

## 8 NAHVERSORGUNGSKONZEPT DER LANDESHAUPTSTADT HANNOVER

### 8.1 Allgemeines zur Nahversorgung

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

Als Nahversorgung im engeren Sinn werden Güter des täglichen Bedarfs - insbesondere Lebensmittel - verstanden, die in zumutbarer Entfernung (ca. 5 - 10 Minuten) vom Wohnort aus erreichbar sind. Nahversorgungsstandorte müssen einen maßgeblichen fußläufigen Einzugsbereich aufweisen. Das bedeutet, dass innerhalb eines fußläufigen Umkreises so viel Kaufkraft vorhanden sein muss, dass dadurch der überwiegende Teil (also mindestens 50 %) des Vorhabensumsatzes abgedeckt werden kann. Als Maß für die fußläufige Erreichbarkeit definiert die cima einen Radius von 500 Metern<sup>20</sup> Luftlinie, was in etwa der in der Rechtsprechung angenommenen Distanz von rd. 700 bis maximal 1.000 Metern Gehstrecke entspricht. Der fußläufige Einzugsbereich ist umso größer, je weiter der nächste

Nahversorger entfernt liegt - bzw. wird der Einzugsbereich durch benachbarte Nahversorger eingeschränkt.

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

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

**Das übergeordnete Leitbild für die Landeshauptstadt Hannover ist die möglichst breite Abdeckung des gesamten Stadtgebietes mit fußläufig erreichbaren Lebensmittelmärkten.**

Somit sind Agglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden und Nahversorger in zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln. Eine Ausnahme stellen Nahversorger dar, welche Lücken in der Nahversorgung schließen. Erweiterungen an Solitärstandorten sind auf Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen kritisch

<sup>20</sup> Untersuchungen der cima haben ergeben, dass Distanzen von mehr als 500 m zum Lebensmittelmarkt nur von einem geringen Anteil der Bevölkerung zu Fuß

zurückgelegt werden. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

zu prüfen. Darüber hinaus ist der qualitative Umbau voranzutreiben. Neuansiedlungen sind grundsätzlich nur gemäß den obigen Punkten und den Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung vorzunehmen.

## 8.2 Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet von Hannover

Gesamtstädtisch betrachtet kann die Nahversorgungssituation in Hannover als gut bezeichnet werden. Das Nahversorgungsangebot ist heute durch ein dichtes Netz an Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet geprägt. Die wohnortnahe Versorgung kann als weitestgehend sichergestellt bewertet werden.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation sind neben den quantitativen Bewertungsgrundlagen ebenso qualitative Aspekte von Bedeutung. Insgesamt konnten 190 Nahversorgungsbetriebe<sup>21</sup> erfasst werden, die sich in 97 Lebensmitteldiscountern, 66 Lebensmittelvollsortimenter und 27 sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund) unterteilen lassen. Mit Blick auf das qualitative Angebotsniveau liegt damit ein leicht discounterorientiertes Verhältnis zwischen Angeboten aus dem Lebensmitteldiscounterbereich sowie dem Vollsortiment vor.

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger im Stadtgebiet verdeutlicht, dass in weiten Teilen des hannoverschen Stadtgebietes flächendeckend ausgeglichene Nahversorgungsstrukturen vorgehalten werden können. In Abbildung 324 wird deutlich, dass es nur wenige räumliche Angebotslücken auf Basis der 500m-Radius gibt.

Am äußeren südöstlichen Stadtrand von Hannover gibt es vereinzelt Gebiete, wo derzeit kein Nahversorger vorhanden ist (u.a. der östliche

Bereich in Misburg-Anderten oder der südliche Bereich in Kirchrode-Bemerode-Wülferode). Ein konkreter Nachverdichtungsbedarf kann hier aber aufgrund geringer Einwohnerzahlen in diesen Bereichen nicht unmittelbar abgeleitet werden. Ebenfalls nicht ausreichend nahversorgt ist ein kleiner Teil im Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide im Norden der Stadt (Isernhagen-Süd). Aufgrund des höheren Bevölkerungspotenzials in diesem Stadtteil sind die Chancen zur Etablierung eines Nahversorgungsangebotes in diesem Siedlungsbereich als hoch einzuordnen und somit möglichst in naher Zukunft zu realisieren. Weitere Lücken der Nahversorgung sind im Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken ersichtlich. In diesem Bezirk ist der nördliche Bereich kaum mit nahversorgungsrelevanten Betrieben abgedeckt. Es besteht allerdings gegenwärtig konkrete Planungen, dort einen Nahversorgungsbetrieb anzusiedeln.

Insgesamt befindet sich etwa die Hälfte der 190 Nahversorgungsbetriebe in integrierter Lage in zentralen Versorgungsbereichen, sodass diese durch den Wohngebietsbezug eine unmittelbare Versorgungsaufgabe zukommt. In vielen Stadtteilen ist zudem eine gute fußläufige Erreichbarkeit der Nahversorger gegeben.

Die Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von ca. 250 qm bis maximal 9.400 qm auf. Allerdings sind viele Nahversorgungsbetriebe kleinflächig und nicht modernisiert, sodass moderne Kundenansprüche oftmals nicht bedient werden. Die Folge können vermehrte Kaufkraftabflüsse an modernere Standorte sein. Dies führt zugleich zu dadurch induzierten (unnötigen) Verkehrsströmen.

Alle 190 Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet Hannovers wurden begutachtet und hinsichtlich ihrer Entwicklungsmöglichkeiten bewertet (siehe Anhang: Nahversorgersteckbriefe).

Kriterium für die Einordnung als Nahversorgungsbetrieb war, dass die Lebensmittelmärkte über eine Verkaufsfläche von mindestens 250 qm

<sup>21</sup> Lebensmittelmärkte ab 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte oder kleine und Kleinstbetriebe

mit ausreichenden Anteilen an weiteren Sortimenten im periodischen Bedarf (insb. Drogeriewaren) verfügen, um eine Nahversorgungsaufgabe (über das Lebensmittelangebot hinaus) zu erfüllen.

Es zeigt sich, dass in häufigen Fällen kaum oder nur schwierig zu realisierende Erweiterungsmöglichkeiten bestehen. Daher ist bei Modernisierungsabsichten eine intensive Beratung erforderlich, um den Betrieben die Möglichkeit zu geben, sich im Wettbewerbsumfeld entsprechend positionieren zu können.

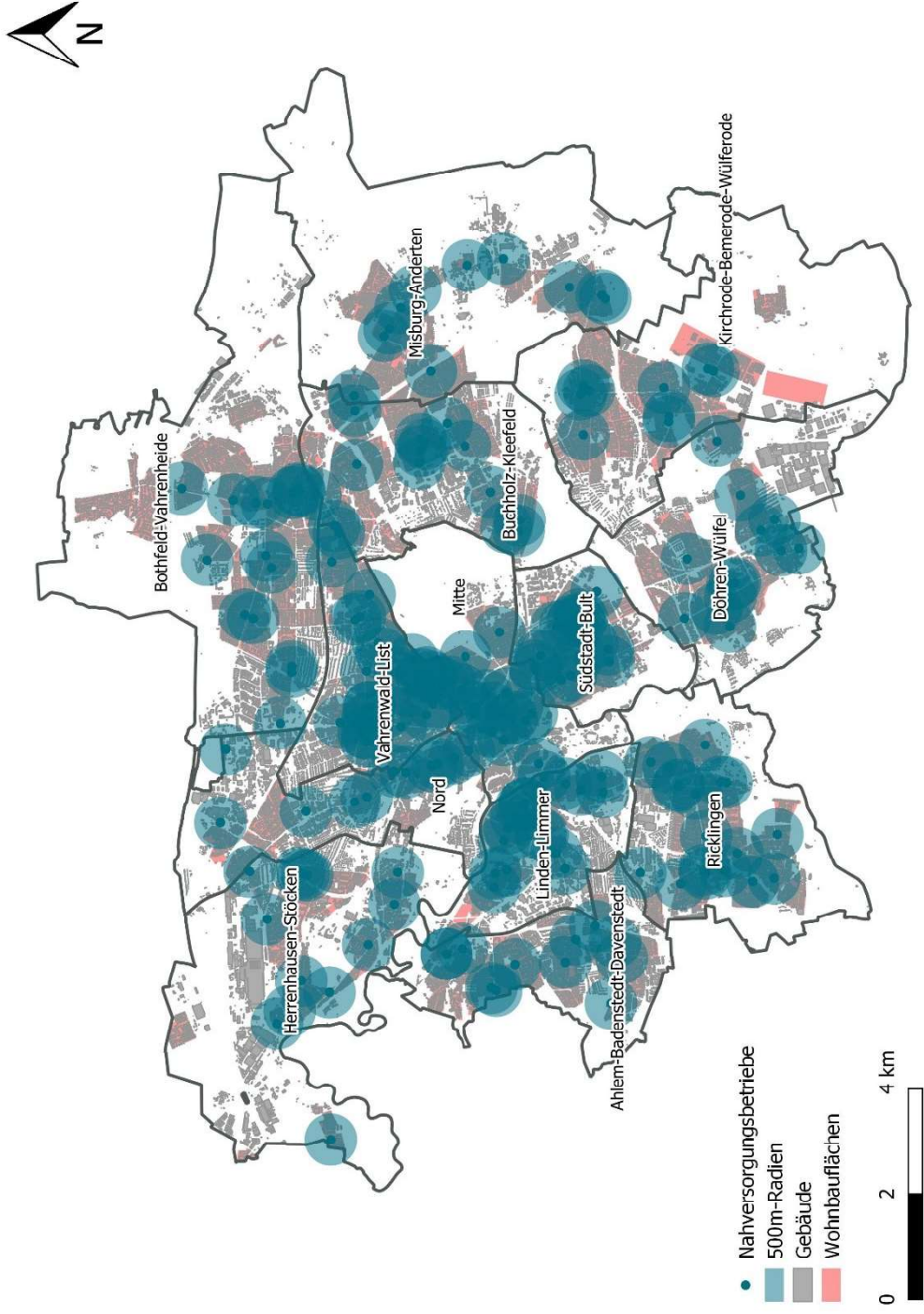
Weiteres Gestaltungspotenzial ist auf Basis der ermittelten Nahversorgungsstrukturen und einer wachsenden Bevölkerung durchaus abzuleiten (vgl. hierzu Kap. 8.3).

Neuansiedlungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sollten nur dann möglich sein, wenn für den betreffenden Nahbereich eine Verbesserung der Nahversorgungssituation und/ oder der Nahversorgungsqualität erreicht wird und nur, wenn eine Einzelfallprüfung die Verträglichkeit für die zentralen Versorgungsbereiche nachweisen konnte. Optimierung der Nahversorgung in Hannover heißt zum überwiegenden Teil Standortsicherung durch Modernisierung.

Ziel soll es sein, Entwicklungen im Rahmen der fußläufig erreichbaren Standorte für Nahversorger zu ermöglichen.

Zudem soll jeder zentrale Versorgungsbereich einen Lebensmittel-Magnetbetrieb beherbergen, um den Standort als Frequenzbringer zu stärken.

Abb. 324: Nahversorgungssituation in Hannover (500 m Nahversorgungsradius)



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Quelle: cima 2018

### Nachfragepotenzial im hannoverschen Stadtgebiet

Die Berechnung des periodischen Nachfragepotenzials<sup>22</sup> in Hannover erfolgt auf der Basis der gemeindeschaffen Einwohnerzahl (537.738)<sup>23</sup> und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (103,9)<sup>24</sup>.

Der Stadtbezirk Vahrenwald-List ist mit ca. 70.000 Einwohnern der bevölkerungsreichste in Hannover. Der niedrigste Wert mit ca. 31.800 Einwohnern ist in Kirchrode-Bemerode-Wülferode zu verzeichnen. Dieser Stadtbezirk und Misburg-Anderten haben vergleichsweise wenige Einwohner, aber dafür die Höchstwerte bei der Kaufkraftkennziffer. Diese ist als Indikator für den monetären „Wohlstand“ in diesen Bezirken zu werten.

Wie bereits erwähnt, liegt die gesamtstädtische Kaufkraftkennziffer bei 103,9. Im Stadtgebiet von Hannover ist ein Ost-West-Gefälle zu verzeichnen. Während in Kirchrode-Bemerode-Wülferode der Höchstwert bei 117,1 liegt, kommt der Stadtbezirk Linden-Limmer lediglich auf einen Wert von 89,9.

Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Landeshauptstadt Hannover im periodischen Bedarf entspricht im Durchschnitt 3.307 € (brutto/ Jahr), davon entfallen 2.229 € auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Hannover über dem Bundesdurchschnitt (Kaufkraftkennziffer-Durchschnitt= 100).

Insgesamt beläuft sich das periodische Nachfragepotenzial in der Landeshauptstadt Hannover auf 1,77 Mrd. €. Davon entfallen etwa 1,19 Mrd. € auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Das höchste Nachfragepotenzial ist in den Stadtbezirken Vahrenwald-List (218,6 Mio. €) und Bothfeld-Vahrenheide (172,8 Mio. €) zu verzeichnen. Der Stadtbezirk Nord weist mit einem Wert von unter 100 Mio. € das niedrigste Nachfragepotenzial im periodischen Bedarf im hannoverschen Stadtgebiet auf.

Abb. 325: Nachfragepotenzial für den stationären Handel (ohne Online-Handel)

cima Warengruppe	Nachfragepotenzial Hannover in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1778,1</b>
Nahrungs- und Genussmittel	1198,2
Gesundheit und Körperpflege	532,4
Zeitschriften, Schnittblumen	47,5
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1512,2</b>

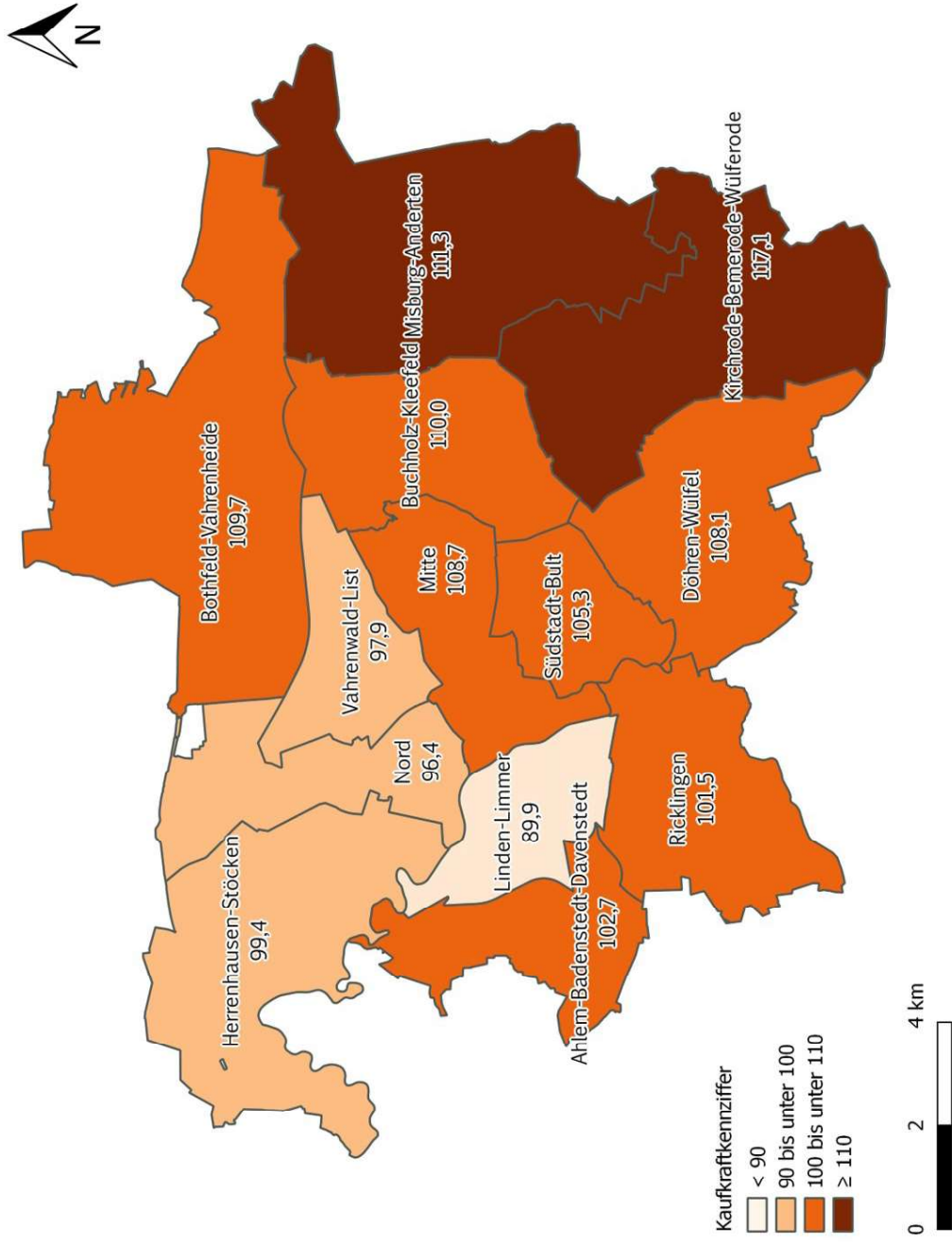
Quelle: Landeshauptstadt Hannover; Stand: 01.01.2016

<sup>22</sup> Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Stadt Hannover, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

<sup>23</sup> Quelle: Landeshauptstadt Hannover (Stand: 01.01.2016)

<sup>24</sup> MB-Research 2017; Die Kaufkraftkennziffer vergleicht die Kaufkraft einer Gemeinde mit der Kaufkraft im Bundesdurchschnitt

Abb. 326: Kaufkraftkennziffer auf Stadtbezirksebene



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Quelle: cima 2018

### Angebotsanalyse im hannoverschen Stadtgebiet

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Hannover wurden insgesamt 2.982 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 871.380 qm erhoben. Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von rd. 3,9 Mrd. €.

Fast die Hälfte dieser Einzelhandelsbetriebe, nämlich 1.425 (ca. 48 %), sind dem periodischen Bedarfsbereich zuzuordnen. Mit einem Umsatz von ca. 1,83 Mrd. € entfällt auch hier fast die Hälfte des Gesamtumsatzes auf den periodischen Bedarf (47 %). Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel stellt dabei den größten Anteil in der Gesamtschau (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz). 273.823 qm Verkaufsfläche von der Gesamtverkaufsfläche der Landeshauptstadt sind dem periodischen Bedarfsbereich zuzuordnen (ca. 31 %). Die durchschnittliche Flächenproduktivität im periodischen Bedarf liegt bei 6.678,2 € (inkl. Apotheken).

Abb. 327: Darstellung der Anzahl der Betriebe in Hannover

cima Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.425</b>	<b>273.823</b>	<b>1.828,7</b>
Nahrungs- und Genussmittel	1.116	216.636	1.227,2
Gesundheit und Körperpflege	222	49.864	553,4
Zeitschriften, Schnittblumen	87	7.323	48,1
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.557</b>	<b>597.557</b>	<b>2.070,7</b>

Quelle: cima 2019

Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist eine deutlich größere Verkaufsfläche als im sonstigen Stadtgebiet zu konstatieren. Der

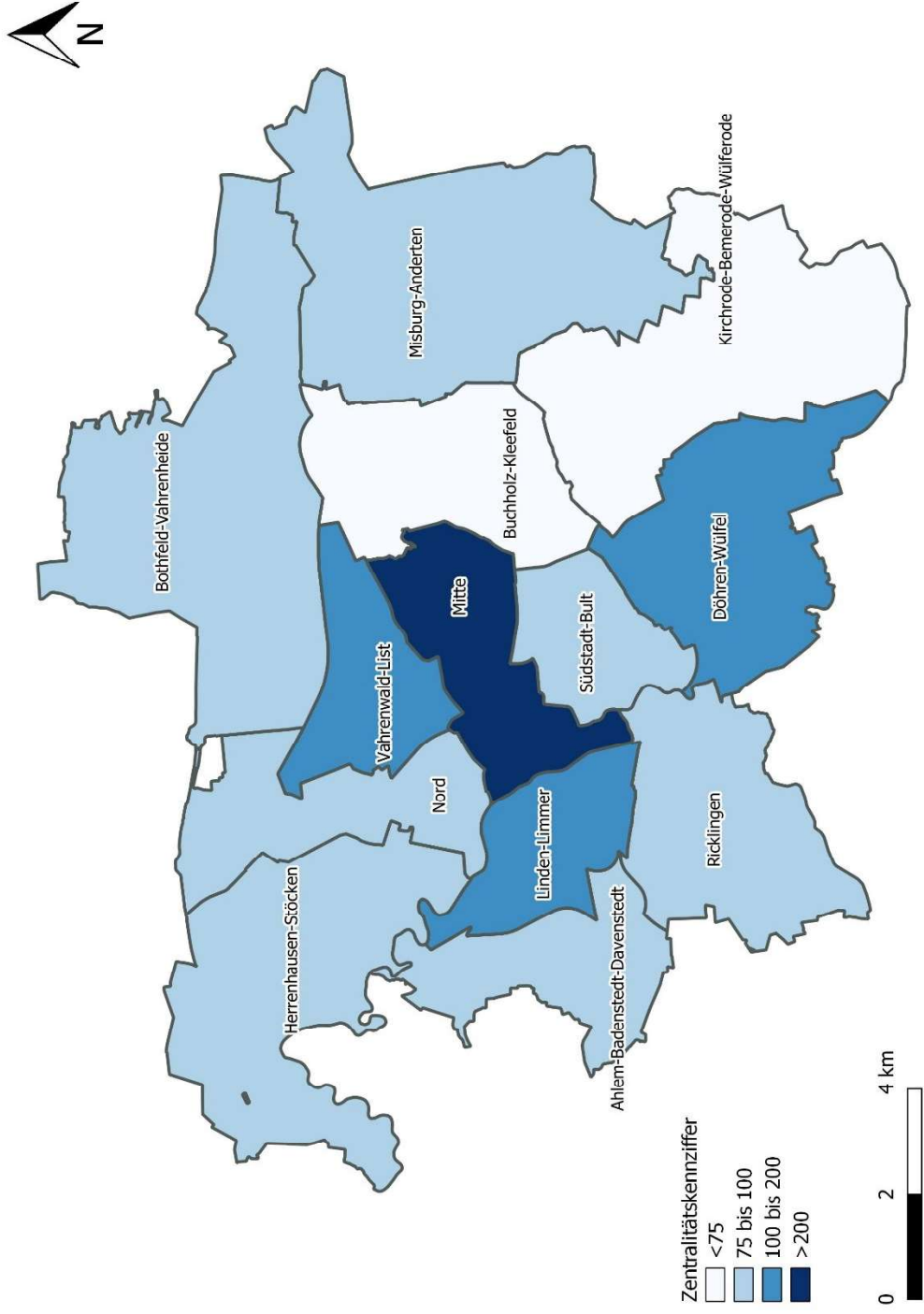
Verkaufsflächenanteil der periodischen Sortimente in den Bereichen lokaler Einzelhandelsfunktion ist aufgrund fehlender Nahversorgungsbetriebe nur sehr gering. Der Stadtbezirk Mitte weist mit einer Gesamtverkaufsfläche von 48.052 qm den höchsten Wert im Stadtgebiet auf. Auch die Bezirke Vahrenwald-List, Bothfeld-Vahrenheide und Linden-Limmer verfügen ebenfalls über hohe Werte. Der niedrigste Wert ist mit einer Gesamtverkaufsfläche von 11.884 qm in Kirchrode-Be-merode-Wülferode zu verzeichnen.

Die Verkaufsfläche in qm pro Einwohner im periodischen Bedarfsbereich beträgt im gesamtstädtischen Durchschnitt in Hannover 0,51 qm und liegt damit knapp über dem deutschen Bundesdurchschnitt von 0,5 qm. Neun von 13 Stadtbezirken sind leicht unter städtischem Durchschnitt Ein Potenzial zur Erweiterung des Angebotes ist also vorhanden.

Die Berechnung der Zentralitätskennziffer in Hannover wird als Quotient aus Einzelhandelsumsätzen und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft (multipliziert mit 100) bestimmt und gilt als Attraktivitätsmaß eines Standortes als Einkaufsort.<sup>25</sup> Die gesamtstädtische Zentralitätskennziffer in Hannover (periodisch) liegt bei 103. Der Stadtbezirk Mitte hat mit 243 einen sehr hohen Wert. Ein Wert unter 100 signalisiert per Saldo Kaufkraftabflüsse. Dazu zählen u.a. die Stadtbezirke Misburg-Anderten, Nord oder Ricklingen. Die niedrigsten Werte wurden in den Stadtbezirken Buchholz-Kleefeld und Kirchrode-Be-merode-Wülferode konstatiert. Insbesondere in diesen Stadtbezirken sind Versorgungslücken zu füllen.

<sup>25</sup> MB-Research 2018

Abb. 328: Zentralität (periodisch) auf Stadtbezirksebene



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Quelle: cima 2018



### 8.3 Nahversorgung in den Stadtbezirken von Hannover

Im weiteren Verlauf findet eine detaillierte Bewertung der Nahversorgung in der Landeshauptstadt Hannover statt. Hierfür wurden die 13 Stadtbezirke näher untersucht:

- Stadtbezirk 01 - Mitte
- Stadtbezirk 02 – Vahrenwald-List
- Stadtbezirk 03 – Bothfeld-Vahrenheide
- Stadtbezirk 04 – Buchholz-Kleefeld
- Stadtbezirk 05 – Misburg-Anderten
- Stadtbezirk 06 – Kirchrode-Bemerode-Wülferode
- Stadtbezirk 07 – Südstadt-Bult
- Stadtbezirk 08 – Döhren-Wülfel
- Stadtbezirk 09 – Ricklingen
- Stadtbezirk 10 – Linden-Limmer
- Stadtbezirk 11 – Ahlem-Badenstedt-Davenstedt
- Stadtbezirk 12 – Herrenhausen-Stöcken
- Stadtbezirk 13 – Nord

Abbildung 329 dokumentiert das Nachfragevolumen, den Umsatz, das Kaufkraftsaldo sowie die Handelszentralitäten in der **Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren** auf Grundlage der teilräumlichen Gliederung des hannoverschen Stadtgebietes.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass in einem Siedlungsraum, wie ihn die Stadtbezirke der Stadt Hannover darstellen, ein gutes Nahversorgungsniveau vorliegt, wenn die Handelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren sich in einem Korridor zwischen 85 und 95 bewegt. Dieser Ansatz geht davon aus, dass Konsumenten ihren Lebensmittelbedarf nicht nur beim nächst gelegenen Nahversorger decken, sondern auch Großeinkäufe oder Zieleinkäufe ergänzend in SB-Warenhäusern / Verbrauchermärkten erledigen oder Kopplungseinkäufe bei Fahrten zur Arbeit bzw. Bildungsstätte (Pendlerverflechtungen) tätigen.

