



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Stuttgart · Ried (A)

Nahversorgungskonzept für die Stadt Rotenburg (Wümme)

Bericht für den Auftraggeber

Bearbeitung:

Dipl.-Geograph Martin Kremming

Dipl.-Ing. Städtebau/Stadtplanung Sascha Anders

Lübeck, 14. Juni 2006

CIMA Stadtmarketing
Gesellschaft für gewerbliches und
kommunales Marketing mbH
Büro Lübeck
Glashüttenweg 34

23568 Lübeck
Tel.: 0451-389680
Fax: 0451-3896828
e-mail: Kremming@cima.de
Internet: www.cima.de

CIMA GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA GmbH in Lübeck.

Inhaltsverzeichnis

1.	AUFTRAG	6
2.	BESTANDS - UND PROBLEMANALYSE.....	7
2.1	Raumordnerische und sozioökonomische Struktur	7
2.1.1	Zentralörtliche Bedeutung.....	7
2.1.2	Makrostandort Rotenburg (Wümme).....	8
2.1.3	Sozioökonomische Rahmendaten	9
2.2	Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Rotenburg	10
2.2.1	Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet	10
2.2.2	Nachfragesituation in der Stadt Rotenburg	13
2.2.3	Leistungsdaten des Einzelhandels im periodischen Bedarfsbereich in Rotenburg.....	14
2.2.4	Kaufkraftstromanalyse im Marktgebiet Rotenburgs (periodischer Bedarf)	18
2.3	Nahversorgungssituation in der Stadt Rotenburg	21
2.3.1	Rotenburg-Innenstadt	23
2.3.2	Rotenburg-Ost	25
2.3.3	Rotenburg-Süd/ Unterstedt	27
2.3.4	Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn, Borchel	29
3.	STANDORTBEWERTUNGEN	31
3.1	Standorte möglicher Einzelhandelsentwicklungen	31
3.1.1	Standort 1: Fachmarktzentrum (FMZ) Große Straße.....	33
3.1.2	Standort 2: Leerstand ehemaliger Aldi an der Mühlenstraße	35
3.1.3	Standort 3: Lidl-Vorhaben Brockeler Straße	37

3.1.4	Standort 4: Sondergebiet „Auf dem Rusch“	39
3.1.5	Standort 5: Erweiterung Penny	41
3.1.6	Standort 6: Gewerbegebiet Hohenesch.....	43
3.2	Prognose für die Einzelhandelsentwicklung.....	44
3.2.1	Szenarien für die zukünftige Versorgungssituation im Stadtteil.....	44
3.2.2	Abschätzung der Auswirkungen der wahrscheinlichen Planvorhaben (Standorte 3 und 5) auf die Einzelhandelsstruktur im periodischen Bedarfsbereich	46
4.	NAHVERSORGUNGSKONZEPT	51
4.1	Bedarfsplanung	51
4.2	Standortkonzept Nahversorgung (Standorte 1 bis 6).....	53
4.3	Alternative Nahversorgungsmöglichkeiten.....	55
4.3.1	Nachbarschaftsladen	56
4.3.2	MarktTreff Schleswig-Holstein	58
4.3.3	Um's Eck.....	59
4.3.4	Der rollende Dorfladen	60
4.3.5	Lebensmittelketten auf dem Land	61
5.	METHODIK.....	64

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Lage im Raum	8	Abb. 21: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg-Ost	25
Abb. 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Rotenburg	9	Abb. 22 : Nahversorger „Edeka-Neukauf“ in Rotenburg-Süd	27
Abb. 3: Kaufkraftkennziffern im reg. Vergleich in % (Deutschland = 100%)	10	Abb. 23: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in Rotenburg-Süd/ Unterstedt*	27
Abb. 4: Marktgebiet der Stadt Rotenburg (periodischer Bedarf)	11	Abb. 24: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg-Süd/ Unterstedt*	27
Abb. 5: Zusammensetzung des Nachfragepotenzials (periodischer Bedarf) der Stadt Rotenburg (Wümme) nach Branchen in Mio. €	13	Abb. 25 : Lebensmittelbetrieb „Utas SB-Shop“ in Mulmshon	29
Abb. 6: Zusammensetzung des Nachfragepotenzials nach Warengruppen auf das Marktgebiet (periodischer Bedarf)	13	Abb. 26: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn und Borchel	29
Abb. 7: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Rotenburg*	14	Abb. 27: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn und Borchel	29
Abb. 8: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg	16	Abb. 28: Standorte möglicher Einzelhandelsentwicklungen	32
Abb. 9: Handelszentralitäten und Einwohnerzahlen vergleichbarer Mittelzentren	16	Abb. 28: Standorte möglicher Einzelhandelsentwicklungen	32
Abb. 10: Verkaufsflächendichte in Rotenburg im Vergleich zu anderen Städten	17	Abb. 29: Grundstück Fachmarktzentrum Große Straße (Erweiterung Plus)	33
Abb. 11: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Stadt Rotenburg	19	Abb. 30: Standort 1: Fachmarktzentrum (FMZ) Große Straße	33
Abb. 12 : Kaufkraftströme in Rotenburg: Zuflüsse	20	Abb. 31: Leerstand ehemaliger Aldi	35
Abb. 13 : Kaufkraftströme in Rotenburg: Abflüsse	20	Abb. 32: Standort 2: Leerstand ehemaliger Aldi an der Mühlenstraße	35
Abb. 14: Bevölkerung Rotenburgs in den einzelnen Stadtteilen	21	Abb. 33: Möglicher „neuer“ Standort der Lidl-Filiale (Standort 3)	37
Abb. 15: Räumliche Situation der Nahversorgung in Rotenburg	22	Abb. 34: Standort 3: Lidl-Vorhaben Brockeler Straße	37
Abb. 16 : Nahversorger in der Innenstadt	23	Abb. 35: Standort 4: Derzeitige Nutzung: Dänisches Bettenlager	39
Abb. 17: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rotenburg	23	Abb. 36: Standort 4: Sondergebiet „Auf dem Rusch“	39
Abb. 18: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in der Innenstadt von Rotenburg	23	Abb. 37: Derzeitige Nutzung des Grundstücks (Erweiterung Penny)	41
Abb. 19 : Nahversorger „Famila“ in Rotenburg-Ost	25	Abb. 38: Standort 5: Erweiterung Penny	41
Abb. 20: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in Rotenburg-Ost	25	Abb. 39: Standort 6: „Am Lerchenkrug“, Gewerbegebiet Hohenesch	43
		Abb. 40: Standort 6: Übersicht Gewerbegebiet Hohenesch	43
		Abb. 41: Flächen und Umsätze der Ansiedlungsvorhaben Lidl, Penny und Plus	44
		Abb. 42: Umsatz, Nachfrage und Handelszentralität: Szenario 1	45
		Abb. 43: Umsatz, Nachfrage und Handelszentralität: Szenario 2	45
		Abb. 44: Flächenstruktur der Erweiterungsvorhaben Lidl und Penny	46

Abb. 45: Umsatzherkunft der Planvorhaben	47
Abb. 46: Umsatzverlagerungen durch die Planvorhaben	49
Abb. 47: Standortkonzept Nahversorgung	54
Abb. 48: Fuhrbacher Dorfladen	57
Abb. 49: MarktTreff Probsteierhagen	58
Abb. 50: Um's Eck	59
Abb. 51: Der rollende Dorfladen von Günther Kropp	60
Abb. 52: Nachbarschaftsgeschäfte „Ihre Kette“ und „IK – Ihr Kaufmann“	61
Abb. 53: Rossmann Versand Service	62
Abb. 54: Schlecker Lieferservice	62
Abb. 55: Sky Lieferservice	63
Abb. 56: Minimal Lieferservice	63
Abb. 57: Die 33 CIMA-Branchen	64
Abb. 58: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen	65

1. Auftrag

Auftrag:

- Nahversorgungskonzept für die Stadt Rotenburg (Wümme).

Auftraggeber:

- Stadt Rotenburg (Wümme)

Analysezeitraum:

- Februar bis April 2006

Untersuchungsdesign:

- Analyse der allgemeinen Rahmenbedingungen in der Stadt
- Bestandserhebung in der Stadt Rotenburg (Wümme) im periodischen Bedarf (Lebensmittel und Reformwaren, Gesundheits- und Körperpflege, übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften etc.))
- Nachfrageanalyse
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Prognose für die Einzelhandelsentwicklung
- Nahversorgungskonzept (Bedarfsplanung und Standortkonzept Nahversorgung)

Aufgabenstellung:

In der Stadt Rotenburg (Wümme) zeigt sich ein anhaltender Ansiedlungsdruck im Bereich der Lebensmittelnahversorgung. Mehrere Lebensmittelanbieter drängen weiterhin in den Markt, obwohl es in den letzten Jahren einige Veränderungen und Ansiedlungen gegeben hat. Bei der Auseinandersetzung mit dem Ansiedlungsinteresse wurde deutlich, dass die bisherigen gutachterlichen Aussagen über die Stadt überholt sind, so dass eine erneute Analyse und Bewertung der Situation erforderlich wird.

Aber auch die allgemeinen Entwicklungen der vergangenen Jahre, neue Trends im Einzelhandel und die „Schnelllebigkeit“ bestimmter Branchen und Betriebstypen erfordern eine regelmäßige Auseinandersetzung mit den Handelsstrukturen der Stadt. Kaum eine Stadt sieht sich nicht mit Anfragen der großen Discounter konfrontiert, kaum eine Innenstadt leidet nicht unter den allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklungen und dem Strukturwandel im Einzelhandel, der sich nicht selten auch in Leerständen äußert.

Ziele:

Mit der Vorlage des Nahversorgungskonzepts sollen folgende Ziele erreicht werden:

- Darstellung des heutigen Versorgungsgrads und der noch vorhandenen Bedarfe für die Lebensmittelnahversorgung auf Stadtteilebene,
- Erarbeitung einer Entscheidungshilfe für aktuelle und künftige Ansiedlungsvorhaben in der Stadt Rotenburg (Wümme),
- Möglichkeiten der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sowohl für die Innenstadt als auch für die Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet sowie
- Analyse der Auswirkungen von geplanten Einzelhandelsvorhaben.

2. Bestands- und Problemanalyse

2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Struktur

2.1.1 Zentralörtliche Bedeutung

Rotenburg hat als Mittelzentrum die raumordnerische Funktion, zentrale Einrichtungen und Einzelhandelsangebote zur Deckung des aperiodischen Bedarfs bereitzustellen. Darüber hinaus sollte ein Mittelzentrum die Versorgung der eigenen Bevölkerung und der angrenzenden kleineren Gemeinden mit Gütern des periodischen Bedarfs bereitstellen.

Die CIMA fasst unter dem periodischen Bedarfsbereich die folgenden Warengruppen zusammen:

- Lebensmittel
- Reformwaren
- Apotheken
- Drogerien, Parfümerien
- Schnittblumen
- Zeitschriften

Zentralörtliche Einstufung der Stadt Rotenburg und der Umgebung:

- Mittelzentrum Rotenburg (Wümme)

Relevante Grund-, Mittel- und Oberzentren in der Region:

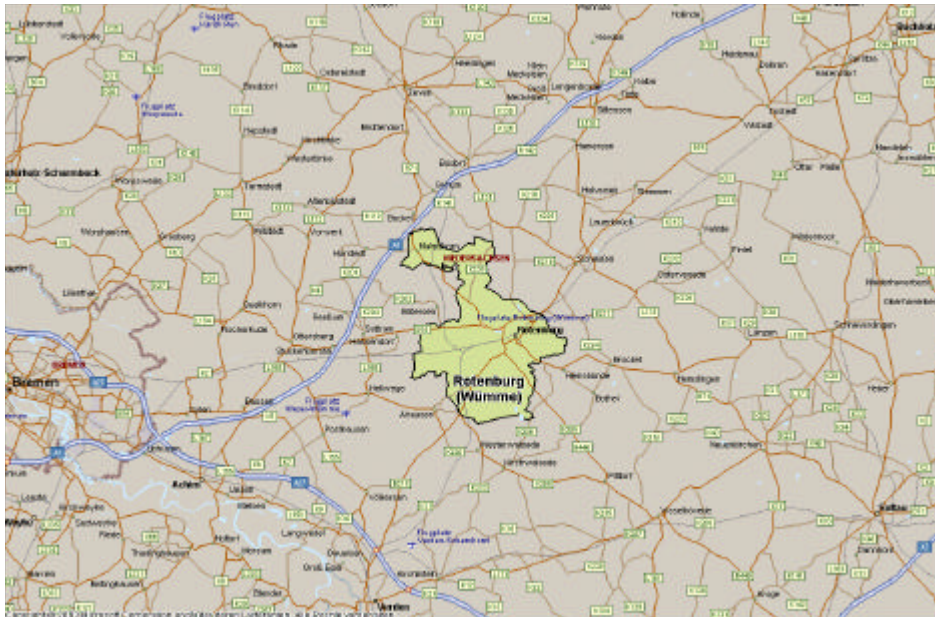
- Grundzentrum Scheeßel
- Grundzentrum Ottersberg, Flecken (Posthausen)
- Grundzentrum Visselhövede
- Grundzentrum Bothel
- Grundzentrum Sottrum

- Mittelzentrum Achim
- Mittelzentrum Verden (Aller)
- Mittelzentrum Soltau
- Mittelzentrum Zeven
- Mittelzentrum Buchholz in der Nordheide

- Oberzentrum Bremen
- Oberzentrum Hamburg

2.1.2 Makrostandort Rotenburg (Wümme)

Abb. 1: Lage im Raum



Quelle: MapPoint
Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Das Mittelzentrum Rotenburg (Wümme) liegt im Landkreis Rotenburg (Wümme). Der Makrostandort weist die folgenden Faktoren auf:

- Rotenburg ist durch die verkehrsgünstige Lage zwischen den Oberzentren Bremen und Hamburg geprägt. Rotenburg befindet sich östlich der BAB 1, die direkt nach Hamburg führt. Nach Bremen gelangt man über die BAB 1 und die BAB 27 (Bremer Kreuz). Die Entfernung nach Hamburg beträgt rund 90 km, nach Bremen rund 45 km. Mit der Bahn ist Rotenburg von Hamburg aus in 50 Minuten und von Bremen aus in nur 20 Minuten zu erreichen. Über die B 440 gelangt man darüber hinaus zur BAB 7 nach Hannover.
- Insbesondere aufgrund der relativen Nähe zu den Oberzentren Hamburg und Bremen ist der Pendlersaldo insgesamt betrachtet negativ.
- Das Marktgebiet ist u.a. aufgrund der dargestellten Situation sehr begrenzt. Zusätzlich zu den genannten Oberzentren sind insbesondere das Fachmarktzentrum Dodenhof in Posthausen sowie der Weser-Park in Bremen als Konkurrenzorte zu nennen, die eine große Ausdehnung des Marktgebietes der Stadt Rotenburg (Wümme) verhindern.

2.1.3 Sozioökonomische Rahmendaten

Abb. 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Rotenburg

Indikatoren		Stadt Rotenburg (Wümme)	LK Rotenburg (Wümme)	Niedersachsen
Bevölkerungsentwicklung	30.06.1994	20.790	148.383	7.680.426
	30.06.2002	21.865	163.193	7.970.012
	30.06.2003	22.015	163.863	7.988.820
	30.06.2004	22.032	164.549	8.001.671
	+/- in % 1994-2004	5,97	10,89	4,18
lt. Einw.meldeamt der Stadt Rotenburg 31.12.2005 23.505				
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K1000014; Stand: 02.01.2006				
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort)	30.06.2001	10.398	44.089	2.420.079
	30.06.2002	10.574	44.749	2.411.598
	30.06.2003	10.505	44.070	2.376.123
	30.06.2004	10.366	42.902	2.340.735
	+/- in % 2001-2004	-0,31	-2,69	-3,28
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K70A2021; Stand: 02.01.2006				
Einpendler	30.06.2001	6130	26.733	1.359.315
	30.06.2001	2908	36.556	1.481.868
	Saldo	3.222	-9.823	-122.553
Auspendler	30.06.2002	6308	27.319	1.361.679
	30.06.2002	2877	36.853	1.484.140
	Saldo	3.431	-9.534	-122.461
Einpendler	30.06.2003	6311	27.205	1.356.237
	30.06.2003	2826	36.730	1.472.555
	Saldo	3.485	-9.525	-116.318
Einpendler	30.06.2004	6265	26.737	1.349.468
	30.06.2004	2781	36.441	1.463.478
	Saldo	3.484	-9.704	-114.010
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K70A2021; Stand: 02.01.2006				
Arbeitslosenquoten im Jahresdurchschnitt (der zivilen Erwerbspersonen)	2001	k. A.	6,5	9,1
	2002	k. A.	6,8	9,2
	2003	k. A.	7,3	9,6
	2004	k. A.	7,6	9,6
	+/- in % 2001-2004	k. A.	1,1	0,5
Quelle: Landesarbeitsamt Niedersachsen-Bremen				

Daten im Tourismus der Stadt Rotenburg (Wümme)				
Indikatoren		Stadt Rotenburg (Wümme)	LK Rotenburg (Wümme)	Niedersachsen
Anzahl der Ankünfte (insgesamt)	2001	32.089	177.745	9.620.917
	2002	31.644	179.109	9.531.079
	2003	26.572	178.917	9.536.805
	2004	32.199	169.655	9.392.384
	+/- in % 2001-2004	0,3	-4,6	-2,4
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K7350122; Stand: 02.02.2006				
Übernachtungen (insgesamt)	2001	67.303	377.979	33.880.736
	2002	67.380	384.736	32.967.912
	2003	52.900	368.152	32.339.890
	2004	65.334	373.336	31.504.197
	+/- in % 2001-2004	-2,9	-1,2	-7,0
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K7350122; Stand: 02.02.2006				
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2001	2,1	2,1	3,5
	2002	2,1	2,1	3,5
	2003	2,0	2,1	3,4
	2004	2,0	2,2	3,4
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K7350122; Stand: 02.02.2006				

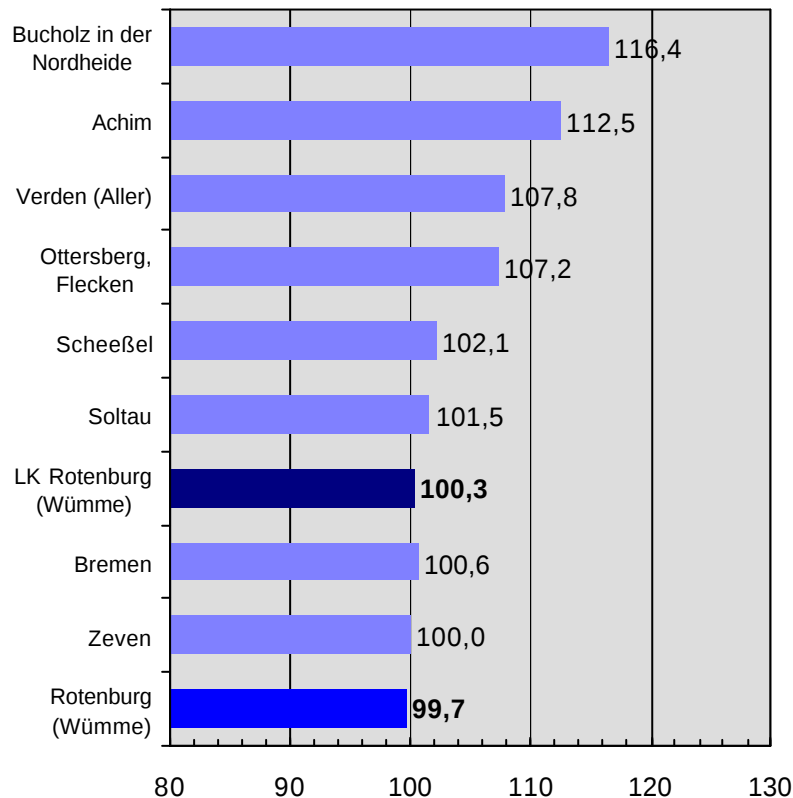
Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

- Die Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Rotenburg ist stabil
- Die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist etwas negativ, im Vergleich zum Landkreis und zum Land Niedersachsen jedoch deutlich positiver zu bewerten.
- Durch die relative Nähe zu den Oberzentren Hamburg und Bremen besitzt die Stadt Rotenburg (Wümme) einen negativen Pendlersaldo. Dies verdeutlicht die Bedeutung der Stadt Rotenburg als Wohnstandort.
- Auch der Tourismus nimmt innerhalb der Stadt Rotenburg, aber auch im Vergleich zum Landkreis, eine bedeutende Stellung ein. Von Bedeutung für das Jahr 2006 wird vor diesem Hintergrund vor allem die Beherbergung der Fußballmannschaft von Trinidad und Tobago sein, die während der Fußball-Weltmeisterschaft ihr Quartier in Rotenburg (Wümme) beziehen wird.

