



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Burgdorf **Entwurfssfassung**

Auftraggeber: Stadt Burgdorf

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Köln, am 16.10.2018

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und der Auftraggeberin unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 – 989438-0
Telefax: 0221 – 989438-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Januar 2016 beauftragte die Stadt Burgdorf die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, das im Jahr 2005 erstellte Einzelhandelskonzept mit dem Schwerpunkt auf der Nahversorgung fortzuschreiben. Anlass sind verschiedene Anfragen zur Erweiterung bzw. Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben. Während der Bearbeitung des Konzeptes wurde ein Projekt in der Südstadt mit Einzelhandel und Dienstleistungen (Ostlandring) konkretisiert, wobei es erforderlich war, die mögliche Einzelhandelsbelegung mit den rechtlichen Rahmenbedingungen und den Zielen der Stadtentwicklung in Burgdorf abzustimmen. Ziel des Konzeptes ist es, die Leitlinien und Strategien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Burgdorf aufzuzeigen.

Der GMA standen für die Erstellung der Untersuchung Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamtes für Statistik Niedersachsen, MB Research Nürnberg, der Stadt Burgdorf sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung.

Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische und bauleitplanerische Entscheidungen der Stadt Burgdorf. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert, der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität von sekundärstatistischen Daten, u. a. Landesamt für Statistik, MB Research, kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 16.10.2018
KST/BNJ-aw

| Inhaltsverzeichnis | Seite |
|---|--------------|
| I. Grundlagen | 6 |
| 1. Aufgabenstellung und Methodik | 6 |
| 2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung | 6 |
| 2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung | 6 |
| 2.2 Angebotsstrukturen und Entwicklungen der Nahversorgung | 8 |
| 3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel | 11 |
| 3.1 Bauplanungsrecht | 11 |
| 3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan | 11 |
| 3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan | 12 |
| 3.1.3 Besonderes Städtebaurecht | 13 |
| 3.2 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen | 13 |
| 3.3 Regionalplanung | 17 |
| 4. Zentrale Versorgungsbereiche | 17 |
| 4.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ | 17 |
| 4.2 Abgrenzung und Bedeutung Zentraler Versorgungsbereiche | 18 |
| II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Burgdorf | 21 |
| 1. Makrostandort Burgdorf | 21 |
| 2. Aktueller Einzelhandelsbestand | 23 |
| 2.1 Nahversorgungssituation | 24 |
| III. Nachfragesituation | 29 |
| 1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Burgdorf | 29 |
| 2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Burgdorf | 33 |
| 3. Einzelhandelszentralität | 33 |
| IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes | 35 |
| 1. Bewertung des Einzelhandelsangebotes und Potenziale | 35 |
| 1.1 Bewertung des Einzelhandelsangebotes im periodischen Bedarf | 35 |
| 2. Bewertung des Einzelhandelsangebotes im aperiodischen Bedarf | 37 |

| | |
|--|-----------|
| V. Einzelhandelskonzept für Burgdorf | 39 |
| 1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes | 39 |
| 2. Sortimentskonzept | 40 |
| 3. Standortkonzept | 43 |
| 3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum) | 45 |
| 3.2 Nahversorgungszentren | 49 |
| 3.2.1 Nahversorgungszentrum Südstadt | 49 |
| 3.2.2 Nahversorgungszentrum Ehlershausen | 51 |
| 3.3 Sonstige Standorte | 52 |
| 4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung | 53 |
| 5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes | 53 |
| Verzeichnisse | 55 |

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Methodik

Das Einzelhandelskonzept dient als sachlich fundierte Grundlage zur Bewertung der branchen- und standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel der Stadt Burgdorf. Es bildet ein umsetzungsorientiertes Steuerungsinstrument für weitere Planungen.

Die Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis, wobei es sich überwiegend um primärstatistisches Datenmaterial handelt:

- /// Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe
- /// Nutzungskartierungen
- /// Kundenwohnortbefragung vor ausgewählten Supermärkten und Discountern.

Im Rahmen der Kartierung wurden neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) auch leerstehende Einheiten erfasst. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen bilden eine wichtige Grundlage zur sachgerechten Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche. Weiter erfolgte eine **Kundenwohnortbefragung** vor den beiden E-Centern, Edeka in Ehlershausen, Rewe und den Lebensmitteldiscountern. Diese Befragung diente dazu, die Umlandbedeutung der Einzelhandelsbetriebe bzw. Nachfrageverflechtungen innerhalb der Stadt Burgdorf aufzuzeigen.

Die flächendeckende Aufnahme der Verkaufsflächen¹ aller Einzelhandelsbetriebe erfolgte im Frühjahr 2016 und wurde im Sommer 2018 aktualisiert.

2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

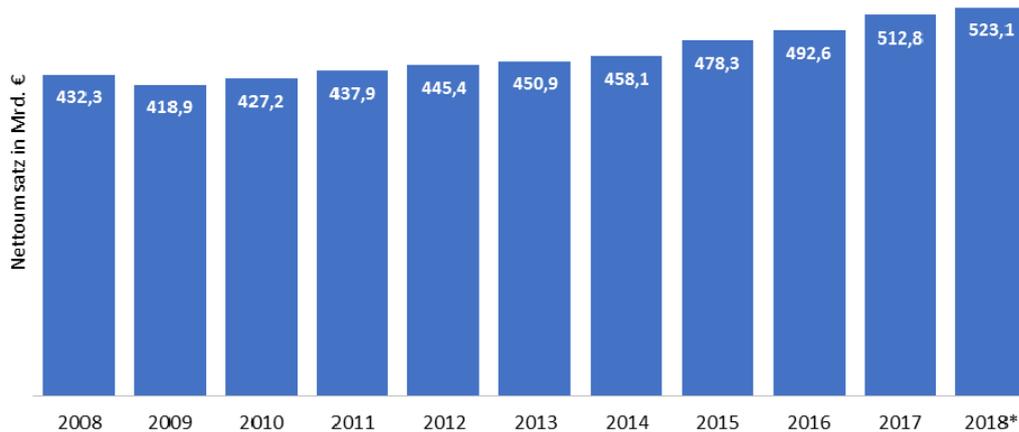
2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des örtlichen Einzelhandels können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel gesehen werden.

¹ Verkaufsfläche wird wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen zur Vorbereitung / Portionierung der Waren sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

- / Mit rund 510 Mrd. € Jahresumsatz im Jahr 2017 ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz ist dem Handel zuzuordnen.
- / Der Einzelhandelsumsatz² in Deutschland ist in den letzten 10 Jahren fast kontinuierlich jedes Jahr gestiegen.

Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland

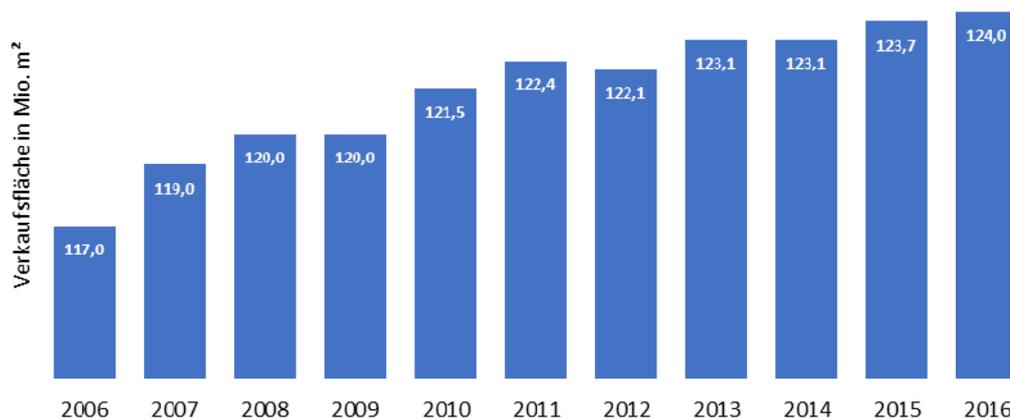


* Prognose

Quelle: Handelsdaten aktuell 2017, GMA-Darstellung 2018, Umsatz ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken

Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet; in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert.

Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2016



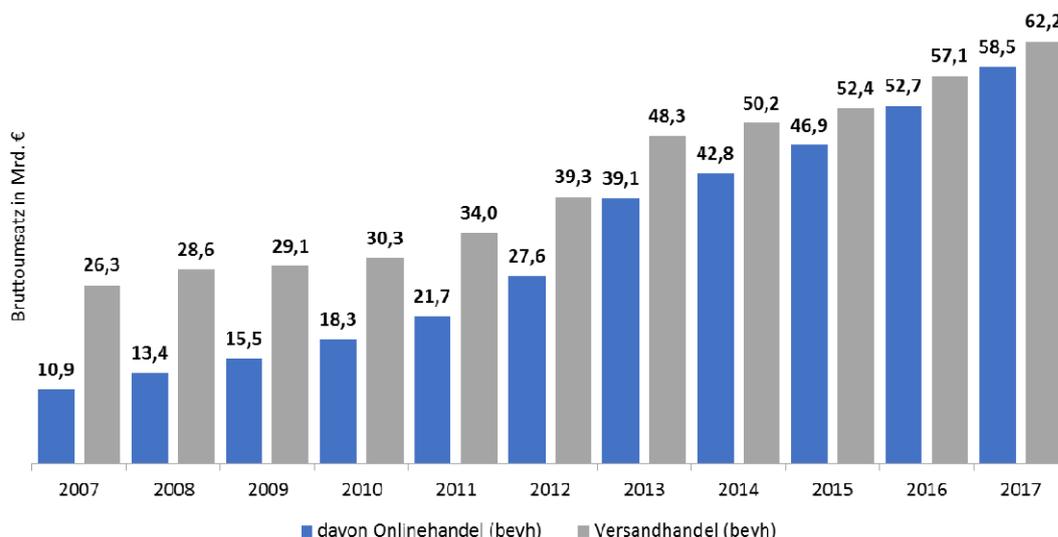
Quelle: Handelsdaten aktuell 2017, GMA-Darstellung 2018

Seit Jahrzehnten vollzieht sich ein **Strukturwandel**, welcher v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Der Anteil von Einzelunternehmen nahm von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell

² Bezogen auf den Einzelhandel „im engeren Sinne“, d. h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, und verschreibungspflichtigen Apothekenwaren.

rd. 20 % ab.³ Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Internethandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert. Während der Umsatz des gesamten Einzelhandels in den vergangenen Jahren nur leichte Steigerungen verzeichnen konnte, verbuchte der Onlinehandel eine rasante Entwicklung.

Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Quelle: bevh 2017, GMA-Darstellung 2018

Für 2017 gibt der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) einen Umsatz von 58,5 Mrd. € an. Der Umsatzanteil des Onlinehandels am gesamten Einzelhandel liegt bei etwa 10 %.⁴ Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar, da viele (stationäre) Einzelhändler auch Onlineshops anbieten, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. In Großstädten zeigt sich, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen.

2.2 Angebotsstrukturen und Entwicklungen der Nahversorgung

Die Nahversorgung wird heute durch sehr unterschiedliche Anbieter- und Betriebsformen abgedeckt, wobei insbesondere die Lebensmittelmärkte strukturprägend sind. Es werden folgende Betriebstypen vom EHI Köln unterschieden⁵.

³ GMA-Grundlagenforschung.

⁴ Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro rd. 29 % und im Bereich Mode ca. 26 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei 5 %. Auch der Lebensmitteleinzelhandel weist mit 2 % noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf. (Quelle: HDE Online-Monitor 2018).

⁵ vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁶ anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁷ führt.

Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Convenience Store

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte anbietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Ethnischer Lebensmittelmarkt

Als ethnische Lebensmittelmärkte werden Lebensmittelmärkte bezeichnet, die i. d. R. von Inhabern mit Migrationshintergrund geführt werden und überwiegend ausländische Lebensmittelspezialangebote führen, wie z. B. Asiamarkt.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des **Lebensmitteleinzelhandels** kommt discountierenden Angebotsformen zu. Es handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Diese verfügen über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %⁸, wobei mittlerweile über 16.000 Lebensmitteldiscounter in Deutschland vorhanden sind. Supermärkte und SB-Warenhäuser konnten ebenfalls in den letzten Jahren noch expandieren, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen hohen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleineren Lebensmittelgeschäfte von

⁶ Drogeriewaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁷ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

⁸ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Handelsdaten aktuell, 2017.

über 12.800 (2009) auf etwa 8.750 Geschäfte (2016)⁹. Als Standorte für großflächige Lebensmitteldiscounter oder Supermärkte wurden aufgrund raumordnerischer Vorgaben zunehmend Standorte in städtebaulich integrierten Lagen in den letzten Jahren nachgefragt.

In einem Lebensmitteldiscounter werden im feststehenden Sortiment (ohne wöchentliche Aktionswaren) zwischen 1.200 Artikel (Aldi Nord) und 4.000 Artikel (Netto Markendiscout) angeboten. Ein Supermarkt führt auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² bereits über 15.000 Artikel und auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.800 m² über 30.000 Artikel. Der Angebots- und Umsatzschwerpunkt entfällt sowohl bei Discountern als auch bei Supermärkten auf den periodischen Bedarf, wenngleich mit unterschiedlichen Anteilen. Bei Discountern liegt dieser Anteil bei etwa 85 %, bei kleineren Supermärkten bei rd. 95 % und bei großen Supermärkten bei etwa 75 %.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel wird durch demographische Faktoren beeinflusst, wie die älter werdende Gesellschaft, heterogene Lebens- / Familienbilder und zunehmende Unterschiede¹⁰ zwischen ländlichen und urbanen Regionen. Auch der technologische Wandel wirkt sich im Lebensmitteleinzelhandel aus. So führt der Einsatz neuer Technologien zu ständigen Optimierungsprozessen, v. a. in der Warenlogistik und in der Warenbewirtschaftung. Hinsichtlich der Verkaufsflächengrößen, Sortimente etc. sind folgende Veränderungen zu erwarten:

- / Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihr **Standortnetz** konsequent **optimieren** und **modernisieren**. Das beinhaltet v. a. den Neubau (green building) und die Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und vom jeweiligen Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.

Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen netto

| mögliche / typische Angebote | Beispiele | Mindest-Einwohnerzahl im Einzugsgebiet | Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte) |
|------------------------------|--------------------|--|--|
| Supermarkt | Combi, Edeka, Rewe | 7.000 | ab 1.800 |
| Aldi-Nord | - | 8.000 | 1.200 – 1.400 |
| Lidl | - | 8.000 | 1.300 – 1.500 |
| Getränkemarkt | Hol ab | 5.000 – 10.000 | 300 – 500 |
| Drogeriemarkt Rossmann | - | ab 10.000 | 600 – 800 |
| Drogeriemarkt dm | - | ab 20.000 | 800 |
| Bäckereifiliale | - | 2.000 – 3.000 | 30 – 50 |
| Metzgereifiliale | - | 5.000 – 10.000 | 30 – 50 |
| Apotheke | - | 4.000 | 80 – 120 |

GMA-Standortforschung 2018

⁹ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Handelsdaten aktuell, 2017.