Im hannoverschen Stadtgebiet liegt die Handelszentralität im periodischen Bedarf insgesamt bei 102,8. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von ca. 1,83 Mrd. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von ca. 1,78 Mrd. € gegenüber. Somit erzielt die Landeshauptstadt per Saldo einen Kaufkraftzufluss von 50,5 Mio. €.

Abb. 329: Nahversorgungsrelevante Kennzahlen in den Stadtbezirken im periodischen Bedarf

Stadtbezirk	Nachfragevolumen in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Handelszentralität	Kaufkraftsaldo in Mio. €
01 Mitte	125,8	306,0	243,3	180,2
02 Vahrenwald-List	218,6	242,9	111,1	24,3
03 Bothfeld-Vahrenheide	172,8	147,3	85,3	-25,5
04 Buchholz-Kleefeld	158,2	106,9	67,6	-51,3
05 Misburg-Anderten	117,0	94,9	81,1	-22,2
06 Kirchrode-Bemerode-Wülferode	118,7	83,3	70,2	-35,4
07 Südstadt-Bult	144,5	139,4	96,5	-5,1
08 Döhren-Wülfel	119,5	125,4	104,9	5,9
09 Ricklingen	147,3	142,3	96,6	-5,1
10 Linden-Limmer	129,1	157,1	121,7	28,0
11 Ahlem-Badenstedt-Davenstedt	112,3	99,1	88,2	-13,3
12 Herrenhausen-Stöcken	116,0	98,1	84,6	-17,9
13 Nord	98,1	86,0	87,6	-12,2
<b>Hannover insgesamt</b>	<b>1.778,1</b>	<b>1.828,7</b>	<b>102,8</b>	<b>50,5</b>

Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Folgende Befunde sind zur nachhaltigen Absicherung des Nahversorgungsangebotes relevant:

Im **Stadtbezirk Mitte** liegt die Handelszentralität des periodischen Bedarfs bei starken 243,3. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 306 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 125,8 Mio. € gegenüber. Hauptverantwortlich dafür sind die zentralen Versorgungsbereiche Mitte und der südliche Teil der Lister Meile, wo sich mehrere gut aufgestellte Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter befinden. Auf quantitativer wie qualitativer Ebene ist im Stadtbezirk Mitte somit kein unmittelbarer Bedarf für weitere Ansiedlungen festzustellen. Lediglich im nördlichen Bereich des Stadtteils Calenberger Neustadt bestehen räumliche Versorgungslücken.

Im **Stadtbezirk Vahrenwald-List** liegt die Handelszentralität des periodischen Bedarfs bei 111,1. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 242,9 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 218,6 Mio. € gegenüber. Hier stellen dreizehn Discounter und zehn Vollsortimenter das Lebensmittelangebot sicher. Im Stadtbezirk Vahrenwald-List kann das quantitative Angebotsniveau somit als gut bewertet werden. Auch hinsichtlich der qualitativen Nahversorgungssituation gibt es keinen unmittelbaren Handlungsbedarf: Teilweise bestehen allerdings Modernisierungslücken.

Im **Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide** liegt die Handelszentralität des periodischen Bedarfs bei 85,3. Ein gutes Nahversorgungsniveau liegt gerade noch vor. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 147,3 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 172,8 Mio. € gegenüber. Es gibt somit einen Kaufkraftabfluss von 25,5 Mio. €. Vor allem der Stadtteil Isernhagen Süd besitzt keinen eigenen Nahversorger. Die wichtigsten Anbieter im Bereich der Nahversorgung sind vier Vollsortimenter und neun Lebensmitteldiscounter. Die quantitative Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide kann als ausbaufähig

bezeichnet werden. In qualitativer Hinsicht könnte das Angebot insbesondere durch Vollsortimenter ergänzt werden.

Der **Stadtbezirk Buchholz-Kleefeld** hat eine Handelszentralität im periodischen Bedarf von 67,6 und kann somit kein gutes Nahversorgungsniveau gewährleisten. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 106,9 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 158,2 Mio. € gegenüber. Somit entsteht ein enormer Kaufkraftabfluss von 51,3 Mio. €. Insbesondere im nördlichen Bereich des Stadtbezirkes (Groß-Buchholz) sind nur wenige Nahversorger angesiedelt. Insgesamt sind in Buchholz-Kleefeld acht Lebensmitteldiscounter und vier Supermärkte zu verzeichnen. Hinsichtlich der qualitativen sowie auch quantitativen Nahversorgungssituation ist der Stadtbezirk unterversorgt und es besteht Optimierungsbedarf.

Das Lebensmittelangebot des **Stadtbezirkes Misburg-Anderten** wird überwiegend durch den gut aufgestellten zentralen Versorgungsbereich Misburg-Nord Meyers Garten vorgehalten. Bei einer Handelszentralität von 81,1 im periodischen Bedarf kann von einer leichten Nahversorgungslücke gesprochen werden. Zudem besteht bei einem Nachfragevolumen von 117 Mio. € und einem Umsatz von 94,9 Mio. € ein Kaufkraftabfluss von 22,2 Mio. € Insgesamt befinden sich im Stadtbezirk dreizehn Nahversorgungsbetriebe, davon sind nur drei Vollsortimenter. Die Angebotsqualität der Betriebe im Stadtbezirk Misburg-Anderten kann erhöht werden, sodass ein ausgewogeneres Verhältnis von Discountern und Vollsortimenter bereitgestellt wird. Auch in räumlicher und quantitativer Hinsicht bestehen Optimierungsbedarfe.

Der **Stadtbezirk Kirchrode-Bemerode-Wülferode** ist im periodischen Bedarf bei einer Handelszentralität von 70,2 deutlich unterversorgt. Auch gibt es einen Kaufkraftverlust von 35,4 Mio. € bei einem Nachfragevolumen von 118,7 Mio. € und einem Umsatz von 83,3 Mio. €. Nur neun Nahversorgungsbetriebe sind im Bezirk verteilt. Besonders der Stadtteil Wülferode im südlichen Bereich

weist Versorgungslücken auf. Wenngleich das Nahversorgungsangebot im sonstigen Stadtbezirk grundsätzlich gegeben ist, gibt es räumliche und quantitative Verbesserungsmöglichkeiten.

Im **Stadtbezirk Südstadt-Bult** liegt die Handelszentralität bei 96,5 und zeigt dadurch eine gute Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 139,4 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 144,5 Mio. € gegenüber. Es gibt somit einen Kaufkraftabfluss von 5,1 Mio. €. Derzeit gibt es 14 Betriebe, die sich gleichmäßig auf sieben Lebensmitteldiscounter und sechs Vollsortimenter verteilen. Dennoch besteht im einwohnerstarken Stadtbezirk weiterhin Optimierungsbedarf – insbesondere in der Modernisierung der ansässigen Nahversorger in integrierter Wohngebietslage. Im Stadtteil Bult ist lediglich ein Nahversorger ansässig. Hier bestehen räumliche Nahversorgungslücken.

Im **Stadtbezirk Döhren-Wülfel** liegt die Handelszentralität des periodischen Bedarfs bei 104,9. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 125,4 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 119,5 Mio. € gegenüber. Somit liegt das Kaufkraftsaldo bei 5,9 Mio. €. Hier stellen sieben Lebensmitteldiscounter und vier Vollsortimenter das Nahversorgungsangebot sicher. Die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Döhren-Wülfel wird durch modern aufgestellte Nahversorgerbetriebe an der Hildesheimer Straße in teiltintegrierten Lagen und einen Nachholbedarf der Nahversorger in den integrierten Wohngebietslagen geprägt. Ein Erhalt der wohnortnahen Nahversorgungsmöglichkeiten ist anzustreben.

Im **Stadtbezirk Ricklingen** liegt die Handelszentralität des periodischen Bedarfs bei 96,6. Trotzdem bestehen bei einem Nachfragevolumen von 147,3 Mio. € und einem Umsatz von 142,3 Mio. € leichte Kaufkraftabflüsse von 5,1 Mio. €. Vor allem der Stadtteil Oberricklingen in der Mitte des Stadtbezirks besitzt nur wenige Nahversorger. Zu den Anbietern zählen elf

Lebensmitteldiscounter und vier Vollsortimenter. Damit ist das Angebot im Stadtbezirk Ricklingen deutlich discountlastig und kann im qualitativen Bereich optimiert werden. Die Nahversorgungsmöglichkeiten sind grundsätzlich gegeben. In Teilen bestehen räumliche Versorgungslücken.

Im **Stadtbezirk Linden-Limmer** liegt die Handelszentralität des periodischen Bedarfs bei starken 121,7. Hauptverantwortlich dafür ist der zentrale Versorgungsbereich Limmerstraße im Norden des Stadtbezirkes. Insgesamt befinden sich 18 Nahversorgungsbetriebe in Linden-Limmer, die einen Gesamtumsatz von 157,1 Mio. € erzielen. Bei einem Nachfragevolumen von 129,1 Mio. € besteht ein Kaufkraftzufluss von 28 Mio. €. Auf quantitativer und qualitativer Ebene ist somit kein unmittelbarer Bedarf für weitere Ansiedlungen festzustellen. Die Nahversorgungssituation ist in erster Linie zu sichern. Modernisierungen sollten ermöglicht werden.

Der **Stadtbezirk Ahlem-Badenstedt-Davenstedt** hat eine Handelszentralität von 88,2 im periodischen Bedarf. Insgesamt besteht bei einem Umsatz von 99,1 Mio. € und einem Nachfragevolumen von 112,3 Mio. € ein Kaufkraftabfluss von 13,3 Mio. €. Die quantitative Nahversorgungssituation kann als verbesserungswürdig bezeichnet werden. Räumliche Nahversorgungslücken weist insbesondere der Stadtteil Ahlem auf.

Das Lebensmittelangebot des **Stadtbezirkes Herrenhausen-Stöcken** wird überwiegend durch den gut aufgestellten zentralen Versorgungsbereich Herrenhausen vorgehalten. Die Handelszentralität des periodischen Bedarfs liegt bei 84,2. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 97,7 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 116 Mio. € gegenüber. Somit besteht ein Kaufkraftabfluss von 18,3 Mio. €. Im Stadtbezirk sind 14 Nahversorgerbetriebe ansässig, von denen nur fünf Vollsortimenter sind. Das Angebot im Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken ist nicht ausgewogen und kann im qualitativen sowie auch

quantitativen Bereich optimiert werden. Mehrere Nahversorgungsbetriebe weisen zudem nicht mehr zeitgemäße Strukturen auf.

Der **Stadtbezirk Nord** weist im periodischen Bedarf eine Handelszentralität von 87,6 und damit eine ausreichende Nahversorgungssituation auf. Im Stadtbezirk gibt es einen Kaufkraftverlust von 12,2 Mio. € bei einem Nachfragevolumen von 98,1 Mio. € und einem Umsatz von 86 Mio. €. Insgesamt befinden sich im Bezirk lediglich neun Nahversorgungsbetriebe. Insgesamt bestehen Potenziale in räumlicher Sicht und teilweise in der Modernisierung der ansässigen Nahversorger.

Vor dem Hintergrund der dokumentierten Handelszentralitäten auf Ebene der Stadtbezirke sollte es zunächst das Ziel der Landeshauptstadt Hannover sein, das vorhandene Angebot zu erhalten und nachhaltig abzusichern. Insgesamt liegen die ermittelten Zentralitätskennziffern zwischen 67,6 und 243,3, wobei zwischen den Stadtbezirken teilweise deutliche Ausstattungsunterschiede bestehen. Lediglich vier von 13 Stadtbezirken weisen im periodischen Bedarfsbereich per Saldo Kaufkraftzuflüsse auf. Angebotsdefizite können auf Basis der vorliegenden Kennzahlen insbesondere für die Stadtbezirke Buchholz-Kleefeld und Kirchröde-Bemerode-Wülferode festgestellt werden.

Generell sollte neben der Verbesserung der Qualität der Nahversorgung die Modernisierung der ansässigen Nahversorger im Vordergrund stehen. Auch weitere Entwicklungen für Neuansiedlungen von Nahversorgern sollten ermöglicht werden. Diese sind allerdings in erster Linie dann anzustreben, wenn für den betreffenden Nahbereich eine Verbesserung der kleinräumigen Nahversorgungssituation und der Nahversorgungsqualität erreicht wird und nur, wenn eine Einzelprüfung die Verträglichkeit für die zentralen Versorgungsbereiche nachweisen konnte.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Prüfung im Rahmen eines separaten Verträglichkeitsgutachtens

In Ergänzung zur bereits beschriebenen Nahversorgungssituation in den hannoverschen Stadtbezirken werden nachfolgend detaillierte Aussagen zur aktuellen Nahversorgungssituation und zu den Entwicklungspotenzialen in den Bezirken getroffen. Die kleinräumige und insofern sehr genaue Betrachtung der Versorgungsfunktion ist vor dem Hintergrund einer wohnortnahen Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs sowie den zunehmenden Herausforderungen des demographischen Wandels von besonderer Bedeutung. Hieraus sind wohnortnahe Anpassungsstrategien ableitbar.

#### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 01 - Mitte

Im Stadtbezirk Mitte leben 36.354 Einwohner. Die Nahversorgung wird insbesondere durch das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen Mitte, dem südlichen Teil der Lister Meile (bis Celler Straße) und Mitte Calenberger Straße gewährleistet. Darüber hinaus gibt es im sonstigen Stadtgebiet folgende Nahversorgungsbetriebe: Aldi und Kaufland an der Rundestraße in der Nähe des Hauptbahnhofes, Netto Marken-Discount in der Straße Am Klagesmarkt, an der Grenze zur Nordstadt und einen Edeka-Markt an der Bödekerstraße. Mit einer Handelszentralität (im periodischen Bedarf) von 243,3 weist der Stadtbezirk Mitte im Vergleich zu den restlichen Stadtbezirken die beste Nahversorgung auf. Bei einem Umsatz von 306 Mio. € und einem Nachfragenvolumen von 125,8 Mio. € gibt es per Saldo (180,2 Mio. €) starke Kaufkraftzuflüsse im Stadtbezirk Mitte. Die starken Kaufkraftzuflüsse sind unter anderem aufgrund der starken Pendlerverflechtungen, bedingt durch die zentrale Lage sowie die dort vorhandene Arbeitsstättenkonzentration positiv beeinflusst. Durch die vielen kleinen Geschäfte im Bahnhof und in der Innenstadt, ist die Anzahl der Betriebe im periodischen Bedarf mit 282 Betrieben insgesamt sowie im Vergleich zu den restlichen Stadtbezirken sehr hoch. Insgesamt sind im Stadtbezirk Mitte 18 Nahversorgungsbetriebe ansässig. Diese teilen sich auf sechs Lebensmitteldiscounter, acht Vollsortimenter und vier sonstige Lebensmittelmärkte (Biomärkte,

Feinkost, etc.) auf. Die Nahversorgung in diesem Stadtbezirk ist fast flächendeckend vorhanden. Eine Ausnahme bildet der nördliche Bereich im Stadtteil Calenberger Neustadt. Hier sind keine Lebensmittelanbieter in fußläufiger Nähe vorhanden. Die am Sonderstandort Runde Straße ansässigen Betriebe Kaufland und Aldi umfassen ein weiteres Einzugsgebiet, das über die Stadtbezirksgrenze hinausreicht. Der überwiegende Teil der Nahversorgungsbetriebe liegt im zentralen Versorgungsbereich A-Zentrum Mitte.

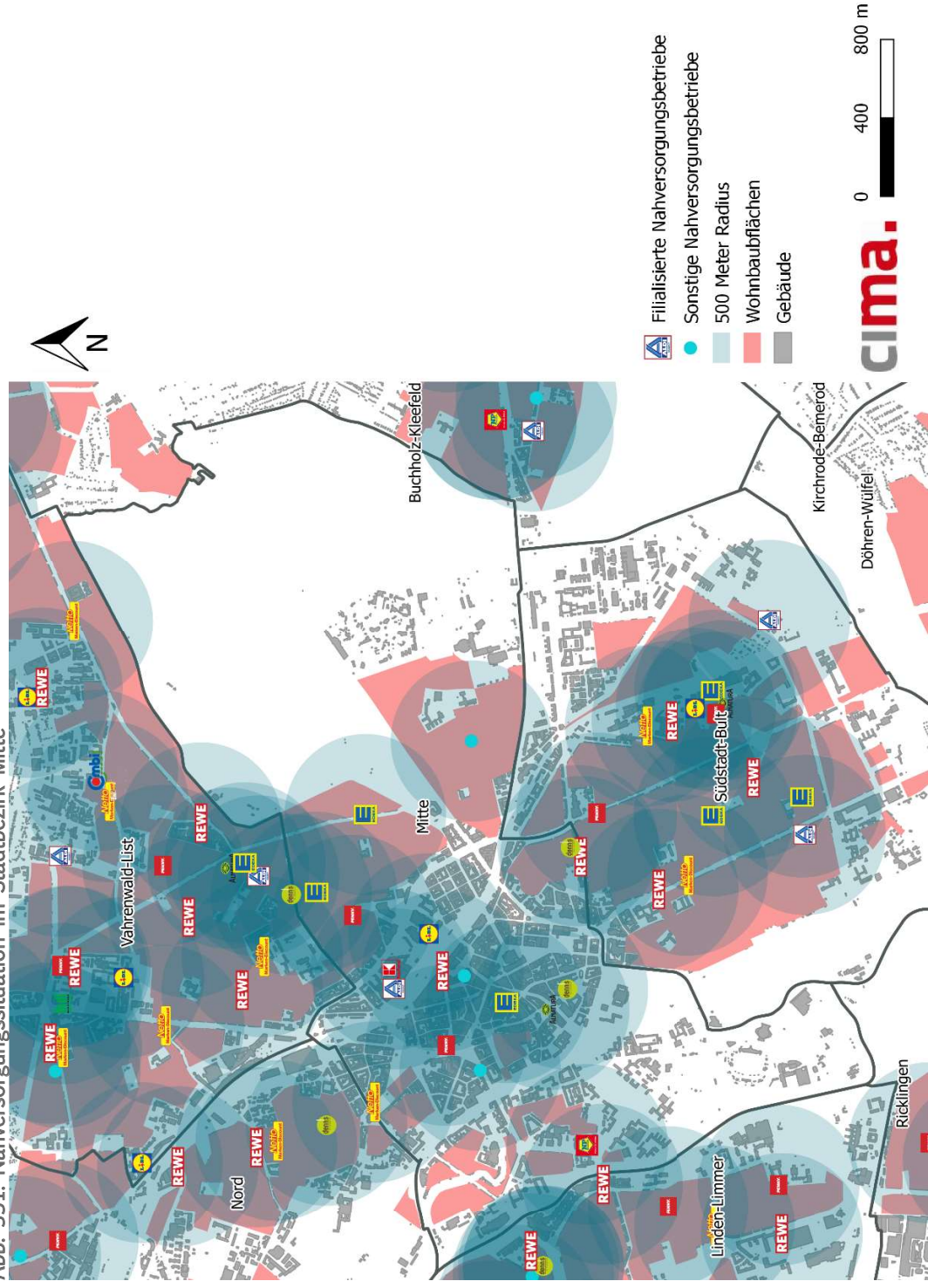
**Auf quantitativer wie qualitativer Ebene ist im Stadtbezirk Mitte somit kein unmittelbarer Bedarf für weitere Ansiedlungen festzustellen. Lediglich im nördlichen Bereich des Stadtteils Calenberger Neustadt bestehen räumliche Versorgungslücken.**

Abb. 330: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Mitte

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 01 Mitte	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	282
davon Nahversorgungsbetriebe*	18
davon Lebensmitteldiscounter	6
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	8
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	4
Nachfragenvolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)	125,8
Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)	306,0
Handelszentralität (periodischer Bedarf)	243,3
Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)	180,2
Einwohner im Stadtbezirk 01 Mitte	36.354

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
 Rundungsdifferenzen möglich  
 Quelle: cima 2019

Abb. 331: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Mitte



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Bearbeitung: cima 2018

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 02 – Vahrenwald-List

In dem Stadtbezirk Vahrenwald-List leben insgesamt 70.171 Einwohner. Von den 13 untersuchten Stadtbezirken ist Vahrenwald-List somit der einwohnerstärkste Bezirk. 13 der 28 Nahversorgungsbetriebe in Vahrenwald-List befinden sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Viele der außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ansässigen Nahversorgungsbetriebe befinden sich in engem Bezug zu Wohngebieten. Hierunter fallen etwa die Nahversorgungsbetriebe: Rewe und Penny in der Isernhagener Straße in einem abgegrenzten Bereich lokaler Einzelhandelsfunktion, Penny in der Waldstaße oder Edeka am Standort Grethe-Jürgens-Straße.

Bei einem Umsatz von 242,9 Mio. € für den periodischen Bedarf und einem Nachfragevolumen von 218,6 Mio. € (periodischer Bedarf), sind in Vahrenwald-List Kaufkraftzuflüsse per Saldo von 24,3 Mio. € vorhanden.

Der positive Saldo spiegelt sich auch in der Handelszentralität von 111,1 wider. Insgesamt sind im Stadtbezirk Vahrenwald-List 28 Lebensmittelbetriebe ansässig: 14 Lebensmitteldiscounter, zehn Vollsortimenter und vier sonstige Lebensmittelmärkte (Biomärkte, Feinkost, etc.).

Die Nahversorgung ist im Stadtbezirk Vahrenwald-List flächendeckend vorhanden. Lediglich ein kleiner Teil der Siedlungsflächen im Osten des Stadtteils List besitzt keinen Nahversorger im Umkreis von 500 Metern.

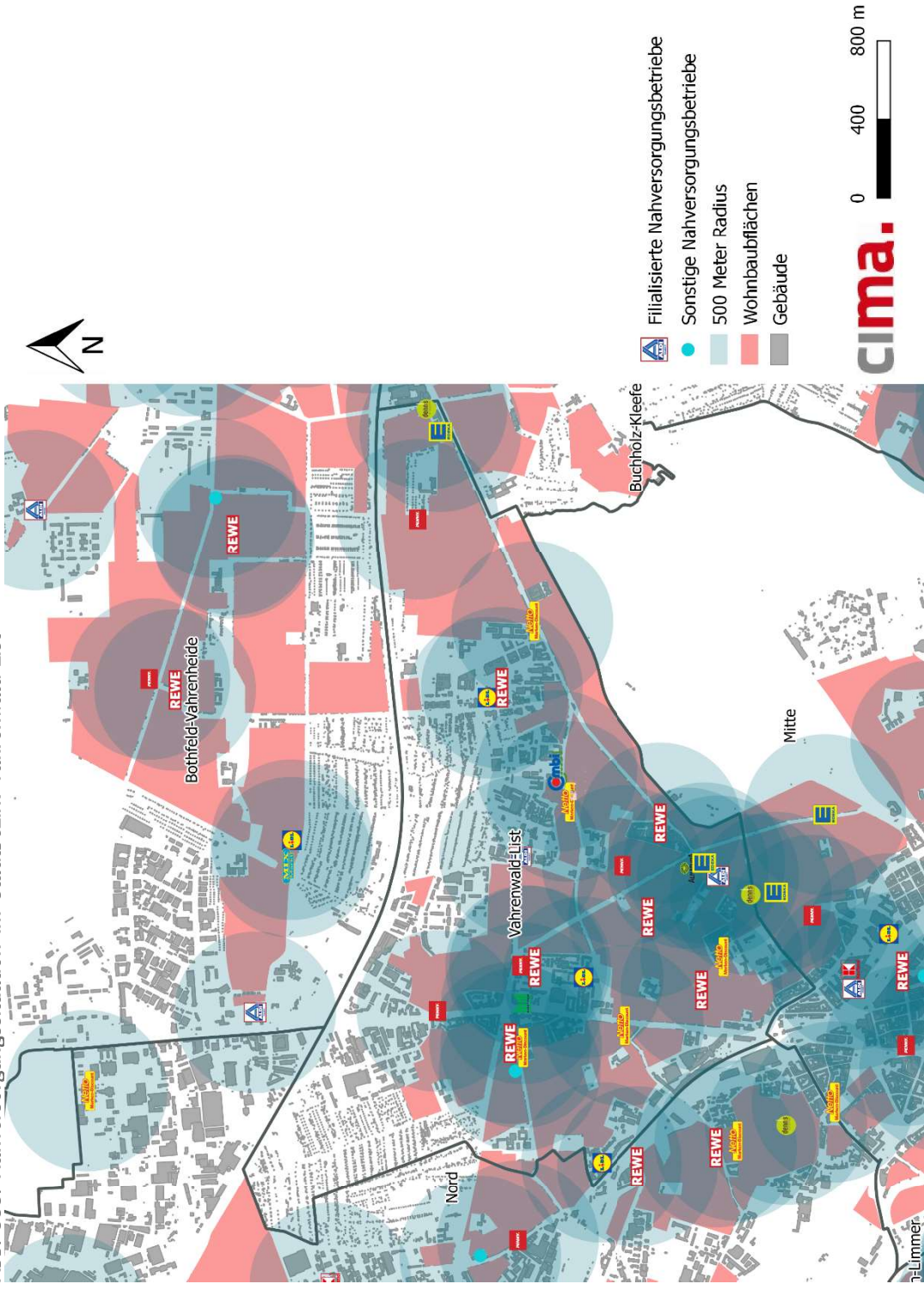
**Im Stadtbezirk Vahrenwald-List kann das quantitative Angebotsniveau somit als gut bewertet werden. Auch hinsichtlich der qualitativen Nahversorgungssituation gibt es keinen unmittelbaren Handlungsbedarf: Teilweise bestehen allerdings Modernisierungslücken (vgl. hierzu auch Anhang: Nahversorgersteckbriefe).**

Abb. 332: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Vahrenwald-List

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 02 Vahrenwald-List	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	189
davon Nahversorgungsbetriebe*	28
davon Lebensmitteldiscounter	14
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	10
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	4
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>218,6</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>242,9</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>111,1</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>24,3</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 02 Vahrenwald-List</b>	<b>70.171</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
 Rundungsdifferenzen möglich  
 Quelle: cima 2019

Abb. 333: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Vahrenwald-List



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017

Bearbeitung: cima 2018



**Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 03 – Bothfeld-Vahrenheide**  
 Im Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide leben 49.496 Einwohner. Für deren Lebensmittelversorgung stehen insgesamt 16 Nahversorgungsbetriebe zur Verfügung, davon acht Lebensmitteldiscounter, vier Vollsortimenter und vier sonstige Lebensmittelmärkte (Biomärkte, Feinkost, etc.). Diese liegen überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen.

Die Nahversorgung im Stadtbezirk ist in mehreren Bereichen nicht flächendeckend gewährleistet. Insbesondere der Norden im Stadtteil Isernhagen-Süd sowie der Osten im Stadtteil Lahe, besitzen keinen Nahversorger im Umkreis von bis zu 1 km oder mehr. Die großen Siedlungsflächen mit Nahversorgungslücken im Stadtbezirk zeigen, dass in diesen Bereichen ein mögliches Ansiedlungspotenzial vorhanden ist. Während im Stadtteil Lahe Planungen für die Ansiedlung eines Nahversorgers bestehen, sollte insbesondere der Entwicklungsbereich Fasanenkrug in Isernhagen-Süd im Fokus potenzieller Ansiedlungen stehen.