2.2 Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Rotenburg

2.2.1 Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet

Abb. 3: Kaufkraftkennziffern im reg. Vergleich in % (Deutschland = 100%)



Quelle: MB Research 2006
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

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

Der zur Verfügung stehende Ausgabesatz im gesamten Einzelhandel (periodischer und aperiodischer Bedarf) pro Einwohner und Jahr liegt in Rotenburg (Wümme) bei 5.030 €. Bundesweit liegt dieser Wert bei 5.045 € je Einwohner (vgl. Kap. 2.2.2).

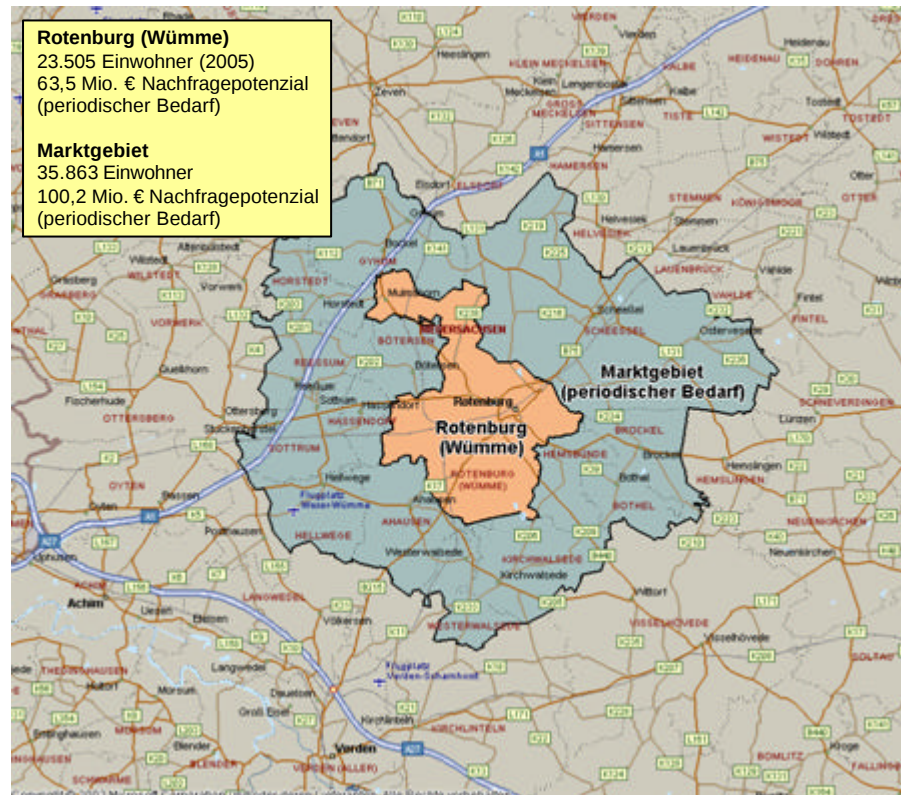
Die Kaufkraft der Stadt Rotenburg liegt im Jahr 2006 mit 99,7 % etwas unter dem Bundesdurchschnitt (100 %) und somit deutlich unter dem Niveau vergleichbarer Grund-, Mittel- und Oberzentren in der Region.

Das nahversorgungsbezogene Marktgebiet in der Stadt Rotenburg (Wümme) wird, ähnlich dem Marktgebiet für den aperiodischen Bedarf, von verschiedenen Faktoren beeinflusst:

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

Die Ermittlung der Ausbreitung des Marktgebietes erfolgt anhand des Computersimulationssystems HUFF, mit dem regionale Kaufkraftströme berechnet werden. Diese Berechnungen wurden mit Ortsbegehungen und Angaben aus Expertengesprächen abgestimmt.

Abb. 4: Marktgebiet der Stadt Rotenburg (periodischer Bedarf)



Quelle: CIMA Berechnungen nach HUFF, Expertengespräche
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2006, Rundungsdifferenzen möglich

Das Marktgebiet der Stadt Rotenburg (Wümme) (periodischer Bedarf) kann folgendermaßen abgegrenzt werden:

- Neben dem Stadtgebiet umfasst das Marktgebiet (periodischer Bedarf) von Rotenburg die angrenzenden Gemeinden Scheeßel, Brockel, Bothel, Hemsbünde, Kirchwalsede, Westerwalsede, Ahausen, Hellwege, Hassendorf, Bötersen, Sottrum, Reessum, Horstedt und Gyhum.
- Die Ausstrahlung Rotenburgs lässt in den weiter entfernt liegenden Gemeinden nach. Dort dominiert die Orientierung auf den jeweiligen Kernort bzw. auf die Mittelzentren Achim, Verden, Soltau und Zeven.
- Von Bedeutung für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Rotenburg sind darüber hinaus das Fachmarktzentrum Dodenhof in Posthausen und der Weser-Park in Bremen. Auch wenn es sich, zumindest bezogen auf den periodischen Bedarfsbereich, bei diesen Standorten lediglich um so genannte Mitnahmeeffekte handeln dürfte. D.h. diese Standorte werden in der Woche (Mo.- bis Fr.) in der Regel nicht von Rotenburg aus aufgesucht, um sich gezielt mit Lebensmitteln und Drogeriewaren etc. zu versorgen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass der Wocheneinkauf im periodischen Bedarfsbereich teilweise durchaus im Fachmarktzentrum Dodenhof und im Weser-Park getätigt wird.
- Nördlich der BAB 1 dominiert die Ausrichtung auf die jeweiligen Mittelzentren bzw. über die BAB 1 gibt es sehr gute Verbindungen u.a. nach Bremen.
- Ausweitungen des Marktgebietes im periodischen Bedarfsbereich sind aus diesem Grund kaum realistisch. Ziel sollte sein, die Bindung im bestehenden Marktgebiet (periodischer Bedarf) zu konsolidieren und auszubauen.

Folgende Zonen des Marktgebietes (periodischer Bedarf) wurden differenziert:

- Stadt Rotenburg (Wümme): 23.505 Einwohner
- Marktgebiet Rotenburg (Wümme): 35.863 Einwohner

- Insgesamt: 59.368 Einwohner

Zuzüglich wird mit einer 1 %igen Potenzialreserve (PR) für

- Touristen und Tagesgäste sowie
- sporadische Gäste aus weiter entfernt liegenden Städten gerechnet.

Das Marktgebiet (periodischer Bedarf) entspricht der Ist-Situation. Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Betriebe unter Umständen ein größeres Einzugsgebiet besitzen können. Das Marktgebiet (periodischer Bedarf) stellt lediglich den Durchschnitt der Summe der Einzugsgebiete aller Betriebe dar.

2.2.2 Nachfragesituation in der Stadt Rotenburg

Die Berechnungen des Nachfragepotenzials¹ der Stadt Rotenburg und im Marktgebiet erfolgt auf der Basis der jeweiligen Einwohnerzahlen und Kaufkraftkennziffern in den Städten und Gemeinden. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.045 € für 2005 zu Grunde gelegt (periodischer und aperiodischer Bedarfsbereich). Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer wird dieser an das Niveau jeder Gemeinde angepasst. Für Rotenburg ergibt sich somit ein Ausgabesatz von 5.030 € je Einwohner p.a. im periodischen Bedarfsbereich (vgl. Kap. 2.2.1).

In den Zonen des Marktgebietes (periodischer Bedarf) steht insgesamt ein Nachfragepotenzial von

ca. 165,3 Mio. € (inkl. Potenzialreserve)

zur Verfügung.

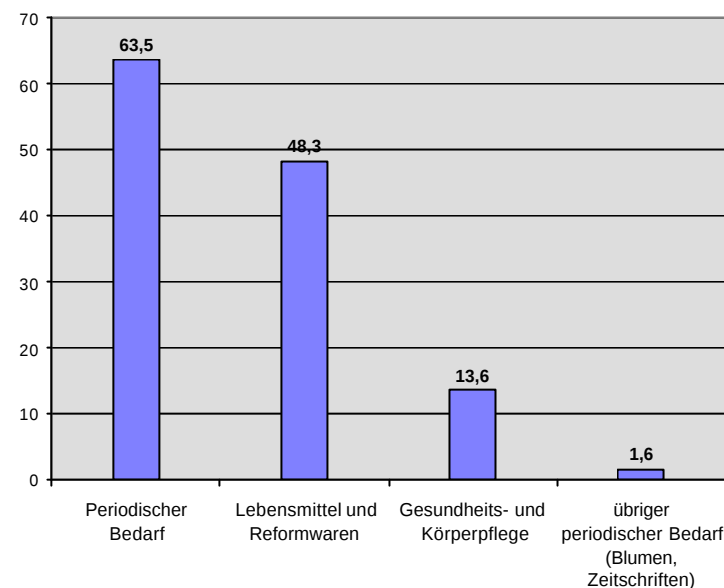
Dieses setzt sich wie folgt zusammen:

■ Stadt Rotenburg (Wümme)	rd. 63,5 Mio. € (rd. 38,4 %)
■ Marktgebiet (periodischer Bedarf)	rd. 100,3 Mio. € (rd. 60,6 %)
■ Potenzialreserve	rd. 1,6 Mio. € (rd. 1 %)

In der Branche Lebensmittel und Reformwaren wurde ein Nachfragepotenzial von rd. 126,5 Mio. € errechnet. Der periodische Bedarf umfasst außerdem den Bereich Gesundheits- und Körperpflege mit einem Nachfragepotenzial von rd. 35,0 Mio. € und den Bereich sonstiger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften) mit einem Nachfragepotenzial von rd. 3,8 Mio. €.

¹ Ausgaben der Rotenburger Bevölkerung, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

Abb. 5: Zusammensetzung des Nachfragepotenzials (periodischer Bedarf) der Stadt Rotenburg (Wümme) nach Branchen in Mio. €



Quelle: CIMA Berechnungen nach Huff 2006

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Abb. 6: Zusammensetzung des Nachfragepotenzials nach Warengruppen auf das Marktgebiet (periodischer Bedarf)

CIMA Warengruppe	Anteil der Verbrauchsausgaben in %	Nachfragepotenzial in Mio. €			
		Rotenburg (Wümme)	Marktgebiet	Potenzialreserve	Gesamt
Periodischer Bedarf	100,0	63,5	100,3	1,6	165,5
Lebensmittel und Reformwaren	76,5	48,3	77,1	1,3	126,6
Gesundheits- und Körperpflege	21,2	13,6	21,1	0,3	35,1
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	2,3	1,6	2,1	0,0	3,8

Quelle: CIMA Berechnungen nach Huff 2006

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

2.2.3 Leistungsdaten des Einzelhandels im periodischen Bedarfsbereich in Rotenburg

Vorbemerkung

Die Ermittlung der Leistungsdaten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels basiert auf einer Totalerhebung des Einzelhandels im periodischen Bedarfsbereich in Rotenburg durch die CIMA im Februar 2006. Die Berechnung der Umsätze im Einzelhandel in Rotenburg erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2005 (Umsatz je qm Verkaufsfläche p.a.). Diese Flächenproduktivitäten werden vom Institut für Handelsforschung (IfH), Köln durch Betriebsvergleiche ermittelt und von der BBE-Handelsberatung, München jährlich durch aktuelle Forschungsergebnisse und eine Vielzahl von einzelbetrieblichen Beratungen durch CIMA und BBE aktualisiert. Die Flächenproduktivitäten liegen für insgesamt sechs Stadtgrößenklassen vor und werden zusätzlich durch die Beraterinnen und Berater der CIMA an die regionale Situation angepasst.

Die CIMA zählt zum nahversorgungsrelevanten Einzelhandel alle Warengruppen des periodischen Bedarfsbereiches, dies sind bei der CIMA (vgl. Abb. 54):

- Lebensmittel,
- Reformwaren
- Drogeriewaren, Parfümerieartikel (inkl. Apotheken)
- Schnittblumen (i.d.R. Läden bis zu 50 qm VK)
- Kioske (Schwerpunkt Lebensmittel bzw. Zeitschriften/ Tabakwaren)

Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Metzger) zählen ebenso zum Einzelhandel und werden der Kategorie „Lebensmittel“ zugeordnet.

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

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	82	14.770	76,0
Lebensmittel, Reformwaren	60	12.015	58,2
Gesundheits- und Körperpflege	14	2.285	15,9
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	8	470	1,9

* Inklusiv des zum Erhebungszeitpunkt im Bau befindlichen Lidl-Lebensmitteldiscounters an der Brauerstraße (rd. 1.300 qm VK).

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen sind möglich

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Im Ergebnis ist dabei Folgendes festzustellen:

- Aktuell verfügt die Stadt Rotenburg (Wümme) über eine Gesamtverkaufsfläche im periodischen Bedarfsbereich von knapp 15.000 qm.
- Diese Verkaufsfläche verteilt sich auf insgesamt 82 Einzelhandelsbetriebe.
- Der von der CIMA für das Jahr 2006 errechnete Einzelhandelsumsatz liegt im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel bei 76,0 Mio. € (brutto p.a.).
- Die durchschnittliche Raumleistung liegt im periodischen Bedarfsbereich (inkl. Apotheken) branchenübergreifend bei rd. 5.145 €.

Vorbemerkung zur Einzelhandelszentralität

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

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

Abb. 8: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	76,0	63,5	119,6
Lebensmittel, Reformwaren	58,2	48,3	120,6
Gesundheits- und Körperpflege	15,9	13,6	117,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	1,9	1,6	113,7

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen möglich

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Abb. 9: Handelszentralitäten und Einwohnerzahlen vergleichbarer Mittelzentren

	Rastede	Seesen	Helmstedt	Verden	Leer	Goslar	Melle
Handelszentralität in % (Periodischer Bedarf)	107,0	118,0	137,4	96,0	145,5	120,6	84,0
Einwohner	20.161	22.265	25.820	26.686	34.146	43.896	47.393

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2002-2006

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

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

- Die Zentralität über alle nahversorgungsrelevanten Branchen liegt in der Stadt Rotenburg (Wümme) nach den Berechnungen der CIMA bei 119,6 %. Die einzelnen Branchen befinden sich in etwa auf dem gleichen Niveau, selbst der sonstige periodische Bedarfsbereich (Schnittblumen, Zeitschriften etc.) weist bei einer Zentralität von über 113% Kaufkraftzuflüsse auf.
- Der Einzelhandelsumsatz liegt deutlich über dem vorhandenen Nachfragepotenzial innerhalb der Stadtgrenzen. Rotenburg besitzt somit per Saldo einen deutlichen Kaufkraftzufluss aus den umliegenden Gemeinden.

- Ein Vergleich der Handelszentralitäten im periodischen Bedarfsbereich zeigt, dass Rotenburg über eine gute Ausstattung im periodischen Bedarfsbereich verfügt. Dabei kann Rotenburg offensichtlich von seinem ländlichen Umfeld profitieren, das sich, zumindest bezogen auf den periodischen Bedarfsbereich, deutlich nach Rotenburg hin orientiert.

Fazit:

Ein Mittelzentrum sollte gemäß raumordnerischer Zuordnung neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich auch die Versorgung der Bevölkerung im mittelzentralen Verflechtungsbereich gewährleisten. Dies ist in Rotenburg in den betroffenen Warengruppen der Fall. Per Saldo liegt die Einzelhandelszentralität deutlich über 100 %, so dass auch insgesamt im periodischen Bedarfsbereich Kaufkraft von außerhalb der Stadtgrenzen gebunden werden kann. Die gute Versorgungssituation wird auch durch den Vergleich mit anderen Mittelzentren deutlich.

Dabei profitiert Rotenburg insbesondere von den großflächigen Nahversorgern (mit Vollsortiment) an der Verdener Straße (Edeka-Neukauf) sowie an der Harburger Straße (E-Center und Famila).

Die Beurteilung der Versorgungssituation in den einzelnen Stadtteilen erfolgt unter Kap. 2.3.

Vorbemerkung Flächendichte

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Um eine sinnvolle Aussage zu ermöglichen, wurden die Werte Rotenburgs mit dem Durchschnittswert aus anderen Orten verglichen.

Abb. 10: Verkaufsflächendichte in Rotenburg im Vergleich zu anderen Städten

Bedarfsbereich	VK-Dichte in Rotenburg 2006	VK-Dichte in Vergleichsstädten*
Periodischer Bedarf	0,63	0,57

*Mittelwert aus vergleichbaren Städten (Mittelzentren) aus CIMA-Analysen 2000-2005

Quelle: CIMA Erhebung 2006

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Folgende Aussagen können getroffen werden:

- Rotenburg ist mit einer aktuellen Verkaufsflächendichte von 0,63 qm pro Einwohner im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich gut bis sehr gut ausgestattet.

Fazit:

Die Stadt Rotenburg (Wümme) liegt mit einer Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarfsbereich damit deutlich über dem Durchschnitt (im Vergleich zu Mittelzentren aus CIMA-Untersuchungen 2000-2005).

Um die gute Ausstattung mit Einzelhandelsflächen auch in Zukunft zu behalten, sollten die bestehenden Einzelhandelsbetriebe nach Möglichkeit am Ort gehalten werden. Dies kann u. U. auch betriebswirtschaftlich notwendige Verkaufsflächenvergrößerungen einschließen.

Gleichzeitig deutet diese hohe Ausstattung darauf hin, dass die Potenziale für weitere Flächen begrenzt sind und demzufolge hohe Verdrängungsquoten bei Neuansiedlungen im periodischen Bedarfsbereich erwartet werden müssen.

2.2.4 Kaufkraftstromanalyse im Marktgebiet Rotenburgs (periodischer Bedarf)

Vorbemerkung: Kaufkraftbindung

Die Kaufkraftbindung (in %) beschreibt den Teil des Nachfragepotenzials (periodischer Bedarf) in der Stadt Rotenburg und ihrem Marktgebiet, der am Erhebungszeitpunkt tatsächlich in Rotenburg (Wümme) gebunden wird.