¹⁰ Vielfach gehören ländliche Regionen zu den sog. Entleerungsgebieten, während städtische Regionen von Zuwanderungsgewinnen profitieren.

- /// Grundsätzlich ziehen sich die Themen **Bio, regionale Produkte, internationale Produkte**, zunehmend auch **fair** gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten inzwischen alle Betreiber diese Sortimente an. Gleichzeitig bildete sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ heraus.
- /// Auch kleinere Verpackungsgrößen und bequemes Einkaufen durch breitere Gänge sowie niedrigere Regalhöhen für die Kunden werden zu größeren Einheiten beitragen.
- /// Strukturveränderungen werden sich durch den **Onlinehandel** ergeben. Allerdings konzentrierte sich hier der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen). Über den gesamten Lebensmittelhandel machte dies noch nicht einmal einen Umsatzanteil von 1 % aus. Aktuell haben sich jedoch alle Händler dem Thema angenommen, wobei neben dem klassischen Onlinehandel mit Bring- bzw. Lieferservice (z. B. edeka24, rewe.de) dem Konzept des Drive-In-Modells tendenziell größere Erfolgchancen in Deutschland eingeräumt werden (z. B. Edeka, Rewe, Real). Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise sehr engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland, verschieben werden.

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

3.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB (Baugesetzbuch) und der BauNVO (Baunutzungsverordnung) ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert wird.

3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan

Nach § 30 BauGB ist ein Vorhaben im Geltungsbereich eines qualifizierten Bebauungsplans zulässig, wenn es diesen Festsetzungen nicht widerspricht und die Erschließung gesichert ist. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebietstypen festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO wie folgt vorgesehen:

Tabelle 2: Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben differenziert nach Baugebietstypen

| Baugebiet | Bezeichnung | Zulässigkeit Einzelhandel | Großflächiger Einzelhandel |
|-----------|--|--|----------------------------|
| WA, WS | Allgemeines Wohngebiet, Kleinsiedlungsgebiet | Läden, die der Versorgung des Gebietes dienen | nein |
| WR | Reines Wohngebiet | Nur ausnahmsweise: Läden zur Deckung des täglichen Grundbedarfs für die Bewohner des Gebiets | nein |
| WB | Besonderes Wohngebiet | Läden, soweit mit Wohnnutzung vereinbar | nein |
| MD | Dorfgebiet | Allgemein zulässig* | nein |
| MI | Mischgebiet | Allgemein zulässig* | nein |
| MU | Urbanes Gebiet | Allgemein zulässig* | nein |
| GE | Gewerbegebiet | Allgemein zulässig* | nein |
| GI | Industriegebiet | | |
| MK | Kerngebiet | Allgemein zulässig | ja |
| SO | Sondergebiet | Allgemein zulässig | ja |

* sofern nicht sondergebietspflichtig gem. § 11 Abs. 3 BauNVO

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe enthält § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung. **Einkaufszentren** und **großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind **außer in Kerngebieten nur in den festgesetzten sonstigen Sondergebieten** zulässig.

In Gebieten mit einfachen Bebauungsplänen gem. § 30 Abs. 3 BauGB richtet sich die Zulässigkeit nach § 34 oder § 35 BauGB. Zudem können nach § 1 Abs. 5, 6 BauNVO in Bebauungsplänen Nutzungsarten ausgeschlossen oder nur ausnahmsweise zugelassen werden:

- „(5) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2 bis 9 sowie 13 und 13a allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
- (6) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass alle oder einzelne Ausnahmen, die in den Baugebieten nach den §§ 2 bis 9 vorgesehen sind,
1. nicht Bestandteil des Bebauungsplans werden oder
 2. in dem Baugebiet allgemein zulässig sind, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.“

3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der zu überbauenden Grundstücksfläche in die Eigenart der näheren

Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. Gewerbegebiet, Mischgebiet, entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in einer Nachbarkommune ausgehen. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

In Gemengelage, z. B. Mischgebieten, ist eine Steuerung ohne Aufstellung eines Bebauungsplanes möglich. Dies soll der Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in Innenstädten dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 schuf der Gesetzgeber die Möglichkeit, über § 9 Abs. 2 a BauGB im unbeplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

3.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Kommunen die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder Entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich-investive Maßnahmen und die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

3.2 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen

Für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind zudem die Ziele der Landes-Raumordnung, festgelegt im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP) 2017, heranzuziehen. Im LROP werden Ober- und Mittelzentren abschließend festgelegt, Burgdorf ist als Mittelzentren ausgewiesen. Bei der zentralörtlichen Einstufung handelt es sich um ein Ziel der Raumordnung¹¹, wobei Grund-, Mittel- und Oberzentren unterschieden werden:

¹¹ Ziele der Raumordnung sind verbindliche Vorgaben in Form von räumlich und sachlich bestimmten oder bestimmbar, vom Träger der Regionalplanung abschließend abgewogenen textlichen oder zeichnerischen Festlegungen in Raumordnungsplänen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raumes (§ 3

- /// **Oberzentrum:** Einrichtungen für den spezialisierten höheren Bedarf
- /// **Mittelzentrum:** Einrichtungen für den gehobenen Bedarf
- /// **Grundzentrum:** Einrichtungen für den allgemeinen täglichen Grundbedarf.

Die Vorgaben der Landes-Raumordnung sind bei großflächigen raumbedeutsamen Einzelhandelsbetrieben zu beachten, sofern ein Bebauungsplan neu aufgestellt bzw. ein bestehender Bebauungsplan geändert wird. Nach dem LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Ziffer 02, Satz 1-3 werden Einzelhandelsgroßprojekte beschrieben:

„Neue Einzelhandelsprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffer 03 – 10 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 – 3 der BauNVO einschließlich Hersteller / Direktverkaufszentren. „Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, ggf. jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (**Agglomerationen**).“

In Bezug auf die Steuerung des großflächigen Einzelhandels sind folgende Ziele zu beachten:

/// **Konzentrationsgebot**

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Nr. 4)

/// **Integrationsgebot**

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren **Kernsortimente zentrenrelevant** sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“ (LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Nr. 5)

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom 100 periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.“

Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

Nr. 2 ROG). Die Ziele der Raumordnung sind von den öffentlichen Stellen bei ihren raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen zu beachten (§ 4 Abs. 2 ROG). Zudem besteht eine Anpassungspflicht der Bauleitplanung an die Ziele der Raumordnung (§ 1 Abs. 4 BauGB).

- a) wenn die **Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert** der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
- b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“ (LROP-VO, Kapitel 2.3 Nr. 6)

Kongruenzgebot

„²In einem **Mittel- oder Oberzentrum** darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot grundzentral**).

³In einem **Mittel- oder Oberzentrum** soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral**).⁴ Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere

- der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte,
- der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte,
- von grenzüberschreitenden Verflechtungen und
- der Marktgebiete von Mittel- und Oberzentren auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte

zu ermitteln, sofern er nicht im Regionalen Raumordnungsprogramm festgelegt ist.“

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 – 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“ (LROP-VO, Kap. 2.3 Nr. 03)

Beeinträchtungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“ (LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Nr. 08)

Für Betriebe mit periodischen Kernsortimenten, d. h. sämtliche Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte, ist die Regelung der sog. **Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung außerhalb der zentralen Orte** zu beachten:

„Abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05 sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente auf mindestens 90 vom 100 der Verkaufsfläche periodische Sortimente sind, auch zulässig, wenn

- sie an Standorten errichtet werden, die im regionalen Raumordnungsprogramm als Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung festgelegt sind,

- sie den Anforderungen der Ziffer 07 (Abstimmungsgebot) und 08 (Beeinträchtigungsverbot) entsprechen,
- sie im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Ortskern oder mit Wohnbebauung liegen und
- ihr jeweiliges Einzugsgebiet den zu versorgenden Bereich i. S. des Satzes 4 nicht überschreitet.

Die Standorte mit **herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung** dürfen die Funktion und Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und sind im Benehmen mit der jeweiligen Gemeinde oder Samtgemeinde festzulegen. Sie sollen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Das regionale Raumordnungsprogramm muss für jeden dieser Standorte einen zu versorgenden Bereich festlegen.“ (LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Nr. 10).

Mit großflächigem Einzelhandel sind i. d. R. Betriebe gemeint, welche Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. BauNVO hervorrufen können. Diese Betriebe fasst man unter dem Begriff **raumbedeutsam** zusammen. Im Gegensatz dazu gibt es auch Einzelhandelsvorhaben ohne raumbedeutsame Auswirkungen. Für diese gelten die landes- bzw. regionalplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels nicht. Darunter werden folgende Betriebe verstanden:

- /// Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche, sofern sie keine Agglomeration mit anderen Betrieben gemäß Ziffer 02 Satz 3 bilden. Für diese Betriebe unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit wird generalisierend ohne weiteren Nachweis angenommen, dass sie keine raumbedeutsamen Auswirkungen haben.
- /// Keine Einzelhandelsgroßprojekte sind **Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung**. Sie befinden sich auch in Siedlungsgebieten außerhalb der Zentralen Orte, sind Wohngebieten räumlich funktional direkt zugeordnet und dienen überwiegend der Versorgung im fußläufigen Nahbereich, auch für die in der Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsgruppen. Zur Sicherstellung, dass keine wesentlichen Auswirkungen auf die Funktion und Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte sowie die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, sind die Voraussetzungen, unter den ein Vorhaben als Betrieb der wohnortnahen Nahversorgung angesehen werden kann, eng zu fassen.

Bei **großflächigen nicht raumbedeutsamen Vorhaben** müssen folgende Kriterien erfüllt sein:

- /// überwiegend fußläufiger Einzugsbereich
- /// mehr als 50 % des Vorhabenumsatzes stammt aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld des Betriebes (10 Minuten-Laufdistanz)
- /// mindestens 90 % der Verkaufsfläche entfällt auf periodische Sortimente.

3.3 Regionalplanung

Das für Burgdorf relevante Regionale Raumordnungsprogramm 2016 für die Region Hannover enthält zentrale Siedlungsgebiete. Für Burgdorf sind Burgdorf mit Heeßel und Hülptingsen als zentrale Siedlungsgebiete festgelegt, d. h. großflächige Betriebe dürfen nach dem LROP lediglich hier entwickelt werden. Da der Stadtteil Ramlingen-Ehlershausen nicht zum zentralen Siedlungsgebiet gehört, soll ein **Standort mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung** festgelegt werden.¹² Damit könnten bestehende Betriebe ihre Verkaufsfläche auf ein großflächiges Format erweitern. Die jetzigen Einheiten von Edeka Cramer sowie die Ende September neu eröffnete Penny-Filiale liegen unter der Großflächigkeit.

4. Zentrale Versorgungsbereiche

4.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ ist Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen und in verschiedenen Schutznormen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs¹³:

- /// **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare **großflächige Handelsbetriebe**, die sich u. a. „auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- /// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten“ zu erwarten sein dürfen.

¹² vgl. Gemeinsames Amtsblatt für die Region Hannover und die Landeshauptstadt Hannover: 1. Änderung des RROP Region Hannover 2016 zur Anpassung an das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen, hier: Bekanntmachung der allgemeinen Planungsabsichten; Hannover 10.08.2017.

¹³ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- § 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht es den Städten nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Nach § 1 Abs. 6 BauGB sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

„Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt - ggf. auch nur eines Teiles des Stadtgebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...].

Entscheidend ist, dass der zentrale Versorgungsbereich eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt¹⁴. In diesem Bereich, ist Einzelhandel vorhanden, welcher aufgrund Qualität und Umfang einen über die eigenen Grenzen und über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich hat¹⁵.

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration verschiedener Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei der Einzelhandel durch Komplementärnutzungen (bspw. Dienstleister, Ärzte, Gastronomie / Hotellerie, öffentliche Einrichtungen) ergänzt wird.

4.2 Abgrenzung und Bedeutung Zentraler Versorgungsbereiche

Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wenngleich die städtebauliche Integration und die Versorgungsfunktion als „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die Abgrenzung¹⁶ erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei folgende Anforderungen mindestens erfüllt sein müssen:

- Städtebaulich integrierte Lage:** Diese ist durch die Einbettung in eine bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung charakterisiert, d. h. es muss ein baulicher Zusammenhang mit einem Wohnumfeld in mindestens zwei Himmelsrichtungen vorliegen. Fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnumfeld und Einzelhandel sind Voraussetzung. Städtebauliche, natürliche oder topografische Barrieren zwischen

¹⁴ Vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

¹⁵ Vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

¹⁶ BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

Geschäftslage und Wohnbereichen (z. B. Autobahn, Flüsse, Geländesprünge) mindern die Integrationsfähigkeit einer Lage, schließen sie jedoch per se nicht aus. Entscheidend ist die fußläufige Anbindung, welche über ergänzende Hilfsmittel (z. B. Ampelanlagen, Querungshilfen) sichergestellt werden kann. Grundlage ist die Bewertung der konkreten Situation vor Ort.

