Höhe des Umsatzes im Einzelhandel (in Mio. €) zum Nachfragepotenzial (in Mio. €) ins Verhältnis gesetzt und in % ausgedrückt.

- $\text{Umsatz} / \text{Nachfrage} * 100 = \text{Handelszentralität}$

Die Handelszentralität wird für

- die Gesamtstadt,
- die Sammelbranchen und
- den periodischen / aperiodischen Bedarf

ausgewiesen.

## 10.3 Sonstige Kennzahlen

Folgende Kennzahlen werden weiterhin ausgewiesen:

### **Versorgungsgrad/ Flächendichte:**

Wird in Verkaufsfläche je Einwohner (in qm) dargestellt. Der Bundesdurchschnitt beträgt hier rd. 1,49 qm VK je Einwohner<sup>16</sup>.

### **Flächenproduktivität:**

Umsatz je qm Verkaufsfläche (brutto p.a.) dargestellt in € je qm

### **Kaufkraftstromanalyse:**

Nachfragepotenzial abzüglich Kaufkraftabflüsse zuzüglich Kaufkraftzuflüsse ergibt Umsatz im EH dargestellt in Mio. Euro.

### **Kaufkraftsaldo:**

Saldo aus Abflüssen und Zuflüssen in Mio. Euro, dargestellt über alle Branchen und ausgewählte Einzelbranchen.

---

<sup>16</sup> Quellen: Destatis 2010; EHI 2010