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

Die Zahlen der Kaufkraftbindung basieren ua. auf den Ergebnissen der Huff-Kaufkraftstromanalyse für die Stadt Rotenburg und ihr Umland. Das Huff-Modell quantifiziert die Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum. Einflussgrößen sind vor allem:

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

Demnach liegt die Kaufkraftbindung im nahversorgungsrelevanten Bereich in Rotenburg bei rd. 89%.

Kaufkraftbindung in Rotenburg (periodischer Bedarf)

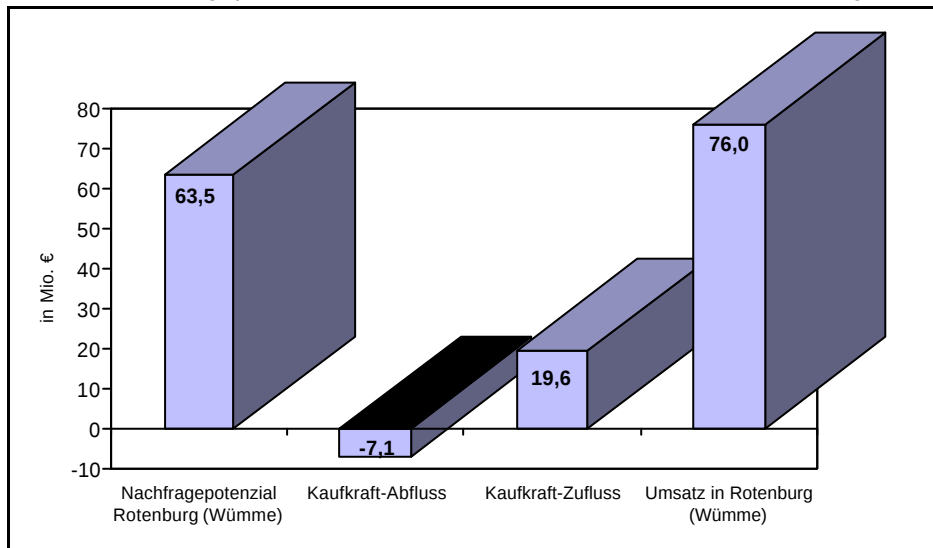
Der Umsatz der Stadt Rotenburg in Höhe von 76,0 Mio. € setzt sich zu rd. 56,4 Mio. € (ca. 74,2 %) aus der örtlichen Nachfrage und zu rd. 19,6 Mio. € (25,8 %) aus externen Zuflüssen zusammen.

- Die Stadt Rotenburg hat im periodischen Bedarfsbereich eine Bindungsquote von rd. 89 %. Aufgrund der bestehenden Konkurrenzsituation (u.a. auch zum Dodenhof-Fachmarktzentrum in Posthausen und zum Weser-Park in Bremen) und der erheblichen Pendlerverflechtungen in die Oberzentren Hamburg und Bremen ist davon auszugehen, dass diese Bindungsquote kaum mehr gesteigert werden kann.
- Ziel sollte deshalb sein, die Kaufkraftbindung innerhalb des Stadtgebietes zu stabilisieren und im direkten Einzugsbereich u.U. zu erhöhen.

Kaufkraftstromanalyse für die Stadt Rotenburg im periodischen Bedarfsbereich

Im Folgenden werden nun ausschließlich die Kaufkraftströme im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich zwischen der Stadt Rotenburg und ihrem Umland betrachtet. Bedeutsam ist dabei die Berechnung der Kaufkraftab- und -zuflüsse. Die Berechnung der Kaufkraftströme erfolgt mit dem ökonometrischen Simulationsmodell Huff.

Abb. 11: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Stadt Rotenburg



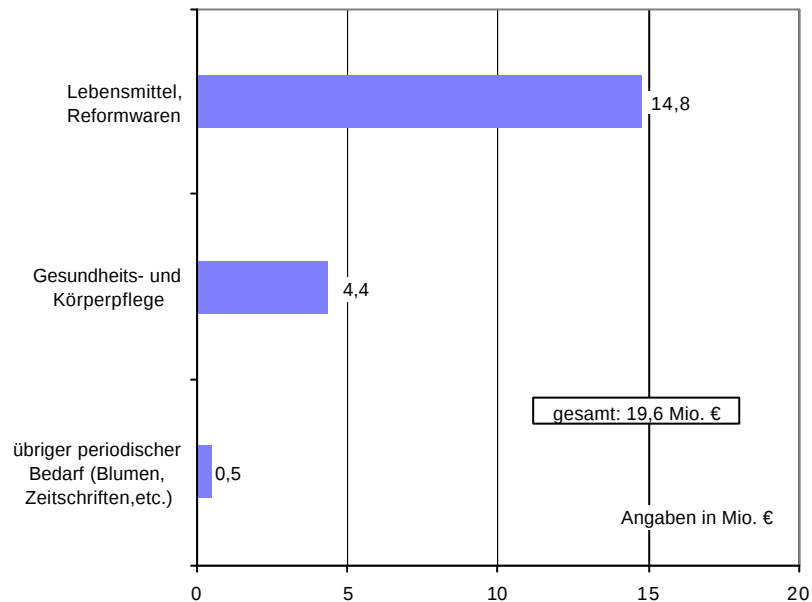
Quelle: CIMA Berechnungen nach HUFF 2006

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006, Rundungsdifferenzen möglich

Die Ergebnisse der Kaufkraftstromanalyse der Stadt Rotenburg (Wümme):

- Das Nachfragepotenzial der Stadt Rotenburg liegt bei rd. 63,5 Mio. €.
- Die Kaufkraftabflüsse von 7,1 Mio. € verringern das Nachfragepotenzial entsprechend.
- Die Kaufkraftzuflüsse belaufen sich auf rd. 19,6 Mio. €. Darin enthalten ist die Potenzialreserve, die sich primär aus touristischen Ausgaben und Tagesausflüglern zusammensetzt.
- Aus diesen Kaufkraftströmen ergibt sich der tatsächlich in Rotenburg erzielte Umsatz im periodischen Bedarfsbereich von 76,0 Mio. €.

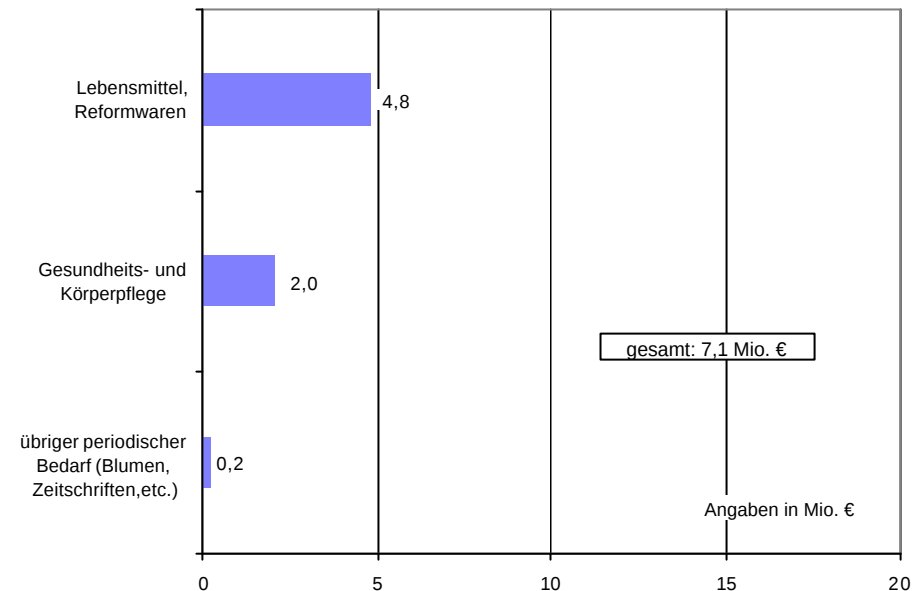
Abb. 12 : Kaufkraftströme in Rotenburg: Zuflüsse



Quelle: CIMA Berechnungen nach HUFF 2006
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

- Der größte Anteil der Zuflüsse fließt in die Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren (14,8 Mio. €), die Zuflüsse in den anderen Branchen sind absolut betrachtet nicht so bedeutend. Dies hängt jedoch mit dem wesentlich geringeren Umsatzanteil zusammen.
- Auf der anderen Seite verzeichnet der nahversorgungsrelevante Einzelhandel auch die größten Abflüsse im Bereich Lebensmittel/ Reformwaren. Absolut betrachtet sind diese mit rd. 4,8 Mio. € jedoch deutlich geringer.

Abb. 13 : Kaufkraftströme in Rotenburg: Abflüsse



Quelle: CIMA Berechnungen nach HUFF 2006
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Ein Vergleich der saldierten Zu- und Abflüsse ergibt folgendes Bild:

- In allen untersuchten Bedarfsbereichen überwiegen die Zuflüsse. Diese lagen in den Warengruppen
 - Lebensmittel, Reformwaren bei rd. 10 Mio. €,
 - Gesundheits- und Körperpflegeartikel bei rd. 2,4 Mio. € sowie
 - beim sonstigen periodischen Bedarf (Blumen, Zeitschriften etc.) bei rd. 0,3 Mio. €.

2.3 Nahversorgungssituation in der Stadt Rotenburg

Die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung im kurzfristigen Bedarfsbereich (Nahversorgung) sollte ein wichtiges Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Rotenburg sein. Dabei sollte unnötiger Einkaufsverkehr vermieden werden und die Versorgung der eigenen (nicht mobilen) Bevölkerung gewährleistet sein.

Strategisch sollten deshalb die bestehenden Betriebe nach Möglichkeit erhalten bleiben und maßvolle, verträgliche Erweiterungen zugelassen werden. Außerdem sollte die Neuansiedlung von Betrieben, die die Versorgung in bislang nicht ausreichend versorgten Bereichen verbessern können, grundsätzlich geprüft werden und bei Feststellung der Verträglichkeit gefördert werden.

Die Nahversorgung in Rotenburg wird im Wesentlichen durch die Einzelhandelsbetriebe in Rotenburg-Ost bzw. in Rotenburg-Süd bereitgestellt. Entlang der Harburger Straße im Stadtteil Rotenburg-Ost befinden sich zwei Verbrauchermärkte (Famila, E-Center) sowie ein Lebensmitteldiscounter (Lidl). Im Stadtteilzentrum Rotenburg-Süd im Kreuzungsbereich von Verdener Straße, Brauerstraße und Mühlenstraße haben sich ein Lebensmittel-Vollsortimenter (Edeka-Neukauf), sowie zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi, Penny) angesiedelt. Ein weiterer Lebensmitteldiscounter befindet sich gerade in Bau (Lidl). Die Innenstadt von Rotenburg besitzt keinen großflächigen Nahversorger, dort gibt es lediglich einen Plus-Lebensmitteldiscounter (vgl. Kap. 2.3.1 bis Kap. 2.3.4).

Abb. 15 auf Seite 22 gibt einen Überblick über die Nahversorgungssituation in der Kernstadt Rotenburg. Um die nahversorgungsrelevanten Betriebe in Rotenburg mit einer Mindestverkaufsfläche von 400 qm wurde ein so genannter Versorgungsradius von 500 Metern gelegt, innerhalb dessen die Bevölkerung, zumindest rein statistisch betrachtet, nahversorgt ist. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass sich die Angebotstiefe und -breite bei unterschiedlichen Betriebsarten enorm unterscheidet. So bieten Verbrauchermärkte (z.B. Famila) bis zu 40.000 Sortimente an, während Lebensmitteldiscounter je nach Betreiber lediglich rd. 1.300 (Penny), rd. 1.200 (Lidl) bzw. nur rund 800 Sortimente (z.B. Aldi, Plus) anbieten.

Unterversorgte Bereiche sind vor allem im Südosten (Stadtteil Rotenburg-Ost) und in kleineren Bereichen im Südwesten (Stadtteil Rotenburg-Süd) zu erkennen. In den übrigen Bereichen der Kernstadt ist die Versorgung im Nahversorgungsbereich leistungsstark vorhanden (vgl. Kap. 2.3.1 bis Kap. 2.3.3). Dies zeigen auch die gesamtstädtischen Handelszentralitäten von 120,6 % im Lebensmittelbereich bzw. 119,6 % im gesamten periodischen Bedarfsbereich (vgl. Abb. 8). In den Stadtteilen mit geringen Bevölkerungsanteilen Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn, Borchel und Unterstedt gibt es keine größeren Nahversorgungsbetriebe. Teilweise befinden sich dort kleinere Betriebe (Bäcker, Hofladen, kleiner Lebensmittelbetrieb, Tankstelle, Kiosk), die jedoch lediglich ergänzende Funktion besitzen (vgl. Kap. 2.3.1 bis Kap. 2.3.4).

Abb. 14: Bevölkerung Rotenburgs in den einzelnen Stadtteilen

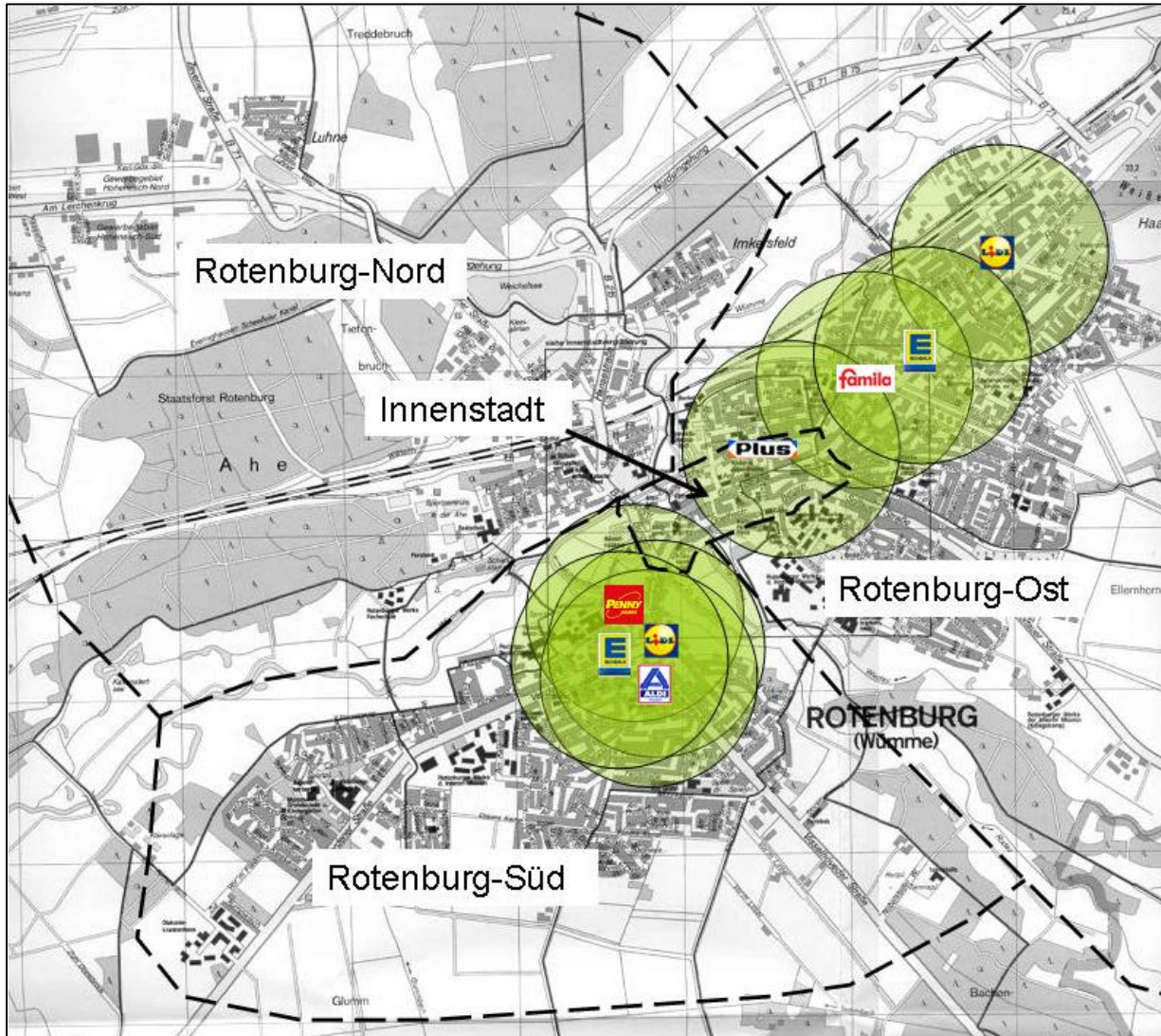
Stadtteil	Einwohner
Rotenburg-Ost	11.132
Rotenburg-Süd	6.725
Rotenburg-Nord	2.136
Waffensen	936
Unterstedt	892
Innenstadt	819
Mulmshorn	568
Borchel	297
Summe	23.505

Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Rotenburg (Wümme), 31.12.2005 (inkl. Zweitwohnsitz)

Fazit:

Nachfrageseitig ist es aufgrund des Bevölkerungspotenzials ausschließlich in der Kernstadt, d.h. in der Innenstadt, Rotenburg-Ost, Rotenburg-Süd und Rotenburg-Nord sinnvoll, die Nahversorgungssituation auszubauen. In den übrigen Gebieten ist zu prüfen, ob alternative Nahversorgungskonzepte die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung sicherstellen bzw. zumindest ergänzen können, da das vorhandene Bevölkerungspotenzial (konventionellen) für einen Nahversorgungsbetrieb nicht ausreicht.

Abb. 15: Räumliche Situation der Nahversorgung in Rotenburg



Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006

2.3.1 Rotenburg-Innenstadt

In der Innenstadt von Rotenburg leben rund 800 Einwohner. Sie ist das Handels- und Dienstleistungszentrum der Stadt. Der Hauptfrequenzbereich erstreckt sich im Wesentlichen entlang der "Große Straße" (teilweise Fußgängerzone) bis „Am Neuen Markt“.

Abb. 16 : Nahversorger in der Innenstadt



Quelle: CIMA-Bestandserhebung 2006

Abb. 17: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rotenburg

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m²	Anteil der VK an der Gesamtfläche in %
Periodischer Bedarf insgesamt	36	2.865	19,4
Lebensmittel, Reformwaren	20	1.405	11,7
Gesundheits- und Körperpflege	12	1.310	57,3
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	4	150	31,9

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen sind möglich

Abb. 18: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in der Innenstadt von Rotenburg

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	19,5	2,2	880,4
Lebensmittel, Reformwaren	8,8	1,7	522,9
Gesundheits- und Körperpflege	9,9	0,5	2.095,4
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	0,8	0,1	1.317,4

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen möglich

Zusammenfassend lässt sich für die Innenstadt von Rotenburg Folgendes feststellen:

- Attraktive städtebauliche Situation in der „Große Straße“
- Sehr lange Ausdehnung des Hauptfrequenzbereichs (rd. 800 Meter)
- Der einzige größere Nahversorger befindet sich im Ostteil der Innenstadt (Plus)
- Verstärkter Leerstand in den Seitenstraßen, insbesondere in der Goethestraße
- Aufgrund des geringen Bevölkerungsanteils besitzt der Stadtteil Innenstadt eine sehr hohe Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich. Diese ergibt sich jedoch im Wesentlichen aus einer Vielzahl von Betrieben aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäcker/ Metzger) sowie insgesamt sechs Apotheken.
- Folglich liegt auch die Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarf bei 3,5 qm je Einwohner.