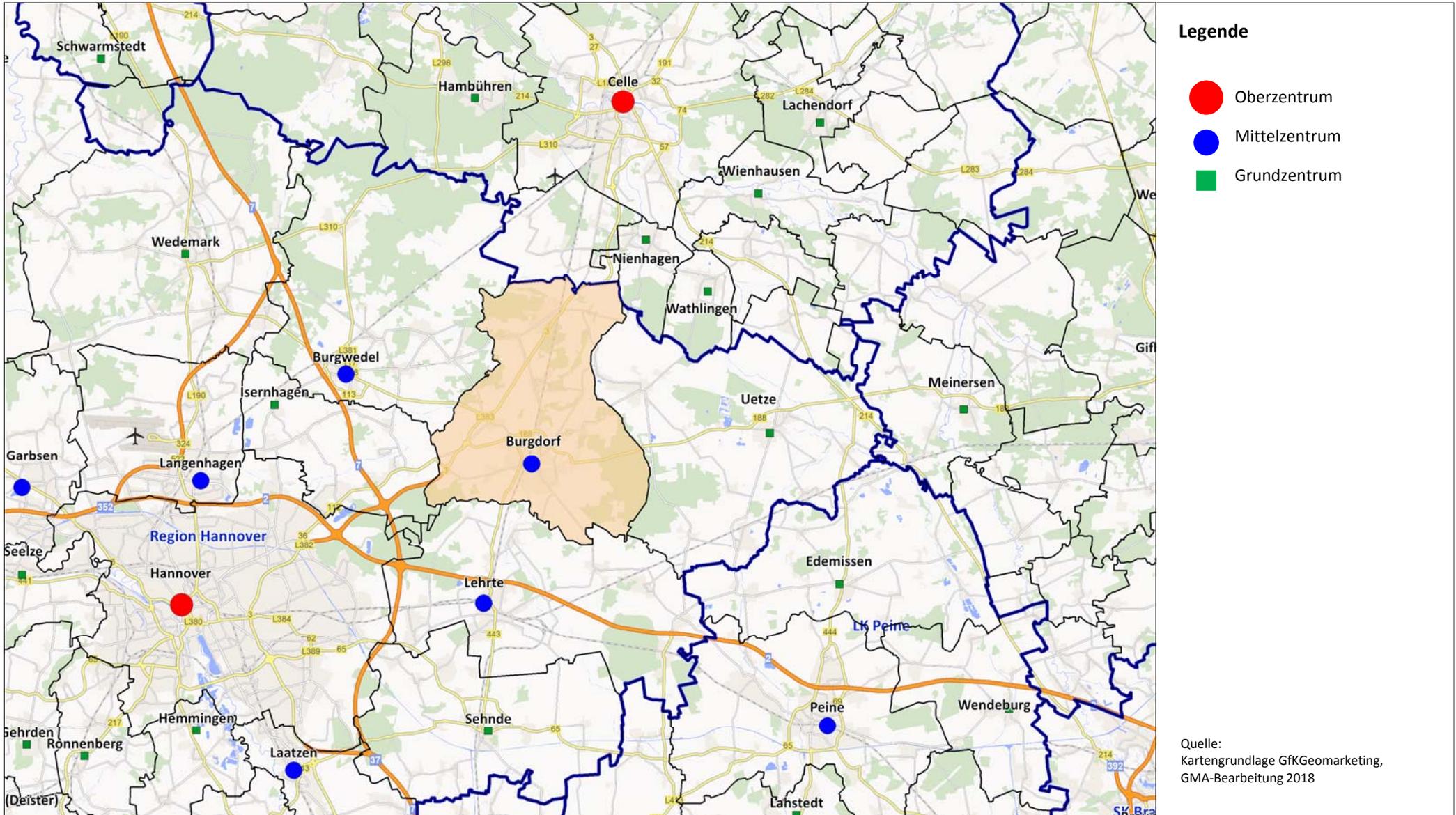
- /// **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken, d. h. reine Wohnhäuser, wahrgenommen.
- /// **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben“ gewährleistet, wozu großflächige Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Kauf- und Warenhäuser zählen. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden¹⁷ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.¹⁸
- /// In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel** und **ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Kultur, Freizeit, öffentliche Einrichtungen) aus.
- /// **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus:** Die Betriebe in einem zentralen Versorgungsbereich können sowohl einen überörtlichen als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Bereich als Versorgungsbereich abdecken. Ein übergemeindliches Einzugsgebiet ist dafür nicht Voraussetzung. Auch Betriebe in einer Lage, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Ein Zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Der Idealzustand eines zentralen Versorgungsbereichs ist durch eine durchgängige, kompakte Geschäftslage gekennzeichnet. Die Längenausdehnung spielt i. S. der **fußläufigen Erreichbarkeit** eine entscheidende Rolle. Ein wichtiger Faktor ist die Anbindung an den **öffentlichen Personennahverkehr** und eine ausreichende **Pkw-Erreichbarkeit**.

¹⁷ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

¹⁸ d. h. die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Karte 1: Lage im Raum und Zentralörtliche Struktur



II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Burgdorf

1. Makrostandort Burgdorf

Die ca. 30.600 Einwohner¹⁹ zählende Stadt Burgdorf setzt sich aus der Kernstadt und neun Stadtteilen zusammen, welche z. T. deutlich von der Kernstadt entfernt liegen. Mit fast 23.000 Einwohnern bildet die Kernstadt den Einwohnerschwerpunkt. Mit über 3.300 Einwohnern ist Ramlingen-Ehlershausen der größte Stadtteil, während mit Ausnahme von Otze, Heeßel und Hülptingsen in den weiteren Stadtteilen weniger als 1.000 Einwohner leben.

In den letzten 5 Jahren verzeichnete Burgdorf eine hohe Einwohnerzunahme, welche deutlich über dem Wachstum der Region Hannover und von Niedersachsen lag. Auch die benachbarten Kommunen, wie Uetze oder Lehrte, verzeichneten nicht dieses hohe Wachstum wie Burgdorf.

Tabelle 3: Einwohnerveränderung der Stadt Burgdorf im Vergleich

| Daten | Einwohner (31.03.) | | Veränderung 2013 / 2018 | |
|------------------------|--------------------|------------------|-------------------------|------------|
| | 2013 | 2018 | abs. | in % |
| Hannover | 514.886 | 535.206 | 20.320 | 3,9 |
| Barsinghausen | 33.108 | 34.062 | 954 | 2,9 |
| Burgdorf | 29.180 | 30.611 | 1.431 | 4,9 |
| Burgwedel | 20.324 | 20.456 | 132 | 0,6 |
| Isernhagen | 22.927 | 24.292 | 1.365 | 6,0 |
| Lehrte | 42.717 | 44.014 | 1.297 | 3,0 |
| Springe | 28.339 | 28.838 | 499 | 1,8 |
| Uetze | 19.798 | 20.289 | 491 | 2,5 |
| Wedemark | 28.592 | 29.624 | 1.032 | 3,6 |
| Wunstorf | 40.562 | 41.503 | 941 | 2,3 |
| Region Hannover | 1.113.502 | 1.153.063 | 28.462 | 2,6 |
| Niedersachsen | 7.775.276 | 7.963.732 | 36.604 | 0,5 |

Quelle: LSKN, Basis Mikrozensus

Die Einwohnerzunahme der letzten Jahre resultierte aus Wanderungsgewinnen, während die natürliche Bevölkerungsbilanz negativ ausfiel.

¹⁹ Nach Angaben der Stadtverwaltung Burgdorf, Stand: 01.03.2018, liegt die Einwohnerzahl mit Haupt- und Nebenwohnsitzen bei 32.500.

Tabelle 4: Natürliche Bevölkerungsbilanz und Zu- bzw. Fortzüge in Burgdorf

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Geburten | 227 | 232 | 250 | 251 | 278 |
| Sterbefälle | 329 | 324 | 362 | 372 | 365 |
| Natürliche Bevölkerungsbilanz | - 102 | - 90 | - 112 | - 121 | - 87 |
| Zuzüge | 1.751 | 1.787 | 1.837 | 2.137 | 2.119 |
| Fortzüge | 1.425 | 1.399 | 1.452 | 1.549 | 1.853 |
| Wanderungsbilanz | + 326 | + 388 | + 385 | + 588 | + 266 |

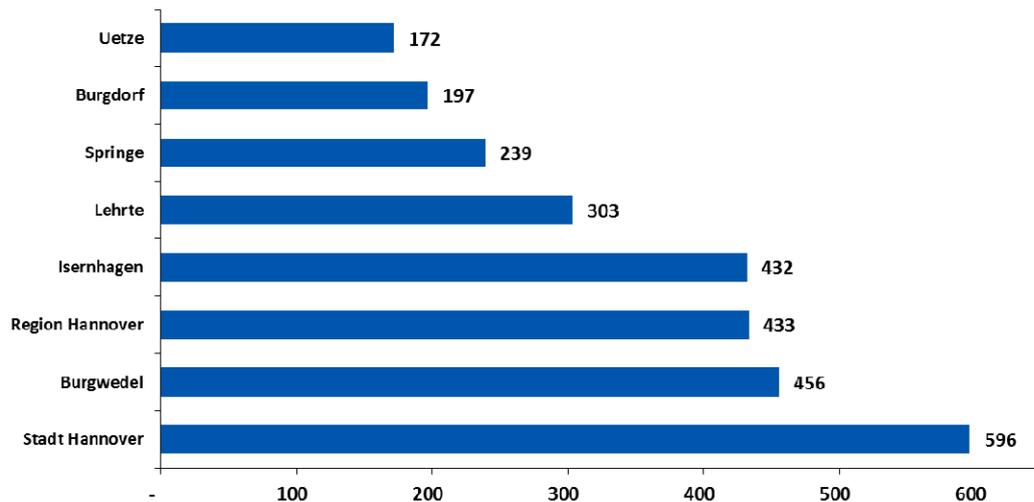
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, GMA-Zusammenstellung 2018

Im Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2007 wurde für Burgdorf von einer Abnahme bis zum Jahr 2015 um über 2 % ausgegangen, was jedoch nicht eingetreten ist. Ausgehend von einer Bevölkerungsprognose²⁰ für das Jahr 2025 für Hannover und die Region wird für Burgdorf ein Wachstum von 1 % erwartet. Zu beachten ist, dass in den letzten fünf Jahren die Bevölkerung in Burgdorf um 5 % bereits zugenommen hat, d. h. dieser Prognosewert passt nicht. Zukünftig wird eine Zunahme angenommen, zumal durch unterschiedliche Nachverdichtungen in der Kernstadt Wohnraum geschaffen wird. Unabhängig von der prognostizierten Bevölkerungszahl wird die Nachfrageplattform für die Einzelhandelsentwicklung stabil bis leicht zunehmend ausfallen.

Im vergangenen Jahr waren in Burgdorf **rd. 6.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte**²¹ am Arbeitsort registriert. In Relation zur Einwohnerzahl liegt ein Besatz von rd. 200 Beschäftigten je 1.000 Einwohner vor. Damit liegt der Beschäftigtenbesatz deutlich unter dem Niveau in der Region Hannover. Den 3.345 Einpendlern nach Burgdorf standen 8.628 Auspendler gegenüber, woraus sich ein negativer Pendlersaldo ableitet.

²⁰ Bevölkerungsprognose 2014 – 2025 / 2030 für die Region Hannover, die Landeshauptstadt Hannover und die Städte und Gemeinden des Umlandes, Schriften zur Stadtentwicklung, Heft 120.

²¹ Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2017.

Abbildung 4: Beschäftigtenbesatz in Burgdorf im Vergleich

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2017, GMA-Darstellung 2018

2. Aktueller Einzelhandelsbestand

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in Burgdorf 178 Betriebe²² mit einer Verkaufsfläche von rd. 55.400 m² vorhanden. Der Angebotsschwerpunkt entfällt auf Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk) sowie den Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf. Fast 14 % der Gesamtverkaufsfläche entfällt auf die für ein Mittelzentrum wichtige Branche Bekleidung, Schuhe, Sport. Auffallend ist der vergleichsweise geringe Besatz im Einrichtungssektor, welcher aus dem Fehlen großflächiger Möbelanbieter resultiert.

Mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.820 m² je 1.000 Einwohner wird eine eher unterdurchschnittliche Flächendichte für ein Mittelzentrum erreicht. Der GMA-Referenzwert liegt bei rd. 2.370 m². Diese geringe Flächendichte resultiert v. a. aus der Branche Möbel / Einrichtung mit fehlenden großflächigen Formaten.

²² Die Umsätze der Betriebe mit diversen Sortimenten werden dem jeweiligen Sortiment zugeordnet. Dies bezieht sich insbesondere auf Supermärkte und Lebensmitteldiscounter.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand der Stadt Burgdorf

| Daten | Anzahl der Betriebe | Verkaufsfläche in m ² |
|---|---------------------|----------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 58 | 16.450 |
| Drogerie-, Parfümeriewaren | 5 | 1.460 |
| pharmazeutische Artikel, Sanitätswaren | 12 | 840 |
| Blumen, Tierbedarf | 12 | 2.080 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 8 | 1.480 |
| Bekleidung / Wäsche | 20 | 5.470 |
| Schuhe / Lederwaren, Sport (Bekleidung, Schuhe) | 6 | 1.890 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 8 | 1.550 |
| Möbel, Antiquitäten, Kunst | 8 | 1.790 |
| Haushaltswaren, Heimtextilien | 7 | 1.280 |
| Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf (inkl. Teppiche, Bodenbeläge) | 9 | 15.970 |
| Uhren / Schmuck, Optik / Akustik | 9 | 580 |
| Autozubehör, Sportgeräte, Fahrräder / Zubehör | 5 | 640 |
| Sonstiger Einzelhandel | 11 | 3.940 |
| Einzelhandel gesamt | 178 | 55.425 |

GMA-Erhebungen 2018 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

2.1 Nahversorgungssituation

Die Versorgungssituation bei Nahrungs- und Genussmitteln wird in erster Linie durch Supermärkte und Lebensmitteldiscounter gewährleistet, welche überwiegend großflächige Einheiten aufweisen. Drogeriemärkte, Apotheken, das Lebensmittelhandwerk und spezialisierte Betriebe, wie z. B. ethnische Lebensmittelmärkte, Biomärkte, Reformhäuser, Feinkostgeschäfte, ergänzen das nahversorgungsrelevante Angebot. Die verschiedenen Betriebstypen unterscheiden sich in einer Vielzahl von Kriterien, dies betrifft nicht nur die Verkaufsflächengröße, sondern auch die Sortimentszusammensetzung. Für ein hinsichtlich der Größe des Ortes angemessenes nahversorgungsrelevantes Angebot sind verschiedene Faktoren, wie z. B. die Größe der Betriebe, Sortimentszusammensetzung, räumliche Verteilung der Betriebe im Gemeindegebiet, Verhältnis der Betriebstypen zueinander, entscheidend. In Burgdorf wird die Angebotsstruktur und -qualität insbesondere durch die vier Supermärkte und sieben Lebensmitteldiscounter und deren räumliche Verteilung geprägt. Zur Bewertung der räumlichen Versorgungssituation wurde um die Standorte der Supermärkte und Lebensmitteldiscounter jeweils eine fußläufige Laufdistanz von 1.000 m gesetzt, welche etwa zehn Gehminuten entspricht. Diese Gehminutenzeit entspricht den Vorgaben der Landes-Raumordnung²³.

²³ Die 10 min-fußläufige Entfernungen wird mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen, Fluss, Bahntrassen als Zäsur). Größtenteils nicht berücksichtigt, werden jedoch Abkürzungen oder „Schleichwege“ (z. B. über Parkflächen, Grünanlagen).

Es soll aufgezeigt werden, wie viele Einwohner in kurzer Distanz zu einem Markt / Discounter wohnen und damit theoretisch „versorgt“ wären.

In der Kernstadt Burgdorf verteilen sich die Lebensmittelmärkte auf die Innenstadt / Nordstadt, Süd- und Weststadt (vgl. Karte 5). Die meisten Einwohner leben im fußläufigen Nahbereich des E-Centers (Uetzer Straße), den innerstädtisch gelegenen Filialen von NP und Rewe sowie der Penny-Filiale in der Immenser Straße.