Die vorhandenen Nahversorgungslücken lassen sich auch in der Handelszentralität erkennen. Mit einer Handelszentralität (im periodischen Bedarf) von 85,3 besitzt der Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide deutliche Entwicklungspotenziale in der Nahversorgung. Aufgrund des geringeren Umsatzes im periodischen Bedarf (147,3 Mio. €) gegenüber dem hohen Nachfragevolumen (periodischer Bedarf) von 172,8 Mio. €, sind im Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide Kaufkraftabflüsse per Saldo von -25,5 Mio. € vorhanden.

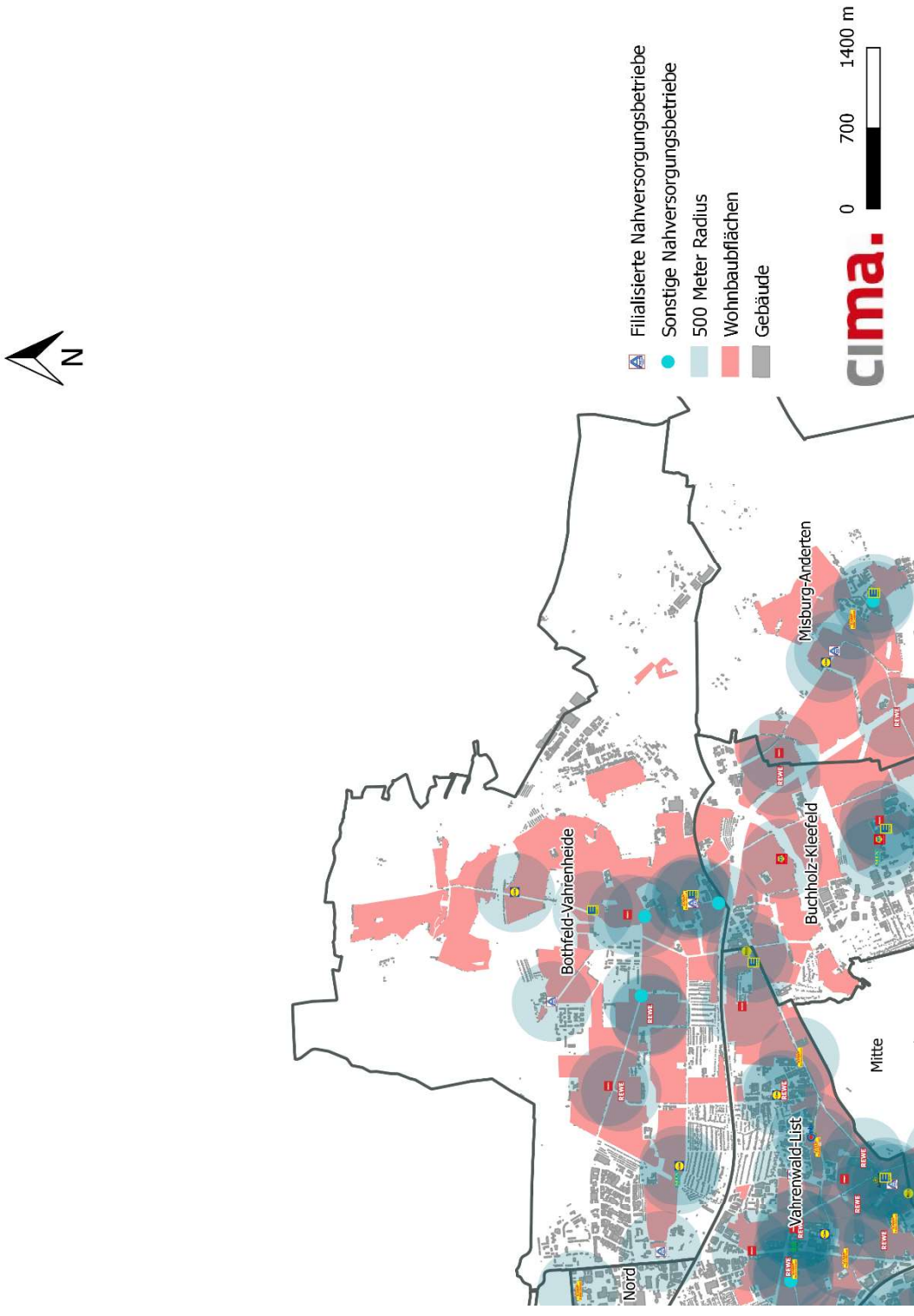
**Die quantitative Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide kann als ausbaufähig bezeichnet werden. In qualitativer Hinsicht könnte das Angebot insbesondere durch Vollsortimenter ergänzt werden.**

Abb. 334: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 03 Bothfeld-Vahrenheide	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	104
davon Nahversorgungsbetriebe*	16
davon Lebensmitteldiscounter	8
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	4
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	4
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>172,8</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>147,3</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>85,3</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-25,5</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 03 Bothfeld-Vahrenheide</b>	<b>49.496</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
 Rundungsdifferenzen möglich  
 Quelle: cima 2019

Abb. 335: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bothfeld-Vahrenheide



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
Bearbeitung: cima 2018

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 04 – Buchholz-Kleefeld

Im Stadtbezirk Buchholz-Kleefeld leben 45.200 Einwohner. Die Handelszentralität von 67,6 signalisiert erhebliche Kaufkraftabflüsse (per Saldo -51,3 Mio. €). Wie Abbildung 337 verdeutlicht, besteht kein vollständig flächendeckendes Angebot über den Stadtbezirk verteilt.

Vor allem im Stadtteil Groß-Buchholz befinden sich vereinzelte Teile von Siedlungsflächen in einer Distanz von über 500 Metern zum nächsten Lebensmittelmarkt. Insgesamt befinden sich nur sechs Nahversorgungsbetriebe im ganzen Stadtteil Groß-Buchholz. Im gesamten Stadtbezirk Buchholz-Kleefeld sind 12 Nahversorgungsbetriebe vorhanden. Diese teilen sich auf sieben Lebensmitteldiscounter, vier Vollsortimenter und einen sonstigen Lebensmittelmarkt auf.

Der überwiegende Teil der Lebensmittelmärkte befindet sich innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden sich lediglich vier Nahversorgungsbetriebe an überwiegend wohnortnahen Standorten: Hierunter fallen der Lidl-Markt in der Berckhusenstraße, der Netto Marken-Discount in der Baumschulenallee, der Beki Frischmarkt am Standort Kirchröder Straße sowie der Mix Markt am Standort Nobeling.

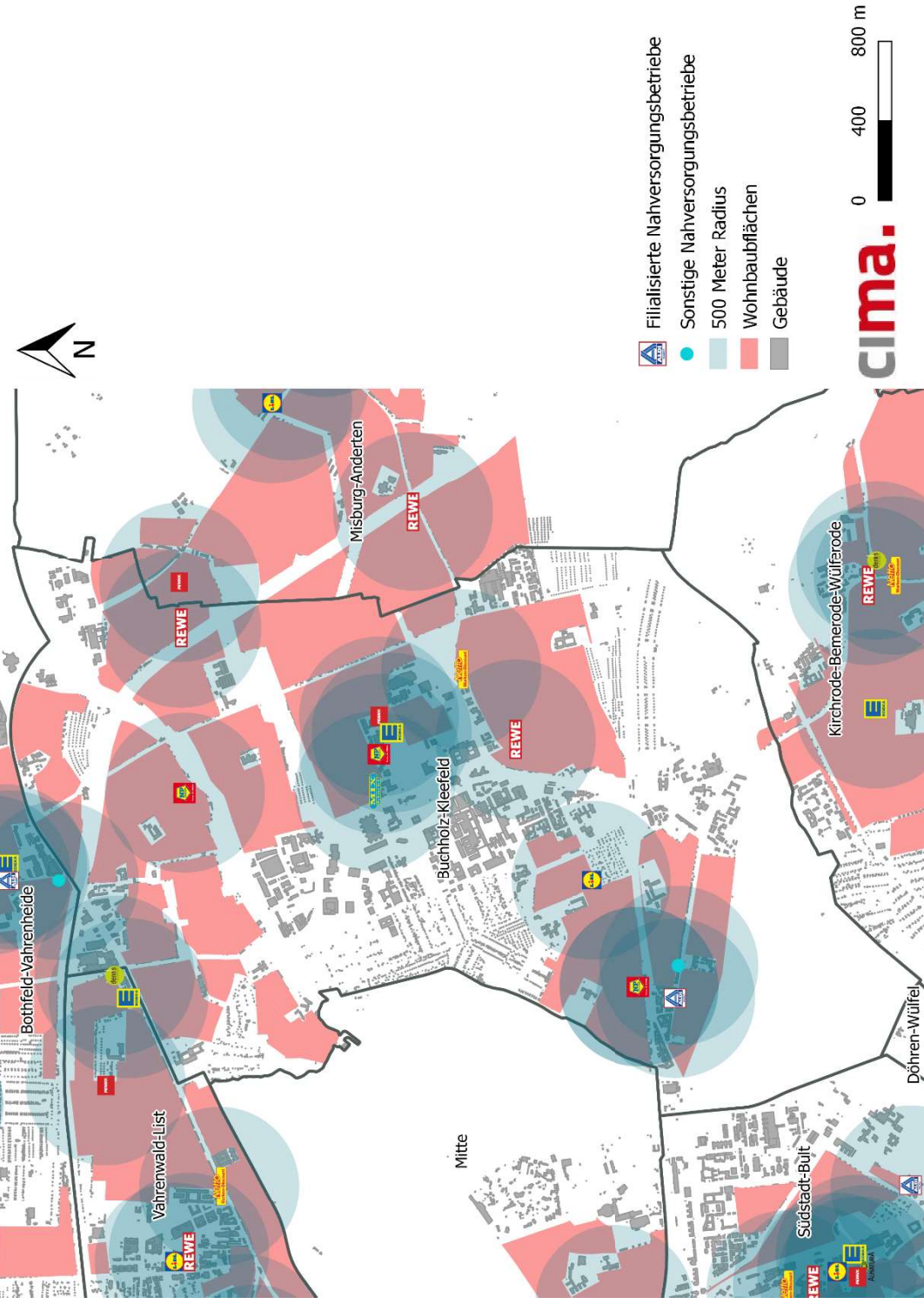
**Hinsichtlich der qualitativen sowie auch quantitativen Nahversorgungssituation ist der Stadtbezirk unterversorgt, sodass hierbei ein Entwicklungspotenzial bzw. Optimierungsbedarf besteht.**

Abb. 336: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Buchholz-Kleefeld

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 04 Buchholz-Kleefeld	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	82
davon Nahversorgungsbetriebe*	12
davon Lebensmitteldiscounter	7
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	4
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	1
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>158,2</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>106,9</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>67,6</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-51,3</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 04 Buchholz-Kleefeld</b>	<b>45.200</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Abb. 337: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Buchholz-Kleefeld



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Bearbeitung: cima 2018

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 05 – Misburg-Anderten

Im Stadtbezirk Misburg-Anderten leben 33.036 Einwohner. Der vorwiegende Teil der Nahversorgungsbetriebe befindet sich im Stadtbezirk Misburg-Anderten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegen unter anderem die Nahversorgungsbetriebe: Aldi und Rewe im Ohefeldweg, Lidl in der Anderter Straße sowie der EDEKA in der Anderter Straße.

Aufgrund der Nahversorgungslücken im Nordwesten des Stadtteils Misburg-Nord, ist keine flächendeckende Nahversorgung im Stadtbezirk Misburg-Anderten gegeben.

Insgesamt sind in Misburg-Anderten elf Nahversorgungsbetriebe vorhanden. Darunter fallen acht Lebensmitteldiscounter und drei Vollsortimenter.

Angesichts einer Handelszentralität von 81,1 im periodischen Bedarf besitzt der Stadtbezirk Misburg-Anderten eine nicht vollständig ausreichende Nahversorgung. Die Differenz zwischen Umsatz im periodischen Bedarf (147,3 Mio. €) und Nachfragevolumen (periodischer Bedarf) (172,8 Mio. €), beträgt im Stadtbezirk Misburg-Anderten -22,2 Mio. €.

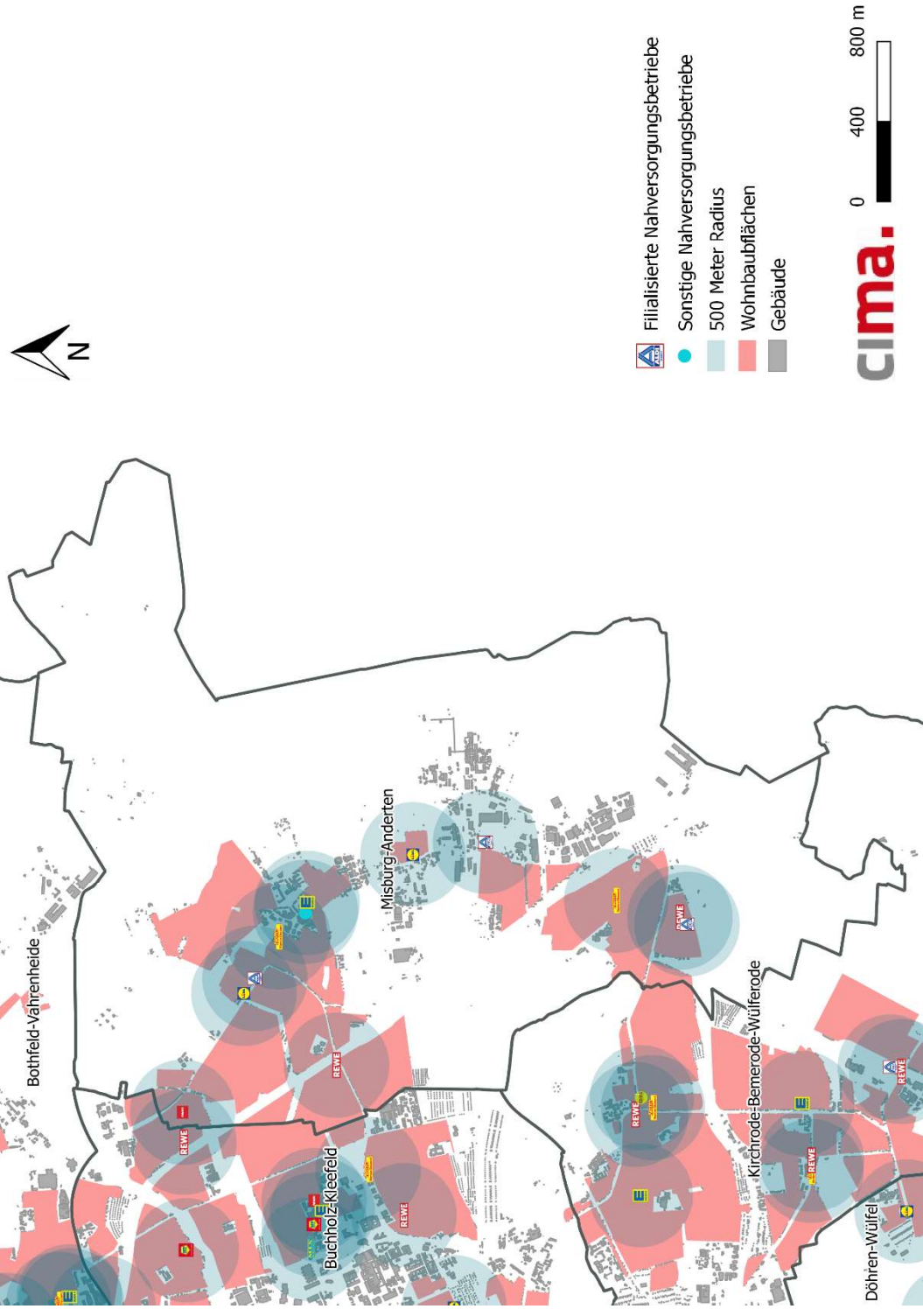
**Die Angebotsqualität der Betriebe im Stadtbezirk Misburg-Anderten kann erhöht werden, sodass ein ausgewogeneres Verhältnis von Discountern und Vollsortimentern bereitgestellt wird. Auch in räumlicher und quantitativer Hinsicht bestehen Optimierungsbedarfe.**

Abb. 338: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Misburg-Anderten

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 05 Misburg-Anderten	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	60
davon Nahversorgungsbetriebe*	11
davon Lebensmitteldiscounter	8
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	3
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	0
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>117,0</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>94,9</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>81,1</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-22,2</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 05 Misburg-Anderten</b>	<b>33.036</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Abb. 339: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Misburg-Anderten



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
Bearbeitung: cima 2018

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 06 – Kirchrode-Bemerode-Wülferode

Der Stadtbezirk Kirchrode-Bemerode-Wülferode zählt 31.842 Einwohner. Insgesamt neun Nahversorgungsbetriebe sind in Kirchrode-Bemerode-Wülferode vorzufinden, welche sich auf drei Lebensmitteldiscounts, fünf Vollsortimenter und einen Biomarkt aufteilen. Die Nahversorgungsbetriebe befinden sich größtenteils innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Außerhalb dieser liegen der Edeka-Markt in Kirchrode an der Ottweiler Straße sowie die beiden Lebensmittelmärkte Rewe-Markt und Netto Marken-Discount in Bemerode an der Bemeroder Straße.

Die Nahversorgung im Stadtbezirk Kirchrode-Bemerode-Wülferode ist insbesondere im westlichen Teil Kirchrodes, im südlichen Gebiet von Bemerode und in ganz Wülferode nicht flächendeckend gewährleistet. In Wülferode befindet sich kein einziger Nahversorgungsbetrieb. Die Strukturen in diesem Teil von Hannover sind als dörflich zu charakterisieren. Die Einwohner aus diesem Stadtteil müssen derzeit für ihre Lebensmitteleinkäufe in den nächstgelegenen Stadtteil Bemerode oder nach Laatzen fahren.

Im Zuge der projektierten Wohnbauflächen des zum Stadtteil Bemerode zählenden Teils Kronsberg-Süd ist auch die Schaffung eines neuen Nahversorgungsangebotes Bestandteil der Planungen.

Die relativ schlechte Nahversorgungssituation wird auch anhand der Handelszentralität von 70,2 deutlich. Kirchrode-Bemerode-Wülferode weist aufgrund des deutlich höheren Nachfragevolumens im Vergleich zu den Umsätzen im periodischen Bedarf per Saldo Kaufkraftabflüsse von -35,4 Mio. € auf.

**Im Stadtbezirk Kirchrode-Bemerode-Wülferode weist besonders der dörflich strukturierte Stadtteil Wülferode Versorgungslücken auf. Aufgrund der geringen Einwohnerzahlen in diesem Gebiet ist eine neuere Verbesserung der Nahversorgung als unwahrscheinlich zu bewerten. Die Bereitstellung einer Grundversorgung im periodischen**

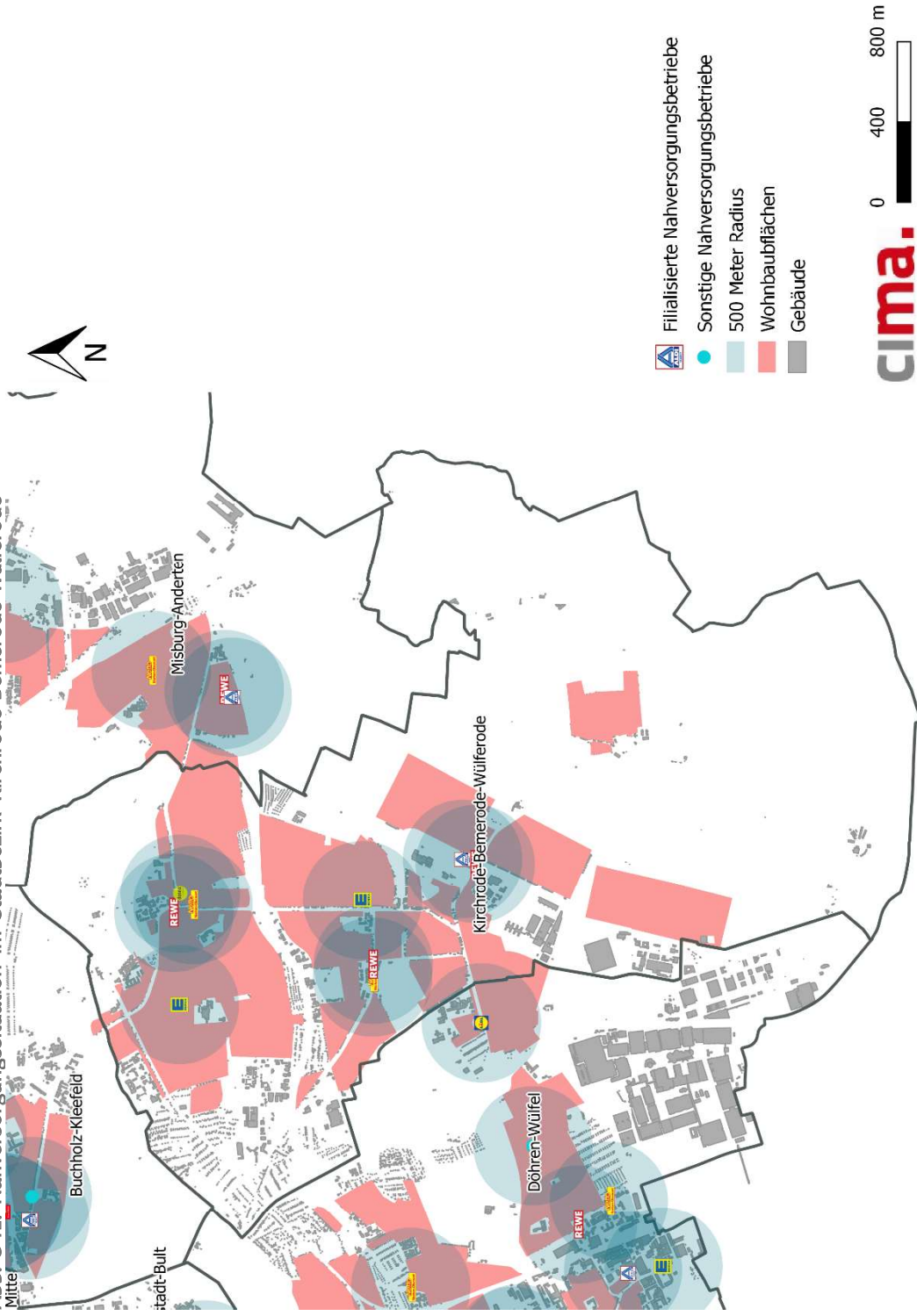
**Bedarfsbereich wäre allerdings wünschenswert. Wenngleich das Nahversorgungsangebot im sonstigen Stadtbezirk grundsätzlich gegeben ist, gibt es räumliche und quantitative Verbesserungsmöglichkeiten.**

Abb. 340: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Kirchrode-Bemerode-Wülferode

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 06 Kirchrode-Bemerode-Wülferode	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	60
davon Nahversorgungsbetriebe *	9
davon Lebensmitteldiscount	3
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	5
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	1
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>118,7</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>83,3</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>70,2</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-35,4</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 06 Kirchrode-Bemerode-Wülferode</b>	<b>31.842</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Abb. 341: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Kirchrode-Bemeroode-Wülferode



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Bearbeitung: cima 2018



### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 07 – Südstadt-Bult

Im Stadtbezirk Südstadt-Bult leben 43.126 Einwohner. Insgesamt 121 Betriebe des periodischen Bedarfs sind im Stadtbezirk Südstadt-Bult vorzufinden. Davon sind 14 als Nahversorgungsbetriebe zu klassifizieren, die sich wiederum auf sieben Lebensmitteldiscounter, sechs Vollsortimenter und einen sonstigen Lebensmittelmarkt (Biomärkte, Feinkost, etc.) aufteilen.

Elf der 27 Nahversorgungsbetriebe im Stadtbezirk Südstadt-Bult befinden sich innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegen unter anderem die Nahversorgungsbetriebe: Netto Marken-Discount in der Tiestestraße und Aldi in der Lindemannallee. Der Aldi-Markt in der Lindemannallee ist der einzige Nahversorgungsbetrieb für den gesamten Stadtteil Bult. Während die Nahversorgung im nördlichen Teil des Stadtteils Bult entsprechend nicht gewährleistet ist, ist sie im Stadtteil Südstadt größtenteils flächendeckend vorhanden. Lediglich der Randbereich im Süden der Südstadt besitzt teilweise keinen Nahversorger im Umkreis von 500 Metern.

Durch die leicht negative Differenz zwischen Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf) und Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf), sind Kaufkraftabflüsse per Saldo von -5,1 Mio € im periodischen Bedarf vorhanden. Dieser negative Saldo ist auch in der Handelszentralität (periodischer Bedarf) von 96,5 wiederzuerkennen.