Der Lebensmitteldiscounter „Am Neuen Markt“ (Plus) beabsichtigt zurzeit seine Verkaufsflächen zu erweitern und sucht deshalb nach geeigneten innenstadtnahen Flächen. Erste Konzeptionen liegen für die Fläche rückseitig des Verlagshauses der Rotenburger Kreiszeitung in der „Große Straße“ vor (vgl. Kap. 3.1.1).

Fazit:

Mit dem Plus-Lebensmitteldiscounter befindet sich der einzige größere innerstädtische Nahversorgungsbetrieb (rd. 450 qm) „Am Neuen Markt“ im Ostteil der Innenstadt. Obwohl rein quantitativ betrachtet die Nahversorgung der Bevölkerung der Innenstadt sehr gut ist, sollte geprüft werden, in welchen Bereichen der Innenstadt großflächiger Einzelhandel im periodischen Bedarfsbereich möglich ist. Attraktive Lebensmittelanbieter im Innenstadtbereich (i.d.R. Vollsortimenter) können als Frequenzbringer durchaus zur Attraktivität einer Innenstadt beitragen. Die Versorgungsfunktion ragt dann i.d.R. wesentlich über den jeweiligen Stadtteil hinaus, u. U. kann es dadurch auch gelingen, zusätzliche Kaufkraft nach Rotenburg (auch im aperiodischen Bedarfsbereich) zu ziehen.

2.3.2 Rotenburg-Ost

Der Stadtteil Rotenburg-Ost ist mit über 11.000 Einwohnern der bevölkerungsreichste Stadtteil in Rotenburg. Wesentliche Nahversorgungsbetriebe befinden sich entlang der Harburger Straße.

Abb. 19 : Nahversorger „Familia“ in Rotenburg-Ost



Quelle: CIMA-Bestandserhebung 2006

Abb. 20: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in Rotenburg-Ost

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe*	Verkaufsfläche in m²	Anteil der VK an der Gesamtfläche in %
Periodischer Bedarf insgesamt	21	7.375	49,9
Lebensmittel, Reformwaren	18	6.470	53,8
Gesundheits- und Körperpflege	1	675	29,5
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	2	230	48,9

* Anzahl der Betriebe im jeweiligen Hauptsortiment

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen sind möglich

Abb. 21: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg-Ost

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	34,8	30,1	115,7
Lebensmittel, Reformwaren	29,9	22,9	131,0
Gesundheits- und Körperpflege	4,1	6,4	63,5
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	0,8	0,8	98,5

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen möglich

Zusammenfassend lässt sich für den Stadtteil Rotenburg-Ost Folgendes feststellen:

- Der Stadtteil Rotenburg-Ost besitzt innerhalb der Stadt den größten Verkaufsflächenanteil im periodischen Bedarfsbereich (etwa die Hälfte).
- Die großen Lebensmittelanbieter (Famila, E-Center, Lidl) befinden sich entlang der Harburger Straße
- Die hohen Handelszentralitäten insbesondere im Bereich Lebensmittel verdeutlichen, dass per Saldo zusätzlich Kaufkraft nach Rotenburg-Ost fließt (Zentralität von rd. 131%). Von Bedeutung ist neben der qualitativ und quantitativ guten Angebotsstruktur, insbesondere der Verbrauchermärkte Famila und E-Center, die verkehrsgünstige Lage an der Harburger Straße, die dazu beitragen dürfte, dass Kaufkraft insbesondere aus Scheeßel gebunden werden kann. Als Einzelhandelsschwerpunkt ist darüber hinaus das Einkaufszentrum Wümme-Park am Waldweg zu nennen.
- Einkaufsbeziehungen in den Stadtteil Rotenburg-Süd sind aufgrund der schwierigen Verkehrssituation im Innenstadtbereich nur in geringem Maße anzunehmen.
- Die Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarf liegt bei 0,66 qm je Einwohner.

Der Lebensmitteldiscounter (Lidl) beabsichtigt zurzeit eine Verkaufsflächenerweiterung durch Verlagerung des Betriebes auf die andere Straßenseite der Harburger Straße. Bei Realisierung des Vorhabens würde sich die Verkaufsfläche von zurzeit rd. 850 qm auf bis zu 1.500 qm erhöhen (vgl. Kap. 3.1.3).

Fazit:

Die Versorgungssituation im Stadtteil Rotenburg-Ost ist insgesamt als sehr gut zu beurteilen. Lediglich in den Wohngebieten im Süden des Stadtteils befinden sich keine relevanten Nahversorgungsbetriebe in fußläufiger Entfernung (500-Meter-Radius) (vgl. Abb. 15). Darüber hinaus sind im Bereich Gesundheits- und Körperpflege (Drogerieware) bei einer Handelszentralität von rd. 63,5% deutliche Kaufkraftabflüsse in die Innenstadt festzustellen.

Mittel- bis langfristiges Ziel sollte somit sein, die bestehende sehr gute Versorgungssituation zu konsolidieren.

2.3.3 Rotenburg-Süd/ Unterstedt

Im Stadtteil Rotenburg-Süd befindet sich mit dem Stadtteilzentrum im Kreuzungsbereich von Verdener Straße, Brauer Straße und Mühlenstraße das zweite große Nahversorgungszentrum. Rotenburg-Süd hat 6.725 Einwohner, aufgrund der räumlichen Nähe der Ortschaft Unterstedt (892 Einwohner) und der daraus resultierenden Versorgungsfunktion werden Rotenburg-Süd und Unterstedt im Folgenden zusammen betrachtet. Die Gesamteinwohnerzahl von Rotenburg-Süd und Unterstedt beträgt rd. 7.600.

Abb. 22 : Nahversorger „Edeka-Neukauf“ in Rotenburg-Süd



Quelle: CIMA-Bestandserhebung 2006

Abb. 23: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in Rotenburg-Süd/ Unterstedt*

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe**	Verkaufsfläche in m²	Anteil der VK an der Gesamtfläche in %
Periodischer Bedarf insgesamt	20	4.325	29,3
Lebensmittel, Reformwaren	17	3.950	32,9
Gesundheits- und Körperpflege	1	290	12,7
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	2	85	18,1

* Inklusiv des zum Erhebungszeitpunkt im Bau befindlichen Lidl-Lebensmitteldiscounters an der Brauerstraße (rd. 1.300 qm VK).

** Anzahl der Betriebe im jeweiligen Hauptsortiment

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen sind möglich

Abb. 24: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg-Süd/ Unterstedt*

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	20,7	20,6	100,8
Lebensmittel, Reformwaren	18,6	15,6	118,6
Gesundheits- und Körperpflege	1,9	4,4	42,3
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	***	***	62,0

* Inklusiv des zum Erhebungszeitpunkt im Bau befindlichen Lidl-Lebensmitteldiscounters an der Brauerstraße (rd. 1.300 qm VK).

*** Aus datenschutzrechtlichen Gründen werden Umsätze erst ab einer Anzahl von vier Betrieben ausgewiesen

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen möglich

Zusammenfassend lässt sich für Rotenburg-Süd und Unterstedt Folgendes feststellen:

- Der Stadtteil Rotenburg-Süd besitzt innerhalb der Stadt nach dem Stadtteil Ost den zweitgrößten Verkaufsflächenanteil im periodischen Bedarfsbereich (rd. 30%).
- Die großen Lebensmittelanbieter (Edeka-Neukauf, Aldi, Penny und Lidl (im Bau)) befinden sich alle in integrierter Lage im Stadtteilzentrum.
- Vor allem im Bereich Lebensmittel fließt zusätzlich Kaufkraft nach Rotenburg-Süd. In dieser Warengruppe liegt die Handelszentralität bei rd. 119%. Durch die verkehrsgünstige Lage bestehen gute Verbindungen insbesondere in südliche, nördliche und westliche Richtung.
- In den Bereichen Drogerieartikel (Zentralität von 42,3%) und im sonstigen periodischen Bereich (Zentralität von 62%) sind deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen.
- Wesentliche Austauschbeziehungen zum Stadtteil Rotenburg-Ost sind aufgrund der guten Versorgungssituation im Stadtteil Süd und aufgrund der teilweise schwierigen Verkehrssituation im Innenstadtbereich nur in einem geringen Umfang zu erwarten.
- In Unterstedt wird die bestehende Versorgung durch die Betriebe in Rotenburg-Süd durch einen Hofladen, einen Bäcker und einen Tankstellenshop ergänzt.
- Die Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarf liegt bei 0,57 qm je Einwohner und ist somit ähnlich hoch wie im Stadtteil Rotenburg-Ost.

Der Lebensmitteldiscounter (Penny) beabsichtigt zurzeit eine Verkaufsflächen-erweiterung von derzeit rd. 600 qm auf rd. 800 qm am jetzigen Standort an der Mühlenstraße (vgl. Kap. 3.1.5). Der zurzeit im Bau befindliche Lidl-Lebensmitteldiscounter an der Brauerstraße wurde bereits mit einer zu erwartenden Flächenproduktivität in die Berechnungen eingeschlossen (vgl. Kap. 3.1.5).

Fazit:

Die Versorgungssituation in Rotenburg-Süd und Unterstedt ist ähnlich der Situation in Rotenburg-Ost als gut zu bezeichnen. Lediglich in den Wohngebieten im Süden und in Unterstedt befinden sich keine größeren Nahversorgungs- betriebe in fußläufiger Entfernung (500-Meter-Radius) (vgl. Abb. 15). Im Bereich Gesundheits- und Körperpflege (Drogerieware) und im sonstigen periodischen Bedarfsbereich sind jedoch teilweise erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Diese dürften allerdings im Wesentlichen in die nahe gelegene Innenstadt fließen.

Ähnlich wie in Rotenburg-Ost sollte somit das mittel- bis langfristige Ziel sein, die bestehende sehr gute Versorgungssituation zu konsolidieren.

2.3.4 Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn, Borchel

Die Ortschaften Waffensen (936 EW), Mulmshorn (568 EW) und Borchel (297 EW) besitzen deutlich die geringsten Einwohnerzahlen innerhalb Rotenburgs. Die Ortschaften sind räumlich deutlich von der Kernstadt Rotenburg getrennt und liegen im Westen bzw. im Norden des Stadtgebietes. Die Entfernungen in die Innenstadt betragen zwischen rd. 7 km (Waffensen) und 11 km (Borchel) bis zu 13 km nach Mulmshorn. Verbindungen bestehen über die Bundesstraßen B 75 und B 71. Einzelhandel im periodischen Bedarfsbereich ist nur in sehr geringem Umfang vorhanden.

Der Stadtteil Rotenburg-Nord grenzt direkt im Norden an die Innenstadt und hat knapp 2.150 Einwohner. Im periodischen Bedarfsbereich ist aufgrund der räumlichen Nähe eine Orientierung auf die Innenstadt und auf Rotenburg-Süd zu erwarten. Aufgrund des geringen Einzelhandelsbestandes wird dieser Stadtteil im Folgenden mit den oben genannten, einwohnerschwachen Ortschaften zusammengefasst.

Abb. 25 : Lebensmittelbetrieb „Utas SB-Shop“ in Mulmshon



Quelle: CIMA-Bestandserhebung 2006

Abb. 26: Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen in Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn und Borchel

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe*	Verkaufsfläche in m²	Anteil der VK an der Gesamtfläche in %
Periodischer Bedarf insgesamt	5	205	1,4
Lebensmittel, Reformwaren	5	190	1,6
Gesundheits- und Körperpflege	0	10	0,4
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	0	5	1,1

* Anzahl der Betriebe im jeweiligen Hauptsortiment

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen sind möglich

Abb. 27: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn und Borchel

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	1,0	10,6	9,0
Lebensmittel, Reformwaren	0,9	8,1	11,3
Gesundheits- und Körperpflege	***	***	1,3
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	***	***	6,4

*** Aus datenschutzrechtlichen Gründen werden Umsätze erst ab einer Anzahl von vier Betrieben ausgewiesen

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2006, Rundungsdifferenzen möglich

Zusammenfassend lässt sich für Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn und Borchel Folgendes feststellen:

- Die Ortschaften Waffensen, Mulmshorn und Borchel sowie der Stadtteil Rotenburg-Nord besitzen u.a. aufgrund ihres geringen Bevölkerungsanteils auch deutlich den geringsten Verkaufsflächenanteil. Die Einkaufsorientierung richtet sich folglich auf die genannten Nahversorgungsbereiche in Rotenburg und auf die angrenzenden Grund-, Mittel- und Oberzentren.
- Als Ergänzung zur Versorgung im periodischen Bedarf außerhalb des eigenen Stadtteils bzw. der eigenen Ortschaft befinden sich in Rotenburg-Nord ein Tankstellenshop und ein Kiosk am Bahnhof, in Waffensen ein Bäcker mit ergänzendem Lebensmittelangebot und ein Hofladen sowie in Mulmshorn ein kleiner Lebensmittelbetrieb (vgl. Abb. 25). In der Ortschaft Borchel gibt es keinen nahversorgungsrelevanten Einzelhandel.
- Es sind in allen untersuchten Bedarfsbereichen deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Die Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich liegt insgesamt bei rd. 9 %. Die Abflüsse aus den betroffenen Ortschaften bzw. aus Rotenburg-Nord liegen absolut bei rd. 10 Mio. €.
- Die Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarf liegt bei zu erwartenden 0,05 qm je Einwohner.

Fazit:

Die Nahversorgungssituation im Stadtteil Rotenburg-Nord sowie in den Ortschaften Waffensen, Mulmshorn und Borchel ist insgesamt als ungenügend zu bezeichnen. Aufgrund der geringen Bevölkerungszahl und der jeweiligen peripheren Lage der Ortschaften Waffensen, Mulmshorn und Borchel erscheint es aus betriebswirtschaftlicher Sicht unwahrscheinlich, dass es gelingen wird, bedeutende Nahversorger in den Ortschaften etablieren zu können.

Sinnvoller erscheint es, die Nahversorgung mit alternativen Konzepten (z. B. mobile Verkaufswagen, Model „MarktTreff“ in Schleswig-Holstein, Konzept „Markant“) sicherzustellen (vgl. Kap. 4.3).

Ähnliches gilt für Rotenburg-Nord. Zwar besitzt der Stadtteil mit rd. 2.150 Einwohnern eine weitaus höhere Einwohnerzahl als die genannten Ortschaften, allerdings ist davon auszugehen, dass sich die Bewohner des südlich der Bahngleise liegenden Bereichs zur Innenstadt bzw. nach Rotenburg-Süd orientieren. Die Versorgung dieser Bevölkerungsteile ist somit gesichert, wenngleich hier noch Entwicklungsbedarf besteht. Daher ist insbesondere für den nördlichen, nicht so dicht besiedelten Bereich von Rotenburg-Nord ebenfalls zu prüfen, inwieweit die Nahversorgung der Bevölkerung mit alternativen Konzepten sichergestellt werden kann (vgl. Kap. 4.3).

3. Standortbewertungen

Im Folgenden werden sechs Standorte betrachtet und bewertet, die zzt. bezüglich einer möglichen einzelhandelspezifischen Nutzung in Rotenburg diskutiert werden. Bei den Flächen, bei denen nach Auskunft des Auftraggebers bereits konkrete Ansiedlungsanfragen vorliegen, wurden zusätzlich zu den Standortbewertungen mögliche Umsatzverteilungen für die bestehenden Einzelhandelsansiedlungen im periodischen Bedarfsbereich ausgewiesen und die zu erwartenden Änderungen bezüglich Handelszentralität und Kaufkraftzu- und -abflüsse ermittelt (vgl. Kap. 3.2). Ausgehend davon werden Empfehlungen erarbeitet, die Aussagen zu anzustrebenden räumlichen Entwicklungsschwerpunkten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Stadt Rotenburg enthalten (vgl. Kap. 4).

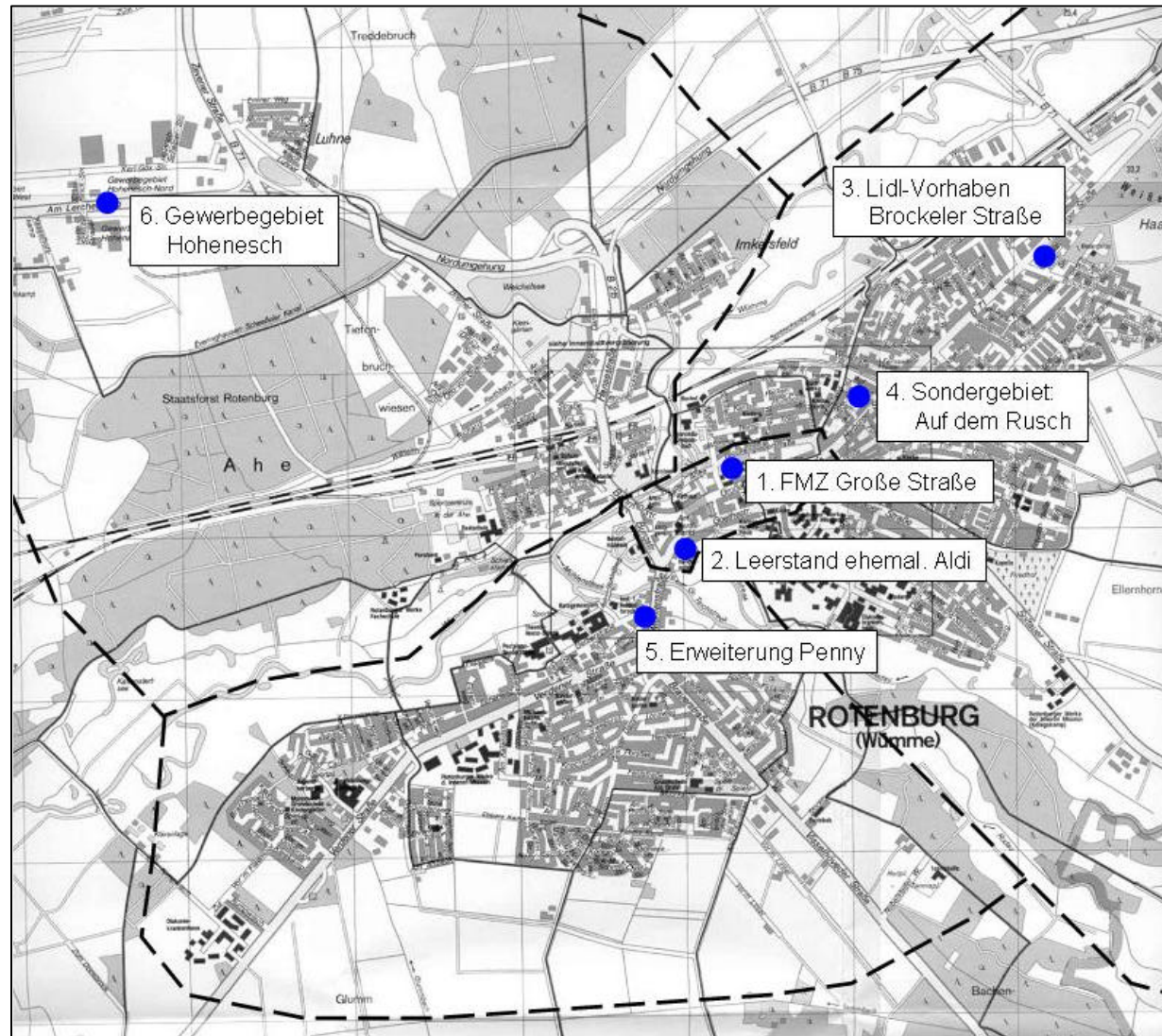
3.1 Standorte möglicher Einzelhandelsentwicklungen

In Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber wurden insgesamt sechs Standorte analysiert und anhand der folgenden Kriterien beurteilt:

- Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz) und Erreichbarkeit
- Zusammenhang zu bestehenden Versorgungslagen
- Prüfung der Standorte hinsichtlich ihrer Eignung für Einzelhandel (geeignet, für welche Branchen und Verkaufsflächengröße)
- ggf. zu erwartende Umsatzverteilungen
- ggf. zu erwartende Kaufkraftzu- und -abflüsse

Abb. 28 (nachfolgende Seite) gibt einen Überblick über die untersuchten Standorte:

Abb. 28: Standorte möglicher Einzelhandelsentwicklungen



Quelle: CIMA GmbH 2006

3.1.1 Standort 1: Fachmarktzentrum (FMZ) Große Straße

Die Firma Plus beabsichtigt, die bestehenden Verkaufsflächen zu vergrößern und ist deshalb bestrebt, den Standort „Am Neuen Markt“ zu verlassen. Als potenzieller neuer Standort ist das Grundstück rückseitig des Verlagsgebäudes der Rotenburger Kreiszeitung (Große Straße 37) in der Innenstadt von Rotenburg vorgesehen. Nach jetzigem Stand ist eine Verkaufsfläche von rd. 800 qm vorgesehen.