Tabelle 6: Anzahl der Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet

| Anbieter | Straße | Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet |
|----------|---------------------------|--|
| E-Center | Uetzer Straße | 4.038 |
| NP | Gartenstraße | 4.287 |
| Rewe | Schützenplatz | 3.330 |
| Penny | Immenser Straße | 3.023 |
| Netto | Schillerslager Landstraße | 2.714 |
| Penny | Mönkeburgstraße | 2.472 |
| Aldi | Ostlandring | 2.062 |
| E-Center | Weserstraße | 1.255 |
| Lidl | Uetzer Straße | 1.188 |

GfK Geomarketing, GMA-Bearbeitung 2018

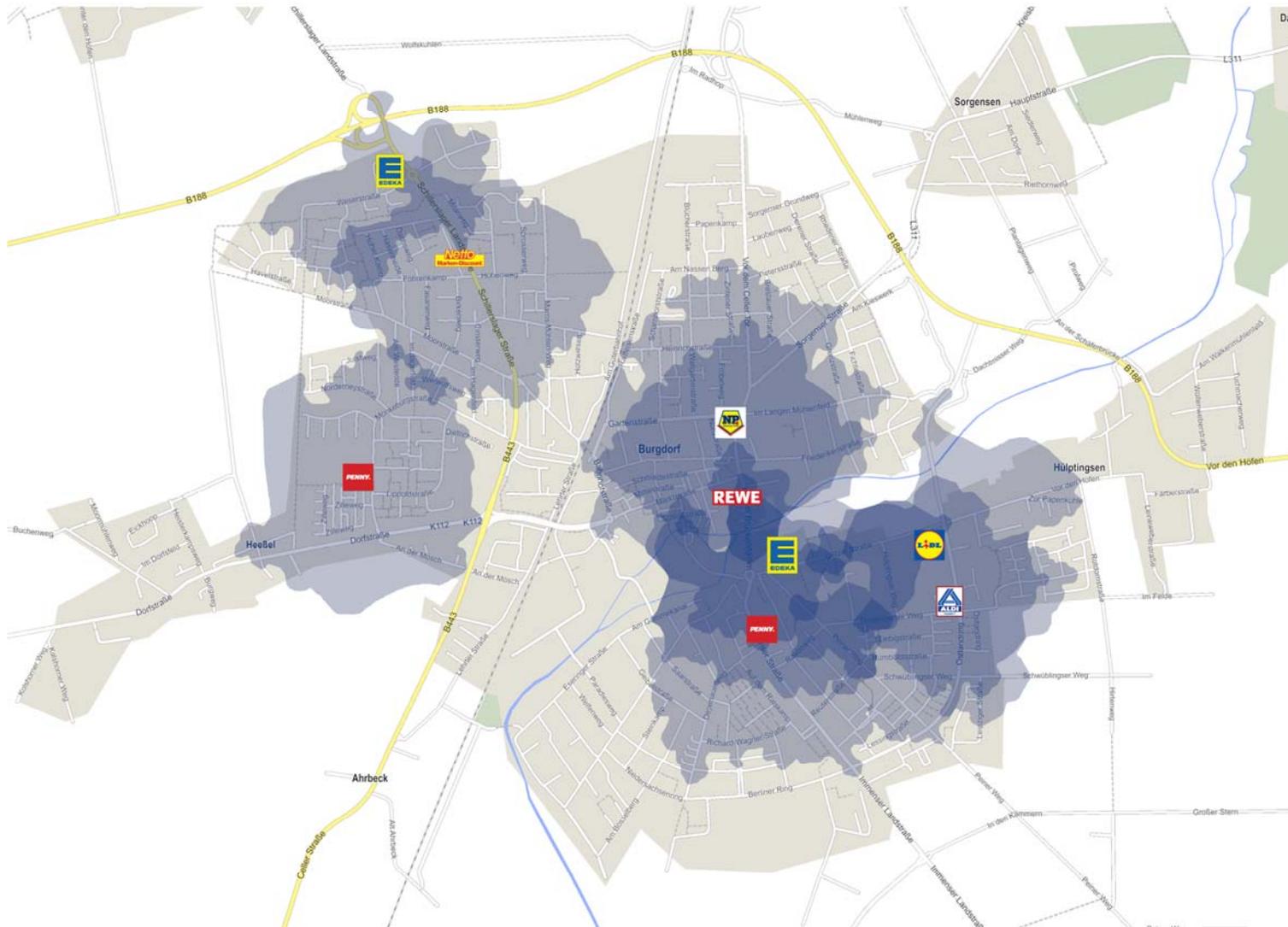
Räumliche Versorgungslücken zeigen sich in der Kernstadt in den Wohngebieten südlich des Berliner Rings und zwischen dem Depenauer Weg bis hin zur Eseringer Straße, welche z. T. stark verdichtet sind. Die nächst gelegenen Lebensmittelanbieter sind Penny (Immenser Straße), E-Center Uetzer Straße, Lidl bzw. Aldi. Um diese Versorgungslücke zu schließen wäre die Ansiedlung eines Vollversorgers notwendig. Allerdings sind für die wirtschaftliche Tragfähigkeit mind. 4.000 Einwohner notwendig. Hinsichtlich der Fläche wird ein Grundstück von mind. 5.000 m² benötigt. Diese Voraussetzungen sind in diesen Stadtquartieren z. Z. nicht vorhanden.

In Ehlershausen sind Filialen von Edeka und Penny in der Hauptdurchgangssachse Ramlinger Straße lokalisiert. Diese befinden sich in der Nähe zur S-Bahn Haltestelle, wobei Penny auf der gegenüberliegenden Seite des Bahnübergangs in Richtung B 3 im September 2018 eröffnete. Der überwiegende Teil der wenig verdichteten Wohngebiete in Ehlershausen liegt nicht im fußläufigen Nahbereich der Edeka-Filiale. Der neue Standort der Penny-Filiale²⁴ befindet sich in unmittelbarer Nähe zur B 3, d. h. diese Filiale wird in erheblichem Umfang vom Verkehr und von überörtlichen Kunden profitieren. In den weiteren Stadtteilen ist aufgrund der geringen Einwohnerzahl

²⁴ Entsprechend eines Gerichtsurteils würde der Neubau der Penny-Filiale mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² genehmigt.

(z. T. unter 1.000 Einwohner) nicht genügend Kaufkraft vorhanden, um einen Supermarkt oder einen Discounter wirtschaftlich zu betreiben.

Karte 2: Fußläufige Nahbereiche der Supermärkte und Lebensmitteldiscounter in der Kernstadt



Legende

● 10-Minuten fußläufige Laufdistanz

Quelle:
Kartengrundlage GfKGeomarketing,
GMA-Bearbeitung 2018

III. Nachfragesituation

1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Burgdorf

Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf den Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Angebotssituation in Burgdorf und im Umland
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Burgdorf und im Umland
- /// verkehrliche Gegebenheiten und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte sowie ÖPNV-Anbindung
- /// Ergebnisse der Befragung von Kunden zu ihren Wohnorten.

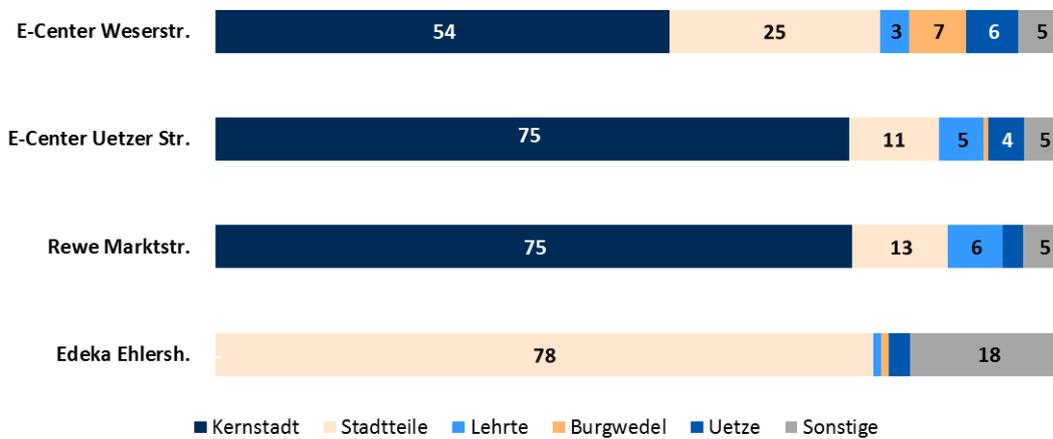
Zur Einschätzung der Reichweite der Lebensmittelmärkte erfolgte eine Kundenbefragung vor den Supermärkten und Lebensmitteldiscountern im März 2016, insgesamt wurden über 1.900 Kunden²⁵ befragt.

Unter den Supermärkten weist das E-Center in der Weserstraße einen höheren auswärtigen Kundenanteil (ca. 22 %) als das E-Center in der Uetzer Straße (ca. 15 %) auf. Im Rewe-Supermarkt kaufen etwa 14 % aus dem Umland ein. Bei den Lebensmitteldiscountern zeigt die Penny-Filiale in der Mönkeburgstraße einen geringen auswärtigen Kundenanteil (ca. 8 %), d. h. diese Filiale übernimmt fast ausschließlich eine quartiersnahe Versorgungsfunktion. Auch bei der Aldi-Filiale in der Marktstraße war ein vergleichsweise geringer auswärtiger Kundenanteil zu verzeichnen, was ggf. mit dessen geringer Größe zusammenhing²⁶. Hingegen weisen die Discounter im Ostlandring (Aldi, Lidl), in der Schillerslager Landstraße (Netto) und auch die Penny-Filiale in der Immenser Straße Kundenanteile mit Auswärtigen zwischen ca. 19 % und 25 % auf.

²⁵ Die Abfrage der Kundenwohnorte vor den Lebensmittelmärkten erfolgte am 04.03.2016 (Freitag). Befragt wurde zwischen 16:00 Uhr und 19:00 Uhr vor den beiden E-Centern, Aldi, Lidl, Netto, und den beiden Penny-Discountern in der Kernstadt. Zusätzlich wurde am 11.03.2016 vor dem Edeka in Ehlershausen befragt. Aufgrund der fehlenden Erlaubnis konnte vor der Penny-Filiale in Ehlershausen nicht befragt werden.

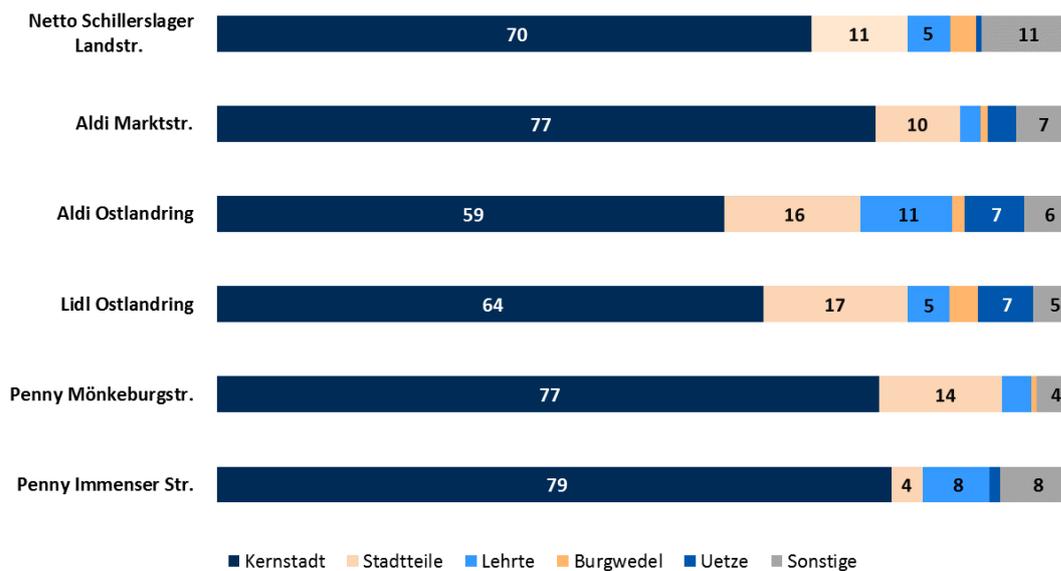
²⁶ Diese Filiale wurde zum Jahresende 2017 geschlossen, die Fläche wurde durch den kik Textildiscounter nachbelegt.

Abbildung 5: Kundenanteile der Supermärkte nach Orten



GMA-Erhebung 04.03.2016

Abbildung 6: Kundenanteile der Lebensmitteldiscounter nach Orten



GMA-Erhebung 04.03.2016

Setzt man die Kundenzahl in Relation zur jeweiligen Einwohnerzahl, so ergibt sich die sog. Kundendichte, wobei die Kundendichte für die Standortgemeinde jeweils am höchsten ausfällt. Dies ist auch für die Stadt Burgdorf (= 51 Kunden / 1.000 Einwohner) der Fall. Die Schwankungen innerhalb der 12 abgefragten Burgdorfer Stadtteile sind nicht gravierend.

Verbraucher aus Teilorten von Lehrte (Röddensen, Steinwedel) und Uetze, Hänigsen kaufen vergleichsweise häufig im Lebensmitteleinzelhandel in Burgdorf ein. In Relation zur jeweiligen Einwohnerzahl leitet sich allerdings eine geringe Kundendichte ab.

Seitens der Kaufleute bzw. Expansionsleiter aus dem Lebensmitteleinzelhandel wurden die Ergebnisse der Wohnortbefragung bestätigt. Von den inhabergeführten Fachgeschäften in

der Innenstadt wurde ein Anteil an auswärtigen Kunden zwischen ca. 10 und 30 % betont. Diese kommen ebenfalls insbesondere aus verschiedenen Stadtteilen von Lehrte und aus Uetze.

Der **grundzentrale Kongruenzraum** ist für großflächige Einzelhandelsbetriebe des periodischen Bedarfs ausschlaggebend. Wie bei einem Grundzentrum beschränkt sich auch bei einem Mittelzentrum dieser Kongruenzraum auf die Stadt selbst.

Anders verhält es sich hingegen bei großflächigen Betrieben mit aperiodischen Sortimenten, hierfür ist der **mittelzentrale Kongruenzraum** ausschlaggebend. Hierbei können Grundzentren im Umland eines Mittelzentrums diesem mittelzentralen Kongruenzraum zugeordnet werden. Im Falle von Burgdorf bezieht sich dies auf das Grundzentrum Uetze. Damit würden rd. 20.300 Einwohner zum Kongruenzraum des Mittelzentrums Burgdorf hinzukommen. Eine Abstimmung ist allerdings mit der Region Hannover erforderlich.