**In den letzten Jahren hat sich das Nahversorgungsangebot im Stadtbezirk Südstadt-Bult durch die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes am Standort An der Weide deutlich verbessert. Dennoch besteht im einwohnerstarken Stadtbezirk weiterhin Optimierungsbedarf – insbesondere in der Modernisierung der ansässigen Nahversorger in integrierter Wohngebietslage. Die qualitative Optimierung des Bestandes inkl. Modernisierung der Betriebe sollte hierbei vorangetrieben und ermöglicht werden.**

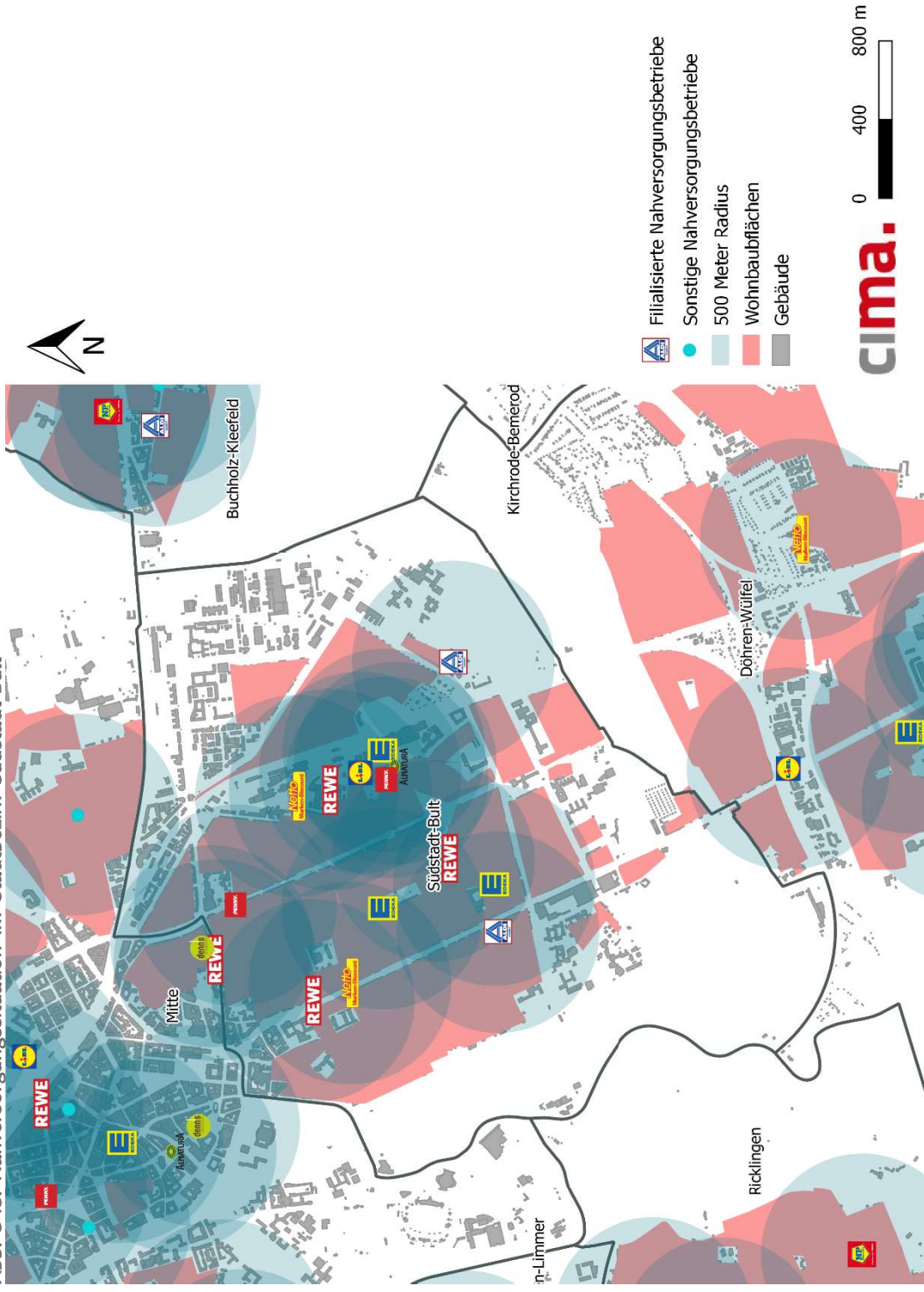
**Im Stadtteil Bult ist lediglich ein Nahversorger ansässig. Hier bestehen räumliche Nahversorgungslücken. Die Schaffung eines Nahversorgungsangebotes in Wohngebietsnähe ist anzustreben.**

**Abb. 342: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Südstadt-Bult**  
Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 07 Südstadt-Bult

Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	121
davon Nahversorgungsbetriebe *	14
davon Lebensmitteldiscounter	7
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	6
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	1
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>144,5</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>139,4</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>96,5</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-5,1</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 07 Südstadt-Bult</b>	<b>43.126</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Abb. 343: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Südstadt-Bult



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017

Bearbeitung: cima 2018

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 08 – Döhren-Wülfel

Die Einwohnerzahl im Stadtbezirk Döhren-Wülfel beträgt 34.742. Die Handelszentralität von 104,9 (periodischer Bedarf) signalisiert leichte Kaufkraftzuflüsse (per Saldo 5,9 Mio. €). Wie Abbildung 345 verdeutlicht, besteht dennoch kein flächendeckendes Angebot über den Stadtbezirk verteilt.

Insbesondere im Stadtteil Waldheim sind die Nahversorgungsbetriebe nicht für alle Wohnsiedlungen fußläufig erreichbar. Ein Grund hierfür sind unter anderem die fehlenden Nahversorgungsmöglichkeiten in den Stadtteilen Waldheim und Waldhausen, welche lediglich durch den Lebensmitteldiscounter Lidl an der Hildesheimer Straße bereitgestellt werden.

Insgesamt 12 Nahversorgungsbetriebe<sup>27</sup> befinden sich im Stadtbezirk Döhren-Wülfel, von denen sich nur drei in zentralen Versorgungsbereichen befinden. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden sich beispielsweise die Nahversorgungsbetriebe: Lidl und Aldi an der Hildesheimer Straße sowie der Rewe-Markt in der Karlsruher Straße.

Die vorhandenen Nahversorgungsbetrieben unterteilen sich in sieben Lebensmitteldiscounter, vier Vollsortimenter und einen sonstigen Lebensmittelmarkt (Biomarkt, Feinkost, etc.).

**Die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Döhren-Wülfel wird durch modern aufgestellte Nahversorgungsbetriebe an der Hildesheimer Straße in teilintegrierten Lagen und einem Nachholbedarf der Nahversorger in den integrierten Wohngebietslagen geprägt. Durch den neu angesiedelten Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount konnte die Nahversorgungssituation verbessert werden. Ein Erhalt der wohnornahen Nahversorgungsmöglichkeiten ist anzustreben.**

Abb. 344: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Döhren-Wülfel

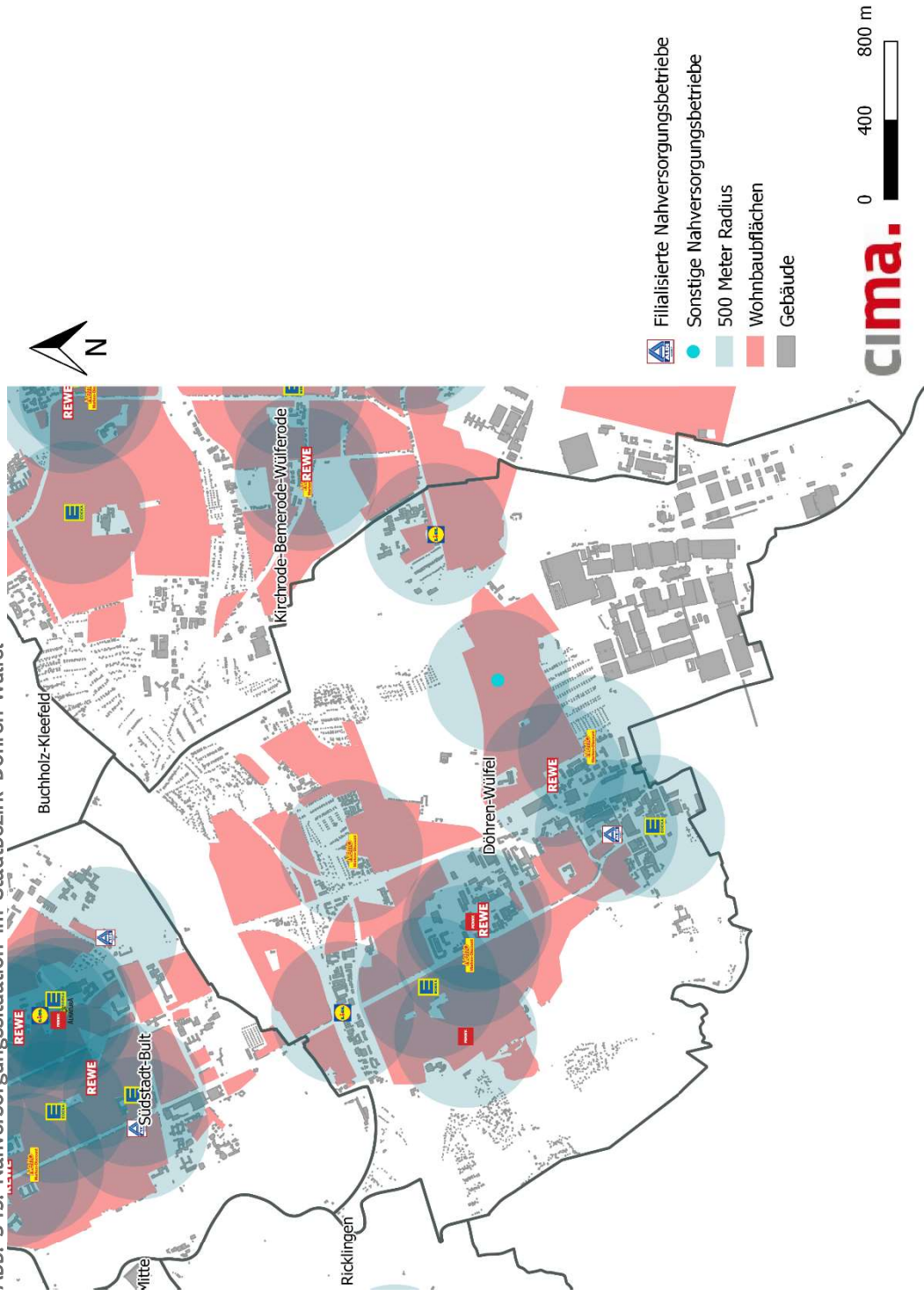
Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 08 Döhren-Wülfel	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	87
davon Nahversorgungsbetriebe*	12
davon Lebensmitteldiscounter	7
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	4
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	1
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>119,5</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>125,4</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>104,9</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>5,9</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 08 Döhren-Wülfel</b>	<b>34.742</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
 Rundungsdifferenzen möglich  
 In der Tabelle nicht enthalten ist der neu angesiedelte Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount an der Eupener Straße  
 Quelle: cima 2019

<sup>27</sup> Durch einen neu angesiedelten Netto Marken-Discount-Markt in der Seelhorst konnte nach erfolgter Analyse die Nahversorgungssituation verbessert werden, sodass sich

die Gesamtanzahl der Nahversorger im Stadtbezirk Döhren-Wülfel auf mittlerweile 13 erhöht hat.

Abb. 345: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Döhren-Wülfel



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017

Bearbeitung: cima 2018

Anmerkung: Der in der Karte dargestellte Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount in der Seelhorst ist neu entstanden.

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 09 – Ricklingen

Im Stadtbezirk Ricklingen leben 45.619 Einwohner, für die insgesamt 18 Nahversorgungsbetriebe zur Verfügung. Hierunter fallen elf Lebensmitteldiscounts, vier Vollsortimenter und drei sonstige Lebensmittelmärkte (Biomärkte, Feinkost, etc.). Der überwiegende Anteil an Lebensmitteldiscountern zeugt von einem unausgewogenen Angebot mit relativ wenig Auswahl. Das Vollsortiment wird maßgeblich durch die Verbrauchermärkte E-Center an der Göttinger Chaussee und Kaufland an der Bornumer Straße bedient.

Die Nahversorgung im Stadtbezirk ist allerdings größtenteils flächendeckend gewährleistet. Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden sich neun der insgesamt 18 Nahversorgungsbetriebe. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegen unter anderem der Penny-Markt am Schollweg und der Lidl-Markt in der Tresckowstraße. Der Verbrauchermarkt Kaufland an der Bornumer Straße ist der einzige Nahversorger im Stadtteil Bornum und befindet sich in einem Sonderstandort im Norden des Stadtteils.

Aufgrund des größeren Nachfragevolumens im Vergleich zum Umsatz im periodischen Bedarf, sind leichte Kaufkraftabflüsse per Saldo von -5,1 Mio. € vorhanden. Diese Kaufkraftabflüsse sind für eine Handelszentralität von unter 100 (96,6) verantwortlich.

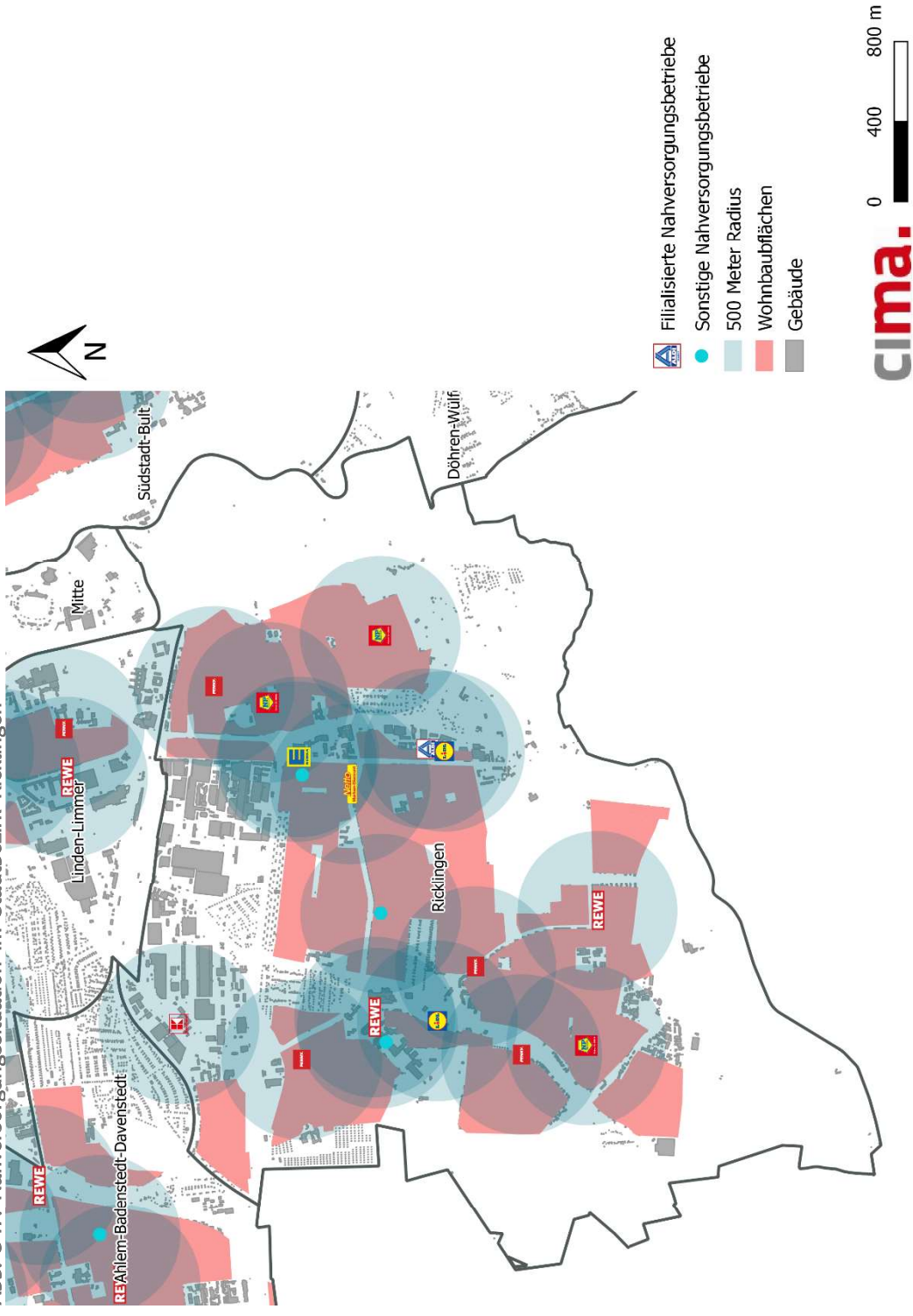
**Das Angebot im Stadtbezirk Ricklingen ist deutlich discountlastig und kann im qualitativen Bereich optimiert werden. Die Nahversorgungsmöglichkeiten sind grundsätzlich gegeben. In Teilen bestehen räumliche Versorgungslücken.**

Abb. 346: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Ricklingen

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 09 Ricklingen	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	88
davon Nahversorgungsbetriebe*	18
davon Lebensmitteldiscounts	11
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	4
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	3
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>147,3</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>142,3</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>96,6</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-5,1</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 09 Ricklingen</b>	<b>45.619</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Abb. 347: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ricklingen



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Bearbeitung: cima 2018

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 10 – Linden-Limmer

Im Stadtbezirk Linden-Limmer leben 45.111 Einwohner. Insgesamt 142 Betriebe des periodischen Bedarfs sind im Stadtbezirk ansässig. 18 Nahversorgungsbetriebe stellen das überwiegende Nahversorgungsangebot bereit, die sich in acht Lebensmitteldiscounter, sechs Vollsortimenter und vier sonstige Lebensmittelmärkte (Biomärkte, Feinkost etc.) unterteilen. Der überwiegende Teil der Nahversorgungsbetriebe liegt innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Außerhalb dieser liegen ein Penny-Markt in der Davenstedter Straße in nicht-integrierter Gewerbegebietslage sowie die beiden weiteren Lebensmittel-discounter Lidl und Aldi an einem Verbundstandort in der Bar-dowicker Straße. Innerhalb der Sonderstandorte in Linden Mitte und Linden Süd befinden sich der Real-Markt in der Davenstedter Straße und ein Rewe-Markt in der Göttinger Straße

Die Nahversorgung ist insbesondere im Nordwesten des Stadtteils Limmer nicht flächendeckend gewährleistet. Nächstgelegene Nahversorgungsbetriebe liegen hier mehr als 500 Meter entfernt. Im Zuge der Bebauung ist in diesem Bereich allerdings auch die Ansiedlung eines Nahversorgungsbetriebes geplant, sodass auch die heute un-terversorgten Gebiete künftig besser „nahversorgt“ sind.

Mit einer Handelszentralität von 121,7 (im periodischen Bedarf) be-sitzt der Stadtbezirk Linden-Limmer per Saldo starke Kaufkraftzu-flüsse in Höhe von 28 Mio. €.

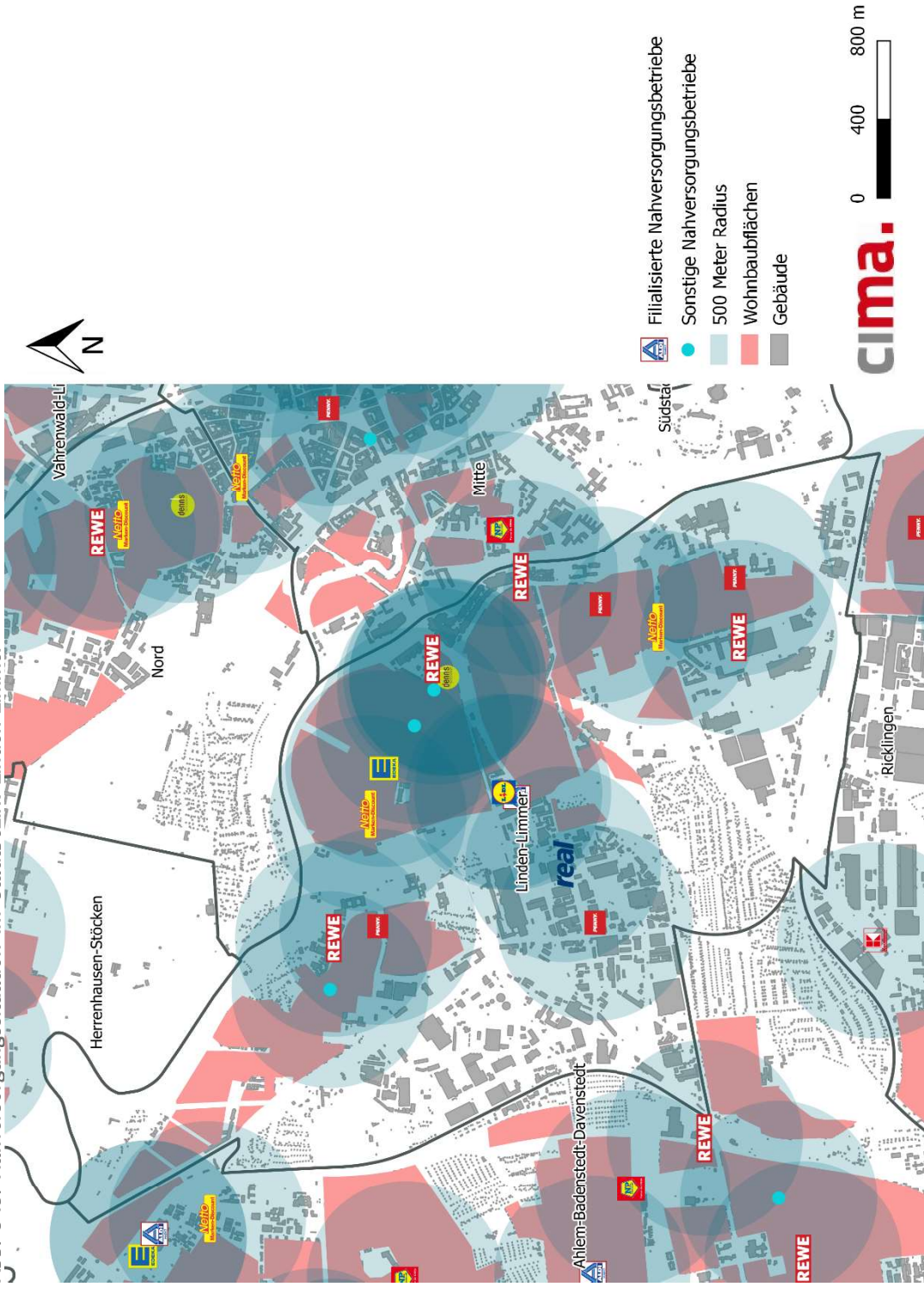
**Auf quantitativer und qualitativer Ebene ist somit kein unmittelbarer Bedarf für weitere Ansiedlungen festzustellen. Die Nahversorgungssi-tuation ist in erster Linie zu sichern. Modernisierungen sollten er-möglicht werden.**

Abb. 348: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Linden-Lim-mer

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 10 Linden-Limmer	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	142
davon Nahversorgungsbetriebe*	18
davon Lebensmitteldiscounter	8
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser	6
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	4
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>129,1</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>157,1</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>121,7</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>28,0</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 10 Linden-Limmer</b>	<b>45.111</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Abb. 349: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Linden-Limmer



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017

Bearbeitung: cima 2018



**Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 11 – Ahlem-Badenstedt-Davenstedt**

Im Stadtbezirk Ahlem-Badenstedt-Davenstedt leben 34.374 Einwohner. Die Handelszentralität von 88,2 signalisiert Kaufkraftabflüsse (per Saldo -13,3 Mio. €). Wie Abbildung 351 verdeutlicht, besteht kein vollständig flächendeckendes Angebot über den Stadtbezirk verteilt. Vor allem im Westen des Stadtteils Ahlem befindet sich kein Nahversorger im Umkreis von 500 Metern.

Insgesamt existieren 12 Nahversorgungsbetriebe im Stadtbezirk Ahlem-Badenstedt-Davenstedt. Diese teilen sich auf sieben Lebensmitteldiscount, vier Vollsortimenter und einen sonstigen Lebensmittelmarkt (Biomarkt, Feinkost etc.) auf.

Der überwiegende Teil der Lebensmittelmärkte liegt außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Hier befinden sich die Lebensmittelmärkte Netto Marken-Discount an der Wunstorfer Landstraße, der NP-Markt am Geveker Kamp und der Rewe-Markt an der Badenstedter Straße. Im Osten von Ahlem befindet sich ein Sonderstandort, in dem die Lebensmittelmärkte Aldi und der E-Center (Am Bahndamm) ansässig sind.

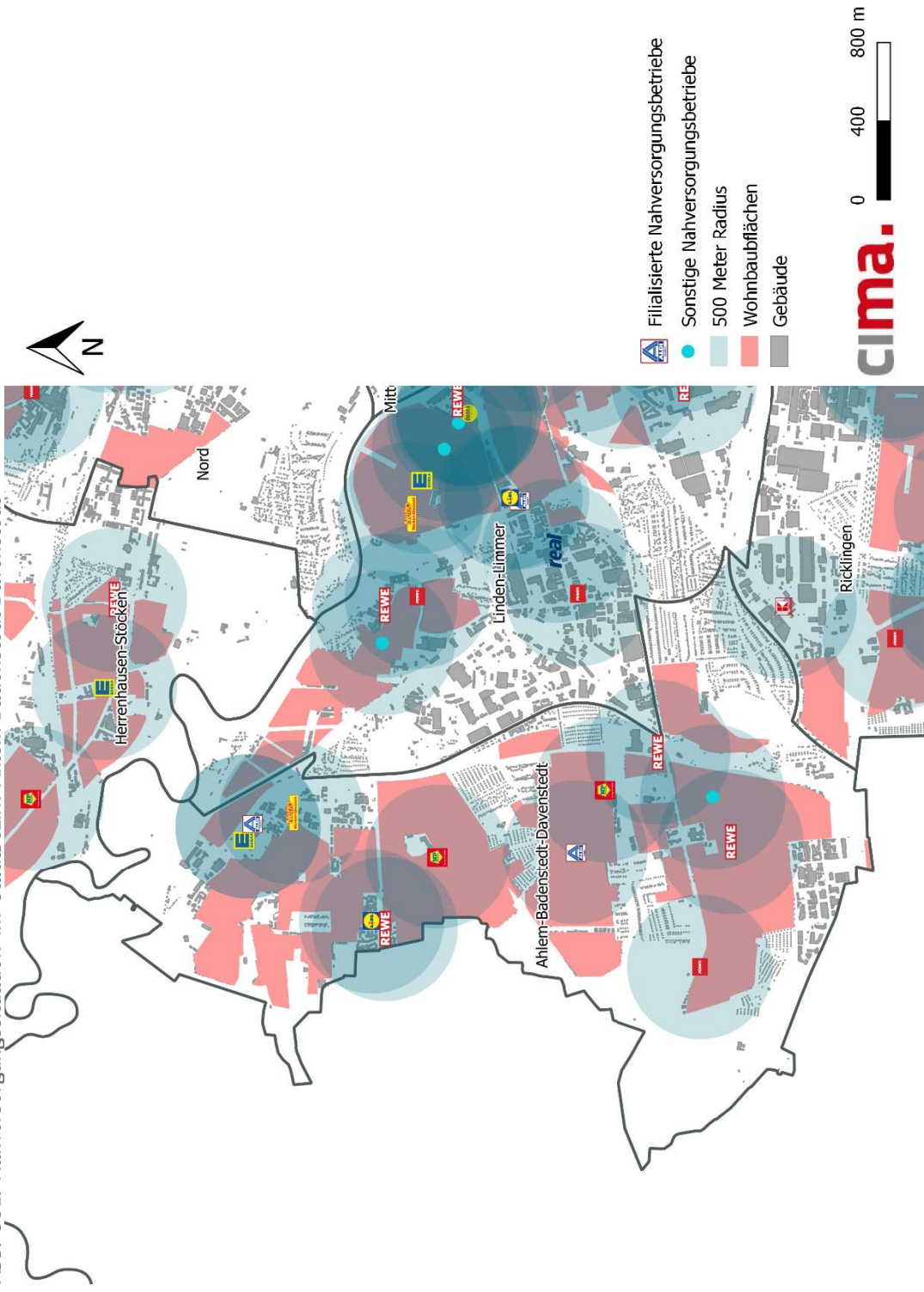
**Die quantitative Nahversorgungssituation kann als verbesserungswürdig bezeichnet werden. Räumliche Nahversorgungslücken weist insbesondere der Stadtteil Ahlem auf.**

Abb. 350: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Ahlem-Badenstedt-Davenstedt

Stadtbezirk 11 Ahlem -Badenstedt-Davenstedt	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	58
davon Nahversorgungsbetriebe*	12
davon Lebensmitteldiscount	7
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	4
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	1
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>112,3</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>99,1</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>88,2</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-13,3</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 11 Ahlem-Badenstedt-Davenstedt</b>	<b>34.374</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: cima 2019

Abb. 351: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ahlem-Badenstedt-Davenstedt



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
Bearbeitung: cima 2018

**Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 12 – Herrenhausen-Stöcken**  
 Im Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken leben 36.674 Einwohner, die durch insgesamt 13 Nahversorgungsbetriebe versorgt werden, davon sieben Lebensmitteldiscounter, fünf Vollsortimenter und ein sonstiger Lebensmittelmarkt (Biomärkte, Feinkost, etc.). Der überwiegende Anteil an Lebensmitteldiscountern weist auf ein einseitiges Angebot an Lebensmitteln im Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken hin.