Abb. 29: Grundstück Fachmarktzentrum Große Straße (Erweiterung Plus)



Quelle: CIMA GmbH 2006

Außerdem sind die folgenden Standortmerkmale festzustellen:

- Stadtteil Innenstadt: innerstädtische Lage an der "Große Straße"
- gute Pkw-Erreichbarkeit über die Aalter Allee und die Glockengießerstraße
- sehr gute fußläufige Erreichbarkeit über die „Große Straße“ (Fußgängerzone)
- derzeitige Nutzung: Fabrikhallen/ Druckerei

- zahlreicher Einzelhandel (periodischer und aperiodischer Bedarf) in direkter Umgebung
- keine zufrieden stellende Versorgungssituation mit großflächigen Nahversorgungsbetrieben im Stadtteil Innenstadt
- Stellplätze innerhalb des Gebietes können nach vorliegender Plankonzeption in ausreichender Zahl auf dem Grundstück geschaffen werden (je nach Variante 132 bis 171 Stellplätze)
- aufgrund der bestehenden städtebaulich-funktionalen Verbindung zur Innenstadt und zum bestehenden Einzelhandel handelt es sich um einen integrierten Standort

Abb. 30: Standort 1: Fachmarktzentrum (FMZ) Große Straße



Quelle: CIMA GmbH 2006

Fazit:

Obwohl die Innenstadt von Rotenburg hohe Zentralitätswerte im periodischen Bedarfsbereich aufweist, befindet sich in der Innenstadt kein großflächiger Lebensmittelbetrieb. Die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelbetriebes erscheint also folgerichtig, da die Etablierung eines attraktiven Nahversorgungsbetriebes u.a. als so genannter Frequenzbringer für die gesamte Innenstadt positive Folgeeffekte nach sich ziehen kann.

Auch wenn sich die Einzelhandelszentralität in der Gesamtstadt durch die erweiterte Verkaufsfläche des Plus-Marktes leicht erhöht, wird dadurch die qualitative Nahversorgungssituation in der Innenstadt nur unwesentlich verbessert. Allerdings würde dadurch die Nahversorgung im Stadtteil gesichert.

Aufgrund der attraktiven Standortbedingungen empfiehlt die CIMA, diesen Standort einzelhandelsspezifisch zu entwickeln. Neben der vorliegenden Variante mit der Ansiedlung eines Plus-Lebensmitteldiscounters sollten aus Gutachtersicht jedoch auch andere Möglichkeiten in Erwägung gezogen werden. Neben der Ansiedlung eines Lebensmittel-Vollsortimenters mit einer wesentlich breiteren und tieferen Angebotspalette, empfiehlt die CIMA aufgrund der integrierten innerstädtischen Lage auch die (zusätzliche) Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu prüfen.

3.1.2 Standort 2: Leerstand ehemaliger Aldi an der Mühlenstraße

Standort 2 befindet sich am süd-östlichen Rand der Innenstadt, ist jedoch funktional und räumlich deutlich von der Innenstadt getrennt. Der Pferdemarkt befindet sich direkt gegenüber, auf der anderen Straßenseite der Mühlenstraße. Das Stadtteilzentrum Rotenburg-Süd ist rd. 400 Meter entfernt.

Abb. 31: Leerstand ehemaliger Aldi



Quelle: CIMA GmbH 2006

Darüber hinaus weist der Standort die folgenden Charakteristika auf:

- Stadtteil Innenstadt: innerstädtische Randlage, keine funktionale und städtebauliche Verbindung zur Innenstadt
- eingeschränkte Pkw-Erreichbarkeit über die Goethestraße (Einbahnstraße)
- gute fußläufige Erreichbarkeit für die angrenzenden Wohngebiete
- derzeitige Nutzung: Leerstand

- Nutzung in den angrenzenden Gebäuden: u.a. russischer Lebensmittelbetrieb, Spielothek; entlang der Goethestraße vermehrt Leerstand
- keine zufrieden stellende Versorgungssituation mit großflächigen Nahversorgungsbetrieben im Stadtteil Innenstadt
- Stellplätze innerhalb des Gebietes sind zurzeit ausreichend vorhanden
- aufgrund der fehlenden städtebaulich-funktionalen Verbindung zur Innenstadt und zum bestehenden Einzelhandel handelt es sich nur um einen teil-integrierten Standort

Abb. 32: Standort 2: Leerstand ehemaliger Aldi an der Mühlenstraße



Quelle: CIMA GmbH 2006

Fazit:

Der Vorhabenstandort befindet sich am Rand der Innenstadt. Insbesondere in der Goethestraße sind verstärkt Leerstände zu beobachten.

Die fehlende funktionale und städtebauliche Verbindung lässt zudem keine positiven Agglomerationseffekte für die Innenstadt erwarten. Darüber hinaus ist die Pkw-Erreichbarkeit nur eingeschränkt vorhanden (Einbahnstraßenregelung Mühlenstraße/ Goethestraße). Der Versuch, eine städtebauliche oder funktionale Verbindung zur Innenstadt herzustellen, hätte eine Verlängerung der funktionalen Innenstadt zur Folge. Mittel- bis langfristig könnte jedoch eine attraktive Entwicklung der gesamten Innenstadt auf diese Weise nicht sichergestellt werden. Deshalb empfiehlt die CIMA, die Innenstadt nach Möglichkeit in Ihrem Bestand (räumlich) zu stärken, um dadurch die Attraktivität und Fußgängerfrequenz zu erhöhen. Eine räumliche Erweiterung der Innenstadt hätte vermutlich weitere Leerstände zur Folge, wie sie zurzeit bereits in der Goethestraße zu beobachten sind.

Darüber hinaus wird das südlich des Vorhabenstandortes liegende Wohngebiet bereits ausreichend durch das Stadtteilzentrum Rotenburg-Süd versorgt. Die allgemein gute Versorgungslage in der Stadt Rotenburg macht eine Entwicklung dieses Standortes als Nahversorgungsstandort aus Sicht der CIMA deshalb nicht notwendig.

Der Standort ist somit aus Gutachtersicht nicht als Nahversorgungsstandort geeignet.

3.1.3 Standort 3: Lidl-Vorhaben Brockeler Straße

Die Firma Lidl beabsichtigt ihren bestehenden Standort im EKZ Wümme-Park auf die gegenüberliegende Straßenseite zu verlagern und dadurch die Verkaufsfläche von derzeit rd. 850 qm auf bis zu 1.500 qm zu erweitern.² Der „neue“ Standort befindet sich im Kreuzungsbereich Harburger Straße/ Brockeler Straße. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt rd. 1,3 km.

Abb. 33: Möglicher „neuer“ Standort der Lidl-Filiale (Standort 3)



Quelle: CIMA GmbH 2006

Der Standort ist außerdem durch die folgenden Merkmale gekennzeichnet:

- Stadtteil Rotenburg-Ost: städtische Randlage am nordöstlichen Rand des Siedlungskörpers
- sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über die Harburger Straße

² In der ersten Ausbaustufe wird die Erweiterung auf ca. 1.200 qm Verkaufsfläche geplant. Erst in der zweiten Ausbaustufe werden die 1.500 qm Verkaufsfläche erreicht. Im Rahmen der worstcase Annahme gehen wir bei der Beurteilung des Vorhabens bereits von der zweiten Ausbaustufe (1.500 qm VKF) aus.

- eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit
- derzeitige Nutzung: Leerstand; Kaminverkauf im Vorderteil des Gebäudes
- Einzelhandel in direkter Umgebung: EKZ-Wümme-Park (u.a. Gartencenter, Getränkemarkt, Schuhmarkt, Sportbekleidung, Elektroartikel, Bäcker/ Metzger); außerdem: Gewerbe
- sehr gute Versorgungssituation im Stadtteil
- Stellplätze innerhalb des Gebietes können in ausreichender Zahl geschaffen werden
- aufgrund der fehlenden städtebaulich-funktionalen Verbindung zur Kernstadt handelt es sich um einen nicht-integrierten Standort
- Planungsstand: zzt. Öffentliche Auslegung des B-Planes

Abb. 34: Standort 3: Lidl-Vorhaben Brockeler Straße



Quelle: CIMA GmbH 2006

Fazit:

Der Lidl-Lebensmitteldiscounter befindet sich bereits im EKZ-Wümme-Park. Unter dem Aspekt der wohnortnahen Grundversorgung ändert sich durch die Verlegung des Standortes nichts Wesentliches.

Durch die bessere Erreichbarkeit und Sichtbeziehungen direkt an der Harburger Straße, ist jedoch davon auszugehen, dass durch die Neuansiedlung des Lidl auf dem Vorhabenstandort und die Vergrößerung der Verkaufsfläche insgesamt mehr Kaufkraft aus dem östlichen Umland der Stadt gebunden werden kann. Eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm wäre zudem eine zzt. kaum anzutreffende Höchstgröße für einen Lidl-Lebensmitteldiscounter. Darüber hinaus wird die Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich gestärkt.

Aus Gutachtersicht ist dieser Standort jedoch u.a. aufgrund der nur teilintegrierten Lage nur eingeschränkt als Nahversorgungsstandort geeignet. Bei einer Ansiedlung eines großflächigen Nahversorgungsbetriebes sollte außerdem sichergestellt werden, dass negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche nach § 11,3 BauNVO ausgeschlossen werden können (vgl. Kap. 4.2). Außerdem empfiehlt die CIMA, zentrenrelevante Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche und zusätzlich mit einer absoluten Verkaufsflächenobergrenze zu beschränken.

Da die Versorgungssituation im Stadtteil bereits sehr gut ist (vgl. Kap. 2.3.2), ist das Potenzial für weitere Ansiedlungen begrenzt. Bei einer Realisierung des Vorhabens auf einer Verkaufsfläche von 1.500 qm VKF wäre somit eine Sättigungsgrenze erreicht. Weitere Ansiedlungen würden Verdrängungseffekte innerhalb der Stadt Rotenburg wahrscheinlich machen. Um die Sättigungsgrenze nicht zu überschreiten, empfiehlt die CIMA, bei der Realisierung der neuen Lidl-Filiale den Ausschluss von Lebensmitteln am alten Standort im EKZ-Wümme-Park zu prüfen. Aufgrund der bestehenden Strukturen dürfte die Neuansiedlung eines Lebensmittelbetriebes auf den Flächen der alten Lidl-Filiale ohnehin als schwierig einzustufen sein.

3.1.4 Standort 4: Sondergebiet „Auf dem Rusch“

Der Standort befindet sich direkt gegenüber eines Famila-Verbrauchermarktes an der Harburger Straße. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt rd. 450 Meter.

Abb. 35: Standort 4: Derzeitige Nutzung: Dänisches Bettenlager



Quelle: CIMA GmbH 2006

Folgende Charakteristika sind festzustellen:

- Stadtteil Rotenburg-Ost: Lage innerhalb des Stadtteils
- sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über die Harburger Straße
- gute fußläufige Erreichbarkeit
- derzeitige Nutzung: Dänisches Bettenlager
- Einzelhandel in direkter Umgebung: Famila-Verbrauchermarkt inkl. Getränkemarkt und Bäckerei
- sehr gute Versorgungssituation im Stadtteil
- Stellplätze innerhalb des Gebietes sind in ausreichender Zahl vorhanden

- aufgrund der Lage innerhalb des Stadtteils handelt es sich um einen integrierten Standort
- relevanter B-Plan: Nr. 38 „Auf dem Rusch“: Sondergebiet-Verbrauchermarkt, zulässige Grundfläche 2.200 qm, zulässige Geschossfläche 2.400 qm

Abb. 36: Standort 4: Sondergebiet „Auf dem Rusch“



Quelle: CIMA GmbH 2006

Fazit:

Aufgrund der integrierten Lage ist der Standort durchaus als Nahversorgungsstandort geeignet. Die räumliche Nähe zum Famila-Verbrauchermarkt und die gute Pkw-Erreichbarkeit lassen den Standort als geeignet erscheinen.

Aus Gutachtersicht ist dieser Standort somit zunächst als Nahversorgungsstandort geeignet. Durch die Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters an der Brockeler Straße wäre jedoch das Potenzial im Bereich Nahversorgung in Rotenburg und speziell im Stadtteil Rotenburg-Ost vollständig erreicht. Bei weiteren Ansiedlungen wäre anzunehmen, dass kaum zusätzliche Kaufkraft von außerhalb der Stadtgrenzen gebunden werden kann. Dies würde hohe Verdrängungsquoten bei den bestehenden Lebensmittelanbietern innerhalb Rotenburgs wahrscheinlich machen. Für den Fall, dass es nicht zur Realisierung der Lidl-Filiale kommt, empfiehlt die CIMA, am Vorhabenstandort lediglich Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit (bis zu 800 qm VK) zuzulassen.

3.1.5 Standort 5: Erweiterung Penny

Die Firma Penny beabsichtigt, die bestehenden Verkaufsflächen am Standort Mühlenstraße/ Gerberstraße zu vergrößern. Als potenzielle Erweiterungsfläche ist die Fläche des angrenzenden „Gloria-Cinema“ vorgesehen. Nach heutigem Stand ist eine Vergrößerung der Verkaufsfläche von rd. 600 qm auf rd. 800 qm geplant. Der Standort liegt im Stadtteilzentrum Rotenburg-Süd, die Entfernung zur Innenstadt beträgt rd. 350 Meter.

Abb. 37: Derzeitige Nutzung des Grundstücks (Erweiterung Penny)



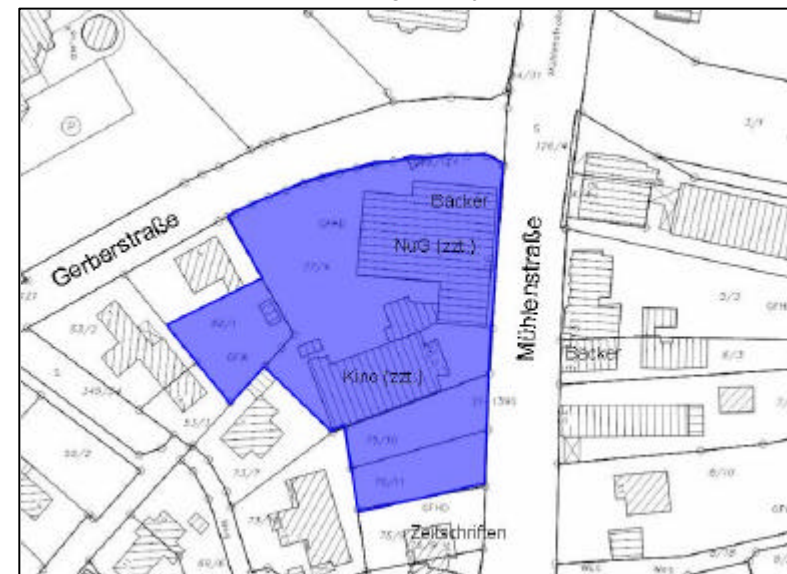
Quelle: CIMA GmbH 2006

Der Standort weist die folgenden Merkmale auf:

- Stadtteil Rotenburg-Süd: Lage innerhalb des Stadtteilzentrums an der Mühlenstraße
- gute Pkw-Erreichbarkeit über die Mühlenstraße
- sehr gute fußläufige Erreichbarkeit, da innerhalb des Stadtteilzentrums gelegen

- derzeitige Nutzung der Erweiterungsfläche: Kino mit angrenzender Brachfläche
- großflächiger Einzelhandel (periodischer Bedarf) in mittelbarer Umgebung (Edeka-Neukauf, Aldi, Lidl (im Bau))
- sehr gute Versorgungssituation im Stadtteil
- Stellplätze innerhalb des Gebietes können nach vorliegender Plankonzeption in ausreichender Zahl auf dem Grundstück geschaffen werden
- aufgrund der Lage innerhalb des Stadtteilzentrums und der Nähe zum bestehenden Einzelhandel ist der Standort als integriert zu bezeichnen
- Planungsstand: Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 9: zzt. Beteiligung der Träger öffentlicher Belange

Abb. 38: Standort 5: Erweiterung Penny



Quelle: CIMA GmbH 2006

Fazit:

Obwohl der Stadtteil Rotenburg-Süd hohe Zentralitätswerte im periodischen Bedarfsbereich aufweist, ist eine Vergrößerung des bestehenden Penny-Lebensmitteldiscounters aus betriebswirtschaftlicher Sicht sinnvoll und für die Versorgungssituation im Stadtteil wünschenswert. Aus Gutachtersicht kann hierdurch eine Konsolidierung der guten Versorgungslage innerhalb der Gesamtstadt und im Stadtteil erreicht werden.

Aufgrund der attraktiven Standortbedingungen empfiehlt die CIMA deshalb, diesen Standort nahversorgungsspezifisch zu entwickeln.

3.1.6 Standort 6: Gewerbegebiet Hohenesch

Standort 6 liegt nordwestlich der Kernstadt an der Bundesstraße B 75. Die Gewerbegebiete werden zum überwiegenden Teil gewerblich genutzt. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt rd. 4 km.