Tabelle 7: Kundenverteilung und Kundendichte in Burgdorf

| Stadtteile | Kunden | | | Einwohner | Kunden / 1.000 EW |
|--------------------|-------------|------------|--------------|----------------|-------------------|
| | Supermärkte | Discounter | insgesamt | | |
| Innenstadt-Nordost | 190 | 164 | 354 | 6.583 | 54 |
| Weststadt | 145 | 237 | 382 | 6.491 | 59 |
| Südstadt | 151 | 332 | 483 | 8.478 | 57 |
| Beinhorn | 5 | 2 | 7 | 131 | 53 |
| Dachtmissen | 9 | 6 | 15 | 401 | 37 |
| Heeßel | 13 | 31 | 44 | 955 | 46 |
| Hülptingsen | 15 | 32 | 47 | 1.136 | 41 |
| Otze | 37 | 14 | 51 | 1.722 | 30 |
| Raml.-Ehlersh. | 93 | 17 | 110 | 3.115 | 35 |
| Schillerslage | 22 | 14 | 36 | 910 | 40 |
| Sorgensen | 10 | 9 | 19 | 547 | 35 |
| Weferlingsen | 7 | 7 | 14 | 264 | 53 |
| Summe | 697 | 865 | 1.562 | 30.733 | 51 |
| Lehrte | 11 | 15 | 26 | 22.630 | 1 |
| Ahlten | 3 | 2 | 5 | 5.312 | 1 |
| Aligse | 1 | 6 | 7 | 1.639 | 4 |
| Arpke | 4 | 7 | 11 | 2.826 | 4 |
| Immensen | 4 | 12 | 16 | 2.352 | 7 |
| Kolshorn | - | 3 | 3 | 357 | 8 |
| Röddensen | 1 | 2 | 3 | 223 | 13 |
| Sievershausen | - | 2 | 2 | 2.307 | 1 |
| Steinwedel | 13 | 15 | 28 | 1.768 | 16 |
| Burgwedel | 22 | 18 | 40 | 20.421 | 2 |
| Uetze/Hänigsen | 35 | 38 | 73 | 19.915 | 4 |
| Wathlingen | 2 | - | 2 | 6.132 | 0 |
| Adelheidsdorf | 12 | - | 12 | 2.564 | 5 |
| Celle | 4 | 4 | 8 | 68.691 | 0 |
| Nienhagen | 2 | 1 | 3 | 6.685 | 0 |
| Isernhagen | 3 | 9 | 12 | 23.466 | 1 |
| Sehnde | 2 | 4 | 6 | 23.231 | 0 |
| Hannover | 17 | 20 | 37 | 526.294 | 0 |
| Sonstige Orte | 16 | 30 | 46 | - | - |
| Summe | 152 | 188 | 340 | 714.183 | 0 |

GMA-Kundenwohrtbefragung April 2016, Einwohnerzahl Stand 2015.

2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Burgdorf

Das Kaufkraftpotenzial wird für den stationären Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Autohandel) berechnet. Die jährliche Pro-Kopf-Ausgabe lag im vergangenen Jahr in Deutschland bei ca. 6.035 €, davon entfielen ca. 2.859 € auf den periodischen Bedarf²⁷.

Neben den Pro-Kopf-Ausgaben ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. In Burgdorf lag im Jahr 2017 mit 105,9 ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau²⁸ vor. Entsprechend des Kaufkraftniveaus wurde der durchschnittliche Ausgabesatz für den Einzelhandel gewichtet, d. h. in Burgdorf lag der Ausgabesatz bei rd. 6.392 € p. a. pro Einwohner²⁹ und damit etwa 356 € über dem Bundesdurchschnitt. Das Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel ist in Burgdorf mit ca. 195 – 196 Mio. € p. a. zu beziffern.

Tabelle 8: Kaufkraftvolumen in der Stadt Burgdorf

| Sortimente | Kaufkraft in Mio. € |
|--|---------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 71,6 |
| Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel | 14,6 |
| Blumen, Tiernahrung, Zeitungen / Zeitschriften | 6,4 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 8,0 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 23,8 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 18,2 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 19,9 |
| Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf | 16,9 |
| Optik, Uhren / Schmuck | 5,0 |
| sonstige Sortimente | 11,2 |
| gesamt | 195,6 |

GMA-Zusammenstellung 09 / 2018

3. Einzelhandelszentralität

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung einer Stadt sowie für deren Entwicklungspotenzial dient die Zentralitätskennziffer. Die **einzelhandelsrelevante Zentralität** zeigt das Verhältnis zwischen Umsatz und einzelhandelsbezogener Kaufkraft der Bevölkerung. Werte über 100 kommen zustande, wenn mehr durch den Einzelhandel umgesetzt wird, als Kaufkraft am Ort vorhanden ist. Der Einzelhandel bindet die Kaufkraft der Wohnbevölkerung in einem hohen Maße und generiert gleichzeitig Zuflüsse mit Kunden aus dem Umland.

²⁷ Bei Apotheken wird nur der Anteil der nicht verschreibungspflichtigen Medikamente berücksichtigt.

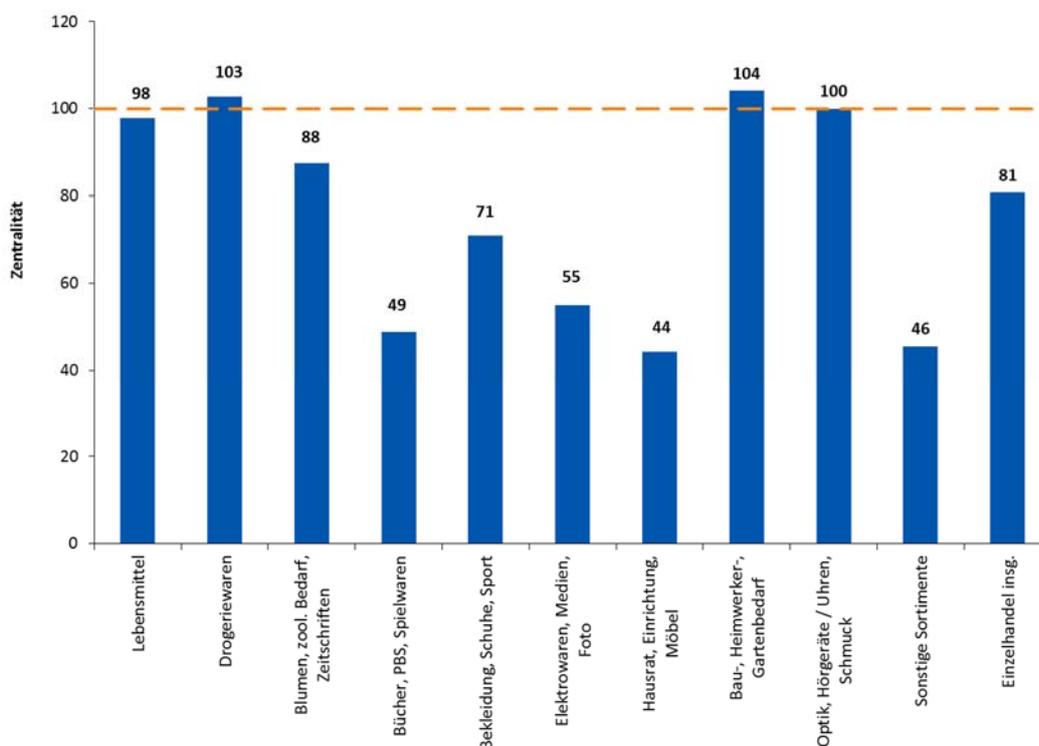
²⁸ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2018: Werte über 100 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

²⁹ Nur Hauptwohnsitze, die Nebenwohnsitze werden nicht berücksichtigt, um Kaufkraft in Deutschland nicht doppelt zu verteilen.

Die ansässigen Einzelhandelsbetriebe erwirtschafteten im vergangenen Jahr einen Umsatz³⁰ von rd. 158 – 159 Mio. €. Diesem Umsatz steht ein Kaufkraftvolumen von rd. 195,6 Mio. € gegenüber, so dass die Zentralität über alle Branchen bei rd. 81 % liegt. Dieser Wert fällt für ein Mittelzentrum gering aus und resultiert aus geringen Zentralitäten bei Hausrat, Einrichtungsbedarf, Möbel. Bei Drogeriewaren / pharmazeutischen Artikeln wird mit einer Zentralität von rd. 103 % ein angemessenes Niveau erreicht.

Für den grundzentralen Versorgungsauftrag ist das Angebot bei Nahrungs- und Genussmitteln ausschlaggebend. Der Umsatz in den relevanten Betrieben lag im vergangenen Jahr bei rd. 70 Mio. €. Bezogen auf das relevante Kaufkraftvolumen von rd. 71,6 Mio. € leitet sich eine Zentralität von 98 % ab. Dies zeigt, dass kein Überbesatz an Supermärkten oder auch an Discountern besteht und diese Betriebstypen mit Ausnahme des E-Centers in der Weserstraße keine hohen Zuflüsse aus den Nachbarkommunen, z. B. Uetze, Lehrte, generieren. Gleichwohl fließt Kaufkraft aus Burgdorf in andere Städte in Richtung Hannover ab, was u.a. mit den Pendlerverflechtungen zusammenhängt. Unter den Branchen des aperiodischen Bedarfs liegt die höchste Zentralität im Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf mit über 104 % vor. Bei Bekleidung / Schuhe / Sport wird mit rd. 71 % angesichts der Nähe zu Hannover und Celle noch ein vergleichsweise guter Wert erreicht.

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Zentralität



GMA-Berechnungen 2018, Zentralität in %

³⁰ Die Berechnungen des Umsatzes basiert auf Betriebsbefragungen vor Ort und eigenen Einschätzungen.

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes

1. Bewertung des Einzelhandelsangebotes und Potenziale

1.1 Bewertung des Einzelhandelsangebotes im periodischen Bedarf

Mit den beiden E-Centern, dem Rewe Supermarkt und dem Edeka Supermarkt in Ehlershausen sind die sog. Vollversorger in Relation zur Einwohnerzahl ausreichend vertreten. Mit den Discountern Aldi, Lidl, Penny (3 Filialen), Netto Markendiscount und NP liegt für die Größe Burgdorfs ein mehr als ausreichender Besatz vor. Eine ausreichende wirtschaftliche Tragfähigkeit für Supermärkte ist gewährleistet, wenn rd. 7.000 Einwohner auf einen Supermarkt entfallen. Der Referenzwert für Lebensmitteldiscounter liegt bei rd. 5.000 Einwohner. Bedarf für einen neuen Supermarkt oder einen neuen Discounter besteht nicht. Die einzelnen Märkte / Discounter werden wie folgt bewertet:

- /// Das E-Center in der Weserstraße ist mit rd. 3.500 m² Verkaufsfläche ausreichend dimensioniert, modern gestaltet, sehr leistungsfähig und verfügt über gute Standortbedingungen.
- /// Die Bestandsimmobilie des E-Centers in der Uetzer Straße ist deutlich „in die Jahre gekommen“, dies betrifft u. a. die Gestaltung des Eingangs, der Vorkassenzone, die interne Erschließung aber auch energetische Aspekte. Die Immobilie wurde im Jahr 1982 gebaut. Die Standortbedingungen fallen im Vergleich zum E-Center in der Weserstraße sowie zu Rewe ungünstiger aus, da der Parkplatz rückseitig angeordnet und die Zu- und Abfahrt sehr eng ist. Dies betrifft auch den Anlieferverkehr. Zudem bestehen an diesem Standort keine Verbund- und Kopplungsmöglichkeiten mit weiteren Fachmärkten oder Fachgeschäften. Die Zu- und Abfahrtsbedingungen zu diesem Standort könnten nur durch den Kauf angrenzender Grundstücke verbessert werden, wengleich die Immobilie abgerissen und im hinteren Standortbereich neu gebaut werden müsste. Insofern zeichnet sich hier ein Verlagerungsbedarf ab, während die Einheit mit rd. 2.500 m² als ausreichend bezeichnet werden kann.
- /// Der Rewe Supermarkt verfügt bedingt durch die direkte Anbindung zum größten zusammenhängenden Parkplatz „Schützenplatz“ über sehr gute Standortbedingungen. Durch die Lage am Eingangsbereich zur Innenstadt können angrenzende Geschäfte von dessen hoher Kundenfrequenz profitieren. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.600 m² liegt die Einheit etwas unter der für Supermärkte üblichen Größe von rd. 1.800 – 2.000 m² Verkaufsfläche. Hier zeichnet sich ein geringer Erweiterungsbedarf ab.
- /// Der Edeka Supermarkt im Nahversorgungszentrum Ehlershausen weist mit rd. 750 m² Verkaufsfläche eine etwas geringe Größe auf. Aufgrund der anstehenden Verlagerung

der Penny-Filiale wird angeregt, die Nachbelegung durch Edeka, z. B. Auslagerung des Getränkemarktes, zu überprüfen.

- /// Mit einer Verkaufsfläche von knapp 700 m² wird die Aldi-Filiale am Ostlandring den Ansprüchen der Kunden an einen modernen und übersichtlichen Verkaufsraum seit langem nicht mehr gerecht. Seitens der Verbraucher werden seit Jahren höhere Ansprüche an die Gestaltung bzw. die Warenpräsentation bei Discountern und Supermärkten gestellt. Dies betrifft nicht nur den Eingangsbereich bzw. die Kassenzone, sondern v. a. die Breite der Gänge³¹ und niedrigen Regalen. Seitens Aldi Nord werden Einheiten von rd. 1.200 – 1.400 m² als zukunftsfähig betrachtet.
- /// Der Lidl Discounter am Ostlandring / Uetzer Straße ist mit knapp 1.000 m² Verkaufsfläche zwar größer als die Aldi-Filiale, entspricht aber auch nicht mehr den gängigen und als zukunftsfähig angesehenen Größen von rd. 1.300 – 1.400 m².
- /// Die Penny-Filialen in der Immenser Straße und Mönkeburgstraße sind jeweils 800 m² groß und weisen für Penny in etwa durchschnittliche Einheiten auf. In Ehlershausen eröffnete Penny Ende September 2018 mit rd. 800 m² Verkaufsfläche, die neue Einheit ist rd. 200 m² als die vorherige. Mit Blick auf die Versorgungsfunktion dieser Filiale zeichnet sich mittelfristig kein Erweiterungsbedarf ab. Die Nachbelegung der ursprünglichen Penny-Filiale ist momentan noch ungeklärt.
- /// Das Angebot bei **Drogerie- / Parfümeriewaren** verteilt sich auf drei Drogeriemärkte (dm, Rossmann in der Marktstraße und in der Weserstraße), eine Parfümerie, ein Haarpflegeshop und auf Teilsortimente der Supermärkte, Lebensmitteldiscounter bzw. des Sonderpostenmarktes Zimmermann. Die stark frequentierten innerstädtischen Filialen Rossmann und dm weisen mit Einheiten von rd. 500 m² eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche auf. Neuansiedlungen werden sowohl bei Rossmann als auch bei dm mit Einheiten von ca. 700 – 800 m² VK vollzogen. Somit zeichnet sich Erweiterungsbedarf für die innerstädtischen Filialen ab. Auch die Rossmann Filiale in der Weserstraße fällt sehr klein aus, wenngleich der gesamte Standortbereich städtebaulich nicht integriert ist und insofern kaum Möglichkeiten zur Erweiterung von Betrieben mit periodischen Sortimenten bestehen. Dies hängt mit den raumordnerischen Vorgaben zusammen.
- /// Der Besatz von **Apotheken** ist für die Größe von Burgdorf angemessen. Hierbei ist zu beachten, dass Apotheken nicht großflächig sind und damit auch keiner planungsrechtlichen Steuerung bedürfen.