Die Nahversorgung ist im Stadtbezirk ebenfalls nicht vollständig flächendeckend gewährleistet. Insbesondere der Norden Stöckens und Westen Ledeburgs weisen Nahversorgungslücken auf. Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden sich acht Nahversorgungsbetriebe. Außerhalb der ZVB liegen unter anderem der Edeka-Markt in der Köhnsenstraße, der Lidl-Markt in der Alten Stöckener Straße und der Rewe-Markt in der Mandelslohstraße.

Da das Nachfragevolumen die Umsätze im periodischen Bedarf übersteigt, sind Kaufkraftabflüsse per Saldo von -17,9 Mio. € vorhanden. Dieser negative Saldo spiegelt sich auch in der Handelszentralität 84,6 wider.

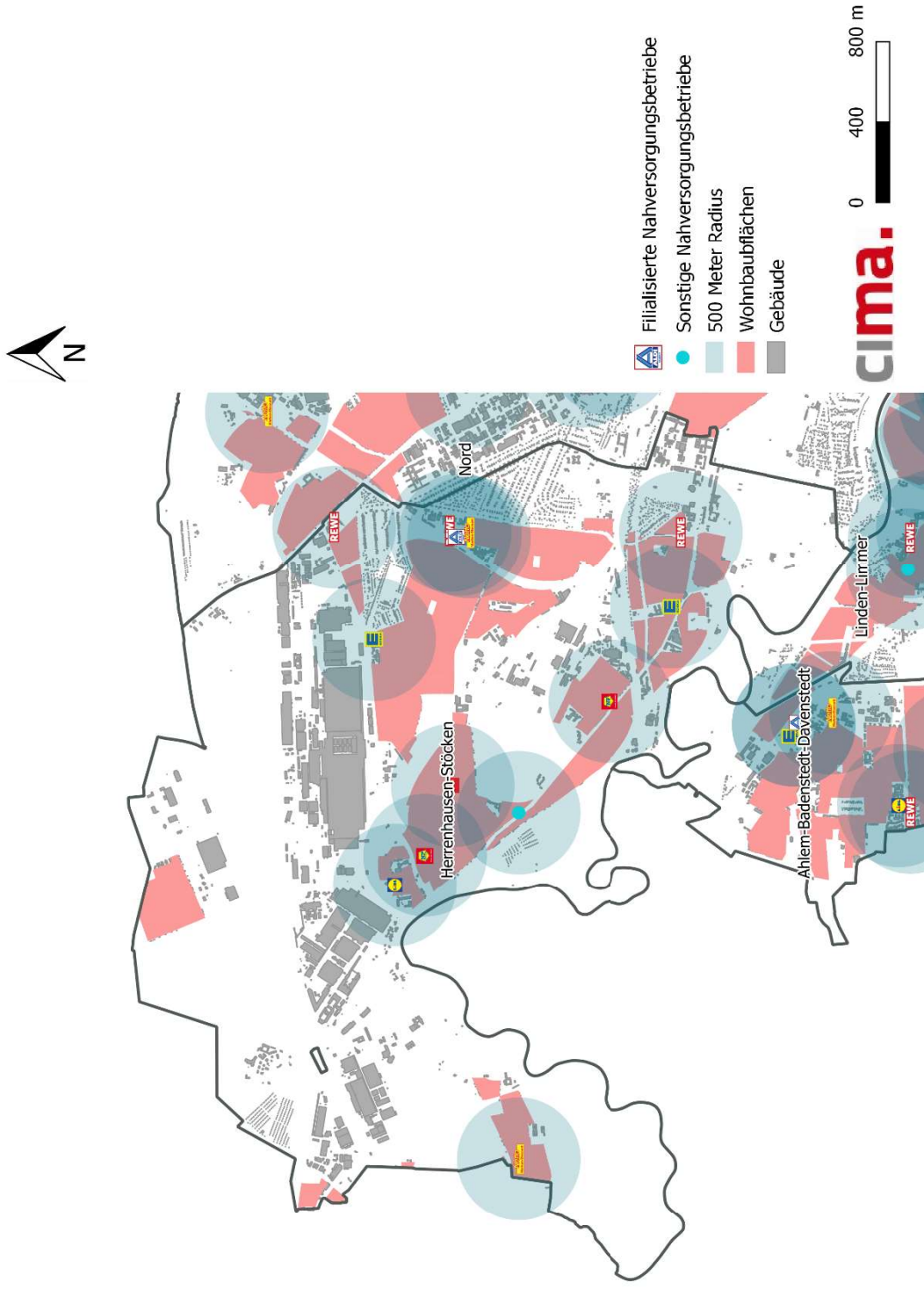
**Das Angebot im Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken ist nicht ausgewogen und kann im qualitativen sowie auch quantitativen Bereich optimiert werden. Mehrere Nahversorgungsbetriebe weisen zudem nicht mehr zeitgemäße Strukturen auf (vgl. Anhang: Nahversorgersteckbriefe).**

Abb. 352: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 12 Herrenhausen-Stöcken	
Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	67
davon Nahversorgungsbetriebe*	13
davon Lebensmitteldiscounter	7
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser	5
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	1
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>116,0</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>98,1</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>84,6</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-17,9</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 12 Herrenhausen-Stöcken</b>	<b>36.674</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
 Rundungsdifferenzen möglich  
 Quelle: cima 2019

Abb. 353: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
Bearbeitung: cima 201

### Nahversorgungssituation im Stadtbezirk 13 – Nord

Im Stadtbezirk Nord leben 31.993 Einwohner. Die Handelszentralität von 87,6 im periodischen Bedarf signalisiert erhebliche Kaufkraftabflüsse. Per Saldo bestehen Kaufkraftabflüsse von ca. 12,2 Mio. €.

Insgesamt befinden sich neun Nahversorgungsbetriebe im Stadtbezirk Nord: vier Lebensmitteldiscounter, drei Vollsortimenter und zwei sonstige Lebensmittelmärkte (Biomärkte, Feinkost, etc.).

Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden sich fünf der neun Nahversorgungsbetriebe. Der Verbrauchermarkt Kaufland an der Krepensstraße/ Schulenburger Landstraße befindet sich an einem Sonderstandort im Stadtteil Hainholz in nicht integrierter Lage. Südlich angrenzend an den Sonderstandort befindet sich der Entwicklungsbereich Hainholz. Innerhalb dieses Entwicklungsbereiches liegt der Nahversorgungsbetrieb Mavi Markt an der Schulenburger Landstraße.

Insgesamt sind die Nahversorger des Stadtbezirks Nord größtenteils entlang den Hauptverkehrsstraßen Engelbosteler Damm/ Schulenburger Landstraße ansässig.

Räumlich betrachtet ist im Stadtbezirk Nord keine flächendeckende Nahversorgung vorhanden. Vor allem im Stadtteil Vinnhorst besitzt der überwiegende Teil der Wohngebiete keinen Nahversorger in fußläufiger Nähe. Dies liegt insbesondere an der geringen Anzahl an Nahversorgungsbetrieben im Norden des Stadtbezirks Nord.

**In den letzten Jahren hat sich das Nahversorgungsangebot im Stadtbezirk Nord teilweise verbessert. Der an der Grenze zum Stadtbezirk Herrenhausen-Stöcken gelegene Rewe-Markt deckt nun einen Teil der Nahversorgung in Vinnhorst ab. Der südliche Teil des Stadtteils Vinnhorst ist allerdings weiterhin nicht „nahversorgt“.**

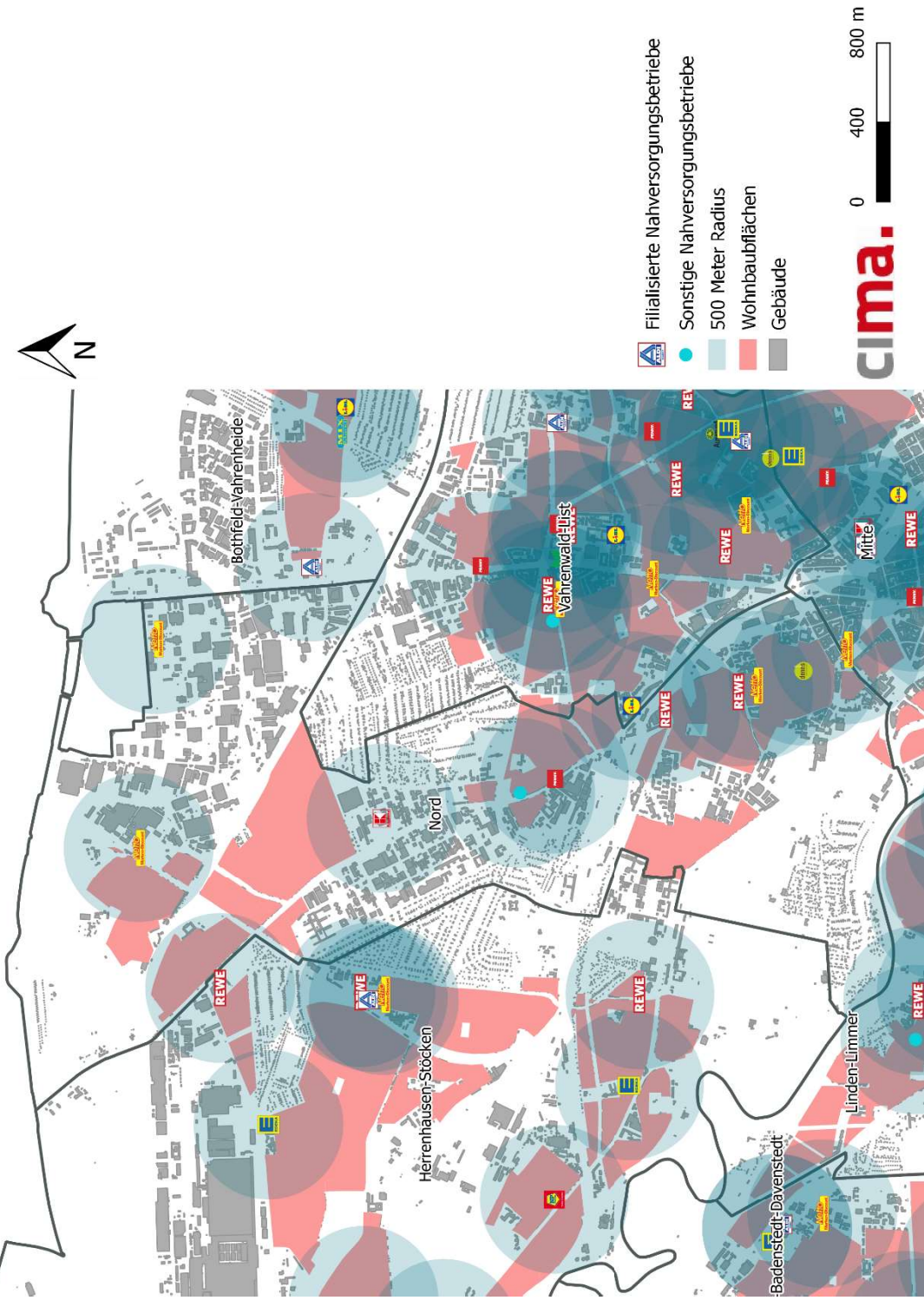
Insgesamt bestehen Potenziale in räumlicher Sicht und teilweise in der Modernisierung der ansässigen Nahversorger.

**Abb. 354: Nahversorgungsrelevante Kenndaten im Stadtbezirk Nord**  
**Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtbezirk 13 Nord**

Anzahl der Betriebe (periodischer Bedarf)	85
davon Nahversorgungsbetriebe*	9
davon Lebensmitteldiscounter	4
davon Lebensmittelsupermärkte/ Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser	3
davon sonstige Lebensmittelmärkte (Biolebensmittel, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	2
<b>Nachfragevolumen in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>98,1</b>
<b>Umsatz in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>86,0</b>
<b>Handelszentralität (periodischer Bedarf)</b>	<b>87,6</b>
<b>Kaufkraftsaldo in Mio. € (periodischer Bedarf)</b>	<b>-12,2</b>
<b>Einwohner im Stadtbezirk 13 Nord</b>	<b>31.993</b>

\* Nahversorgungsrelevante Betriebe > 250 qm Verkaufsfläche  
 Rundungsdifferenzen möglich  
 Quelle: cima 2019

Abb. 355: Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Nord



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
 Bearbeitung: cima 2018

## 8.4 Wochenmärkte in Hannover

Wochenmärkte bieten ein besonderes Einkaufserlebnis unter freiem Himmel, ermöglichen den Kauf frischer Lebensmittel und können Stadtteile aufwerten, die im Bereich des stationären Handels mit Gütern des täglichen Bedarfs unterversorgt sind. Sie erfüllen jedoch zunehmend auch eine andere Funktion: Wochenmärkte sind als sozialer Treffpunkt ein fester Bestandteil der Stadtteilkultur und tragen somit zu einer funktionierenden Stadtgesellschaft bei.

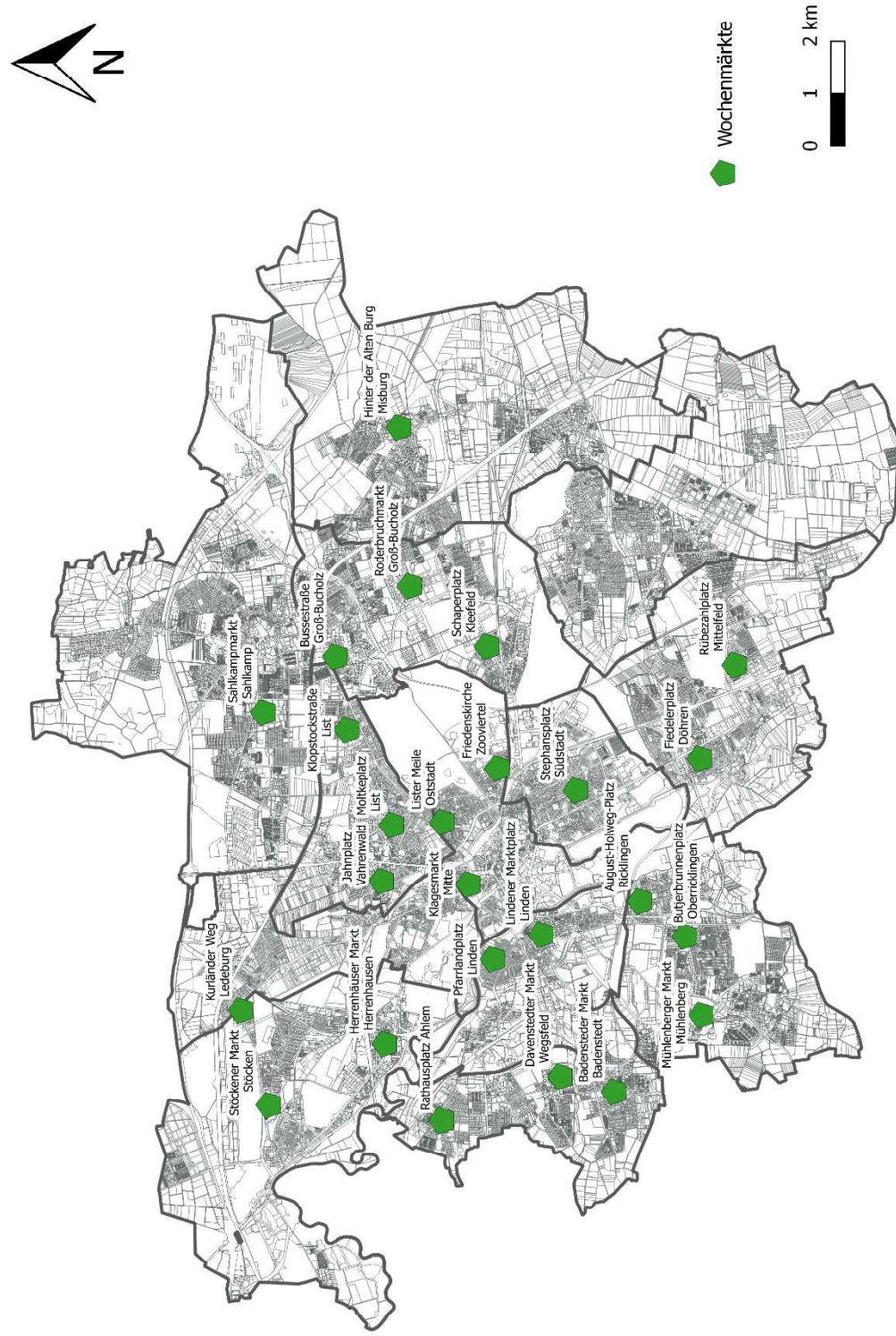
Die Landeshauptstadt Hannover beherbergt insgesamt 26 Wochenmärkte mit bis zu 90 Verkaufsständen, die sich über das gesamte Stadtgebiet verteilen. Im Vergleich zu anderen Städten mit einer ähnlichen Größe liegt Hannover mit dieser Vielzahl an Wochenmärkten weit vorne. Damit das so bleibt, hat sich die Landeshauptstadt dazu entschlossen, die Wochenmärkte in der Stadt zu erhalten und deren Attraktivität zu steigern. Dafür haben sich Händlerinnen und Händler, Politikerinnen und Politiker sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung zusammengesetzt und im April 2018 einen 10-Punkte-Plan erarbeitet. Dieses ausgearbeitete Programm soll ein

Anfang auf dem Weg der Marktkulturstärkung sein und für die kontinuierliche Erneuerung und Verbesserung der Märkte sorgen. Die Wochenmärkte sollen wieder an Attraktivität gewinnen und auch in Zukunft erhalten bleiben. Der entwickelte Maßnahmenkatalog bedarf dabei einer ständigen Fortschreibung und Anpassung.

Zum entwickelten Katalog zählen Maßnahmen, wie Gutscheinkaktionen (z.B. Lose, Rabatte, Einkaufsgutscheine, Gewinnspiele, etc. durch die Händler) und eine postalische Befragung im Arbeits- und Wohnumfeld ausgewählter Märkte, die ergründen soll, warum die Menschen auf dem Markt einkaufen oder warum eben nicht und was ggf. verbessert werden kann oder gewünscht wird. Diese Maßnahme ist bereits umgesetzt und die ersten Umfragen sind gestartet.

Die nachstehende Karte gibt eine Übersicht über die Standorte der Wochenmärkte in Hannover.

Abb. 356: Übersicht über die Wochenmarktstandorte in der Landeshauptstadt Hannover



Kartengrundlage: Landeshauptstadt Hannover 2017  
Bearbeitung: cima 2018



## 8.5 Fazit

Die Landeshauptstadt Hannover weist insgesamt ein engmaschiges Nahversorgungsnetz auf. In vielen Stadtteilen befinden sich die nächstgelegenen Nahversorgungsbetriebe in fußläufiger Distanz.

Das Grundgerüst der Nahversorgungsstrukturen stellen dabei die zentralen Versorgungsbereiche dar. Hier sind insbesondere die im gesamten Stadtgebiet verteilten C- bis E-Zentren zu nennen, die in Abhängigkeit ihres Angebotes unterschiedlich große Stadtbereiche versorgen. Darüber hinaus liefern solitäre Nahversorgungsstandorte, möglichst eingebettet bzw. in geringer Entfernung zu Wohngebieten, einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Nahversorgung. Ergänzt wird das Nahversorgungsangebot durch Wochen- und Bauernmärkte, die neben der Bereitstellung einer qualitativen Nahversorgung auch eine sozial-kommunikative Rolle in den Stadtteilen übernehmen.

Im periodischen Bedarfsbereich sind mit einem Wert von 103 in der Landeshauptstadt Hannover insgesamt leichte Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Damit besteht grundsätzlich eine gute Versorgungslage in der Nahversorgung. Gleichzeitig ist zu konstatieren, dass das Umland der Landeshauptstadt Hannover seine Versorgungsaufgaben im Nahversorgungsbereich zunehmend selbst erfüllt.

Angebotslücken sind in der Landeshauptstadt Hannover zu großen Teilen nicht unmittelbar vorhanden, allerdings gibt es zum Teil deutliche Optimierungsmöglichkeiten. Es zeigt sich, dass viele Nahversorgungsbetriebe nicht mehr zeitgemäß aufgestellt sind und einer Modernisierung bedürfen.

Insbesondere die qualitative Optimierung des Bestandes inkl. Modernisierung der Betriebe sollte daher vorangetrieben und ermöglicht werden. Eine quantitative Optimierung sollte insbesondere in Stadtgebieten forciert werden, die unterversorgt sind. Hierzu zählt auch die Schaffung eines Angebotes in siedlungsstrukturell integrierter Lage. Neuansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind allerdings in erster Linie dann anzustreben, wenn für den betreffenden Nahbereich eine Verbesserung der kleinräumigen Nahversorgungssituation und der Nahversorgungsqualität erreicht wird und nur, wenn eine Einzelfallprüfung die Verträglichkeit für die zentralen Versorgungsbereiche nachweisen konnte<sup>28</sup>.

In den wenigen Stadtgebieten, die aufgrund eines nur geringen Einwohnerpotenzials derzeit über keine wohnortnahe Nahversorgung verfügen, können alternative Kleinflächenkonzepte oder mobile Angebote eine Möglichkeit zur Deckung des Grundbedarfs darstellen.

<sup>28</sup> Prüfung im Rahmen eines separaten Verträglichkeitsgutachtens

## 9 Ableitung der Hannoverschen Sortimentsliste

### 9.1 Vorbemerkungen zu den rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen

#### Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.<sup>29</sup>

Die Rechtsprechung betont die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelsortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“<sup>30</sup>

Die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes sieht einen „(nahezu) vollständigen Einzelhandelsausschluss durch das Ziel der Stärkung der im Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich

gerechtfertigt“ an.<sup>31</sup> Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und die in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse städtebaulich gerechtfertigt sein. Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung gestellt werden, implizieren auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung kaum rechtssicher sein kann. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotsituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten der Kommune zu berücksichtigen.<sup>32</sup>

#### Anforderungen an die Bestimmtheit von Sortimentslisten

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LROP Niedersachsen oder auch der Rückgriff auf vermeintlich allgemeingültige Sortimentslisten (z.B. Empfehlungen der IHK etc.) ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus.

Die Rechtsprechung hat deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten

<sup>29</sup> u.a. OVG Münster, Urteil vom 22.04.2004 – 7a D 142/02 NE; siehe hierzu auch OVG Lüneburg, Urteil vom 14.06.2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 bis 9 BauNVO bieten eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanter Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar

an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von diesen Feinsteuermöglichkeiten Gebrauch macht.“

<sup>30</sup> VGH Mannheim, Urteil vom 30.01.2006 – 3 S 1259/05

<sup>31</sup> BVerwG, Urteil vom 26.03.2009 – 4 C 21.07

<sup>32</sup> hierzu u.a. OVG Münster, Urteil vom 03.06.2002 – 7 A 92/99NE

Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beruhen.<sup>33</sup>

Die Hannoversche Sortimentsliste dient dem Schutz und der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

#### Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.<sup>34</sup> Dabei können beispielsweise bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein muss, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen kann, um auch Sortimente zuzuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Die Bildung unbestimmter Kategorien wie beispielsweise „Elektrokleingeräte“, „Riegelwaren“ oder „Kiosksortiment“ können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht-zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Randsortiment zentrenrelevante

Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen.

Die Rechtsprechung deutet darauf hin, dass sich die Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente in großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben regelmäßig an den Vorgaben der Raumordnungspläne orientieren sollte. Darüber hinaus gehende Einschränkungen lassen sich nur schwer begründen.<sup>35</sup>

Die Sortimentsliste sollte als Teil des kommunalen Einzelhandelskonzeptes politisch per Stadtratsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzern, vorhandenen Einzelhandelsbetrieben), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

#### Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Fortschreibung der Sortimentsliste für die Landeshauptstadt Hannover soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Trends im Einzelhandel zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Stadt bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Stadtverwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet kann lediglich als Anhaltspunkt dienen.

Für die Zentrenrelevanz sind folgende Faktoren mitentscheidend:

<sup>33</sup> hierzu u.a. OVG Münster, Urteile vom 09.10.2003 – 10a D 76/01.NE (Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen) und vom 22.04.2004 – 7a D 142/02 NE (Bestätigung baurechtlicher Festsetzungen auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes)

<sup>34</sup> vgl. BVerwG, Beschluss vom 04.10.2001 – 4 BN 45/01

<sup>35</sup> siehe hierzu u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.03.2002 – 10a D 48/99.NE; OVG NRW, Urteil vom 09.10.2003 – 10a D 76/01.NE; VerfGH NRW, Urteil vom 26.08.2009 – 18/08

- **Berücksichtigung der hannoverschen Sortimentsliste aus dem Jahr 2011:** Die vorliegende Sortimentsliste wurde anhand der aktuellen Bestandssituation fortgeschrieben und an die heutigen Rahmenbedingungen angepasst.
  - **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Landeshauptstadt Hannover sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
  - **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Lagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhen zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten. Darüber hinaus sollte der Branchenmix innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Innenstadt und den weiteren Zentralen Versorgungsbe- reichen vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.
  - **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem Oberzentrum wie Hannover sind die Frequenzbringer der Innenstadt in den Branchen des persönlichen Bedarfs (u.a. Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
  - **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen der Zentralen Versorgungs- bereiche umfassen in erster Linie beratungsintensive
- Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen Zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die In- tegration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es ab- zuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handels- entwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfach- markt oder ein Baumarkt sind beispielsweise nur selten geeignet für einen zentralen Versorgungsbereich.
- Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in den integrierten Ein- zelhandelslagen entwickeln bzw. vorhandene Flächen modernisie- ren zu können, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereiches eingeschränkt.
- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sor- timenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungs- bedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innen- stadt bzw. den weiteren zentralen Versorgungsbereichen erfüllt werden kann (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen die so genannten „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z.B. Bekleidung, Schuhe).
  - **Planungswille der Stadt:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutsch- land verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die

Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt- oder Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

## 9.2 Fortschreibung der hannoverschen Sortimentsliste

Die Hannoversche Sortimentsliste aus dem Jahr 2011 mit der Unterscheidung zwischen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten wird um die Kategorie „nahversorgungsrelevante Sortimente“ (gleichzeitig zentrenrelevant) ergänzt. Insbesondere für die den A- bis C-Zentren nachgelagerten D- und E-Zentren, die verstärkt eine Nahversorgungsfunktion erfüllen sowie für siedlungsstrukturell integrierte Standorte im Stadtgebiet, ist diese Unterscheidung relevant.