Abb. 39: Standort 6: „Am Lerchenkrug“, Gewerbegebiet Hohenesch



Quelle: CIMA GmbH 2006

Darüber hinaus weist der Standort die folgenden Merkmale auf:

- Stadtteil Rotenburg-Nord: Gewerbegebiet
- sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über die Bundesstraße B 75
- sehr schlechte fußläufige Erreichbarkeit
- zzt. Nutzung durch Gewerbe und Handwerk
- kein Einzelhandel in der Umgebung vorhanden
- schlechte Versorgungssituation im Stadtteil Rotenburg-Nord
- Stellplätze innerhalb des Gebietes könnten in ausreichender Zahl geschaffen werden

- aufgrund der fehlenden städtebaulichen Verbindung zum Siedlungskörper handelt es sich um einen nicht-integrierten Standort
- Einzelhandel ist nach aktuellen B-Plänen ausgeschlossen

Abb. 40: Standort 6: Übersicht Gewerbegebiet Hohenesch



Quelle: CIMA GmbH 2006

Fazit:

Der Standort Gewerbegebiet Hohenesch ist nicht als Einzelhandelsstandort zu entwickeln. Die Entwicklung als Nahversorgungsstandort ist aufgrund der nicht-integrierten Lage nicht zu empfehlen. Um ungewünschten Entwicklungen entgegenzutreten, sollte der jetzige Ausschluss von Einzelhandel im Bebauungsplan beibehalten werden. Damit werden die Flächen für eine adäquate Entwicklung im Bereich Gewerbe und Handwerk mittel- bis langfristig gesichert.

3.2 Prognose für die Einzelhandelsentwicklung

3.2.1 Szenarien für die zukünftige Versorgungssituation im Stadtteil

Anhand der erhobenen Daten und der Bewertung der Nahversorgungssituation in Rotenburg (Wümme) wird eine Prognose für die künftige Entwicklung des Einzelhandels und seiner Struktur vorgenommen. Sie berücksichtigt zum einen generelle Trends der Nahversorgungsentwicklung, zum anderen werden die spezifischen Rahmenbedingungen und die zu erwartenden Entwicklungen von Rotenburg (Wümme) zugrunde gelegt. Um die Bedeutung der gegenwärtig diskutierten Vorhaben für die Gesamtstadt zu veranschaulichen, werden unterschiedliche Entwicklungsszenarien skizziert.

Gemäß den vorliegenden Planungen wird die Versorgungssituation in der Gesamtstadt zunächst bei Realisierung der aktuellen Plankonzeptionen für die Standort 3 (Lidl-Vorhaben Brockeler Straße) und Standort 5 (Erweiterung Penny) dargestellt. Darauf aufbauend wird die Versorgungssituation bei Realisierung des Plus in der „Große Straße“ (Fachmarktzentrum) berechnet.

Für die Berechnung der Szenarien werden die folgenden Rahmendaten zu Grunde gelegt:

Szenario A:

- Schließung der jetzigen Lidl-Filiale im EKZ-Wümme-Park (850 qm VK), Neueröffnung der Filiale an der Brockeler Straße (1.500 qm VK)³
- Erweiterung der jetzigen Penny-Filiale an der Mühlenstraße von 600 auf 800 qm VK
- aktuelle Einwohnerzahl: 23.505 (31.12.2005 lt. Einwohnermeldeamt Stadt Rotenburg)
- Kaufkraftkennziffer 2006: 99,7 % (MB-Research 2006)

Szenario B:

- Schließung der jetzigen Lidl-Filiale im EKZ-Wümme-Park (850 qm VK), Neueröffnung der Filiale an der Brockeler Straße (1.500 qm VK)
- Erweiterung der jetzigen Penny-Filiale an der Mühlenstraße von 600 auf 800 qm VK
- Schließung der jetzigen Plus-Filiale „Am Neuen Markt“ (450 qm VK), Neueröffnung der Filiale in der „Große Straße“ (800 qm VK)
- aktuelle Einwohnerzahl: 23.505 (31.12.2005 lt. Einwohnermeldeamt Stadt Rotenburg)
- Kaufkraftkennziffer 2006: 99,7 (MB-Research 2006)

Dabei wurden die folgenden Flächen und Umsätze angenommen:

Abb. 41: Flächen und Umsätze der Ansiedlungsvorhaben Lidl, Penny und Plus

CIMA Warengruppe	Erweiterung Lidl		Erweiterung Penny		Erweiterung Plus	
	VK in qm	Umsatz in Mio. €	VK in qm	Umsatz in Mio. €	VK in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	1.300	9,0	740	4,1	750	3,4
Lebensmittel	1.100	7,8	660	3,7	650	2,9
Gesundheits- und Körperpflege	200	1,2	80	0,4	100	0,4
Übriger periodischer Bedarf	-	-	-	-	-	-
Aperiodischer Bedarf	200	***	60	***	50	***
Einzelhandel insgesamt	1.500	***	800	***	800	***

*** Umsatz nicht berechnet

Anmerkung: Prozentual angepasste Branchenaufteilung, Umsatz geschätzt in Bruttoumsatz/Jahr nach Erfahrungen der CIMA und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation

Quelle: CIMA GmbH 2006

³ Im Rahmen der worst-case Annahme ist den Berechnungen die zweite Ausbaustufe der Lidl Erweiterung zu Grunde gelegt.

Abbildung 44 zeigt die Änderungen der Versorgungssituation in der Gesamtstadt nach Realisierung der Planvorhaben Erweiterung Lidl und Erweiterung Penny:

Abb. 42: Umsatz, Nachfrage und Handelszentralität: Szenario 1

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %	Handelszentralität in % (Ist-Zustand)
Periodischer Bedarf insgesamt	80,9	63,5	127,4	119,6
Lebensmittel, Reformwaren	62,4	48,3	129,2	120,6
Gesundheits- und Körperpflege	16,7	13,6	122,6	117,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	1,9	1,6	113,7	113,7

Quelle: CIMA GmbH 2006

Abbildung 45 zeigt die Änderungen der Versorgungssituation in der Gesamtstadt nach Realisierung der Planvorhaben Erweiterung Lidl, Erweiterung Penny und zusätzlich Erweiterung des Plus-Marktes in der Innenstadt.

Abb. 43: Umsatz, Nachfrage und Handelszentralität: Szenario 2

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %	Handelszentralität in % (Ist-Zustand)
Periodischer Bedarf insgesamt	82,3	63,5	129,5	119,6
Lebensmittel, Reformwaren	63,6	48,3	131,8	120,6
Gesundheits- und Körperpflege	16,8	13,6	123,5	117,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	1,9	1,6	113,7	113,7

Quelle: CIMA GmbH 2006

Fazit:

In Kapitel 2 wurde bereits dargelegt, dass die Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich in Rotenburg (Wümme) zufrieden stellend und zum Teil sogar überdurchschnittlich ist. Dies trifft insbesondere auf die Stadtteile Rotenburg-Ost und Rotenburg-Süd zu. Bei Realisierung der Planvorhaben Erweiterung Lidl und Penny würde sich die Versorgungslage noch zusätzlich verbessern, außerdem ist anzunehmen, dass zusätzlich Kaufkraft aus dem Marktgebiet (periodischer Bedarf) gezogen werden kann. Bei einer Realisierung der Vorhaben aus Szenario 1 wäre aus Gutachtersicht die angestrebte Konsolidierung der guten Versorgungslage in den Stadtteilen Rotenburg-Ost und Rotenburg-Süd erreicht, weitere Ansiedlungen wären zunächst nicht mehr notwendig (vgl.: Kap. 3.1.3, Kap. 3.1.5 und Kap. 4.2).

Auch die Realisierung der Plus-Erweiterung in der Innenstadt trägt nach derzeitiger Konzeption zur Konsolidierung der guten Nahversorgungsstrukturen bei. Zu berücksichtigen gilt insbesondere, dass ein attraktiver Lebensmittelbetrieb in der Innenstadt nicht nur die Nahversorgung sicherstellt, sondern auch als Frequenzbringer zur Steigerung der Attraktivität innerstädtischer Einkaufslagen beitragen kann (vgl. Kap. 3.1.1).

Zusammenfassend ergeben sich aus Gutachtersicht die folgenden Prioritäten:

1. Priorität: Sicherung der Nahversorgung im Stadtteil Innenstadt durch Sicherung/ Entwicklung eines „Frequenzbringers“
2. Priorität: Sicherung/ Entwicklung der Penny-Filiale im Stadtteilzentrum Rotenburg-Süd
3. Priorität: Erweiterung/ Umzug der Lidl-Filiale am Standort Wümme-Park (Prüfung Ausschluss von Lebensmitteln im Bebauungsplan für den jetzigen Lidl-Standort (vgl. Kap. 3.1.3))

3.2.2 Abschätzung der Auswirkungen der wahrscheinlichen Planvorhaben (Standorte 3 und 5) auf die Einzelhandelsstruktur im periodischen Bedarfsbereich

Nach derzeitigem Planungsstand ist die Realisierung der Planvorhaben an den Standorten 3 und 5 (Erweiterung Lidl bzw. Erweiterung Penny) sehr wahrscheinlich.

Nach § 11,3 BauNVO müssen negative städtebauliche Auswirkungen durch großflächige Einzelhandelsansiedlungen in Sondergebieten ausgeschlossen werden können. Im Folgenden werden die zu erwartenden Umsatzverlagerungen durch die genannten Vorhaben im periodischen Bedarfsbereich dargestellt.

Bei Realisierung der Erweiterungen von Lidl und Penny ergeben sich Gesamtverkaufsflächen von 1.500 qm bzw. 800 qm, wobei auf den periodischen Bedarfsbereich 1.300 qm bzw. 740 qm entfallen (vgl. Abb. 41, S. 44).

Die nachfolgende Abbildung zeigt die angenommenen Flächenstrukturen und Umsätze der Erweiterungen, die als Grundlage für die nachfolgenden Verträglichkeitsberechnungen dienen:

Abb. 44: Flächenstruktur der Erweiterungsvorhaben Lidl und Penny

CIMA Warengruppe	Erweiterung Lidl		Erweiterung Penny	
	VK in qm	Umsatz in Mio. €	VK in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	590	3,8	180	1,1
Lebensmittel	510	3,3	140	0,8
Gesundheits- und Körperpflege	80	0,5	40	0,2
übriger periodischer Bedarf	-	-	-	-
Aperiodischer Bedarf	60	***	20	***
Einzelhandel insgesamt	650	***	200	***

*** Umsatz nicht berechnet

Anmerkung: Prozentual angepasste Branchenaufteilung, Umsatz geschätzt in Bruttoumsatz/Jahr nach Erfahrungen der CIMA und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation

Quelle: CIMA GmbH 2006

Die CIMA prognostiziert für beide Planvorhaben einen Einzelhandelsumsatz (brutto), der im periodischen Bedarfsbereich bei 13,1 Mio. € im Jahr liegen dürfte. Abzüglich der Umsätze, die bereits heute getätigt werden, ergibt sich ein zu erwartender Verdrängungsumsatz im periodischen Bedarfsbereich von rd.

4,9 Mio. €.

Marktgebiet

Für die Ermittlung des Einzugsgebietes des Vorhabens ist eine detaillierte Analyse der kommunalen Wettbewerbssituation erforderlich. Die Attraktivität des Planstandortes wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen der CIMA abgeschätzt. In diesem Zusammenhang wurden auch detaillierte Einschätzungen zur verkehrlichen Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes gewonnen.

Qualitative und quantitative Flächenausstattungen der umliegenden Konkurrenzstandorte werden in die Betrachtung genauso mit einbezogen, dabei ist zu beachten, dass die Ausstrahlung des Planvorhabens an den äußeren Rändern naturgemäß nachlässt. Das Einzugsgebiet des Planvorhabens wurde mit Hilfe des ökonometrischen Huff-Simulationsmodells ermittelt.

Es ist zu erwarten, dass große Anteile der Umsätze des Planvorhabens aus der Stadt Rotenburg kommen würden und entsprechende Umverteilungseffekte haben dürften. Zum Einzugsgebiet des Vorhabens zählen neben der Stadt Rotenburg die folgenden Umlandgemeinden und Städte (vgl. Kap. 2.2.1):

Einzugsgebiet der Planvorhaben (periodischer Bedarf)

- Scheeßel
- Brockel
- Bothel
- Hemsbünde
- Kirchwalsede
- Westerwalsede
- Ahausen
- Hellwege
- Hassendorf
- Bötersen
- Sottrum
- Reessum
- Horstedt und
- Gyhum

Bei Realisierung des Planvorhabens würden rd. 75 % der Umsätze aus dem Stadtgebiet generiert. Dies bedeutet, dass weitere 25 % der Umsätze von außerhalb des Stadtgebietes nach Rotenburg fließen und somit zentralitätserweiternd wirken würden.

Die Planvorhaben Erweiterung Lidl und Penny würden somit zusätzlich zum jetzigen Umsatz rd. 3,7 Mio. € des Umsatzes (periodischer Bedarf) aus dem Stadtgebiet generieren. Auf das Marktgebiet außerhalb der Stadtgrenzen inklusive einer Potenzialreserve entfielen zusätzlich rd. 1,2 Mio. €.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die zu erwartenden, zusätzlichen Verdrängungsumsätze der Vorhaben. Da in den Stadtteilen Rotenburg-Nord, Waffensen, Mulmshorn und Borchel kaum relevanter Einzelhandel vorhanden ist und folglich Umverteilungen nicht zu erwarten sind, werden diese Stadtteile bei der nachfolgenden Betrachtung nicht berücksichtigt.

Abb. 45: Umsatzherkunft der Planvorhaben

Sortiment	Rotenburg (Gesamt)	Rotenburg- Ost	Rotenburg- Süd	Rotenburg-IS	übrige Teile Rotenburg	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Periodischer Bedarf	3,69	2,13	1,00	0,55	-	0,98	0,25	4,92
Lebensmittel	3,12	1,83	0,81	0,47	-	0,83	0,21	4,16
Gesundheits- und Körperpflege	0,57	0,30	0,18	0,09	-	0,15	0,04	0,76
Übriger periodischer Bedarf	-	-	-	-	-	-	-	-

*Zuflüsse von außerhalb des heutigen Marktgebietes, Touristen und Tagesbesucher

Quelle: CIMA GmbH 2006

Umverteilungseffekte durch die Vorhaben im Stadtgebiet Rotenburg

Nachfolgend wird der Umsatz der Planvorhaben den bestehenden Umsätzen in der Stadt Rotenburg gegenübergestellt. Dieser Wert wird in Prozent ausgedrückt und ist für die Abwägung der Verträglichkeit des Vorhabens von großer Relevanz. Bei der Bewertung von Vorhaben bezüglich der "nicht unwesentlichen Auswirkungen" u.a. auf die zentralen Versorgungsbereiche einer Stadt/Gemeinde nach § 11 (3) BauNVO wird in der Regel ab einer Umverteilungsquote ab ca. 10 % von einer Unverträglichkeit des entsprechenden Vorhabens ausgegangen.

Laut Urteil des OVG Münster vom 7.12.2000 werden Umsatzverlagerungen bereits ab 7 % als abwägungsrelevant eingeordnet. Das heißt, sollten Umsatzverlagerungen dieser Größenordnung für ein Projektvorhaben nicht dokumentiert werden, wird von einem Abwägungsfehler in der baurechtlichen Beurteilung ausgegangen.

Die CIMA geht bei der Bewertung von Vorhaben davon aus, dass die reine Berechnung der Kaufkraftumlenkungsquote nicht alleine ausschlaggebend für oder gegen die Realisierung eines Planvorhabens sein sollte. Insbesondere die abzuleitenden städtebaulichen Auswirkungen müssen mit berücksichtigt werden. Hierbei sind Umsatzverlagerungen genauso zu berücksichtigen wie mögliche städtebauliche Risiken, wenn z.B. bestehende Nahversorgungsstrukturen und/ oder zentrale Versorgungsbereiche gefährdet werden. Dies wiederum hängt davon ab, ob Innenstädte oder zentrale Versorgungsbereiche einen schwachen Einzelhandelsbesatz und Umsatzanteil haben oder ob auch hohe Verdrängungseffekte aufgrund der intakten funktionalen und städtebaulichen Struktur nicht zwangsläufig zu negativen städtebaulichen Auswirkungen führen.

Abb. 46: Umsatzverlagerungen durch die Planvorhaben

Sortiment	Rotenburg (gesamt)			Rotenburg-Ost			Rotenburg-Süd			Rotenburg-IS		
	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Periodischer Bedarf	76,0	3,7	4,9	34,8	2,1	6,1	20,7	1,0	4,8	19,5	0,6	2,8
Lebensmittel	58,2	3,1	5,4	29,9	1,8	6,1	18,6	0,8	4,4	8,8	0,5	5,3
Gesundheits- und Körperpflege	15,9	0,6	3,6	4,1	0,3	7,3	1,9	0,2	9,9	9,9	0,1	0,9
übriger periodischer Bedarf	1,9	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: CIMA Berechnungen nach HUFF 2006

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

In der Umverteilungsberechnung wird der Verdrängungsumsatz, der in der Stadt Rotenburg generiert wird, auf den dort bestehenden Umsatz in der jeweiligen Branche umverteilt. Dieser Wert wird in Prozent ausgedrückt und ist für die Abwägung der Verträglichkeit des Vorhabens von Relevanz.

Das Vorhaben würde zu einem verdrängungswirksamen Umsatz im **periodischen Bedarf** in der Stadt Rotenburg von

3,7 Mio. €

führen.

Die Umverteilungswirkung würde sich somit auf einen Wert zwischen

2,8 und 6,1 %⁴

belaufen.

⁴ Wir gehen in unseren Berechnungen von einer Schwankungsbreite von +/- 0,2 % aus. Baurechtlich sind wir verpflichtet, bei der Höhe der Verdrängungen, den höchsten anzunehmenden Fall (worst case) zu Grunde zu legen.

In der Branche **Lebensmittel** würde es zu einem verdrängungswirksamen Umsatz von

0,5 bis 1,8 Mio. €

kommen. Die Umverteilungswirkung dürfte zwischen

4,4% in Rotenburg-Süd und 6,1 % in Rotenburg-Ost

liegen.

Die Vorhaben würden in der Branche **Gesundheits- und Körperpflege** zu einem verdrängungswirksamen Umsatz von

0,1 bis 0,3 Mio. €

führen. Die Umverteilungswirkung würde sich aufgrund des geringen bestehenden Angebotes auf einen Wert zwischen

0,9 in der Innenstadt und 9,9 % in Rotenburg-Süd

belaufen.

Fazit

Werden die Vorhaben Lidl und Penny an den jetzigen Standorten realisiert, wären aufgrund der geringen Verdrängungsquoten von unter 10% und der relativ guten bestehenden Einzelhandelsstrukturen aus Gutachtersicht im periodischer Bedarfsbereich keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Zu berücksichtigen bleibt jedoch, dass bei den Berechnungen die Auswirkungen auf Warengruppen des aperiodischen Bedarfsbereiches nicht einbezogen wurden. Eine abschließende Verträglichkeit nach § 11,3 BauNVO kann also erst nach Untersuchung der Auswirkungen auf den aperiodischen Bedarfsbereich festgestellt werden. Aufgrund der anzunehmenden geringen Flächenanteile sind jedoch nach heutigem Stand auch im aperiodischen Bedarfsbereich keine negativen städtebaulichen Auswirkungen durch zu hohe Verdrängungsquoten zu erwarten.