³¹ In Filialen, die bereits seit Jahrzehnten betrieben werden, sind die Gänge rd. 1,40 m breit. Mittlerweile werden diese Gänge auf rd. 3,0 m erweitert. Insofern ist jeweils ein Teil der Verkaufsflächenerweiterung, der Verbreiterung der Gänge geschuldet.

- /// Das Angebot bei **Blumen** verteilt sich auf verschiedene Fachgeschäfte bzw. filialisierende Anbieter mit üblichen Einheiten, d. h. deutlich unter 100 m². Sofern hier Ansiedlungen / Erweiterungen vollzogen werden, ist dies nicht planungsrechtlich abzuschern.
- /// Das Angebot bei **Tiernahrung** verteilt sich auf die beiden Fachmärkte Fressnapf (Uetzer Straße) und Futterhaus (Weserstraße) sowie auf die Teilsortimente in den Supermärkten und Lebensmitteldiscountern. Die beiden Fachmärkte Fressnapf und Futterhaus führen neben Tiernahrung weitere Artikel des Tierbedarfs. Die Einheit von Fressnapf in der Uetzer Straße ist großzügig dimensioniert, während die Verkaufsfläche von Futterhaus eher klein ausfällt.

2. Bewertung des Einzelhandelsangebotes im aperiodischen Bedarf

- /// Bei **Büchern / Schreib- und Papierwaren** verteilt sich das Angebot auf innerstädtische Fachgeschäfte, zwei Sortimentsbuchhandlungen, ein Fachgeschäft in Ehlershausen und die Fachabteilungen in den Supermärkten bzw. den Discountern. Entwicklungspotenziale bei Büchern sind angesichts des hohen Online-Anteils kaum mehr gegeben.
- /// Das Angebot bei **Spielwaren** bezieht sich auf drei innerstädtische Fachgeschäfte, wovon zwei ihren Angebotsschwerpunkt bei Modellbau haben.
- /// Im Bereich **Bekleidung, Schuhe, Sport** weist Burgdorf verschiedene namenhafte Filialisten (bspw. Kik mit zwei Filialen, Takko, Ernstings Family, Gina Laura) und inhabergeführte innerstädtische Fachgeschäfte (bspw. Fehling, Obermeyer) auf. Auch das Warenhaus Woolworth³² (Nachbelegung von C&A, Eröffnung Ende August 2018) bietet dieses Sortiment an.
- /// Im Sortiment **Sport** sind die innerstädtischen Fachgeschäfte Goslar und Polch mit mittleren Einheiten angebotsbestimmend. Potenziale sollten für Erweiterungen im Bestand genutzt werden.
- /// **Schuhe / Lederwaren** werden in innerstädtischen Fachgeschäften sowie bei Deichmann (Ostlandring) angeboten. Die Fachgeschäfte sowie Deichmann weisen übliche Einheiten auf.
- /// Im Sortiment **Optik, Akustik, Uhren, Schmuck** befindet sich eine Vielzahl an Fachgeschäften in der Innenstadt, wobei auch namhafte Filialisten wie Fielmann vertreten sind.

³² Von Woolworth wurde fast die gesamte Verkaufsfläche von C&A nachbelegt.

- /// Bei **Elektrowaren, Medien, Foto** ist der in der Weserstraße lokalisierte Fachmarkt expert angebotsbestimmend. In der Innenstadt sind überwiegend Handyshops vertreten. Angesichts des hohen Online-Anteils, insbesondere bei Unterhaltungselektronik, ist es momentan sehr schwierig, weitere Anbieter anzusiedeln. Mit Blick auf die Angebotsabrundung des innerstädtischen Angebotes ist die Innenstadt zu favorisieren.
- /// Das Sortiment **Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik / Wohnaccessoires** wird in kleinen innerstädtischen Fachgeschäften (v. a. Tchibo, Depot) und in einem geringen Umfang in den Supermärkten bzw. als Aktionswaren in den Lebensmitteldiscountern geführt. Auch der Sonderpostenmarkt Zimmermann führt dieses Sortiment. Klassische Fachgeschäfte für Glas / Porzellan / Keramik bzw. Hausrat mit Einheiten von rd. 400 – 500 m² VK werden seit längerem nicht mehr in Innenstädten eröffnet. Dies hängt mit der starken Konkurrenz der Möbelhäuser, welche ein sehr umfangreiches Angebot in diesem Sortiment vorhalten, zusammen.
- /// Im **Möbelsektor** verteilt sich das Angebot auf das Dänische Bettenlager, ein Fachgeschäft für Polstermöbel, ein Küchenstudio und zwei kleinere Anbieter. Großflächige Formate sind nicht vertreten, was auch mit der ausgeprägten Wettbewerbssituation im Möbelsektor in der Region Hannover zusammenhängt. Hier besteht ein Ausbaupotenzial, z. B. für einen Möbeldiscounter oder für ansässige Betriebe.
- /// Im Bereich **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** weisen die Baumärkte Baulöwe (2 Standorte) im Gewerbegebiet Hülptingsen und hagebau großflächige Formate auf. Hinzu kommen eine Vielzahl weiterer Betriebe (bspw. Raiffeisenmarkt, Landhandel, Baustoffe Brandes). Bedarf für Neuansiedlungen an großflächigen Formaten besteht in Burgdorf nicht, zumal im Umland ebenfalls großflächige Formate lokalisiert sind. Der Raiffeisenmarkt in der Raiffeisenstraße liegt relativ nah an der Innenstadt und ist hinsichtlich des äußeren und inneren Erscheinungsbildes nicht mehr zeitgemäß. Hier zeichnet sich ein Modernisierungsbedarf ab.
- /// **Fahrräder / Zubehör** werden in den Fachgeschäften (Fahrrad Mailynn, Schiwy, Schwenke) geführt. Angesichts der hohen Dynamik in dieser Branche, u.a. pedelecs, cargo-bikes, e-bikeleasing, werden Erweiterungen im Bestand empfohlen.
- /// In den **sonstigen Sortimenten** ist eine Vielzahl an Sonderpostenmärkten (u. a. Sonderposten Zimmermann, Mc Geiz, Tedi und Second-Hand-Läden) vertreten. Bedarf an Neuansiedlungen von großen Sonderpostenmärkten zeichnet sich nicht ab.

V. Einzelhandelskonzept für Burgdorf

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels wird empfohlen das Einzelhandelskonzeptes zu verabschieden. Dieses dient als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs-, / Verlagerungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung³³. Berücksichtigt werden auch die übergeordneten Ziele der Landes- und Regionalplanung.

Die wesentlichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Burgdorf werden wie folgt gesehen:

- /// Sicherung und Ausbau der grund- und mittelzentralen Versorgungsfunktion
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung, ggf. Anpassung bestehender Bebauungspläne an die Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes und der aktuellen Raumordnung
- /// Schutz und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, des Nahversorgungszentrums Ehlershausen und des neuen Nahversorgungszentrums Südstadt

Im kommunalen Einzelhandelskonzept³⁴ für die Stadt Burgdorf aus dem Jahr 2007 wurde bereits die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels über eine Sortimentsliste und über Standorte gesteuert.

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt:

- /// **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient als Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels.
- /// **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

³³ Durch den Beschluss des Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

³⁴ Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Burgdorf, Stadt + Handel 2007.

Mit dem Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Einzelhandelsentwicklung geschaffen werden. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen in den Einzelhandelsbetrieben.

2. Sortimentskonzept

Für das **Sortimentskonzept** wird geklärt, welche Sortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstrukturen heute den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen. Diese Sortimente werden als **zentrenrelevant** bezeichnet.

Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe). Zu zentrenrelevanten Sortimenten gehören **nahversorgungsrelevante Sortimente**, da eine möglichst wohnortnahe Versorgung im periodischen Bedarf erreicht werden sollt. Das Angebot an **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für zentrale Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten unter Umständen aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der Verkehrsfrequenz sogar erwünscht.

Die nachfolgende Übersicht stellt die Einstufung der Sortimente dar, diese orientiert sich an der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Burgdorf, den rechtlichen Vorgaben und berücksichtigt die städtebauliche Zielsetzungen. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht im zentralen Versorgungsbereich angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden. Voraussetzung ist, dass Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen.

Großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind häufig in dezentralen Lagen angesiedelt. Diese Sortimente sind i.d.R. nicht kritisch im Hinblick auf die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in zentralen Versorgungsbereichen zu sehen. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar. Im Vergleich zur Sortimentsliste aus dem Jahr 2007 ergeben sich nur wenige Änderungen:

- /// **Papier- / Schreibwaren** werden nicht zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mehr gerechnet. Dies hängt mit den Vorgaben des LROP-VO 2017 zusammen. So werden zu den periodischen Sortimenten, welche identisch mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind, Zeitschriften / Zeitungen gerechnet.
- /// Das Sortiment **Bettwaren** ist nach wie vor nicht als zentrenrelevant eingeordnet, wobei dieses Sortiment präzisiert wurde (Decken, Kopfkissen, Tagesdecken). Damit soll vermieden werden, dass auch das zentrenrelevante Sortiment Bettwäsche dazu gezählt wird.
- /// Das **Baumarkt-Sortiment** wurde weiter konkretisiert und bleibt nach wie vor nicht zentrenrelevant. Dieser Bereich wurde um die sog. baumarktrelevanten Haushaltswaren ergänzt, worunter Leitern, Aufbewahrungsboxen, Wäscheständer zu verstehen sind. Diese werden üblicherweise in Bau- / Heimwerkermärkten geführt und kaum mehr in klassischen innerstädtischen Fachgeschäften für Haushaltswaren.
- /// Nicht enthalten waren 2007 die Sortimente **Arbeitsbekleidung** (wurde dem Bekleidungssortiment zugeordnet) und **Reitsportartikel** (wurde zu Sport zugeordnet) zählte zu Sport, welche als nicht zentrenrelevant eingeordnet wurden.
- /// Das Sortiment **Gardinen und Zubehör** wurde in 2007 als zentrenrelevant eingeordnet, da der Angebotsschwerpunkt in der Innenstadt lag. Mittlerweile hat sich dies verschoben, sodass das Sortiment als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden kann.

Tabelle 9: Sortimentenliste des Einzelhandels von Burgdorf

| Zentrenrelevante Sortimente = periodischer Bedarf | Nicht zentrenrelevante Sortimente = aperiodischer Bedarf |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Nahrungs-/ Genussmittel - Drogerie-, Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel - Zeitschriften, Zeitungen - Schnittblumen - Tiernahrung | <ul style="list-style-type: none"> - Elektrogroßgeräte - Tierpflegemittel, Tierbedarf, zoologischer Bedarf - Gartenbedarf / Pflanzen, Gartengeräte - Gartenmöbel - Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge, Farben, Lacke, Tapeten, Leitern - baumarktrelevante Haushaltswaren (z. B. Leitern, Aufbewahrungsboxen, Wäscheständer) - Sanitär / Fliesen - Rollläden, Rollos, Markisen - Möbel, Antiquitäten, Küchen, Büromöbel, Badmöbel, -ausstattung - Matratzen, Matratzenschoner - Bettwaren (Decken, Kopfkissen, Tagesdecken) - Gardinen / Zubehör - Teppiche, Bodenbeläge - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campingartikel - Auto- / Motorradzubehör - Sanitätswaren (großteilig) - Arbeitskleidung - Reitsportartikel |
| zentrenrelevante Sortimente = aperiodischer Bedarf <ul style="list-style-type: none"> - Sanitätswaren (kleinteilig) - Bücher - Spiel-, Schreibwaren, Bastelartikel - Bekleidung (Herren, Damen, Kinder), Wäsche - Sportbekleidung und -geräte - Schuhe, Lederwaren - Wolle, Kurzwaren / Handarbeiten / Stoffe - Baby-/ Kinderartikel, Kinderwagen, Autokindersitze - Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren, Wohnaccessoires - Kunstgegenstände, Bilder / Rahmen, - Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken) - Uhren, Schmuck, Optik, Akustik - Fahrräder / Zubehör - Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik, Computer / Zubehör, Telekommunikation, Foto - Angel- / Jagdbedarf | |

GMA-Empfehlungen 2018

Mit Blick auf **zentrenrelevanten Randsortimente** bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind die Vorgaben des LROP-VO 2017, 2.3.06 zu berücksichtigen:

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

- c) wenn die **Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert** der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
- d) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“

Zu beachten ist ferner, dass bei Erweiterungen in vorhandenen großflächigen Einzelhandelsbetriebe jeweils das gesamte Vorhaben, also nicht nur die Erweiterungsfläche, bewertet werden müssen. Dies bezieht damit auch die Betrachtung der Randsortimente mit ein.

Das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung erwies sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher. So können mit dem Instrumentarium der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den Gewerbegebieten ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// Die positive Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen werden ausgeschlossen.
- /// Die negative Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen werden zugelassen.

Mit diesen Festsetzungen bestehen für Kommunen Differenzierungsmöglichkeiten, mit denen zentrenrelevante Sortimente auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit ausgeschlossen werden können, um damit zentrale Versorgungsbereiche zu stärken und weiterzuentwickeln.

Von dem Ausschluss des zentrenrelevanten Einzelhandels können bestimmte Betriebstypen, wie Werksverkauf, Nachbarschaftsläden, Tankstellenshops, Kioske usw. ausgenommen und ausnahmsweise zugelassen werden, soweit sie zentrenverträglich sind. Gleichzeitig ist generell darauf hinzuweisen, dass alle bestehenden Betriebe **Bestandsschutz** genießen.

Da die Entwicklungspotenziale sehr begrenzt sind, sollte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte restriktiv hinsichtlich großflächiger Betriebe mit zentrenrelevanten Sortiment verfahren werden. Dies ist letztlich nur durch entsprechende Ausschlüsse in den jeweiligen Bebauungsplänen umsetzbar. Ein schlüssiges Gesamtkonzept muss damit neben konkreten Maßnahmen im zentralen Versorgungsbereich auch durch eine entsprechende Bebauungsplanung in den übrigen Standortlagen abgesichert werden. Bestehende Bebauungspläne wären nach Abwägung planerisch relevanter Gesichtspunkte anzupassen. Sortimentsausschlüsse bzw. -beschränkungen außerhalb der geschützten Bereiche (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt) sind als flankierende Maßnahmen zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt zu sehen.