Die Sortimentsliste der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente baut auf den in den vorherigen Kapiteln dargestellten Bestandsdaten und Analyseergebnissen auf. Bei der Fortschreibung der hannoverschen Sortimentsliste hat die cma außerdem die folgenden Grundsätze zur Beurteilung der einzelnen Sortimente herangezogen:

**Nahversorgungsrelevant** sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf).

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als spezielle „Unterform“ der zentrenrelevanten Sortimente zu betrachten. Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des täglichen und wöchentlichen Bedarfs kann eine Ansiedlung auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können.

**Zentrenrelevant** sind Sortimente, die

- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Synergieeffekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend in der Innenstadt oder in zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

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

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
  - die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen und
  - überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden.
- Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick, welche Sortimente in welchen Einzelhandelslagen im hannoverschen Stadtgebiet angeboten werden.

Abb. 357: Verkaufsflächenanteile der Einzelhandelslagen (periodische Sortimente)

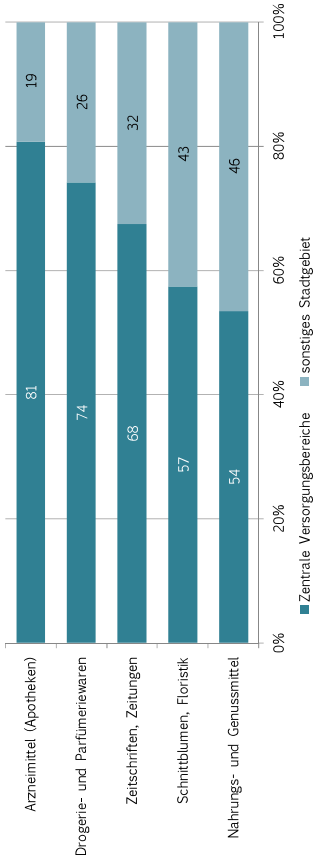
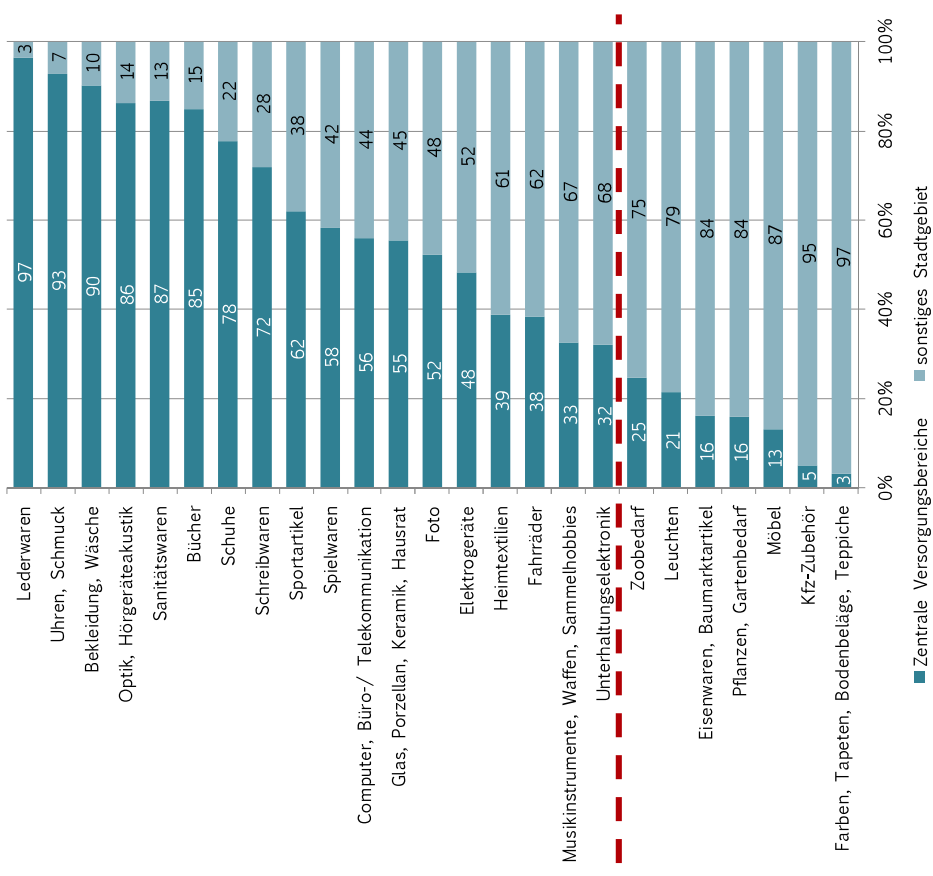


Abb. 358: Verkaufsflächenanteile der Einzelhandelslagen (aperiodische Sortimente)



Quelle: cima 2019

Sortimente, die zu mindestens 30 % der Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden, sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Es sollte das Ziel bestehen, die Verkaufsflächenanteile der zentrenrelevanten Sortimente innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Landeshauptstadt Hannover in den kommenden Jahren zu steigern. Dies kann durch Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten in den zentralen Versorgungsbereichen sowie durch die Begrenzung von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der Zentren geschehen. Die Sortimentsliste gibt der Landeshauptstadt Hannover die Möglichkeit, auf Grundlage dieser, entsprechende bauplanerische Festsetzungen vorzunehmen.

Aus der Angebotsstruktur des hannoverschen Einzelhandels ergibt sich folgende Ableitung der Sortimentsliste:

**Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant):**

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

**Zentrenrelevante Sortimente:**

- Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, Briefmarken, Münzen
- Augenoptik und Hörgeräteakustik
- Bekleidung, Wäsche
- Bücher
- Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör
- Elektroklein- und -großgeräte

- Foto und Zubehör
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Haus- und Heimtextilien (Stoffe, Kurzwaren, Gardinen usw.)
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Musikalien, Musikinstrumente
- Papier-, Schreibwaren, Bürobedarf
- Parfümerie- und Kosmetikartikel
- Sanitätswaren
- Schuhe
- Sportartikel, (inkl. Anglerbedarf, Jagdsport-, Campingartikel)
- Uhren, Schmuck
- Unterhaltungselektronik, Tonträger
- Spielwaren
- Waffen und Jagdbedarf

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließend):**

- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitärerichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)
- Erotikartikel
- Fahrräder und Fahrradzubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- Kfz und Kfz-Zubehör
- Leuchten und Leuchtmittel
- Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel, usw.)
- Tiernahrung, Tiere und zool. Artikel



Gegenüber 2011 hat es keine grundsätzlichen Veränderungen gegeben. Sortimente, die 2011 zu großen Teilen im A-Zentrum Mitte oder den weiteren zentralen Versorgungsbereichen angeboten wurden, sind auch heute noch mehrheitlich dort erhältlich. Sortimente, die überwiegend in anderen Lagen vertreten waren, sind auch heute noch in erster Linie dort zu finden.

Daher wird die Hannoverische Sortimentsliste grundsätzlich bestätigt. Das Sortiment Campingartikel wird den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vormals nicht-zentrenrelevant).

#### Erklärung zu einzelnen Sortimenten:

Die Sortimente **Lederwaren, Uhren/ Schmuck, Bekleidung/ Wäsche, Optik/ Hörgeräteakustik, Sanitärwaren, Bücher** und **Schuhe** werden zu über 75 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Landeshauptstadt Hannover angeboten. Damit besitzen diese Sortimente eine deutliche Leitfunktion für die Zentren. Auch zukünftig sollten diese Sortimente prioritär in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

Das Sortiment **Schreibwaren** ist mit einem Verkaufsflächenanteil von über 70 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Auch zukünftig sollte es Ziel sein, diesen Anteil auf einem hohen Niveau zu halten. Da das Sortiment Schreibwaren neben dem Angebot als Hauptsortiment in Fachgeschäften auch häufig als Randsortiment angeboten wird, bewahrt man sich durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die zukünftige Flächenbeschränkung dieses Sortimentes außerhalb der festgelegten Zentren geht.

**Sportartikel (inkl. Anglerbedarf, Jagdsport- und Campingartikel)** werden zu über 60 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vertreten. Hiervon entfällt der Großteil auf das A-Zentrum Mitte. Dementsprechend wird dieses Sortiment den zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet. Die zentralen Versorgungsbereiche der

Landeshauptstadt Hannover sollen im Falle von Einzelhandelsneuanordnungen mit Sportartikeln Priorität haben. Gegenüber dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2011 wird empfohlen, auch die Campingartikel, als Unterkategorie der Sportartikel, den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Auch in diesem Segment befindet sich der überwiegende Anteil der Verkaufsflächen innerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

Das Sortiment **Haus- und Heimtextilien** ist ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteil innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt zwar bei weniger als 50 %. Allerdings sind mehrere Fachgeschäfte mit diesem Hauptsortiment im A-Zentrum Mitte sowie den weiteren zentralen Versorgungsbereichen ansässig, die dort z. T. wichtige Zentrenfunktionen einnehmen. Der vergleichsweise große Verkaufsflächenanteil der sonstigen Lagen wird im Wesentlichen durch z. T. großflächige Fachmärkte (z. B. Tedox, Hammer) sowie Randsortimente bei den Einrichtungshäusern bestimmt. Mit der Zuordnung zu den zentrenrelevanten Sortimenten bewahrt man sich darüber hinaus planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die zukünftige Flächenbeschränkung dieses Sortimentes außerhalb der festgelegten Zentren geht.

Auch **Spielwaren** sind mit einem Verkaufsflächenanteil von knapp 60 % überwiegend innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzufinden. Spielwaren erfüllen alle Kriterien zentrenrelevanter Sortimente und werden demnach üblicherweise als solches eingestuft. Daher wird dieses Sortiment ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

In der Warengruppe **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat** befindet sich knapp über die Hälfte der Verkaufsflächen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Damit ist dieses Sortiment ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen, so können auch Flächenbeschränkungen von Randsortimenten in großflächigen Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche planungsrechtlich umgesetzt werden. In der Branche Glas/ Porzellan/

Keramik/ Hausrat sind im A-Zentrum Mitte eine Reihe qualitativ hochwertiger Facheinzelhandelsbetriebe und überregionaler Filialkonzepte (u.a. Weitz, WMF, Villeroy & Boch) vorhanden. Das innerstädtische Angebot in dieser Branche wird durch mittel- bis niedrigpreisige Fachmarktkonzepte (z. B. Nanu Nana, Butlers etc. ergänzt. Auch in den weiteren zentralen Versorgungsbereichen nimmt das Sortiment Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik z. T. einen nennenswerten Stellenwert ein.

Der Verkaufsflächenanteil des Sortimentes **Unterhaltungselektronik** liegt zu einem Drittel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Stadtplanerisches Ziel sollte es sein, den Verkaufsflächenanteil innerhalb der Zentren in den kommenden Jahren zu erhöhen. Anbieter dieses Sortimentes bieten die Möglichkeit, als Ankerbetrieb innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu fungieren, neue Kaufkraftströme und Kopplungseffekte für die Betriebe im Umfeld zu generieren. Mit der Festsetzung als zentrenrelevante Branche bewahrt man sich zudem planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung der Branche Unterhaltungselektronik außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche geht, die dort neben weiteren Randsortimenten bereits mit mehreren großflächigen Fachmärkten vertreten ist (z. B. MediaMarkt, Medimax).

Gleiches gilt für die Warengruppen **Elektroklein- und -großgeräte, Foto und Zubehör** sowie **Computer und Kommunikationselektronik einschließlich Zubehör**, die oftmals in Kombination mit Unterhaltungselektronik verkauft werden. Diese Sortimente sollten ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

**Musikalien, Musikinstrumente** werden derzeit zu etwa einem Drittel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Landeshauptstadt Hannover angeboten. Um Kopplungseffekte zu weiteren Einzelhandelsnutzungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu erzielen, sollte der Anteil dieses Sortimentes künftig erhöht werden. Daher wird dieser Branche ebenfalls eine (planerische) Zentrenrelevanz beimessen.

#### Nicht-zentrenrelevante Sortimente

Den Branchen **baumarktspezifische Sortimente, Pflanzen/ Pflanzgefäße und Gartenbedarf, Farben/ Lacke/ Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge, Möbel, Kfz-Zubehör** wird grundsätzlich keine Zentrenrelevanz beigemessen. Auch in der Landeshauptstadt Hannover besitzen diese nur geringe Verkaufsflächenanteile innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und werden damit den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Aufgrund ihres großen Flächenbedarfs, der erschwerten Transportfähigkeit der angebotenen Waren oder dem Bezug zu Pkw-orientierten Standorten sind Betriebe dieser Sortimente häufig außerhalb der Zentren angesiedelt. Auch zukünftig sollten diese Sortimente verstärkt an gut erreichbaren Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden.

Trotz eines Verkaufsflächenanteils von leicht über 30 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Landeshauptstadt Hannover sollte das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** weiterhin als nicht-zentrenrelevantes Sortiment ausgewiesen werden. Die aktuellen Branchenentwicklungen, u. a. in der E-Mobilität, lassen derzeit keine Abkehr von der derzeitig überwiegenden Angebotsform in Form von Fachmärkten bei Neuansiedlungen erkennen.

**Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel** werden vor allem in Fachmärkten (insbesondere Tierbedarf-Abholmärkte) in nicht-integrierten Lagen angeboten. Der Kunde kauft diese Artikel zwecks Bevorratung i.d.R. in größeren Mengen mit dem eigenen Pkw ein. Da aus Sicht der cima bei dieser Entwicklung keine Umkehr zu erkennen ist, wird diese Warengruppe weiterhin den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Das Sortiment **Leuchten und Leuchtmittel** wird ebenfalls den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Klassische innerstädtische Beleuchtungsgeschäfte existieren nur noch selten und sind auch im A-Zentrum Mitte eine Ausnahme. Lampen und Leuchten werden heute üblicherweise als Randsortiment in Möbelhäusern und Baumärkten angeboten. Hinzu kommt die Tatsache, dass von Lampenstudios

aufgrund ihrer vergleichsweise geringen Kundenfrequenz keine positiven Agglomerationseffekte in den zentralen Versorgungsbereichen zu erwarten wären. Daher ist eine Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten gerechtfertigt.

Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden. Sofern im Einzelfall eine differenziertere Festsetzung der zulässigen Sortimente erfolgen soll, kann ein Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige („WZ-Liste“) erfolgen (Anhang: Kap. 14.6). Eine Zuordnung der cima-Warengruppen zu den WZ-Gruppen wurde bereits vorgenommen.

## 10 Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

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

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Hannover mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten auch weiterhin zukünftige Planvorhaben anhand des Zentrenkonzeptes und der Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung bewertet und beurteilt werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen empfiehlt es sich, die bestehenden B-Pläne entsprechend den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Sonderstandorte) nach Ratsbeschluss anzupassen.<sup>36</sup>

Mit der Orientierung an den folgenden Zielen und Grundsätzen sollen unternehmerische Initiativen in Hannover weder unterbunden noch Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Stadt. Wenn es in Hannover weiterhin gelingt, sich an diesem Konzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und

Investitionssicherheit für (gewünschte) innerstädtische Entwicklungen und Spielräume in den festgelegten Stadtbezirks-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren.

Das hier vorgelegte Konzept zur zukünftigen Entwicklung des Einzelhandels wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet und stellt eine sachgerechte Fortschreibung der 2011 festgelegten Regeln dar.

<sup>36</sup> Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt, zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten

und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwältinnen) einzuholen.

## 10.1 Einzelhandel und Raumordnung

Grundsätzlich werden nicht raumbedeutsame Vorhaben bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche über das Städtebaurecht gesteuert und bedürfen keiner raumordnerischen Überprüfung. Großflächige Einzelhandelsvorhaben i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind grundsätzlich Vorhaben mit mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Als neue Einzelhandelsgroßprojekte i.S.d. LROP Niedersachsen 2017 gelten auch Verkaufsflächenenerweiterungen, die die Gesamtverkaufsfläche des Vorhabenstandortes auf über 800 m<sup>2</sup> erhöhen. Diese gelten grundsätzlich als raumbedeutsame Planungen, bei denen die Ziele der Raumordnung zu beachten sowie die Grundsätze und sonstigen Erfordernisse der Raumordnung zu berücksichtigen sind (§ 4 Abs. 1 ROG).

Der § 11 Abs. 3 BauNVO legt fest, dass großflächige Einzelhandelsvorhaben außer in Kerngebieten ausschließlich in Sondergebieten zulässig sind. Dabei gilt die Regelvermutung, dass bei mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche großflächiger Einzelhandel vorliegt, als widerlegbar. Das bedeutet, dass ein Lebensmittelmarkt auch mit mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in einem Allgemeinen Wohn- oder Mischgebiet zulässig sein kann, wenn über 50 % seines Umsatzes von der fußläufigen Wohnbevölkerung getragen werden und der Betrieb keine wesentlichen Auswirkungen auf wohnortnahe Versorgungsstrukturen sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche erwarten lässt (sog. „städtebauliche Atypik“).

## 10.2 Änderungen aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2017)

Bezüglich der Änderungen im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen für das Jahr 2017 sollen in diesem Kapitel einige besondere

Aspekte herausgehoben und erläutert werden. Die Darstellung ist nicht als vollständig zu verstehen, sondern liefert erste Hinweise zur Handhabung des Einzelhandelskonzepts. Die cima verweist an dieser Stelle auf die jeweils aktuell rechtsgültige Form des Landesraumordnungsprogramms nebst dazugehöriger Begründung.

### Nahversorgung:

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

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

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

### Integrationsgebot:

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

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

#### Kongruenzgebot:

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

- Neu ist die Begrifflichkeit des Kongruenzraums, der die Begriffe der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und des Verflechtungsbereichs ersetzt.
- Einzugsgebiet und ehemals Verflechtungsbereich sollten sich entsprechen. Neu ist, dass das Einzugsgebiet den Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten soll. Eine wesentliche Überschreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes von außerhalb des anzuwendenden Kongruenzraums erzielt wird.<sup>37</sup>

#### Konzentrationsgebot:

Das Konzentrationsgebot blieb im Vergleich zur vorigen Fassung des Landesraumordnungsprogramms unverändert. Es besagt weiterhin, dass neue Einzelhandelsgroßprojekte nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines jeweiligen Zentralen Ortes zulässig sind.

#### Beeinträchtigungsverbot:

Das Beeinträchtigungsverbot blieb ebenfalls unverändert. Es gilt weiterhin, dass neue Einzelhandelsgroßprojekte ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbraucherne Versorgung der Bevölkerung nicht wesentlich beeinträchtigen dürfen.

#### Abstimmungsgebot:

Das Abstimmungsgebot wurde in der Änderung des LROP Niedersachsen 2017 geringfügig angepasst. Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind weiterhin abzustimmen. Der Zusatz, dass dies (nur) auf interkommunaler Ebene stattfinden muss, wurde gestrichen.

## 10.3 Darstellung und Berücksichtigung aktueller Rechtsprechungen

Im Folgenden werden aktuelle Rechtsprechungen der letzten Jahre zur einzelhandelsbezogenen Raumordnung aufgezeigt, die u. a. auch für die Landeshauptstadt Hannover Relevanz besitzen.

- zentralörtliche Einrichtungen des oberzentralen Bedarfs: Das OVG Lüneburg hat in einer Entscheidung zum Kongruenzgebot im LROP Niedersachsen 2008 richtigerweise darauf hingewiesen, dass der Begriff des Warensortiments in Bezug auf die unterschiedlichen Versorgungsaufträge der Zentralitätsstufen in Niedersachsen nicht bestimmt sei. Es sei auch nicht geklärt worden, „ob die notwendige Differenzierung nach Sortimenten, nach Häufigkeit der

<sup>37</sup> Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP

Nachfrage, nach Preis oder auf welche Art sonst geschehen soll.“ Und schließlich bestünden „etwa in der Bekleidungsbranche erhebliche Schwierigkeiten bei der Zuordnung zu mittel- bzw. oberzentraler Versorgung“.<sup>38</sup>

Die Niedersächsische Landesplanung hat es daher auch ausdrücklich unterlassen, für die Änderung des LROP einen Versuch der Differenzierung der zentralörtlichen Bedarfsstufen zu unternehmen. In der Begründung wird dazu ausgeführt: „Im Bereich der Einzelhandelsversorgung ist eine sortimentsbezogene Differenzierung hinsichtlich der Deckung des gehobenen bzw. spezialisierten höheren Bedarfs weder zweckmäßig noch möglich. Deshalb erfolgt [...] lediglich eine sortimentsbezogene Differenzierung in periodische und aperiodische Sortimente.“<sup>39</sup>

- Verkaufsfestsetzungen in Bebauungsplänen: „Der Senat hat mit Urteil vom 3. April 2008 - BVerwG 4 CN 3.07 - (BVerwGE 131, 86) entschieden, dass die durch Bebauungsplan erfolgte Festsetzung einer baugebietsbezogenen, vorhabenunabhängigen Verkaufsfestsetzungsbeschränkung zur Steuerung des Einzelhandels in einem Sondergebiet zur Steuerung des Einzelhandels mangels Rechtsgrundlage unzulässig ist. Sie werde von § 11 BauNVO nicht gedeckt. Eine Kontingentierung der Verkaufsflächen, die auf das Sondergebiet bezogen sei, öffne das Tor für sog. „Windhundrenten“ potenzieller Investoren und Bauantragsteller und schließe die Möglichkeit ein, dass Grundeigentümer im Fall der Erschöpfung des Kontingents von der kontingentierten Nutzung ausgeschlossen seien. Dieses Ergebnis widerspreche dem der Baugebietstypologie (§§ 2 bis 9 BauNVO) zugrunde liegenden Regelungsansatz, demzufolge im Geltungsbereich eines Bebauungsplans im Grunde jedes

Baugrundstück für jede nach dem Nutzungskatalog der jeweiligen Baugebietsvorschrift zulässige Nutzung in Betracht kommen solle (Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 17). Eine Ausnahme von dem Verbot einer gebietsbezogenen Verkaufsflächenbegrenzung hat der Senat mit Blick auf das Urteil vom 27. April 1990 - BVerwG 4 C 36.87 - (Buchholz 406.12 § 11 BauNVO Nr. 17) lediglich für den Fall erwogen, dass in dem in Frage stehenden Sondergebiet nur ein einziger Handelsbetrieb zulässig ist.“<sup>40</sup> und <sup>41</sup>

- Das Angebot des Randsortiments muss dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.<sup>42</sup> Kernsortimente, bzw. Hauptsortimente, sind alle für das Einzelhandelsgroßprojekt prägenden Sortimente. Auf der anderen Seite sind Randsortimente als ergänzende Sortimente zu betrachten, die sowohl in der Verkaufsfestsetzungsdimensionierung, als auch im Umsatzanteil deutlich untergeordnet sind. „Von einem „Randsortiment“ [kann] keine Rede mehr sein, wenn die unter diesem Etikett angebotenen Waren unter Umsatzgesichtspunkten ersichtlich ein wesentlich (mit)tragendes „Standbein“ des Handelsbetriebs überhaupt sind“ (OVG NRW, Beschluss v. 26.01.2000 - 7 B 2023/ 99). Üblicherweise wird von einem Verkaufsflächen-, bzw. Umsatzanteil von über 10 % am Gesamtvorhaben von einem wesentlichen mittragenden Anteil ausgegangen.

<sup>38</sup> OVG Lüneburg, Urteil vom 15.03.2012 - 1 KN 152/10

<sup>39</sup> Begründung zu 2.2 Ziffer 05 Satz 2 LROP Niedersachsen, Änderungsentwurf 2015  
<sup>40</sup> Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 18

<sup>41</sup> Quelle: BVerwG, Beschluss vom 11.11.2009 - 4 BN 63.09 [ECLI:DE:BVerwG:2009:111109B4BN63.09.0]

<sup>42</sup> OVG Münster, Urteil vom 09.11.2012 - 2 D 63/11.NE; ebenso OVG Münster, Beschluss vom 26.01.2000 - 7 B 2023/99

## 10.4 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Hannover

Bezüglich der übergeordneten Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Hannover können die aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2011 abgeleiteten Ziele weitestgehend beibehalten werden. Neu aufgenommen wurde Ziel 1: Stärkung der zentrenprägenden Funktionen vor dem Hintergrund des digitalen Wandels. Bei den übrigen Zielen wurden aufgrund der weiterhin gegebenen Aktualität lediglich geringfügige textliche Anpassungen vorgenommen. Folgende Ziele der Einzelhandelsentwicklung werden zusammengefasst:

**Ziel 1: Stärkung der zentrenprägenden Funktionen Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie in den Zentren vor dem Hintergrund des digitalen Wandels**

Die Funktionen Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie sind wesentliche Bausteine bei der Entwicklung zukunftsfähiger Zentren, die durch weitere Funktionen wie Wohnen und Freizeit ergänzt werden. Ziel sollte es sein, eine Multifunktionalität in den zentralen Versorgungsbereichen zu gewährleisten, die es ermöglicht, vitale Zentren vorzuhalten.

Insbesondere vor dem Hintergrund des digitalen Wandels ist es wichtig, Zentren zu entwickeln, die weiterhin als Versorgungs- und Aufenthaltsraum dienen. Dabei dürfen digitale Entwicklungen selbst nicht außer Acht gelassen werden.

Die ansässigen Einzelhändler, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sollten durch eine gezielte Begleitung im digitalen Wandel unterstützt werden. Die Verknüpfung zwischen realen und digitalen Räumen sollte dabei stärker in den Fokus gerückt werden.

**Ziel 2: Erhalt und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion**

Die Landeshauptstadt Hannover besitzt als Oberzentrum die Versorgungsaufgabe zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des gehobenen und des spezialisierten höheren Bedarfs zu sichern und zu entwickeln. Diese erfüllt die Landeshauptstadt derzeit. Es sind insbesondere im aperiodischen Bedarf deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.

Eine überregionale Bedeutung besitzt dabei das A-Zentrum Mitte, das in hohem Maße zur Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Hannover beiträgt.

Die oberzentrale Versorgungsfunktion gilt es, auch zukünftig zu erhalten und zu stärken.

**Ziel 3: Erhalt und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den Zentren**

Zur Entwicklung vitaler Zentren trägt in hohem Maße die Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, öffentlichen Einrichtungen, Kultur und Wohnen bei. Zudem bietet ein vielfältiges Einzelhandelsangebot attraktive Versorgungsmöglichkeiten.

Diese Funktionsvielfalt ist in den A- bis C-Zentren der Landeshauptstadt Hannover zumeist gegeben. Insbesondere sind daher die Stärker auf die Nahversorgung ausgerichteten D- und E-Zentren durch publikumsorientierte Dienstleister zu erhalten und zu stärken.