4. Nahversorgungskonzept

4.1 Bedarfsplanung

Wie in Kapitel 2 festgestellt wurde, verfügt die Stadt Rotenburg über eine gute Nahversorgungssituation. Unterversorgte Bereiche sind nur in den randstädtischen Wohnlagen und den peripheren Stadtteilen festzustellen. Einzelhandelszentren befinden sich in den Stadtteilen Innenstadt, Rotenburg-Ost und Rotenburg-Süd. In der Zusammenschau ergeben sich für die einzelnen Stadtteile die folgenden Entwicklungsbedarfe und Empfehlungen:

Rotenburg-Innenstadt:

- Quantitativ zufrieden stellende Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich
- Ziel: Konsolidierung/ Weiterentwicklung des Angebotes
- **Empfehlung:** Ansiedlung eines attraktiven Lebensmittelbetriebes, der neben der Verbesserung der Versorgung im periodischen Bedarfsbereich zusätzlich zur Attraktivität der Innenstadt beitragen kann. Die vorgesehene Umsiedlung/ Erweiterung des Plus-Lebensmitteldiscounters ist aus Gutachtersicht zu empfehlen. Aufgrund der Bedeutung für die Innenstadt empfiehlt die CIMA, auch alternative Konzepte anderer Anbieter zu prüfen. Um die Attraktivität der Rotenburger Innenstadt und die Besucherfrequenz zu erhöhen, sollte insbesondere der Bau eines Lebensmittelvollsortimenters in 1a-Lage geprüft werden.

Rotenburg-Ost:

- Quantitativ und qualitativ zufrieden stellende Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich
- Ziel: Konsolidierung des Angebotes
- **Empfehlung:** Konsolidierung des bestehenden, guten Angebotes durch Ansiedlung oder Erweiterung lediglich eines weiteren großflächigen Lebensmittelbetriebes. Bei Realisierung des Lidl-Vorhabens am Standort Brockeler Straße ist aus Gutachtersicht eine Sättigungsgrenze erreicht. Weitere Neuansiedlungen würden zu einer Überversorgung innerhalb des Stadt-

teils und zu einem Ungleichgewicht innerhalb der Stadt Rotenburg führen. Jede weitere Ansiedlung würde aufgrund der hohen Einzelhandelszentralität zudem kaum weitere Kaufkraft aus dem Umland binden können und wäre auf höhere Umsatzanteile aus dem Stadtteil bzw. aus der Stadt Rotenburg angewiesen. Dies hätte aus Gutachtersicht Verdrängungseffekte innerhalb des Stadtgebietes und insbesondere in den Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt zur Folge. Deshalb empfiehlt die CIMA bei Realisierung des Lidl-Vorhabens an der Brockeler Straße, das Sortiment Lebensmittel in den Bebauungsplänen für den Standort 4 (vgl. Kap. 3.1.4) und am alten Lidl-Standort im Wümme-Park (vgl. Kap. 3.1.3) auszuschließen.

- Aufgrund der geringen Handelszentralität in der Warengruppe Drogerien/ Parfümerien ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in direkter Nähe zum bestehenden Einzelhandel zu prüfen. Dabei sollte allerdings die Verträglichkeit für die Innenstadt sichergestellt werden.

Rotenburg-Süd/ Unterstedt:

- Quantitativ und qualitativ zufrieden stellende Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich
- Ziel: Konsolidierung/ Weiterentwicklung des Angebotes
- **Empfehlung:** Konsolidierung des bestehenden guten Angebotes durch Ansiedlung oder Erweiterung lediglich eines weiteren großflächigen Lebensmittelbetriebes. Bei Realisierung des Penny-Vorhabens am Standort Mühlenstraße wäre (ähnlich wie im Stadtteil Rotenburg-Ost) aus Gutachtersicht eine Sättigungsgrenze erreicht. Weitere Neuansiedlungen würden zu einer Überversorgung innerhalb des Stadtteils und zu einem Ungleichgewicht innerhalb der Stadt Rotenburg führen.
- Aufgrund der geringen Handelszentralität in der Warengruppe Drogerien/ Parfümerien ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in direkter Nähe zum bestehenden Einzelhandel zu prüfen. Dabei sollte allerdings die Verträglichkeit für die Innenstadt sichergestellt werden.

Rotenburg-Nord

- Quantitativ und qualitativ weitestgehend unzureichende Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich
- Ziel: Verbesserung des Nahversorgungsangebotes
- **Empfehlung:** Die Bevölkerung im südlichen Bereich orientiert sich bei der Versorgung mit periodischen Bedarfsgütern weitestgehend Richtung Innenstadt und Rotenburg-Süd. Insbesondere für den nördlichen Bereich ist aufgrund der dezentralen Lage und der geringen Bevölkerungsdichte die Ansiedlung eines großen Lebensmittelbetriebes aus betriebswirtschaftlicher Sicht als unwahrscheinlich anzusehen. Deshalb empfiehlt die CIMA, die Einrichtung von alternativen Nahversorgungskonzepten zu prüfen (vgl. Kap. 4.3).

Waffensen, Mulmshorn, Borchel

- Quantitativ und qualitativ unzureichende Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich
- Ziel: Verbesserung des Nahversorgungsangebotes
- **Empfehlung:** Da aufgrund der peripheren Lage und des geringen Bevölkerungsanteils die Ansiedlung eines großen Lebensmittelbetriebes aus betriebswirtschaftlicher Sicht als unwahrscheinlich erscheint, empfiehlt die CIMA, die Einrichtung von alternativen Nahversorgungsangeboten zu prüfen (vgl. Kap. 4.3).

4.2 Standortkonzept Nahversorgung (Standorte 1 bis 6)

Wie dargelegt besitzt die Stadt Rotenburg in den Stadtteilen Rotenburg-Ost und Rotenburg-Süd zwei attraktive Nahversorgungsstandorte, die die wesentliche Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfs sicherstellen. Lediglich in der Innenstadt fehlt ein attraktiver großflächiger Lebensmittelanbieter, der Stadtteil Rotenburg-Nord ist unterversorgt. Aufbauend auf der durchgeführten Marktanalyse, der Prognosen und der untersuchten Standorte empfiehlt die CIMA für die Stadt Rotenburg das folgende Standortkonzept.

Das Standortkonzept wird sich dabei lediglich auf den Bereich der Nahversorgung beziehen. Um die Attraktivität in den zentralen Versorgungsbereichen Rotenburgs auch nachhaltig zu sichern bzw. zu erhöhen, ist aus Sicht der CIMA die Erarbeitung eines umfangreichen Einzelhandelskonzeptes (periodischer und aperiodischer Bedarfsbereich) erforderlich. Im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes könnten dann konkrete Entwicklungsstrategien insbesondere für die Innenstadt und das Stadtteilzentrum Rotenburg-Süd vorgenommen werden. Darüber hinaus werden in Einzelhandelskonzepten i.d.R. Strategien erarbeitet, die zur Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe außerhalb der Innenstadt mit zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Stellung nehmen.

Das nachfolgende Standortkonzept beschränkt sich ausschließlich auf die Nahversorgung. Dabei ergeben sich insgesamt 3 Kategorien:

Kategorie 1: Standorte FMZ „Große Straße“ (Plus) (1), Erweiterung Penny (5)

- Entwicklung im Bereich Nahversorgung wünschenswert
- Stärkung der Innenstadt/ des Stadtteilzentrums Rotenburg-Süd

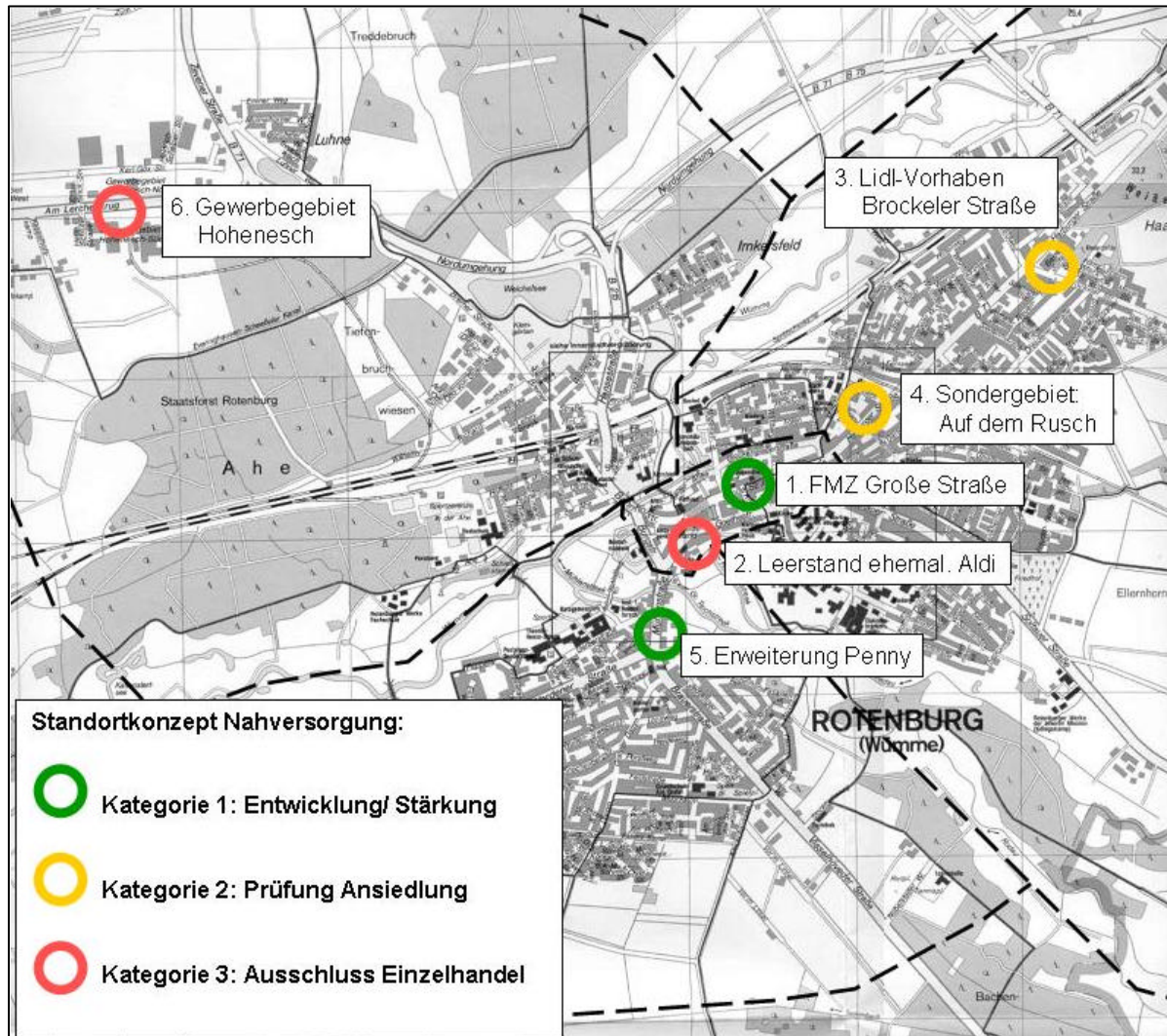
Kategorie 2: Standorte Lidl-Vorhaben Brockeler Straße (3), Sondergebiet „Auf dem Rusch“ (4)

- Entwicklung im Bereich Nahversorgung zu prüfen
- Konsolidierung/ Verbesserung der Versorgungssituation durch Entwicklung einer der beiden Flächen
- nach Möglichkeit Entwicklung der Standorte nur unterhalb der Großflächigkeit (800 qm VK)
- bei Großflächigkeit (über 800 qm VK): Einschränkung der zentrenrelevanten Sortimente im Bebauungsplan

Kategorie 3: Leerstand ehemaliger Aldi (2), GE-Gebiet Hohenesch (6)

- Standorte für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel nicht geeignet
- Überprüfung von Nutzungsalternativen (Sicherung der Gewerbeflächen für Handwerk und Gewerbe)
- Ausschluss von Einzelhandel im Bebauungsplan

Abb. 47: Standortkonzept Nahversorgung



Quelle: CIMA GmbH 2006

4.3 Alternative Nahversorgungsmöglichkeiten

Insgesamt betrachtet ist die Versorgungssituation in Rotenburg mit Gütern des periodischen Bedarfsbereiches als sehr gut zu bezeichnen. Lediglich in den Stadtteilen mit geringen Bevölkerungszahlen sind erhebliche Versorgungslücken festzustellen. Das betrifft vor allem die Stadtteile Waffensen, Mulmshorn und Borchel sowie eingeschränkt Unterstedt (vgl. Kap.2.3.4).

Die Ansiedlung eines marktüblichen und leistungsfähigen Nahversorgers in den genannten Stadtteilen ist nach unserer Einschätzung jedoch nicht zu realisieren. Im Gegenteil muss eher der Fortbestand der heutigen Strukturen gefürchtet werden.

Die unzureichende Versorgung der Bevölkerung in peripher gelegenen Ortschaften und insbesondere in Gemeinden mit einer weiten Flächenausdehnung ist kein alleiniges Problem der Stadt Rotenburg.

Viele kleinere Geschäfte, die so genannten „Tante-Emma-Läden“, dürften in ihrer Fortführung nicht mehr rentabel sein. Dies führt in der Folge häufig zur Aufgabe des Betriebes. Die großen Discounter und Verbrauchermärkte in den umliegenden größeren Kommunen lassen den kleinen dörflichen Nahversorgern keine wirtschaftliche Überlebenschance. Doch besonders für Senioren und Menschen ohne Auto wird diese Situation zum Problem.

Der Einkauf über das Internet hat bereits den Nahversorgungsbereich erreicht. Zu etwas höheren Preisen wird die Ware bis ins Haus geliefert. Leider hat sich diese Idee bisher nur in großstädtischen Gebieten durchgesetzt, da Bestellung und Lieferung von großen Märkten übernommen werden.

Neben der fehlenden Versorgung treten auch soziale Probleme auf. Der Lebensmittelladen hat oft den Charakter eines Treffpunktes der Dorfgemeinschaft. Diese zusätzliche Funktion, die Nachbarschaft durch ein Treffen beim Einkaufen zusammenzuführen und -zuhalten, geht verloren.

An diesem Punkt der Nachbarschaft und Gemeinschaft setzen diverse Projekte und Ideen zur Zukunft der Nahversorger an. Zentren mit Dienstleistungen und Einzelhändlern des täglichen Bedarfs werden bewusst gebündelt. Namen wie Markttreff oder Um's Eck stehen für solche Versorgungszentren.

Ein kleiner Nahversorger in Verbindung mit verschiedenen Dienstleistern kann so die Konkurrenzsituation mit den Supermärkten aufnehmen und versuchen, eine kommunale Magnetwirkung zu erzielen. Somit wird nicht nur die Versorgung wieder gesichert, sondern die sozialen und kommunikativen Aspekte werden zugleich verstärkt. Waren aus der Region können eine weitere Bindung der Kunden bewirken.

Weitere Konzepte wie „rollende Läden“ oder „Bringbusse“ zu den Nahversorgern werden in einigen Gemeinden schon seit einiger Zeit praktiziert. Auch die so genannten Hofläden können einen Teil der Versorgung anbieten. Das Sortiment ist jedoch stets beschränkt auf eigene Produkte oder Bioprodukte. Weitere Mängel der Hofläden sind die eingeschränkten Öffnungszeiten, auf die sich der Kunde einstellen muss.

Ebenso gibt es sozial ausgerichtete Projekte, welche die Versorgung im ländlichen Raum gewährleisten sollen. Die CAP-Märkte werden als Nahversorger von gemeinnützigen Trägerschaften finanziert und bieten Behinderten einen Arbeitsplatz. Ähnliche Ideen werden von anderen Wohltätigkeitsverbänden wie der Diakonie umgesetzt.

Als weitere Einkaufsmöglichkeit im ländlichen Raum zählen auch die Tankstellenshops, deren Verkaufsfläche und Sortimentsauswahl teilweise denen eines kleinen Nahversorgers entsprechen. Ein Tankstellenshop erzielt 50 % seines Gewinnes durch den Verkauf von Getränken, TiefkühlpiZZen, Brötchen und anderen Artikeln des täglichen Bedarfs. Die Sortimentsauswahl kann bis zu 2.300 Artikel umfassen. Dazu kommen saisonabhängige Angebotsaktionen wie Grills, Fahrräder oder auch Elektrogeräte.

4.3.1 Nachbarschaftsladen

Die Funktion des früheren „Tante Emma-Ladens“ wird heute durch den „Nachbarschaftsladen“ übernommen. Diese kleinen Läden sind nicht nur Nahversorger, sondern oft auch der zentrale Platz der dörflichen Gemeinschaft und Mittelpunkt der Kommunikation.

Der Laden ist zum einen Grundversorger mit Lebensmitteln, zum anderen einer der wichtigsten Treffpunkte am Ort. Neben den Waren des täglichen Bedarfs werden verschiedene Dienstleistungen angeboten.

Die Errichtung eines Nachbarschaftsladens wird oftmals öffentlich unterstützt, langfristig muss der Betrieb sich jedoch selbst finanzieren.

Die Größe der Nachbarschaftsläden liegt i.d.R. zwischen 80 und 120 qm.

Wesentliche Unterschiede zwischen den Nachbarschaftsläden bestehen in der wirtschaftlichen Organisation des Betriebes. Dabei gibt es privat betriebene Läden und solche, die von einer Bürgerinitiative getragen werden. Ein oder mehrere Bürger übernehmen ehrenamtlich oder gegen eine geringe Bezahlung die Geschäftsführung.

Das Warenangebot zeichnet sich durch ein breites, aber sehr flaches Sortiment aus. In der Regel müssen höhere Preise in Kauf genommen werden. Je nach Bedarf beherbergt der Nachbarschaftsladen Dienstleistungsangebote wie eine Post, Lotto/Toto-Annahmestelle, Reinigungsannahme, Fotoservice und Stehcafé. Je mehr Angebote unter einem Dach sind, desto größer wird die Attraktivität für den Kunden.

Nachbarschaftsladen: Beispiel Duderstadt, Ortsteil Fuhrbach

In der Gemeinde Fuhrbach, einem Ortsteil von Duderstadt, gibt es seit 2002 den „Fuhrbacher Dorfladen“. Der Betrieb wird von der Bürgerschaft (GbR) getragen, die sich mittlerweile aus 50 Mitgliedern zusammensetzt. Jedes Mitglied ist gleichzeitig Anteilinhaber des Dorfladens. Die kleineren Entscheidungen werden von drei Geschäftsführern getroffen. Jeder der Anteilseigner ist jedoch entscheidungsbefugt. Eine Eigentümerversammlung unterstreicht den gemeinschaftlichen Charakter der Bürgerinitiative in regelmäßigen Abständen.

Das Gebäude wurde privat vom Bürgermeister Fuhrbachs gekauft, um als Dorfladen umfunktioniert zu werden.

Acht Frauen arbeiten in Schichten im Laden. Dabei beginnt der Arbeitstag um 5.30 Uhr, denn bereits um 6 Uhr wird das Geschäft geöffnet.

Auf einer Verkaufsfläche von ungefähr 20 qm sind Lebensmittel und ein Bäckerverkauf untergebracht. Zusätzlich ist im Keller ein Getränkeverkauf angeschlossen. Für ältere Dorfbewohner werden die Getränkekisten nach Hause geliefert.

Besondere regionale Angebote wie der Eichsfelder Schmand, der einmal in der Woche frisch angeliefert wird und die Eichsfelder Wurstspezialitäten werden direkt vom Bauern aus einem Nachbardorf bezogen.

Der Dorfladen wird von allen beteiligten Seiten als sehr positiv bewertet und gut angenommen. Nach Angaben einer Dorfbewohnerin war es bis zur Eröffnung des Ladens nicht möglich eine Zeitung in Fuhrbach zu kaufen, heute kommen sogar Bewohner der umliegenden Dörfer zum Einkaufen nach Fuhrbach.