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung. Ein wesentliches Augenmerk liegt auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzel-

handelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Burgdorf in eine Zentren- und Standortstruktur. Dazu werden die bestehenden Handlungslagen und die festgelegten zentralen Versorgungsbereich aus dem vorherigen Einzelhandelskonzept für Burgdorf überprüft und aktualisiert.

Das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007 beschreibt in seinem Standortkonzept folgende Einstufungen:

- /// Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- /// Nahversorgungszentrum Ehlershausen
- /// Nahversorgungszentrum Rubensplatz (künftig).

Aufgrund der faktischen Prägung ist nach wie vor ein zentraler Versorgungsbereich Innenstadt sowie das Nahversorgungszentrums Ehlershausen vorhanden.

Das perspektivische Nahversorgungszentrum „Rubensplatz“ kann nicht bestätigt werden. Bereits in 2007 wurde festgestellt, dass der Rubensplatz aufgrund der damaligen Situation nicht als zentraler Versorgungsbereich bewertet werden kann, wenngleich ein Ausbau empfohlen wurde. Begründet³⁵ wurde dies u. a. mit der Lage an einer überörtlichen Ausfallstraße und damit mit einer hohen Lagegunst für Einzelhandelsbetriebe. Zudem wurde ein Ansiedlungspotenzial für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, ergänzt um weitere vornehmlich auf die Versorgung des Gebietes bezogene Sortimente, festgehalten. Für ein Nahversorgungszentrum ist das Vorhandensein eines Frequenzbringers notwendig, wobei zu den Frequenzbringern Lebensmitteldiscounter, Supermärkte möglichst in Kombination mit weiteren kleinteiligen Betrieben (insbesondere Lebensmittelhandwerk) oder auch mit einem Drogeriemarkt zählen. Im Bereich des Rubensplatzes bzw. der Gudrun-Pausewang-Schule leben zwar über 7.000 Einwohner, so dass ein ausreichendes Kaufkraftvolumen für einen Lebensmittelmarkt vorhanden ist. Ein moderner und zukunftsfähiger Lebensmittelmarkt kann allerdings nicht in die vorhandene Bestandsimmobilie (ehemals Aldi), welche in den 1970er Jahren als Quartierszentrum entwickelt wurde, integriert werden. Erforderlich wäre an diesem Standort der Neubau eines Lebensmittelmarktes, wozu eine entsprechend große Fläche (rd. 5.000 – 6.000 m²) notwendig wäre. In die nähere Betrachtung und Abwägung kann ggf. ein Teilbereich der Fläche der Gudrun-Pausewang-Schule einbezogen werden, falls es zu einer Erneuerung dieses Schulstandortes kommt. Allerdings sind die Standortanforderungen der Betreiber von Lebensmitteldiscountern oder Supermärkten zu berücksichtigen, welche nach wie vor Standorte an frequentierten Durchgangachsen präferieren, um so den täglichen Anlieferverkehr zu gewährleisten.

³⁵ vgl. Stadt + Handel, Seite 94 ff.

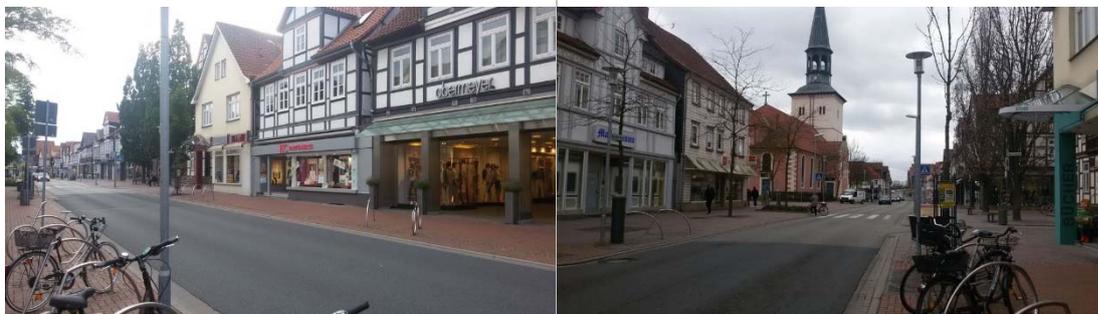
In diesem Zusammenhang ist auf die Entwicklung des Standortbereichs am Ostlandring hinzuweisen. Seit mehreren Jahren bestehen Bestrebungen, den gesamten Bereich (Verbundlage um Aldi, Deichmann, Dänisches Bettenlager, Takko) neu zu strukturieren und zu ordnen. Dabei soll das Quartier nicht nur für den Einzelhandel neu geordnet werden, sondern auch weitere gehobene Wohnquartiere entstehen.

Die Ansiedlung der Aldi-Filiale sowie der Fachmärkte wurde vor über 20 Jahren vollzogen, die gesamte Verbundlage ist seit Jahren stark modernisierungsbedürftig. Ursprünglich in einer Gewerbegebietslage entwickelt, hat sich hier mittlerweile ein Wandel vollzogen. Nunmehr ist es möglich, den zwischen der Aldi- und Lidl-Filiale ansässigen Autohändler zu verlagern, so dass ein kleines Zentrum geschaffen werden kann. Unmittelbar im Bereich des Ostlandrings bestehen verdichtete Wohngebiete, in welchen mehrere 1.000 Einwohner leben. Insofern übernehmen die dortigen Betriebe auch eine quartiersnahe Versorgungsfunktion. Perspektivisch erfüllt dieser Standortbereich die Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich i. S. eines Nahversorgungszentrums. Im Gegensatz zum Hauptzentrum Innenstadt sollen in einem Nahversorgungszentrum Betriebe vorhanden sein, welche primär auf den grundzentralen Kongruenzraum bzw. den periodischen Bedarf ausgerichtet sind. Die Betriebe hingegen in der Innenstadt erfüllen eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie den zugeordneten mittelzentralen Kongruenzraum.

3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

Foto 1: Marktstraße (1)

Foto 2: Marktstraße (2)



Räumliche Situation

- / Entsprechend der faktischen Prägung umfasst der zentrale Versorgungsbereich große Teile des **historisch gewachsenen Stadtkerns**, wenngleich dieser mit Blick auf die Ansiedlungsmöglichkeiten und die Flächenverfügbarkeit für großflächige Formate im Einzelhandel etwas komprimiert wurde. Die Einbeziehung historischer Gebäude, welche nach wie vor bestehen bleiben und damit als Flächenpotenzial für die Ansiedlung von großflächigen Betrieben nicht in Frage kommen, ist nicht zielführend.
- / Die Hauptlage bildet die Marktstraße zwischen den Achsen „Vor dem Celler Tor“ und der Bahnhofstraße. Nördlich der Achse „Hannoversche Neustadt“ werden einzelne

Teilbereiche mit einbezogen, der gesamte Bereich bis hin zur Gartenstraße erfüllt aufgrund der faktischen Prägung (v. a. Schulen, Wohnbebauung) und fehlender Nutzungsmischung bzw. -vielfalt nicht die Voraussetzungen für einen zentralen Versorgungsbereich. Aufgrund des deutlich nachlassenden Geschäftsbesatzes können auch nicht sämtliche Bereiche der Braunschweiger Straße mit einbezogen werden.

- /// Entlang der Marktstraße nimmt in Richtung Kreisverkehr die Einzelhandelsdichte deutlich ab, während gastronomische und dienstleistungsbezogene Nutzungen in den Vordergrund treten.
- /// Zu beachten ist, dass die Marktstraße sehr lang ausgedehnt ist und eine durchgängige hohe Kundenfrequenz auf dieser Länge in einer Mittelstadt wie Burgdorf kaum möglich ist. Die höchste Fußgängerfrequenz entfällt auf den Bereich zwischen Rewe und Rossmann.
- /// Der Verlauf der Aue begrenzt südlich des Schützenplatzes die Innenstadt als natürliche Barriere. Das E-Center und das Blumengeschäft in der Uetzer Straße sind deutlich von der Innenstadt abgesetzt und können nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich gezählt werden.
- /// Der Standortbereich in der Raiffeisenstraße um den Raiffeisenmarkt inkl. Tankstelle und Anlagen für landwirtschaftliche Abnehmer ist eher gewerblich als durch Einzelhandelsbetriebe geprägt. Für die Erweiterung des Raiffeisenmarktes ist die Einbeziehung in den zentralen Versorgungsbereich nicht nötig, da das Kernsortiment Gartenbedarf nicht zentrenrelevant ist. Die Erweiterung könnte auch am jetzigen Standort vollzogen werden, was allerdings eine komplette Neuordnung voraussetzen würde.
- /// Als Potenzialflächen kann die Fläche östlich der Feldstraße berücksichtigt werden. Diese Fläche ist auch vergleichsweise schnell vom Bahnhof aus zu erreichen, wobei eine fußläufige Verbindung geschaffen werden könnte.
- /// Eine weitere Möglichkeit stellen Flächen nördlich des Schützenplatzes dar, die ggf. für Erweiterungen der dortigen Betriebe herangezogen werden können.
- /// Dieser Bereich um die Rolandstraße / Bahnhofstraße wurde vor über 10 Jahren als „Potenzialfläche³⁶ zur zukünftigen Weiterentwicklung von Haupt- und Nebenlagen“ ausgewiesen. Aufgrund der dortigen Eigentumsverhältnisse konnte bisher jedoch keine Entwicklung vollzogen werden. Zwischenzeitlich zeichnet sich hier wieder Interesse seitens Projektentwicklern zur Einzelhandelsentwicklung ab, jedoch sind die besonderen Standortbedingungen zu beachten. Aufgrund der zurückversetzten Lage und der

³⁶ vgl. Stadt + Handel, Seite 92 ff.

fehlenden Sichtbarkeit von der Marktstraße aus bietet dieser Bereich keine optimalen Voraussetzungen. Für das E-Center (Uetzer Straße) kommt dieser Bereich aufgrund der Ausrichtung auf das westliche Stadtgebiet und damit der Überschneidungen mit dem E-Center in der Weserstraße nicht in Frage. Zudem würde dies auch die Entwicklung am Ostlandring nachteilig tangieren. Überprüft werden sollte, inwieweit der Standort für möglicherweise zur Verlagerung anstehende Einheiten entwickelt werden kann.

Versorgungsfunktion

- / Die Betriebe der Innenstadt übernehmen für sämtliche Einwohner Burgdorfs eine Versorgungsfunktion sowie für das Umland, hier insbesondere für den mittelzentralen Kongruenzraum.
- / Eine besondere Bedeutung für die Marktreichweite kommt dem Rewe Supermarkt, den beiden Drogeriemärkten, den inhabergeführten Bekleidungshäusern Fehling und Obermeyer sowie den beiden Schuh- und Sportfachanbietern Polch und Goslar zu.
- / Die innerstädtischen Betriebe machen über die Hälfte aller Betriebe und rd. 27 % der gesamten Verkaufsfläche aus.

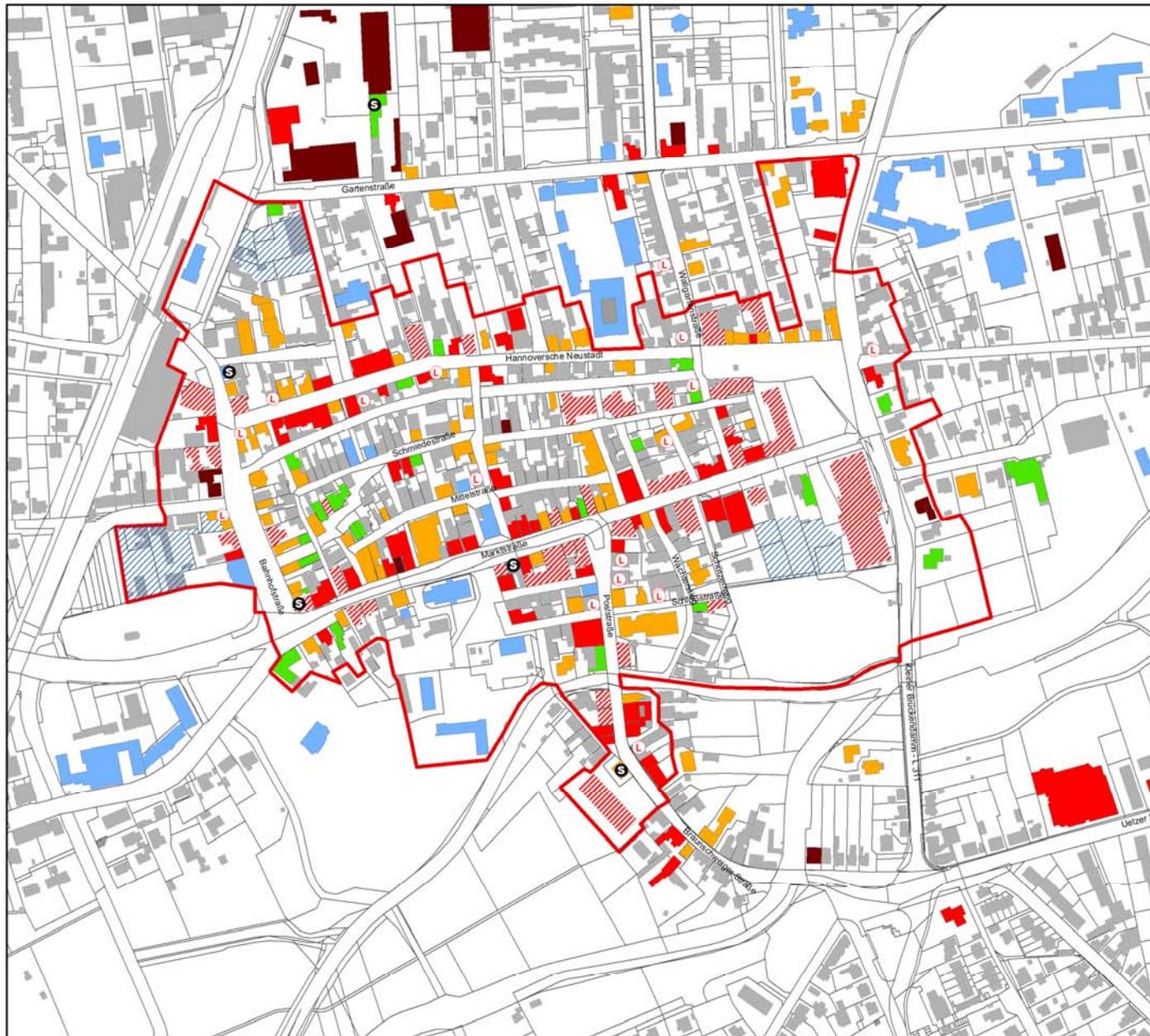
Ausstattung

| Sortimente | Anzahl | Verkaufsfläche in m ² |
|---|-----------|----------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 14 | 2.725 |
| Drogerie-, Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel | 11 | 1.625 |
| Blumen, Tiernahrung | 4 | 150 |
| Bücher, Schreib-, Spielwaren | 7 | 1.430 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 23 | 5.645 |
| Uhren / Schmuck, Optik / Akustik | 9 | 580 |
| Elektrowaren, Medien, Foto, | 4 | 180 |
| Hausrat, Einrichtung, Bau- / Heimwerkerbedarf | 9 | 890 |
| sonstige Sortimente | 10 | 1.580 |
| Einzelhandel insgesamt | 91 | 14.805 |

Aus Datenschutzgründen ist eine Ausweisung bei drei und weniger Betrieben nicht möglich. GMA-Erhebung 2016, aktualisiert in 2018 (ca.-Werte gerundet; Rundungsdifferenzen möglich)

- / **öffentliche Einrichtungen:** Stadtverwaltung, Amtsgericht, Finanzamt, Stadtmuseum
- / **Komplementärnutzungen:** > 80 ergänzende Nutzungen
- / Bei Nahrungs- und Genussmitteln stellt Rewe den strukturprägenden Anbieter dar. Die Aldi-Filiale, welche auf einer sehr geringen Verkaufsfläche von unter 500 m² jahrzehntelang betrieben wurde, wurde im vergangenen Jahr geschlossen. Die Fläche wurde durch einen Kik Textildiscounter nachbelegt.