**Ziel 4: Erhalt und Stärkung der Identität der Zentren**

Die Identität eines Zentrums wird durch verschiedene Faktoren wie Städtebau und Architektur, Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur, öffentlicher Raum geprägt. In Summe spiegeln sie die Attraktivität und Aufenthaltsqualität des Zentrums wider. Daher ist es von großer Bedeutung, die Identität der hannoverschen Zentren zu erhalten und zu stärken.



Vorrangiges Ziel sollte es sein, Hannover als Einkaufsstandort mit hoher Aufenthaltsqualität in Verbindung mit weiteren Angeboten zu erhalten und auszubauen. Darüber hinaus sollten alle Zentren ihr eigenes Profil erhalten und (weiter-)entwickeln.

**Ziel 5: Erhalt und Ausbau kurzer Wege bzw. Verkürzung der Wege („Stadt der kurzen Wege“)**

Das Leitbild der „Stadt der kurzen Wege“ sieht vor, Versorgungsmöglichkeiten konzentriert und wohnortnah bereitzustellen.

Insbesondere eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen sind - u. a. zur Deckung mit Waren des periodischen Bedarfs - auf wohnortnahe Angebotsmöglichkeiten angewiesen. Die Bündelung von verschiedenen Funktionen in unterschiedlich ausgeprägten Zentren, die im gesamten Stadtgebiet verteilt sind, führt zu einer ausgewogeneren Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten. Ein weiterer Vorteil von kompakten Zentren ist die Vermeidung von Kfz-Verkehr und damit ein Beitrag zur Reduzierung von Umweltbelastungen.

In der Landeshauptstadt Hannover bestehen diese kompakt strukturierten Zentren mit hoher funktionaler Dichte (u. a. A-Zentrum Mitte mit einer räumlich kompakten Struktur, die auch Rundgänge ermöglicht). Im Gegensatz dazu sind in Hannover ebenfalls lineare Strukturen (z. B. C-Zentrum Südstadt Hildesheimer Straße) vorzufinden.

Aus den sich ergebenden Vorteilen der „Stadt der kurzen Wege“ sollte das Ziel verfolgt werden, kompakte Zentren auszubilden.

**Ziel 6: Erhalt und Stärkung einer flächendeckenden Nahversorgungsstruktur im Bereich Nahrungs- und Genussmittel**

Die Bereitstellung einer möglichst fußläufigen und flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet sollte als Ziel verfolgt werden.

In der Landeshauptstadt Hannover besteht grundsätzlich ein engmaschiges Netz an Nahversorgungsbetrieben. Damit wird in weiten Teilen des Stadtgebietes eine fußläufige Nahversorgung gewährleistet.

Derzeit bestehende Nahversorgungslücken in einzelnen Stadtbereichen sollten zukünftig geschlossen werden. Nahversorgungslücken, die durch eine geringe Einwohnerbasis bedingt sind, gilt es ggf. durch alternative Versorgungsmöglichkeiten wie Kleinflächenkonzepte oder mobile Angebote zu schließen.

**Ziel 7: Erhalt und Stärkung der polyzentralen Nahversorgungsstruktur durch die Zentren**

In der Landeshauptstadt Hannover bieten die auf unterschiedliche Versorgungsfunktionen ausgerichteten Zentren ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur Bereitstellung des Nahversorgungsangebotes im Stadtgebiet.

Insbesondere in den stärker auf die Nahversorgung ausgerichteten D- und E-Zentren besitzen Lebensmittelbetriebe wichtige Magnetfunktionen, die durch weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen ergänzt werden.

Es sollte daher ein Ziel sein, die Zentren in ihrer Versorgungsfunktion zu erhalten und zu stärken.

**Ziel 8: Schaffung von Investitions- und Entscheidungssicherheit**

Mit der Orientierung an den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sollen unternehmerische Initiativen in Hannover weder unterbunden noch Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Stadt.

Damit ergibt sich auch Investitions- und Entscheidungssicherheit für (gewünschte) innerstädtische Entwicklungen und Spielräume in den festgelegten Stadtbezirks-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren.

**Ziel 9: Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe**

Die hannoverschen Gewerbegebiete sollen für ihre Kernfunktion Handwerk und produzierendes Gewerbe zur Verfügung stehen. Daher sind in den Gewerbegebieten Einzelhandelsnutzungen grundsätzlich nicht erwünscht. Ansiedlungsmöglichkeiten bestehen für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel insbesondere an den Sonderstandorten.

## 10.5 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung in Hannover

Die nachfolgend dargestellten Grundsätze greifen die übergeordneten Ziele auf und konkretisieren sie als Grundsätze auf stadträumlich differenzierter Ebene.

**Grundsatz 1: Das A-Zentrum Mitte genießt Entwicklungspriorität, zentrenrelevanter Einzelhandel grundsätzlich nur in den Zentren**

Der Verkaufsflächenanteil des A-Zentrums Mitte liegt bei einem relativ hohen Anteil von 29,0 % am gesamten Einzelhandel in Hannover. Eine Vielzahl namhafter Filialisten ist, teils sogar mehrfach, im A-Zentrum Mitte vertreten. Darüber hinaus sind trotz anhaltend steigendem Filialisierungsgrad auch zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte im A-Zentrum Mitte ansässig.

Weiterer großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollte neben dem A-Zentrum Mitte ausschließlich im B-Zentrum Lister Meile sowie den C-Zentren angesiedelt werden. Das A-Zentrum genießt hierbei Entwicklungspriorität.

Die weitere Entwicklung des A-Zentrums Mitte sollte in den kommenden Jahren aufgrund von Markttendenzen eher von qualitativer als von quantitativer Natur sein. Wenngleich es im A-Zentrum Mitte grundsätzlich keine Beschränkungen hinsichtlich

Verkaufsflächengröße geben soll, gilt es dennoch, bei Neuansiedlungen auf angemessene Dimensionierungen abzielen. Ansonsten würde eher ein Verdrängungswettbewerb innerhalb des Stadtgebietes gefördert, als dass mehr Kaufkraftzuflüsse erzielt werden können. Dies gilt ebenso für die nachrangigen B- und C-Zentren.

**Grundsatz 2: Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche gemäß ihrer Versorgungsfunktion, großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel ausschließlich im A-Zentrum Mitte, im B-Zentrum Lister Meile sowie in den C-Zentren, zentrenrelevanter Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit auch in den D- und E-Zentren**

Die zentralen Versorgungsbereiche sollen gemäß ihrer Versorgungsfunktion gestärkt werden.

Die Ansiedlung großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandels sollte nur im A-Zentrum Mitte, im B-Zentrum Lister Meile sowie in den C-Zentren möglich sein.

Zentrenrelevanter Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit sollte auch in den stärker auf die Nahversorgung ausgerichteten D- und E-Zentren ermöglicht werden, um ergänzenden Einzelhandel anbieten zu können.

Ziel ist die Stärkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen der Landeshauptstadt Hannover durch eine gezielte Weiterentwicklung.

Darüber hinaus sollte es Ziel für jeden zentralen Versorgungsbereich sein, dass in Ergänzung zum Einzelhandel einzelhandelsnahe Dienstleistungen vorgehalten werden, um die Funktionsvielfalt und damit die Attraktivität dieser Bereiche zu stärken. Darüber hinaus sind einzelhandelsferne Dienstleistungen, Gesundheitseinrichtungen und gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw. sind von Bedeutung. Deren Bestand sollte möglichst gesichert sowie deren Ansiedlung unterstützt werden.

**Grundsatz 3: Wohnortnahe Grundversorgung innerhalb der Gesamtstadt sichern, großflächiger nahversorgungsrelevanter Einzelhandel grundsätzlich nur in den Zentren**

Die Landeshauptstadt Hannover soll weiterhin über ein engmaschiges Netz von Nahversorgungsbetrieben innerhalb zentraler Versorgungsbereiche sowie an solitären Standorten verfügen, die die zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer wohnungsnahen Nahversorgung ergänzen sollen.

Vor allem die Nahversorgungsbetriebe in den siedlungsstrukturell integrierten Lagen sollen Entwicklungsspielräume im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen erhalten. Um die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche nicht zu gefährden, sollte der Nachweis der Verträglichkeit für deren Einzelhandelsstrukturen Voraussetzung für die Zulassung von Erweiterungen an solitären Standorten sein.

Für solitäre Nahversorgungsstandorte in strukturell integrierten Lagen besteht im Einzelfall durch die zusätzliche Ansiedlung von Dienstleistern und kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben des ergänzenden Grundbedarfs mittel- bis langfristig die Chance, zu einem Nahversorgungszentrum aufgestuft zu werden. Sofern die Kriterien für ein Nahversorgungszentrum vorliegen, kann eine entsprechende Änderung des Zentrenkonzeptes vorgenommen werden. Dadurch erhalten auch diese Standorte den Status eines geschützten zentralen Versorgungsbereichs.

Die Schaffung weiterer solitärer Standorte ist bei fehlenden Nahversorgungsmöglichkeiten in siedlungsstrukturell integrierter Lage nach Einzelfallprüfung kleinflächig möglich.

In Stadtgebieten, die derzeit über keine Nahversorgungsstrukturen verfügen, sollten auch alternative Nahversorgungsmöglichkeiten geprüft werden.

**Grundsatz 4: Großflächige wohnortbezogene Nahversorgungsbetriebe ausnahmsweise auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich**

Eine Ausnahme kann bei entsprechender Lage außerhalb der abgegrenzten Zentren zugelassen werden, wenn folgende Kriterien erfüllt sind (kumulativ):

- integrierter Standort in einem Wohn- oder Mischgebiet (Nahversorgungsfunktion), möglichst mit ÖPNV-Anbindung,
- vorhabenbezogenes Gutachten weist die Verträglichkeit für die zentralen Versorgungsbereiche sowie den Gebietsversorgungscharakter nach (vgl. Grundsatz 6) und
- bislang keine ausreichende Nahversorgung in dem betreffenden Gebiet.

**Grundsatz 5: Flächen für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel in der Gesamtstadt sichern, prioritär an den Sonderstandorten. Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel in den Zentren und außerhalb zulässig.**

Neben starken zentralen Versorgungsbereichen spielen auch die Sonderstandorte eine wichtige Rolle bei der Erfüllung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Landeshauptstadt Hannover. Um ihrer großen Bedeutung innerhalb der Einzelhandelsstrukturen der Landeshauptstadt Hannover auch zukünftig gerecht werden zu können, sollen die Sonderstandorte moderat weiterentwickelt werden, wobei der Fokus deutlich auf nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegen soll. Priorität sollte dabei zunächst die innere Verdichtung an den vorhandenen Standorten haben. Zunächst sollten Flächenpotenziale innerhalb der bestehenden Standorte genutzt werden, bevor neue Standorte einer Entwicklung zugeführt werden.

Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, stattfinden. Um die Gewerbe- und

Industriegebiete mit entsprechenden Zielsetzungen in der Landeshauptstadt Hannover hinsichtlich einer gewerblichen Entwicklung für Handwerk und produzierendes Gewerbe zu sichern, sind diese allerdings hier nicht anzustreben.

Zentrenrelevante Randsortimente sind gemäß des LROP Niedersachsen auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m<sup>2</sup> zu begrenzen. Im Rahmen von Verträglichkeitsgutachten und/ oder im Laufe der Verhandlungen zur Umsetzung eines bestimmten Vorhabens kann dies ggf. weiter reduziert bzw. über die planungsrechtlichen Grenzen hinaus begrenzt werden.

**Grundsatz 6: Sicherstellung der Verträglichkeit von großflächigen Ansiedlungen mit relevantem Anteil zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente für zentrale Versorgungsbereiche**

Grundsätzlich ist bei relevanten Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels sicherzustellen, dass die Versorgungsfunktion der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet wird. Dies betrifft zum einen Ansiedlungen mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten. Zum anderen können großflächige Ansiedlungen mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment durchaus mehrere hundert Quadratmeter zentrenrelevante Randsortimente umfassen, deren Verträglichkeit für zentrale Versorgungsbereiche sichergestellt werden muss.

Dieser Grundsatz dient nicht dem bloßen Wettbewerbschutz; vielmehr geht es um eine qualitative Absicherung der Versorgungsstrukturen.

Abb. 359: Übersicht Einzelhandelsentwicklungskonzept der Landeshauptstadt Hannover (Ansiedlungsmatrix)

zentrale Versorgungsbereiche	zentrenrelevante Hauptsortimente	nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
<b>A-Zentrum</b>	zulässig, prioritäre Ansiedlung	zulässig	zulässig
<b>B- und C-Zentrum</b>	zulässig (orientiert an Versorgungsfunktion)	zulässig	zulässig
<b>D- und E-Zentrum</b>	kleinflächig zulässig	zulässig, auch großflächig (orientiert an Nahversorgungsfunktion)	ausnahmsweise zulässig
<b>Bereiche lokaler Einzelhandelsfunktion</b>	kleinflächig zulässig	kleinflächig zulässig, ggf. auch großflächig nach Einzelfallprüfung (orientiert an Nahversorgungsfunktion)	ausnahmsweise zulässig
<b>Siedlungsstrukturell integr. Lagen in Wohn-, Misch- u. Urbanen Gebieten</b>	ausnahmsweise kleinflächig zulässig	kleinflächig zulässig, ggf. auch großflächig nach Einzelfallprüfung (orientiert an Nahversorgungsfunktion)	ausnahmsweise zulässig
<b>Sonderstandorte</b>	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	zulässig, prioritäre Ansiedlung
<b>sonstige, nicht integrierte Standorte</b>	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	ausnahmsweise zulässig, nach Einzelfallprüfung
<b>Gewerbegebiete/Industriegebiete</b>	keine Ansiedlung (Annexhandel zulässig)	keine Ansiedlung (Annexhandel zulässig)	konzeptionell nicht vorgesehen, kleinflächig zulässig

zentrale Versorgungsbereiche

weitere Standortkategorien  
in nicht ausreichend versorgten Gebieten Aufstufung angestrebt

Generell ist zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe Bestandsschutz genießen. Darüber hinaus sollen den bestehenden Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Modernisierungen und angemessene Verkaufsflächenverlängerungen ermöglicht werden, sofern diese für einen zeitgemäßen Marktauftritt bzw. ein langfristiges Fortbestehen des Unternehmens erforderlich sind (erweiterter Bestandsschutz). Bei Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels ist der Nachweis der Zentrenverträglichkeit durch die Anfertigung eines Verträglichkeitsgutachtens zu erbringen (Vorgaben der Landesplanung sind zu beachten).

## 10.6 Schlussfolgerungen für die Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen

Zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen sollen folgende grundsätzlichen Prinzipien angewendet werden:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur im A-Zentrum Mitte, im B-Zentrum Lister Meile sowie in den C-Zentren anzusiedeln.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind nur innerhalb zentraler Versorgungsbereiche anzusiedeln. Ausnahmen sind nur für nahversorgungsrelevante Ergänzungstandorte möglich, wenn folgende Kriterien erfüllt sind (kumulativ):
  - integrierter Standort in einem Wohn- oder Mischgebiet (Nahversorgungsfunktion), möglichst mit ÖPNV-Anbindung,
  - vorhabenbezogenes Gutachten weist die Verträglichkeit für die zentralen Versorgungsbereiche sowie den Gebietsversorgungscharakter nach und
  - bislang keine ausreichende Nahversorgung in dem betreffenden Gebiet.
- In GE- und GI-Gebieten sollte zukünftig zum Schutz der Zentren die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortimenten ausgeschlossen werden. Zur Aufrechterhaltung der Gewerbegebietsfunktion als Standorte für Produktion und Handwerk sollte auch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nach Möglichkeit auf besser geeignete Standorte (z. B. Sonderstandorte) gelenkt werden. Kleinflächige Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten

sind planungsrechtlich zulässig. Als unproblematisch schätzt die cma grundsätzlich Verkaufseinrichtungen in unmittelbarem Zusammenhang mit einem Handwerks-, Produktions-, Wartungs-, Reparatur-, Dienstleistungs- oder Kundendienstbetrieb ein (Direktvermarktung), solange diese gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind. Bestandsschutz genießen vorhandene Betriebe, bei denen angemessene Erweiterungen und Erneuerungen zulässig sein sollten.

- An sonstigen nicht-integrierten Standorten (außerhalb von Gewerbegebieten) ist zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel generell ausgeschlossen.
- Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist prioritär an Sonderstandorten zu realisieren. Hier sollten Standortoptionen genutzt werden, bevor auf andere Standorte im Stadtgebiet abgezielt wird.
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind an sonstigen nicht-integrierten Standorten ausnahmsweise zulässig, wenn innerhalb der Sonderstandorte und der zentralen Versorgungsbereiche nachweislich keine Ansiedlung möglich ist oder aus anderen Gründen eine integrierte Lage planerisch nicht gewollt ist bzw. verzichtbar erscheint (bspw. Verkehrsaufkommen, großer Flächenbedarf, keine positiven Agglomerationseffekte zu erwarten).
- In MI-Gebieten ist in der Regel Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit zulässig. In MI-Gebieten sollte Einzelhandel dort ausgeschlossen werden, wo die Versorgungsfunktion benachbarter zentraler Versorgungsbereiche beeinflusst und gefährdet wird. Im Rahmen der Bauleitplanung kann die Verkaufsflächengröße in MI-Gebieten über die horizontale und vertikale Gliederung des Plangebietes gesteuert werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen empfiehlt es sich, die bestehenden B-Pläne entsprechend den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (inkl.

Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Sonderstandorte) nach Ratsbeschluss anzupassen.<sup>43</sup>

In Hinblick auf zu fassende Festsetzungen in Bebauungsplänen (z. B. Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben) sind die Anforderungen des Europarechts zu beachten.<sup>44</sup>

Ebenso wird empfohlen, die zentralen Versorgungsbereiche im Flächennutzungsplan der Landeshauptstadt Hannover darzustellen.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Das Gutachten der cma ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cma empfiehlt, zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwälten) einzuholen.

<sup>44</sup> Vgl. insb. EuGH, Urteil vom 30.01.2018, C-360/15, ECLI:EU:C:2018:44

<sup>45</sup> Die Möglichkeit der Darstellung von zentralen Versorgungsbereichen in Flächennutzungsplänen wurde mit der BauGB-Novelle 2013 gegeben (§5 Abs. 2 BauGB)

## 11 Auswirkungen des Online-Handels

Im Folgenden werden die Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Handel in der Landeshauptstadt Hannover dargestellt. Dazu wurden eine Online-Bürgerbefragung zum Thema Einzelhandel, eine Händlerbefragung zum Thema Online-Aktivitäten und ein Online-Qualitäts-Check zur qualitativen Bewertung der Einzelhändler über deren Online-Auffindbarkeit und Webseitenpräsentation durchgeführt. Die nachfolgend aufgeführten Maßnahmen können einen Beitrag dazu leisten, ein Umfeld zu schaffen, das vor dem Hintergrund des digitalen Wandels und des damit verbundenen veränderten Konsumentenverhaltens gute Voraussetzungen für den weiteren Fortbestand und für eine Stärkung des stationären Handels schafft.

Für die Auswertung wurden die Ergebnisse der einzelnen Stadtbezirks-/ Stadtteilzentren jeweils ihrem Stadtbezirk zugeordnet. Ziel der Befragung war es, Kenntnisse über die Einkaufsorientierung und Zufriedenheit der Einkaufsmöglichkeiten der Befragten in den Stadtbezirken zu erhalten. Thematisch hatte die Befragung folgende Schwerpunkte:

- Besucheverhalten der Befragten
- Beurteilung der Stadtbezirks-/ Stadtteilzentren
- Einkaufsorientierung der Befragten
- Verkehrsverhalten

### 11.1 Online-Bürgerbefragung in der Landeshauptstadt Hannover

Im Zeitraum vom 19. Juni bis 31. August 2017 wurde über die Projekthomepage ([www.einzelhandelskonzept-hannover.de](http://www.einzelhandelskonzept-hannover.de)) eine Online-Bürgerbefragung zum Thema Einzelhandel in Hannover durchgeführt.

Insgesamt wurde eine Stichprobengröße (n) von 1.098 Befragten erreicht. Von den 1.098 Befragten füllten 798 Teilnehmer den Fragebogen bis zum Ende aus. Aufgrund der geringen Stichprobengröße (n) hat die Befragung nicht den Anspruch einer Repräsentativbefragung. Dennoch können wichtige Erkenntnisse aus den Befragungsergebnissen abgeleitet werden.

Schwerpunkt der Befragung war die Bewertung der Einzelhandelssituation in den Stadtteilen. Dabei erfolgte eine Zuordnung der Teilnehmer nach Haupteinkaufsort in den jeweiligen Stadtbezirks- und Stadtteilzentren, zu denen gezielte Fragen gestellt wurden.

Die wichtigsten Ergebnisse der Online-Bürgerbefragungen werden im Folgenden dargelegt. Eine detaillierte Darstellung aller Ergebnisse samt Graphiken ist dem Anhang (Kap. 14.7) zu entnehmen.

- Die meisten Befragten stammen aus den Stadtbezirken Vahrenwald-List, Mitte und Linden-Limmer.
- Das Haupteinkaufsverhalten findet im eigenen Stadtbezirk/ Stadtteil statt. Hier zeigt sich, dass die polyzentrische Struktur der Landeshauptstadt Hannover wohnortnahe Einkäufe gewährleistet.
- Die Multifunktionalität der Zentren spiegelt sich in den Aufenthaltsgründen der Befragten wider: Während der Einzelhandel hierbei eine dominierende Rolle spielt, werden auch andere Aufenthaltsgründe wie der Besuch von Restaurants oder das Aufsuchen von Dienstleistungsbetrieben häufig genannt. Oftmals werden Besuche von Einzelhandel und Dienstleistungen/ Gastronomie etc. miteinander kombiniert.
- Insgesamt zeigt sich, dass die Stadtbezirks-/ Stadtteilzentren häufig aufgesucht werden. Ein Grund hierfür ist die Ansässigkeit vieler



Nahversorgungsbetriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. So nehmen sie hier eine wichtige Ankerfunktionen ein.

Die oftmals wohnortnahen Stadtbezirks-/ Stadtteilzentren wurden als gut fußläufig oder gut mit dem ÖPNV erreichbar bewertet. Dies spiegelt eine oftmals wohnortnahe Versorgung in den Zentren wider, sodass in vielen Fällen auf die Nutzung von PKW/ Motorrad verzichtet werden kann.

Die Erreichbarkeit sowie die Öffnungszeiten der Einzelhändler in der Landeshauptstadt Hannover wurden relativ gut bewertet. Bezüglich der Aspekte Angebotsvielfalt, Service, Parkangebot, Sauberkeit, Kulturangebot & Veranstaltungen besteht nach Meinungen der Befragten Optimierungsbedarf.

Bei der Frage nach vermissten Sortimenten wurden zumeist Spezialangebote (spezielle Fachgeschäfte, mehr Auswahl) genannt. Die Grundnachfrage wird dagegen bedient.

Bei der Befragung zum Online-Handel gaben die Befragten an, Multimedia/ Elektronik/ Foto sowie Bekleidung am häufigsten online einzukaufen. Insbesondere die Innenstadt mit den dort angebotenen Produkten steht in Konkurrenz zum Online-Handel.

Die Besuchshäufigkeit in den Stadtbezirks-/ Stadtteilzentren wird durch den verstärkten Online-Handel wenig tangiert. Leichte Steigerungen der Intensität des Online-Handels sind nach Eigenprognose der Befragten demnach noch zu erwarten.

Insgesamt stimmen die Ergebnisse des Online-Kaufverhaltens der Befragten in Hannover somit mit den allgemeinen Trends und Tendenzen des Online-Handels in Deutschland überein.

## 11.2 Händlerbefragung in der Landeshauptstadt Hannover

Im Zeitraum vom 19. Juni bis 31. August 2017 wurde in Hannover eine Händlerbefragung durchgeführt. Die in Standortgemeinschaften organisierten Händler der Landeshauptstadt Hannover wurden per E-Mail angeschrieben, um über einen Link online an der Befragung teilzunehmen. Insgesamt nahmen 98 Händler an der Befragung teil, wovon 75 Händler den Fragebogen bis zum Ende beantworteten. Die geringe Teilnehmerzahl und auch die Händler, die keine Bereitschaft zur Teilnahme zeigten, verdeutlichen, dass sie dieses Thema als irrelevant erachten. Dies ist als problematisch zu bewerten. Aufgrund dessen erfüllt diese Befragung nicht den Anspruch einer Repräsentativbefragung. Dennoch können gewisse Tendenzen und Beurteilungen ermittelt werden, die nachfolgend näher dargestellt sind.

Ziel der Befragung war es, Kenntnisse über die Online-Aktivitäten der Händler der Landeshauptstadt Hannover zu erhalten und daraus u.a. Aussagen über mögliche Maßnahmen zum Thema Online-Handel und Online-Marketing des ortsansässigen Einzelhandels abzuleiten. Thematisch hatte die Befragung folgende Schwerpunkte:

- Betriebsformen und Hauptsortimente der Händler
- Veränderungen und Wandel des Einzelhandels
- Vermarktung und Online-Aktivitäten
- Versandservice

Die wichtigsten Ergebnisse der Händlerbefragung werden im Folgenden dargestellt. Eine detaillierte Darstellung aller Ergebnisse samt Graphiken ist dem Anhang (Kap. 14.8) zu entnehmen.

- Die deutliche Mehrheit der an der Befragung teilgenommenen Betriebe ist inhabergeführt.

- Die Befragung zeigt, dass der Großteil der befragten Händler negative Veränderungen für den Handel in den Stadtteilen der Landeshauptstadt Hannover erwartet. Dabei ist die größte Sorge, dass die Leerstände zunehmen könnten.
- Bei der Versandart erfolgt die Abwicklung mehrheitlich über überregional agierende Paketdienste. Der größte Teil des Versands erfolgt über konventionelle PKW. Nur zu einem geringen Teil werden umweltfreundlichere Verkehrsmittel genutzt.
- Der überwiegende Teil der Händler nutzt eine Kombination aus Online- und Offline-Vermarktung. Dazu haben sie als Vermarktungsaktivität eine eigene Website eingerichtet.
- Für den Großteil der Händler ist die Gewinnung neuer Kundschaften die wichtigste Anforderung an einen lokalen Online-Marktplatz.
- Die größte Schwierigkeit bei der Umsetzung von Online-Marketinginstrumenten ist für die befragten Händler der Zeitmangel/kein Kümmerer.
- Die meisten Händler nutzen für den Aufbau sowie für den laufenden Betrieb der Online Aktivitäten eine Kombination aus der Unterstützung von Dienstleistern und dem Betrieb selbst.
- Die Mehrheit der befragten Händler findet eine Motivation der Händler zur Teilnahme und aktiven Mitwirkung für die Intensivierung des Themas Online-Handel in ihrem Stadtteil/ Quartier am hilfreichsten.