Abb. 48: Fuhrbacher Dorfladen



Quelle: www.Fuhrbach.de
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

4.3.2 MarktTreff Schleswig-Holstein

Der MarktTreff ist ein Projekt in Schleswig-Holstein, das die Nahversorgung im ländlichen Raum erhalten soll. Getragen und unterstützt wird das Konzept vom Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein. Der erste MarktTreff wurde 1999 gegründet. Heute gibt es 15 Betriebe, weitere 13 sind in der Planung. Bis 2006 rechnen die Initiatoren mit 50 MarktTreffen im Land.

Das Modellvorhaben MarktTreff ist zur Sicherung der Versorgung in Dörfern zwischen 700 und 2.000 Einwohnern entwickelt worden, die Verkaufsfläche des MarktTreffen sollte mindestens 150 qm betragen. Um mehr Dienstleistungen mit einbringen zu können, werden jedoch 200 qm Verkaufsfläche als optimal eingeschätzt. Die Standorte müssen ihren Förderbedarf entsprechend nachweisen.

Das Gesamtkonzept des MarktTreffen ist auf drei Säulen aufgebaut:

- Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung,
- Dienstleistungen (Post-, Telefon-, Bank-, Versicherungs-, Fotoservice) und
- Treffpunkt der örtlichen Gemeinschaft.

Das Kerngeschäft nimmt dabei der Verkauf von Lebensmitteln ein. Dienstleistungen können den dörflichen Bedürfnissen entsprechend angeboten werden. Der Treffpunkt kann ebenfalls individuell von jeder Gemeinde gestaltet werden. Hier können soziale Einrichtungen, Kinder- und Jugendvereine Platz finden.

Zuschüsse für die Planung, die baulichen Investitionen und die Grundausstattung werden vom Land Schleswig-Holstein beigesteuert. In den ersten drei Jahren bestehen Fördermöglichkeiten für die Betreuung des MarktTreffen. Wirtschaftliche Überprüfungen, Workshops zur Starthilfe und eine umfassende Projektbetreuung gehören zum Förderprogramm.

Die Projektbetreuung wird unter anderem von der CIMA P+E durchgeführt. Die Aufgaben bestehen in der Hilfestellung bei der Betreibersuche und der Akquisition von ergänzenden Dienstleistungen.

Abb. 49: MarktTreff Probsteierhagen



Quelle: CIMA GmbH 2006

Probsteierhagen ist eine Gemeinde mit 1.800 Einwohnern im Kreis Plön. Der MarktTreff wurde 2001 eröffnet und wird seitdem mit großem Erfolg geführt. Neben dem Kerngeschäft im Lebensmittelbereich sind zahlreiche Dienstleistungen angeschlossen. Eine Postagentur, eine Lotto/Toto-Annahmestelle und ein Tourismusbüro erweitern das Angebot des Nahversorgers. Mit der Touristeninformation und dem Angebot der Zimmervermittlung können gleichzeitig Feriengäste erreicht werden.

Die Verkaufsfläche des MarktTreffen umfasst 260 qm und bietet etwa 3.000 Artikel. Der Bäcker und Fleischer ist durch eine Selbstbedienungsabteilung ersetzt, so kann Platz und Personal eingespart werden. Im Angebot sind sehr viele regionale Produkte. Der Non-Food-Bereich nimmt mit 15% nur einen geringen Anteil ein, denn die regionale Nähe zum Oberzentrum Kiel verringert den Bedarf an aperiodischen Sortimenten.

4.3.3 Um's Eck

Abb. 50: Um's Eck



Quelle: www.ums-eck.de

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Die Initiative "Um's Eck" hat sich das hohe Ziel gesetzt, den Einkauf von Dingen des täglichen Bedarfs auch dort zu ermöglichen, wo es heutzutage keine Selbstverständlichkeit mehr ist. Es handelt sich um ein Franchisesystem mit einem besonderen Interesse an kleinflächigen Ladenlokalen. Um's Eck gehört einem Convenience Service an, der aus einem Zusammenschluss von privatwirtschaftlichen Unternehmen besteht. Die Um's Eck Nahversorger profitieren durch vergünstigte Lieferungen der Convenience Service Mitglieder.

Aus dem ehemaligen „Tante Emma-Laden“ des Dorfes wird ein moderner Nahversorger mit angeschlossenen Dienstleistungen wie einer Poststelle, Reinigungsannahme, Fotoservice oder Toto/Lotto. Weitere soziale und gemeinschaftsfördernde Einrichtungen sind beispielsweise integrierte Bistros und Stehcafés. Die Sortimente der Nahversorger bieten immer einen Mindeststandard,

in der Auswahl stehen regionale Produkte und Frischwaren (Obst und Gemüse) stets im Vordergrund. Ein Um's Eck wird ab einer Gemeindegröße von 1.000 Einwohnern errichtet. Vorwiegend sind die Märkte in ländlichen Regionen angesiedelt. In Süddeutschland sind bereits mehr als 150 Betriebe entstanden. Die wichtigsten Grundbausteine sind das einheitliche Erscheinungsbild, die Ladenausstattung, das Sortiment und der Werbeauftritt.

Der Betreiber eines Um's Eck wird in vielen Bereichen hinsichtlich seiner betriebswirtschaftlichen und sozialen Kompetenz geschult. Der so genannte Storcheck ist eine unterstützende Leistung des Landes in der Anfangsphase. Der Convenience Service erarbeitet mit den zukünftigen Betreibern die Um- oder Neugestaltung des Ladenlokales nach den Richtlinien für Design und Werbemittel. Gemeinsam werden die Öffnungszeiten festgelegt und die Sortimentsauswahl getroffen. Das Grundsortiment wird je nach Saison alle 14 Tage mit Sonderangeboten ergänzt. Ein Außendienst betreut die Betreiber in regelmäßigen Abständen. Es werden Reklamationen durchgesprochen, Werbeaktionen geplant und Handzettel verteilt.

Die Umfragen in den Gemeinden zeigen, dass bei den Bürgern eine hohe Akzeptanz bezüglich der Um's Eck Märkte besteht und auch von Seiten der kommunalen Verwaltungen die nötige Unterstützung bereitgestellt wird. Die Anfragen der Ämter und Gemeinden übersteigen die Möglichkeiten des Convenience Service. Das größte Problem stellt die Suche nach einem geeigneten Betreiber dar. Denn die finanzielle Grundausstattung muss der Betreiber mitbringen.

Verschiedene Modelle sind in der praktischen Umsetzung. Zum einen gibt es privatwirtschaftlich arbeitende Einzelhändler, zum anderen existieren Dorfläden in Form einer AG. Dieses Prinzip ist eine AG innerhalb der Gemeinde, die zum Selbstkostenpreis den Markt leitet. Die Gemeinde stellt die finanzielle Grundausstattung und Sicherheit. In diesem Fall arbeiten die Bürger zumeist ehrenamtlich. Eine andere Methode sind Aktien oder Anteilscheine, die von den Bürgern des Dorfes gekauft werden, um eine finanzielle Grundausstattung zum Erwerb der Ladeneinrichtung und für Renovierungsarbeiten zu ermöglichen. Wenn der Laden in Betrieb ist, können die Anteilscheine gegen Waren eingetauscht werden.

4.3.4 Der rollende Dorfladen

Abb. 51: Der rollende Dorfladen von Günther Kropp



Quelle: Günther Kropp, Kropp GmbH
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Die Idee ist einfach, sie fahren dorthin, wo heute keine Nahversorgung mehr am Ort ist. Sie bieten nicht alles, aber eine Grundversorgung an Lebensmitteln. Der gute Service und persönliche Gespräche mit den Kunden machen die kleinen Läden so beliebt. Hauptkunden sind ältere oder immobile Menschen, die sich nicht mehr selbst versorgen können und auf den rollenden Dorfladen angewiesen sind, da er die Lebensmittel direkt vor die Haustür liefert. Die Preise sind etwas höher als im festen Supermarkt. Anstatt der Mietkosten für Verkaufsräume müssen hier Zusatzkosten wie Benzin Fahrzeughaltungskosten mitgetragen werden.

Anhand von drei Beispielen aus Norddeutschland soll das Konzept des rollenden Dorfladens vorgestellt werden:

Das Konzept, das Ulrich Griener mit seinem rollenden Dorfladen verfolgt heißt: "Bioprodukte Freihaus". Etwa 700 verschiedene biologische Artikel, sogar Frischwaren in einem Kühlregal, bietet Ulrich Griener in seinem kleinen Geschäft an. Der Wagen ist 8 m lang und 2,20 m breit und hat eine Verkaufsfläche von ca. 12 qm. Der durchschnittliche Tagesumsatz, den der rollende Bioladen erzielt, liegt bei 1.000 €. Um diesen Umsatz zu erwirtschaften, fährt Ulrich Griener zirka 50 Stationen am Tag an. Jeden Morgen startet er seine Tour in Öderquart

und beliefert Gebiete im Alten Land bis in die Stader Geest. Drei bis vier Kunden warten an jeder Station auf den fahrenden Biomarkt.

Bereits seit 50 Jahren fährt Herr Kropp „täglich im Dienste der Hausfrau“ mit seinem rollenden Dorfladen übers Land. Auf nur 15 qm sind eine Tiefkühltheke und ein Kühlregal mit Frischeprodukten untergebracht. Insgesamt schätzt Herr Kropp die Anzahl seiner Artikel auf 2.600. Morgens früh um 6 Uhr wird der Wagen frisch mit Obst und Gemüse beladen. Etwa 100 Stationen mit einem überwiegend festen Kundenstamm fährt er mit seinem rollenden Vollsortimenter an, in einem Umkreis von 50 km rund um Reinfeld in Schleswig-Holstein. Einen Nachfolger für seinen rollenden Dorfladen hat Herr Kropp noch nicht.

Bereits seit mittlerweile 16 Jahren fährt Ingo Freese einen rollenden Dorfladen durch Ostfriesland. Seit nun 8 Jahren führt er zusammen mit seiner Frau sein eigenes kleines Unternehmen mit sogar drei Verkaufswagen. Der durchschnittliche Tagesumsatz jedes Wagens liegt bei 1.000 Euro. Der Einzelhändler hat in seinem Vollsortiment etwa 1400 verschiedene Artikel, die er auf einer Verkaufsfläche von rd. 12 qm anbietet. Frischwaren wie Joghurt und Wurst befinden sich in einem Kühlregal. Herr Freese bringt seinen Kunden die Waren bis an die Haustür, da er seine Kunden gezielt anfährt.

Experten schätzen, dass ein „rollender Supermarkt“ bei guter Führung und guter Kommunikation mit der Bevölkerung evtl. 2 - 3 % Marktanteil vom Lebensmittelpotenzial eines ländlichen Einsatzgebietes als Bruttoumsatz abschöpfen kann.

Die Firma Eismann fährt mit insgesamt 1.500 rollenden Wagen durch Deutschland. Der Umsatz eines Wagens liegt bei ca. 950 € am Tag.

4.3.5 Lebensmittelketten auf dem Land

In weiten Teilen des ländlichen Raumes ist nicht einmal mehr die Grundversorgung gesichert, was besonders den älteren und nicht mobilen Menschen ein Problem bereitet. Die Agglomerationen von Discountern und Verbrauchermärkten an den Peripherien von Großstädten und mittlerweile auch Kleinstädten geben den kleinen Betrieben kaum Überlebenschancen.

Die Markant-Nordwest Handels-GmbH mit Sitz in Leer hat die Unterversorgung im ländlichen Raum als Chance begriffen und geht mit unterschiedlichen, speziell für den ländlichen Raum angepassten Konzepten an den Markt. Für Rotenburg interessante Konzepte dürften insbesondere die Vertriebstypen „Ihre Kette“ mit rd. 300 qm VKF als Nachbarschaftsgeschäft und „IK – Ihr Kaufmann“ mit 100 bis 300 qm VKF als convenienceorientiertes Nachbarschaftsgeschäft sein. Die Betriebe werden i.d.R. durch selbstständige Einzelhändler geführt. Als mögliche Standorte gibt die Markant-Gruppe Ortschaften oder Gemeinden an, die bislang über keinen Lebensmittelbetrieb verfügen. Darüber hinaus werden die folgenden Standortfaktoren genannt:

- Einwohnerzahl 1.000 bis 1.500 im Einzugsgebiet
- freie Kaufkraft von 1 bis 2 Mio. Euro
- gute Erreichbarkeit (zu Fuß, Pkw)
- Haltestelle des ÖPNV in der Nähe
- andere Dienstleistungsbetriebe
- geringe Anzahl an Stellplätzen

Die Vertriebskonzepte „Ihre Kette“ und „IK – Ihr Kaufmann“ sind dabei stark serviceorientiert. Konzeptionell kann sich das Angebot sowohl auf ein breites Nahversorgungssortiment als auch auf spezialisierte Sortimentsgruppen beziehen (z.B. Frischeprodukte (Lebensmittel), Trockensortiment (Lebensmittel), Drogerie/ Non-Food-Artikel, Kassenartikel, Frische Convenience (Lebensmittel)).

Abb. 52: Nachbarschaftsgeschäfte „Ihre Kette“ und „IK – Ihr Kaufmann“



Quelle: www.nahversorgeroffensive.de
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Darüber hinaus führt der Mangel an Einzelhandel im ländlichen Raum zur vermehrten Nutzung des Internet in diesen Gebieten. Die Nachfrage bei den klassischen Versandhändlern liegt in sehr starkem Maß in der Bekleidungsbranche, bei Büchern und Unterhaltungselektronik.

E-Commerce für lokale Einzelhändler gewinnt so zunehmend an Bedeutung. Lieferungen von Artikeln des periodischen Bedarfs, insbesondere bei Frischwaren, bereiten jedoch logistische Probleme.

Einige Nahversorger und einzelne Fachmärkte haben einen Bringservice. Per Internet, Fax oder direkt im Laden können Lebensmittel und andere Waren eines Nahversorgersortiments bestellt werden.

Unterschiede bestehen bei den Lieferbedingungen. Die zu beliefernden Gebiete können regional begrenzt sein oder sich auf das ganze Bundesgebiet erstrecken. Teilweise sind die Lieferungen kostenpflichtig oder ab einem Mindestbestellwert kostenlos.

Abb. 53: Rossmann Versand Service



Quelle: www.rossmann.de

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Die Versandkosten beim Rossmann Versand Service betragen 1,95 bis 2,95 €. Der Mindestbestellwert liegt bei 19,90 €. Die bestellten Waren werden innerhalb von 3 bis 4 Werktagen ausgeliefert.

Abb. 54: Schlecker Lieferservice



Quelle: www.schlecker.de

Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Der Drogeriediscounter Schlecker liefert bei einem Bestellwert ab 15 € bereits kostenlos in Haus. Neben Drogeriesortimenten werden zahlreiche weitere Produkte im Online Shop angeboten. Die Lieferung erfolgt innerhalb von 2 Tagen.

Abb. 55: Sky Lieferservice



Quelle: www.coop.de
Bearbeitung: CIMA GmbH 2006

Die Firma coop in Schleswig-Holstein liefert zu einem Preis von 2,60 € die Waren aus dem nächst gelegenen Sky Supermarkt direkt ins Haus. Die Lieferung erfolgt, abhängig von der jeweiligen Filiale, an bestimmten Wochentagen.

Abb. 56: Minimal Lieferservice



Quelle: www.kuliserve.de
Bearbeitung: CIMA GmbH 2005

Der KuliServe liefert die Produkte des miniMal Marktes kostenfrei ins Haus. Der Mindestbestellwert liegt bei 15,50 €, dafür ist bei einem Anruf bis 15 Uhr die Lieferung am selben Tag garantiert.

5. Methodik

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

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

- Bestandserhebung des periodischen Bedarfsbereichs in der Stadt Rotenburg (Lebensmittel, Reformwaren, Apotheken, Drogerien/ Parfümerien, Schnittblumen, Zeitschriften)
- Erfassung von einzelnen Sortimenten im Geschäft
- Erfassung der relevanten Einzelhandelsbetriebe und Leerstände
- Branchenmix Nahversorgung (6 Sortimente, Zusammenfassung auf 3 CIMA Warengruppen) (kurzfristig)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt & Einschätzung durch Experten

Abb. 57: Die 33 CIMA-Branchen

kurzfristig	Lebensmittel
	Reformwaren
	Apotheken
	Drogerien, Parfümerien
	Schnittblumen
	Zeitschriften
mittelfristig	Oberbekleidung
	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
	Sportartikel
	Schuhe
	Sanitätshäuser
	Bücher
	Schreibwaren
	Spielwaren
langfristig	Zoobedarf
	Möbel
	Antiquitäten, Kunstgegenstände
	Eisenwaren, Hausrat, Baumarktartikel
	Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
	Farben, Lacke, Tapeten
	Elektrogeräte, Leuchten
	Unterhaltungselektronik
	Foto
	Optik
	Uhren, Schmuck
	Lederwaren
	Musikinstrumente, Musikalien
	Fahrräder
	Kfz-Zubehör
	Büromaschinen, PC, Büroeinrichtung
	Babybedarf
	Blumen, Pflanzen Fachgeschäfte

Quelle:

CIMA GmbH 2006

Abb. 58: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen

Fachgeschäft

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

Fachmarkt

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

Supermarkt

Ca. 400 bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-food-Anteil.

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 und 900 m² Verkaufsfläche, zunehmend zwischen 1.000 und 1.400 m². Ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² Verkaufsfläche, periphere Lage, hohe Anzahl an Stellplätzen.

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Stellplätzen.

Warenhaus

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an eigenen Stellplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und gemeinschaftliche Werbung.

Quelle:

CIMA GmbH 2006

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

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in % (Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (auf Basis statistischer Warenkorb für 2003)
- Periodischer Bedarf: 2.694 € /Einwohner p. a.
- Aperiodischer Bedarf: 2.351 € /Einwohner p. a.
- Ausgabesatz gesamt: 5.045 € /Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)

Die **Nachfrage- oder Kaufkraftbindung** ist der Anteil des Nachfragepotenzials, der von den Einwohnern im lokalen Einzelhandel ausgegeben wird. Sie wird in % oder in Mio. € ausgewiesen. Zur Ermittlung der Bindungsquote werden die Attraktivität des örtlichen Angebotes und das Wettbewerbsumfeld ins Verhältnis gesetzt und die Wahrscheinlichkeit ermittelt, mit der ein Kunde den einen oder den anderen Einkaufsort wählt. Pendlerströme, großflächige Anbieter oder die Strahlkraft von Einzelhandelsagglomerationen werden dabei gesondert berücksichtigt. Der Teil des Nachfragepotenzials, der nicht am Ort gebunden werden kann, fließt in andere Einkaufsorte und z.B. in den Versand ab.

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

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

Die Handelszentralität wird für

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

ausgewiesen.

Folgende Kennzahlen werden weiterhin ausgewiesen:

- Leistungsfähigkeit/Umsatzdichte

Umsatz je Einwohner dargestellt in Euro je Einwohner

- Versorgungsgrad/Flächendichte

Wird in Verkaufsfläche je Einwohner (in qm) dargestellt.

- Flächenproduktivität

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

- Kaufkraftstromanalyse

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

- Kaufkraftsaldo

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