Karte 4: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Nutzung

- Einzelhandel
- Dienstleistungen
- Gastronomie, Hotellerie
- Freizeit-, Kultur- und Bildungseinrichtungen, öffentl. Einrichtungen
- Gewerbe / Handwerk
- Mehrfachnutzungen
- L Leerstand
- S Spielhallen
- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Potenzialflächen

Änderungen 61. Herbst 04.10.18

Kartengrundlage: Stadt Burgdorf;
GMA-Bearbeitung 2018

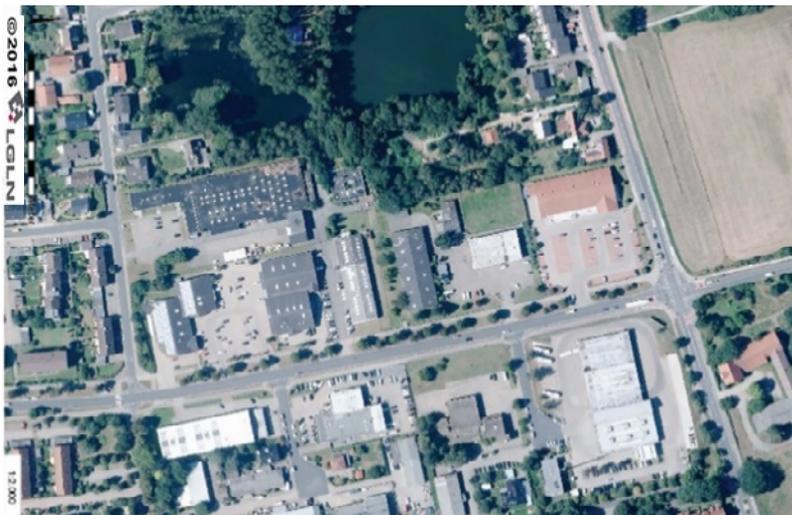
- /// Die seit längerem leerstehende Bestandsimmobilie von C&A wurde zwischenzeitlich durch Woolworth nachbelegt. Insofern dürfte perspektivisch die Obere Poststraße von dieser Neuansiedlung hinsichtlich der Kundenfrequenz profitieren.
- /// Im innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung, Schuhe und Sport konzentriert sich das Angebot auf das Hauptzentrum. Lediglich die Filialisten Takko und Deichmann sind im Nahversorgungszentrum Südstadt und Kik in der Weserstraße lokalisiert, wobei zukünftig Takko am Ostlandring nicht mehr bestehen bleibt.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Stärkung der Innenstadt als Versorgungsstandort im periodischen und aperiodischen Bedarf
- ➔ Steigerung der Attraktivität der Innenstadt als Handels- und Aufenthaltsort, auch durch Veranstaltungen

3.2 Nahversorgungszentren

3.2.1 Nahversorgungszentrum Südstadt



Räumliche Situation

- /// Das neue Nahversorgungszentrum erstreckt sich auf Teilbereiche des Ostlandringes ab dem Kreuzungsbereich Uetzer Straße bis hin zum Duderstädter Weg.

Versorgungsgebiet

- /// Die dort ansässigen Betriebe übernehmen eine Versorgungsfunktion für die südlichen bzw. südwestlichen Stadtquartiere.

Ausstattung

- /// Das Nahversorgungszentrum umfasst derzeit 7 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 3.520 m² VK. Im **periodischen Bedarf** sind die beiden Discounter Aldi und Lidl sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Fleischer, Bäcker) ansässig.

- / Im **aperiodischen Bedarf** sind derzeit der Schuhfilialist Deichmann, der Textilfilialist Takko und das Dänische Bettenlager ansässig.
- / **strukturprägende Betriebe:** Aldi, Lidl

Karte 5: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Südstadt


Da ein Bedarf für Neuansiedlungen an Supermärkten bzw. Lebensmitteldiscountern nicht mehr besteht, sollte die Struktur und die ansässigen Betriebe optimiert werden, so dass deren Zukunftsfähigkeit gewährleistet ist. Die Bestandsimmobilie des E-Centers (Uetzer Straße) ist nicht mehr zukunftsfähig, was mit dem erheblichen Investitionsbedarf zusammenhängt. Insofern bietet sich dessen Verlagerung an diesen Standort an. Es ist nicht geplant, die jetzige Verkaufsfläche von rd. 2.500 m² zu erweitern. Mit dieser Verkaufsfläche liegt eine ausreichende Größe für einen Supermarkt vor, welcher nicht primär auf Umlandkunden, sondern auf benachbarte Quartiere ausgerichtet ist. Um das E-Center am Standort Ostlandring unterzubringen, wird zukünftig der Filialist Takko nicht mehr integriert werden. Der gesamte Standortbereich³⁷ wird umstrukturiert und neu geordnet, was auch Zu- und Abfahrtsbedingungen, Stellplatzanlagen etc. mit einschließt. Die mögliche Zusammensetzung bzw. Größe für die Lebensmitteldiscounter bzw. für die angestrebte Verlagerung des E-Centers wurde überprüft. Im Fokus der Betrachtung standen insbesondere die möglichen Auswirkungen auf die Innenstadt. Der Angebots- und Umsatzschwerpunkt sowohl der beiden Discounter als auch des E-Centers liegt bei Sortimenten des periodischen Bedarfs, v. a. Nahrungs- und Genussmittel. Gerade das E-Center reduzierte deutlich die sog. Nonfood-Sortimente, welche im Obergeschoss untergebracht waren, der eindeutige Schwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln.

³⁷ Für das gesamte Vorhaben ist eine raumordnerische Überprüfung notwendig.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung der Versorgungsfunktion mit Betrieben des periodischen Bedarfs
- ➔ keine Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment

3.2.2 Nahversorgungszentrum Ehlershausen

Foto 3: Ehlershausen, neue Penny-Filiale **Foto 4:** Bestandsimmobilie Penny, Edeka Cramer



Räumliche Situation

- /// Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich auf Teilbereiche der Ramlinger Straße vom neuen Penny-Standort bis hin zur Hannoverschen Volksbank.

Versorgungsgebiet

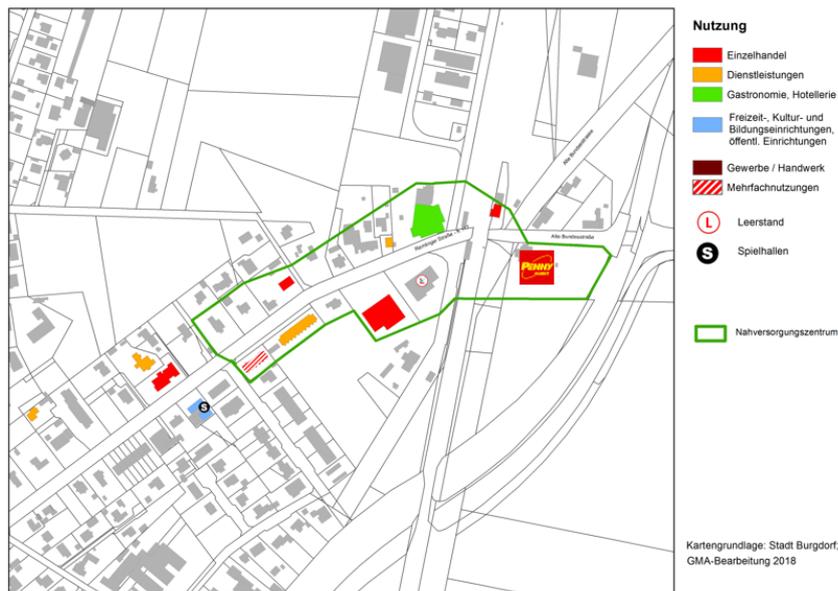
Der Standort übernimmt eine Versorgungsfunktion für Ehlershausen / Ramlingen

Ausstattung

- /// Das Nahversorgungszentrum umfasst 7 Betriebe mit rd. 1.750 m² VK. Im **periodischen Bedarf** sind Edeka Cramer mit Bäckereifiliale, Penny und ein Fachgeschäft für Blumen ansässig.
- /// Im **aperiodischen Bedarf** sind ein Fachgeschäft für Computer / Zubehör und ein Fachgeschäft für Elektro / Leuchten ansässig
- /// **strukturprägende Betriebe: Edeka, Penny**
- /// **Komplementärnutzungen:** u. a. Hotel / Restaurant, Frisör, Fahrschule, Kreditinstitut

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung der Versorgungsfunktion mit Betrieben des periodischen Bedarfs
- ➔ keine Ansiedlung von weiteren Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment

Karte 6: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ehlershausen


3.3 Sonstige Standorte

In der Stadt Burgdorf ist im Wesentlichen auf folgende Gewerbegebiete bzw. gewerblich genutzte Bereiche hinzuweisen:

- / Der gewerblich genutzte Bereich **in Hülptingsen** befindet sich in Nähe zur B 188. Die Verkaufsfläche summiert sich auf rd. 6.200 m², wobei ausschließlich Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Baulöwe Baumarkt und Gartencenter, Baustoffe) angesiedelt sind. Diese Betriebe sind dieser Lage adäquat zugeordnet.
- / In Bezug auf die städtebaulich nicht integrierten Standortlagen ist insbesondere auf den Bereich **Weserstraße** in der Weststadt hinzuweisen. Hier befinden sich in der Lise-Meitner-Straße hagebau, in der Weserstraße das E-Center mit Rossmann und Kik bzw. der Elektrofachmarkt expert und der Fachmarkt für Tierbedarf / Tiernahrung Futterhaus. Diese Einzelhandelsbetriebe profitieren zum einen von der guten verkehrlichen Erreichbarkeit durch die Lage an der Bundesstraße B 188. Auf den periodischen Bedarf entfallen rd. 4.000 m² Verkaufsfläche und mit knapp 10.000 m² der Großteil der Verkaufsfläche auf den aperiodischen Bedarf. Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass am Standort verschiedene Anbieter vorhanden sind, welche periodische und zentrenrelevante Sortimente anbieten. Ein weiterer Ausbau des Standortbereiches mit Betrieben mit zentrenrelevanten oder periodischen Kernsortimenten muss raumordnerisch überprüft werden.

4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung werden standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben empfohlen. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Um die **drei zentralen Versorgungsbereiche** in ihrer jeweiligen Struktur nicht zu beeinträchtigen sowie in der Entwicklung nicht zu behindern, sollte in den Gewerbegebieten die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) ausgeschlossen werden. Die hier vorhandenen Betriebe genießen Bestandsschutz. In **sonstigen integrierten Lagen** sollten großflächige Betriebe unabhängig von den geführten Sortimenten **nicht angesiedelt werden**. Auch kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten nicht in sonstigen integrierten Standorten neu angesiedelt werden, da diese zu einer Belebung der Innenstadt beitragen und deshalb funktional betrachtet hierhin gehören.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Dies bezieht sich z. B. auf die Kernsortimente von Möbel-, Bau- und Gartenmärkte, deren zentrenrelevante Randsortimente auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche eines Vorhabens bzw. eines Betriebes und höchstens 800 m² Verkaufsfläche begrenzt werden sollte.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Falls Erweiterungen angestrebt werden, müssen diese den rechtlichen Vorgaben entsprechen. Die Vorhaben müssen überprüft werden.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Burgdorf erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Planung herzustellen, sollte das Konzept durch den Stadtrat als Teil einer städtebaulichen Planung nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

Zudem sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in rechtsverbindliches Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist. Mittelfristig sollten die Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes bei einer Fortschreibung des Flächennutzungsplans berücksichtigt werden.

Verzeichnisse

| | Seite |
|---|--------------|
| Abbildungsverzeichnis | |
| Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland | 7 |
| Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2016 | 7 |
| Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland | 8 |
| Abbildung 4: Beschäftigtenbesatz in Burgdorf im Vergleich | 23 |
| Abbildung 5: Kundenanteile der Supermärkte nach Orten | 30 |
| Abbildung 6: Kundenanteile der Lebensmitteldiscounter nach Orten | 30 |
| Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Zentralität | 34 |
| Fotoverzeichnis | |
| Foto 1: Marktstraße (1) | 45 |
| Foto 2: Marktstraße (2) | 45 |
| Foto 3: Ehlershausen, neue Penny-Filiale | 51 |
| Foto 4: Bestandsimmobilie Penny, Edeka Cramer | 51 |
| Kartenverzeichnis | |
| Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Struktur | 20 |
| Karte 2: Fußläufige Nahbereiche der Supermärkte und Discounter in der Kernstadt | 27 |
| Karte 3: Fußläufige Nahbereiche von Edeka und Penny in Ehlershausen | 28 |
| Karte 4: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 48 |
| Karte 5: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Südstadt | 50 |
| Karte 6: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ehlershausen | 52 |
| Tabellenverzeichnis | |
| Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen netto | 10 |
| Tabelle 2: Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben differenziert nach Baugebietstypen | 12 |
| Tabelle 3: Einwohnerveränderung der Stadt Burgdorf im Vergleich | 21 |
| Tabelle 4: Natürliche Bevölkerungsbilanz und Zu- bzw. Fortzüge in Burgdorf | 22 |
| Tabelle 5: Einzelhandelsbestand der Stadt Burgdorf | 24 |
| Tabelle 6: Anzahl der Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet | 25 |

| | | |
|------------|--|----|
| Tabelle 7: | Kundenverteilung und Kundendichte in Burgdorf | 32 |
| Tabelle 8: | Kaufkraftvolumen in der Stadt Burgdorf | 33 |
| Tabelle 9: | Sortimentsliste des Einzelhandels von Burgdorf | 42 |