Die Händlerbefragung verdeutlicht, dass der Großteil der befragten Händler eher negative Veränderungen für den Handel in den Stadtteilen der Landeshauptstadt Hannover erwartet. Auch wenn die meisten der befragten Händler über eine eigene Webseite verfügen, fehlen ihnen vor allem die finanzielle Unterstützung und Beratung zum Thema Online-Aktivitäten.

## 11.3 Online-Qualitäts-Check

Zusätzlich zur Betrachtung der Online-Bürger- und Händlerbefragung wurde von der cma eine qualitative Bewertung der Einzelhändler über deren Online-Auffindbarkeit und Webseitenpräsentation durchgeführt. Insgesamt wurden dabei 420 Betriebe untersucht. Der Fokus lag hierfür auf den C-Zentren:

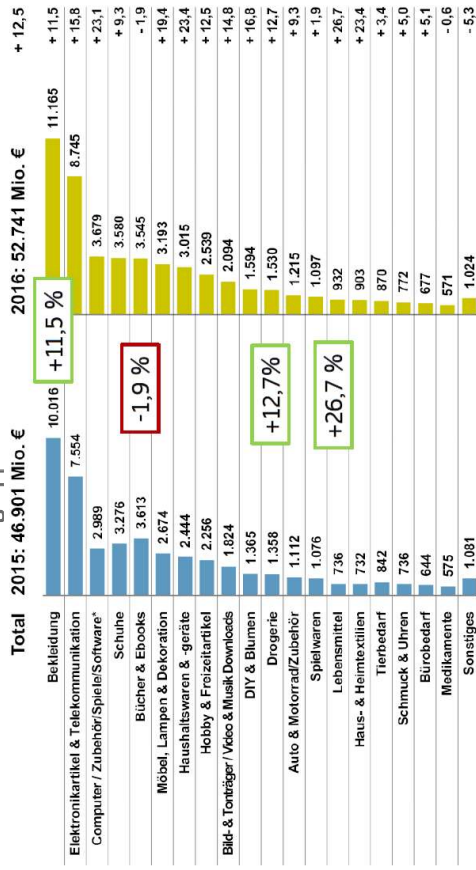
- Linden-Nord Limmerstraße
- Linden Mitte
- Nordstadt
- Vahrenwalder Straße
- Südstadt (Hildesheimer Straße)
- Kirchrode
- Misburg-Nord

Basierend auf der Online-Präsenz sowie dem Gesamteindruck, wurden folgende Kriterien des Online-Einzelhandels in Hannover beurteilt:

- Online-Präsenz: Auffindbarkeit
- Online-Präsenz: Eigene Webseite
- Online-Präsenz: Online Handel
- Online-Präsenz: Social Media

Die Bedeutung des Versandhandels ist in den letzten Jahren insgesamt deutlich gewachsen. Der klassische Versandhandel über Print-Kataloge hat dabei zunehmend an Bedeutung verloren. Das Wachstum im Versandhandel ist daher vor allem auf den zunehmenden Anteil des Online-Handels, einschließlich des Mobile-Commerce (Einkauf über mobile Endgeräte wie Smartphones), zurückzuführen.

Abb. 360: Umsatz nach Warengruppe im E-Commerce



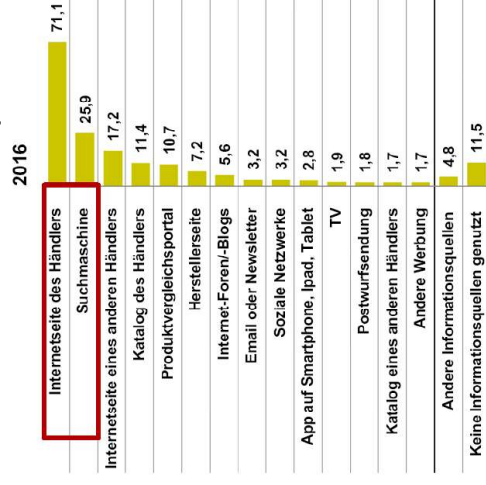
Veränderung 2015 zu 2016 in [%]

Quelle: © Bundesverband E-Commerce u. Versandhandel Deutschland 2017

Die umsatzstärkste Branche im Online-Handel ist nach wie vor der Handel mit Bekleidung und Textilien. Ebenfalls seit Jahren führend im Online-Umsatz liegen die Warengruppen Unterhaltungselektronik, Medien sowie der Handel mit Büchern und Schuhen. Bei der Betrachtung des Umsatzes im Jahr 2016 sind im E-Commerce im Vergleich zum Vorjahr deutliche Steigerungen zu erkennen. Der Umsatz stieg von 2015 auf 2016 um insgesamt 5,8 Mrd. €. Prozentual gab es vor allem in den Bereichen Lebensmittel, Drogerieprodukten und Bekleidung einen starken Anstieg von bis zu 26,7 %.

In der Branche Bücher und E-Books ist im Betrachtungszeitraum dagegen eine leichte Abnahme zu verzeichnen (-1,9 %).

Abb. 361: Genutzte Informationsquellen



Quelle: © Bundesverband E-Commerce u. Versandhandel Deutschland 2017

Für die Informationssuche ist die Internetseite des Händlers die meistgenutzte Informationsquelle bei einem Onlinekauf. Die Möglichkeit, über Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder Blogs online auffindbar zu sein, ist für viele Kunden ebenfalls wichtig.

Tendenziell werden diese Informationswege in Zukunft weiter zunehmen. Daher ist es für Händler wichtig, neben der eigenen Internetseite auch weitere Verkaufskanäle im Blick zu behalten

Die wichtigsten Ergebnisse der Online-Qualitäts-Checks werden im Folgenden dargelegt. Eine detaillierte Darstellung aller Ergebnisse samt Graphiken ist dem Anhang (Kap. 14.9) zu entnehmen.

- **Online-Präsenz: Auffindbarkeit:**  
Die Untersuchung zu der Online-Auffindbarkeit über den Namen zeigt, dass der Großteil der Betriebe in den C-Zentren Hannovers grundsätzlich online auffindbar ist. Etwa 9 von 10 Händlern sind online präsent. Das Ergebnis zeigt, dass bei der Schlagwortsuche über die Hauptbranche nur die Hälfte der Betriebe in den C-Zentren Hannovers zu finden ist.
- **Online-Präsenz: Eigene Website:**  
Mehr als ein Drittel der Einzelhandelsbetriebe in den C-Zentren besitzt keine eigene Webseite. Häufig angeführte Gründe, warum keine/ kaum Online-Aktivitäten von Händlern betrieben werden, sind mangelndes Interesse bzw. kein erkennbarer Bedarf, vor allem bei den standortbezogenen Diensten. Insgesamt ist die Online-Präsenz der ortsansässigen Händler als gering und deutlich ausbaufähig einzuordnen. Der Zustand der vorhandenen Webseiten ist jedoch in einem guten Zustand.
- **Online-Präsenz: Online-Handel:**  
Die Mehrheit (75 %) der untersuchten Betriebe betreibt keine Art von Online-Handel. Oftmals sind die Betriebe zu klein oder der Aufwand ist zu groß, um einen Online-Shop anzubieten. Bei dem Großteil der Einzelhändler, die einen Online-Shop besitzen, handelt es sich um Filialisten. Von den 105 Betrieben mit Online-Handel besitzen 88 (84 %) die Click and Reserve-Funktion.
- **Online-Präsenz: Social Media:**  
Mehr als die Hälfte der Betriebe in den C-Zentren besitzt keinen offiziellen Facebook-Account. Die deutliche Mehrheit derjenigen Betriebe, die über einen Facebook-Account verfügen, pflegen ihre Seite mit aktuellen Beiträgen.

Insgesamt zeigt sich bei der Untersuchung der Online-Präsenz der in den hannoverschen C-Zentren ansässigen Einzelhandelsbetriebe ein bipolares Bild:

Zum einen gibt es Händler, die Online-Marketing-Maßnahmen gezielt zu nutzen wissen und diese auch auf verschiedene Weise einsetzen (Webseite, Social-Media, Online-Shop). Zum anderen gibt es allerdings auch Händler, die Online-Marketing-Maßnahmen noch überhaupt nicht ins Visier ihrer Vermarktung genommen haben. Es lässt sich ebenfalls festhalten, dass immer mehr Händler im Internet zu finden sind und sich viele der Teilnehmer Gedanken über den eigenen Online-Auftritt machen. Die Gesamtbewertung der Qualität der Einzelhändler, die online vertreten sind, zeigt insgesamt ein positives Bild.

## 11.4 Online-Maßnahmen für die Einzelhändler

Einige Händler sind trotz des mittlerweile in allen Bevölkerungsgruppen etablierten und omnipräsenten Internets online bislang gar nicht oder nur schlecht aufgestellt. In Hannovers C-Zentren besitzen immer noch 36 % der Einzelhändler keine eigene Webseite und 11 % der Betriebe sind online nicht auffindbar. Im Umgang mit Online-Maßnahmen bestehen demnach noch umfassende Handlungsbedarfe.

Eine der wichtigsten Fragen, die sich die Einzelhändler stellen sollten ist, ob ihr Betrieb von potenziellen Kunden im Internet überhaupt gefunden wird. Bei der **Online-Vermarktung** der Betriebe in Hannovers Stadtbezirkszentren sind einige positive Beispiele vorzufinden, jedoch ist noch immer mehr Potenzial vorhanden. Das Mindestmaß bei der Online-Präsenz ist und sollte die Auffindbarkeit des eigenen Betriebes sein.

Wichtige Fragen, die sich die Einzelhändler bei der Suche nach darüber hinaus gehenden geeigneten Maßnahmen im Online-Marketing stellen sollten, sind u.a.:

- Was ist die derzeitige Kundschaft?

- Welche Kundschaft soll neu angesprochen werden?
- Über welche Kanäle sind potenzielle Kunden am besten zu erreichen?

Momentan fehlen häufig Strategien, die die Händler mitziehen. Wenn viele Händler genau wüssten, wofür sie sich mit ihren Online-Aktivitäten einsetzen können und welcher Erfolg damit einhergehen kann, wären ihre Anstrengungen möglicherweise anders. Bei der Suche nach geeigneten Maßnahmen können etwa Seminare/ Workshops helfen, Knowhow zu vermitteln und die Händler anzuregen, sich im Bereich der Online-Marketingmaßnahmen präserter aufzustellen. Hierbei sind neben der Eigeninitiative des Handels insbesondere die Kammern und Verbände gefragt, ihre bestehenden Angebote und Maßnahmen weiter auszubauen.

Bei Aktivitäten im **Social-Media**-Bereich sieht es in den C-Zentren Hannovers noch um einiges schlechter aus: 44 % der Einzelhändler sind in sozialen Netzwerken nicht zu finden. Dabei sind Social-Media-Plattformen eine gute und kostengünstige Möglichkeit, um für seinen Betrieb zu werben, mit Kunden zu kommunizieren und auch potenziellen Kunden einen Eindruck über den eigenen Betrieb zu geben. Mittlerweile sind die sozialen Netzwerke zu einer wichtigen Plattform im Marketing herangewachsen. Werbung über soziale Netzwerke ermöglicht vor allem auch neuen Einzelhändlern, sich auf dem Markt zu positionieren und sich einen Kundenstamm aufzubauen bzw. den bestehenden Kundenstamm zu erweitern.

Die Kommunikation in den sozialen Medien birgt für die Unternehmen eine Reihe Chancen. Bedeutung der Präsenz in den sozialen Medien (für Akteure):

- Marketinginstrument mit großer Reichweite,
- Nutzung einer vergleichsweise kostengünstigen existierenden Plattformform,

- sortimentsunabhängige und zeitgemäße Ansprache einer breiten Masse an potenziellen Kunden,
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades,
- direkter Austausch durch persönliche Interaktion,
- Fokussierung einzelner Produkte und Aktionen des Betriebes,
- Vertrauensaufbau potenzieller Kunden durch „Empfehlungsmarketing“ (positive Rückmeldung durch Follower).

Um die Social Media-Präsenz der Betriebe in den C-Zentren zu steigern, bedarf es auch an dieser Stelle einer Aufklärung der Einzelhändler. Grundsätzlich muss die Online-Kommunikation gelebt werden und authentisch sein. Deshalb heißt die Empfehlung: Konzentration. Präsenz auf jeden relevanten digitalen Kanal – nur um 'digital zu sein' – kann die Kommunikation sehr schnell schwierig machen. Nicht zuletzt muss dann das digitale Versprechen, das auf Social-Media-Plattformen abgegeben wird, auch im direkten Kontakt mit den Kunden/Besuchern eingelöst werden.

## 11.5 Maßnahmen für die Landeshauptstadt Hannover

Städte sind als Orte des Handels entstanden und seitdem durch diesen geprägt. Unter dem Einfluss der demografischen Entwicklung, der Veränderungen im Konsumverhalten, der Digitalisierung und sinkenden Frequenzen in den Zentren ist der Druck der Online-Konkurrenz im stationären Einzelhandel zu spüren.

Die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durchgeführte Online-Bürgerbefragung zeigt, dass der Anteil des Online-Handels am Einzelhandel in Hannover stetig wächst und der Treiber für die sinkenden Besuche in der Innenstadt ist (vgl. Kap. 14.7). Bei 44 % der Befragten wird die Innenstadt wegen Onlinekäufen seltener

besucht als früher. Auch die kürzlich durchgeführte IFH-Studie „Vitale Innenstädte“ bestätigt diese Ergebnisse.“<sup>46</sup>

Die hohe Bedeutung des Themas Digitalisierung ist in Hannover an vielen Stellen deutlich zu erkennen – und sie wird sich weiter stetig erhöhen. Seit rund 1 ½ Jahren existiert in Hannover unter intensiver Mitwirkung der Landeshauptstadt die Initiative „Digitales Hannover“, die im Grundsatz versucht, ein breit angelegtes Bündnis der Digitalisierung zu schmieden. So soll gewährleistet werden, dass alle Institutionen an einem Strang ziehen und die finanziellen und zeitlichen Ressourcen effizient und gebündelt genutzt werden. Zudem hat die Stadt eine Digitalisierungsstrategie verabschiedet.

Es zeigt sich allerdings, dass die Möglichkeiten der Digitalisierung derzeit noch nicht ausgeschöpft werden: Wie der Online-Qualitäts-Check in den hannoverschen C-Zentren zeigt, werden Aktivitäten im Social-Media-Bereich lediglich von einer knappen Mehrheit genutzt: 44 % der Einzelhändler sind in sozialen Netzwerken nicht zu finden (vgl. Kap. 11.3). Nach und nach stellen sich allerdings immer mehr Akteure der digitalen Entwicklung. Durch sich rascher wandelnde Entwicklungen ersetzt Agilität zunehmend die Strategie.

Der Online-Handel stellt allerdings nicht das einzige Problem des Handels in den Zentren deutscher Städte dar. Mehr als die Hälfte der Läden in den Zentren sind veraltet bzw. ohne Highlights. Es ist nicht erstaunlich, dass sich im Zuge dieses Wandels immer mehr Städte und Gemeinden um ihre Ortskerne bzw. Innenstädte sorgen (müssen). Der alleinige Einkauf von Waren wird zukünftig nicht mehr Hauptmotiv für den Zentrumsbesuch sein.

Auch die Landeshauptstadt Hannover muss trotz einer hohen Attraktivität als Einkaufsort neue Wege einschlagen, um ihre Anziehungskraft für die Konsumenten aufrecht zu erhalten.

Dass Hannovers Innenstadt auch über den Einzelhandel hinaus eine hohe Attraktivität besitzt, zeigt sich, indem immerhin knapp 30 % der Befragten zwar auch online einkaufen, sie die Innenstadt aber immer noch genauso häufig besuchen wie zuvor (vgl. hierzu Kap. 11.3).

Erfolgreiche Zentren sind Orte, an denen der Einkauf zum kommunikativen und emotionalen Erlebnis wird, sie bieten die Chance zum Entdecken, zu persönlichen Kontakten und Unterhaltung. Daneben sind vor allem die Bereiche Freizeit und Tourismus, Mobilität und Verkehr sowie Wohnen von steigender Bedeutung. Im Folgenden werden für die Landeshauptstadt Hannover Ideen und Maßnahmen für die Zukunft lebendiger Zentren formuliert.

### Einzelhandel und ergänzende Nutzungen sowie Gestaltung des öffentlichen Raumes

Der Handel hat für den Städtebau und die Stadtentwicklung einer Stadt eine hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion für die Bevölkerung trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion von Zentren bei, sodass diese ihren Aufgaben im Gefüge der Stadt als attraktiver Aufenthaltsort, als Ort der Kommunikation und identifikationsbildender Bereich der Stadt gerecht werden können. Daher ist auch die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen in Hannover so wichtig. Der Handel ist und bleibt die Leitfunktion für die Zentren, seine Dynamik ist maßgeblich für die vielen strukturellen Änderungen im Zentrum.

Die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes durchgeführte Online-Bürgerbefragung hat gezeigt, dass Besorgungen in den ausgewählten Stadtbezirks- oder Stadtteilzentren oftmals über den klassischen Versorgungseinkauf hinausgehen. Einzelhandelsergänzende Nutzungen, die zu weiteren Aktivitäten im Zentrum einladen, erhöhen oftmals die

<sup>46</sup> <http://www.haz.de/Hannover/Aus-der-Stadt/Hannovers-Innenstadt-punktet-bei-Kunden-Studie-Vitale-Innenstaedte-vorgestellt>

Verweildauer (vgl. 14.7). Für jedes Zentrum sollte es also Ziel sein, dass in Ergänzung zum Einzelhandel einzelhandelsnahe Dienstleistungen, wie z. B. Post oder Bank, vorgehalten werden, um die Funktionsvielfalt und damit die Attraktivität dieser Bereiche zu stärken. Darüber hinaus sind einzelhandelsferne Dienstleistungen, Gesundheitseinrichtungen und gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw. von Bedeutung. Deren Bestand sollte möglichst gesichert sowie deren Ansiedlung unterstützt werden.

Einzelne Maßnahmen zur Attraktivierung der Zentren in Hannover wurden im Kap. 7 aufgezeigt.

Das traditionelle Kaufhaus als Magnetbetrieb der Zentren wird es in Zukunft nicht mehr geben. Weiterhin muss es jedoch besondere Anziehungspunkte des Einzelhandels in Hannover geben. Dies können Flagship-Stores internationaler Marken, moderne Spezialanbieter, aber auch Warenhäuser mit zielgruppenorientierten Shop-in-Shop Konzepten sein. Die klassischen Verkaufsräume können sich zunehmend zu Kombinationen von Verkaufs-, Show- und „Feelrooms“ entwickeln und die dort erlebten Produkte vielfach online bestellt werden – vor Ort oder später mobil.

Magnete der Zentren in Hannover können aber auch Szeneviertel, einzelne exponierte Kulturbauten oder innerstädtische Frei- und Aufenthaltsräume von besonderer Qualität sein. Städtische Individualität oder die Verknüpfung von historischen und modernen Elementen können zu Markenelementen von Hannover werden.

Social-Media-Angebote bestimmen die Planung des Stadtbesuchs und die Besucherlenkung. Neben dauerhaften Magneten können auch temporäre Magnete in Form von Events oder Pop-Up-Stores Besucher in die Zentren von Hannover locken.

Neben ergänzenden Nutzungen des Einzelhandels ist auch die Gestaltung des öffentlichen Raumes von besonderer Bedeutung, wenn es um die Attraktivierung der Zentren geht. Mit dem Stadtentwicklungsprogramm hat die Landeshauptstadt in den letzten 15 Jahren in über

50 Projekten in die Umgestaltung von Stadtplätzen investiert und somit zur Aufenthaltsqualität in den Stadtteilen beigetragen. Zu diesen 50 Projekten zählen u. a. der Vahrenwalder Markt und der Jahnplatz, bei denen die Umgestaltung zu einer Belebung der Stadtelemente geführt hat. Die Nutzung und Gestaltung öffentlicher Räume ist und bleibt eine Daueraufgabe in der Zentrenentwicklung von Hannover und sollte weitergeführt werden.

Ein immer wieder auftretendes Problem in Zentren stellt die Häufung von Leerständen dar. Auch in Hannover sind Zentren betroffen. Um diesem Problem entgegenzuwirken, bestehen bereits Projekte zum Umgang mit Leerständen: In Linden-Süd hat sich die AG Branchenmix und Leerstandsmanagement gegründet, in der sich Ladenbetreiber und Anwohner für einen attraktiven Wirtschaftsstandort in der Deisterstraße engagieren. Im gesamten Stadtgebiet ist die Agentur für kreative ZwischenRaumNutzung aktiv, indem sie versucht, leerstehende Ladenlokale und Gewerberäume temporär an Künstler zu vermitteln.

Diese Projekte sollte Hannover weiterhin unterstützen und auch neue Konzepte ins Leben rufen, um den Leerständen und den damit einhergehenden städtebaulichen Defiziten und Funktionsverlusten der Zentren von Hannover entgegenzuwirken. Ziel ist eine schnelle optische Aufwertung der Bereiche. Dazu sind die Eigentümer der Leerstände zu identifizieren, zu kontaktieren und an der Umsetzung (finanziell) zu beteiligen. Langfristig ist ein Geschäftsflächenmanagement zur nachhaltigen Leerstandsreduktion zu etablieren

### Freizeit und Tourismus

Touristen, Umlandbewohner und Bürger der eigenen Stadt sind gleichermaßen Nutzer der Freizeit- und Kulturangebote von Hannover. Nicht der einzelne Kino- oder Museumsbesuch zieht Besucher in die Zentren, sondern die Kombination aus Gastronomiebesuch, kulturellen Aktivitäten, Einkaufen und privaten Begegnungen in öffentlichen und nicht-öffentlichen Bereichen. Für die Stadtentwicklung in Hannover bedeutet dies die Förderung von Quartieren mit einer räumlichen Nähe und Verknüpfung der Angebote. Regionalität, Authentizität, Nachhaltigkeit und Convenience müssen eine größere Rolle spielen. Die Schranken zwischen touristischen Angeboten für Besucher und Freizeitangeboten für Bürger in Hannover sollten fallen. Touristen sind vermehrt auf der Suche nach dem Alltäglichen, dem Stadterlebnis in einer authentisch empfundenen Nachbarschaft. Hotels stehen verstärkt in Konkurrenz zu Privatquartieren und alternativen Übernachtungsmöglichkeiten.

Die Landeshauptstadt Hannover und die Hannover Marketing und Tourismus GmbH leisten bereits mit vielen Veranstaltungen und weiteren Aktivitäten, wie dem Weihnachtsmarkt, der Weiterentwicklung der Wochenmärkte, dem Maschseefest oder den Projekten zur Stärkung der lokalen Ökonomie, einen großen Beitrag zur Attraktivitätssteigerung in der City und in den Quartieren. Ziel ist es, ein persönliches, authentisches und unverfälschtes Hannover zu präsentieren, in dem sich alle Einwohner wohl fühlen und das gleichzeitig spannend und entdeckenswert für Besucher ist. Flankiert werden diese Aktionen von einer Vielzahl an Marketingmaßnahmen und Services rund um den Aufenthalt in der Landeshauptstadt. Sie reichen von themenbezogenen Stadtführungen abseits der bekannten Sehenswürdigkeiten über Erlebnisreisepakete bis zu umfangreichen crossmedialen Marketing- und PR-Kampagnen im In- und Ausland.

Veranstaltungen, Feste und Märkte sollten in Zukunft noch mehr zum integralen Bestandteil der Stadtentwicklung in Hannover werden, indem sie die Stadt inszenieren. Die Besucher wechseln die Rolle und

wandeln sich von passiven Konsumenten zu aktiven Mitgestaltern der Veranstaltungen.

### Mobilität und Verkehr

Zentren sollen vielfältig, spannend und voller Leben sein. Sie sind aber auch laut, beengend und gesundheitlich belastend. Zukunftsfähige neue Mobilitätslösungen sind die zentrale Voraussetzung für die Zentren der Zukunft. Verbote werden dabei durch innovative Lösungen im Umweltverbund ersetzt. „Mobil in einer lebenswerten Stadt“ in der Zukunft bedeutet genauso mobil zu sein wie heute, allerdings auf andere Art und Weise. Die Menschen in der Stadt sind weniger „auto“-mobil unterwegs, sondern nutzen dafür mehr den öffentlichen Verkehr, das Fahrrad oder die Fußwege.

Mit dem Verkehrsentwicklungsplan Masterplan Mobilität 2025 hat die Landeshauptstadt Hannover bereits die Voraussetzung für die Wahlfreiheit der Verkehrsmittel geschaffen. Ein Handlungsschwerpunkt des Masterplans ist das Leitbild Radverkehr. Mit dem Modellprojekt Urbane Logistik (2017-2020) sollen Alternativen für den Lieferverkehr geschaffen werden. Der Einsatz von Lastenfahrrädern und E-Fahrzeugen soll den notwendigen Wirtschaftsverkehrsverkehr verbessern.

Mit dem städtebaulichen Bekenntnis zur Stadt der kurzen Wege schafft Hannover die Voraussetzung für Verkehrsminderungen. Die Digitalisierung liefert die passenden Werkzeuge für die intelligente Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel.

Durch weitere Maßnahmen im verkehrlichen Bereich können in Hannover innerstädtische Flächen für neue städtebauliche Qualitäten frei werden (z. B. Rückbau von Bahnhöfen an geeigneter Stelle, temporäre Fußgängerzonen etc.) bei Aufrechterhaltung der Erreichbarkeit für alle Verkehrsträger.



## Wohnen

Die strikte Trennung zwischen Wohnen, Arbeiten und Freizeit ver-schwindet allmählich. In einer Stadt, die zugleich Urbanität und Nach-barschaft bietet, kann diese Nutzungsmischung gelingen. Die aktive, engagierte Stadt-Community ersetzt das anonyme, flüchtige Stadtle-ben. Dazu ist es notwendig, dass Hannover den Fokus stärker auf Mehrgenerationenhäuser und gemischt genutzte Objekte setzt und zielgruppenspezifischen Wohnraumangeboten wie Studentenwohnhei-men, Seniorenanlagen und BusinessapartFmenthäusern weniger Be-achtung schenkt.

Die Schaffung von preiswertem Wohnraum ist in Hannover nach dem Wohnkonzept 2025 erklärtes Ziel. So sollen z. B. zukünftig die Lauf-zeiten von Aufwendungszuschüssen für geeignete Belegrechtswoh-nungen verlängert und damit preiswerte Wohnungen für Menschen mit geringem Einkommen gesichert werden.

Die Landeshauptstadt sollte sich auch weiterhin auf ihre Verantwor-tung für die Schaffung bezahlbaren Wohnraums besinnen.

Innerstädtisches Wohnen ist somit mehr als die Antwort auf Leer-stände und Nebenlagen mit wachsenden Funktionsverlusten. Es för-dert die Identität mit Hannover, bringt belebte Plätze in den Abend-stunden, schafft Immobilienrentabilität und leistet einen Beitrag zur Verkehrsvermeidung.