



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Land.
Seit 1988.**

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Seelze 2024



Projektleitung: Dipl.-Geograph Arne Decker

Bearbeitung: M.A. Wirtschaftsgeographie Justus Scherfose

Hannover, 22.04.2025

Handel
Stadt + Regionalplanung
Marketing
Management
Digitale Stadt
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorfstraße 1 30163 Hannover
T 0511-220079-50
cima.hannover@cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin

Hannover

Lübeck
Ried und Wien (AT)

www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Die auftraggebende Stelle kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeitenden. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber der auftraggebenden Stelle im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Inhalt

1 Auftrag und Aufgabenstellung	7
2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung	8
2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel	8
2.1.1 Onlinehandel	8
2.1.2 Veränderte Kundschaftsansprüche	10
2.2 Entwicklung der Betriebsformen	12
2.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmit-teleinzelhandel	14
3 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	16
3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Bedeutung	16
3.2 Sozioökonomische Strukturdaten	19
4 Marktgebiet und Nachfragepotenzial in der Stadt Seelze	22
4.1 Marktgebiet	22
4.2 Nachfragepotenzial	23
5 Einzelhandelsangebot in der Stadt Seelze	24
5.1 Einzelhandelsstruktur	24
5.2 Einzelhandelszentralität	28
5.3 Kaufkraftstromanalyse	32
5.4 Nahversorgungssituation	33
6 Zentrenstruktur in der Stadt Seelze	38
6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs	38
6.2 Zentrenkonzept der Stadt Seelze	40
6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze	42
6.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter	46
6.2.3 Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße	50
6.2.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte	54

6.2.5 Sonstiges Stadtgebiet Seelze	59
6.3 Potenzialstandorte in Seelze	59
6.3.1 Potenzialstandort Nahversorgung Dedensen	62
6.3.2 Potenzialstandort Nahversorgung Seelze-Süd	63
7 Branchenkonzept für die Stadt Seelze	65
7.1 Sortimentsliste	65
7.1.1 Vorbemerkung	65
7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	65
7.1.3 Ableitung der Sortimentsliste für die Stadt Seelze	68
7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien	73
7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze	76
7.2.2 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter	79
7.2.3 Ansiedlungsstrategien für die Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße	80
7.2.4 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte	82
7.2.5 Ansiedlungsstrategien für sonstige Wohn- und Mischgebiete (siedlungsstrukturell integrierte Lagen)	83
7.2.6 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte	84
7.2.7 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete	84
7.2.8 Entwicklungsstrategien für Stadtteile ohne Einzelhandelsbesatz	84
8 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	87
9 Anhang	89
9.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials	89

9.2	Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	90
9.3	Abgrenzung von Betriebstypen.....	91
9.4	Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung.....	92
9.5	Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche	97

Abbildungen

Abbildung 1: Umsatzentwicklung Gesamteinzelhandel (online und stationär) und Onlineanteil	8
Abbildung 2: Umsatzentwicklung des Onlinehandels in Deutschland	9
Abbildung 3: Anteil der Branchen am Gesamtonlinevolumen 2023	9
Abbildung 4: Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt	10
Abbildung 5: Marktanteile nach Vertriebsformen 2011–2021 (nominal in %).....	13
Abbildung 6: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten	15
Abbildung 7: Stadt Seelze und Stadtteile	17
Abbildung 8: Lage im Raum und zentralörtliche Funktionen	18
Abbildung 9: Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Seelze	19
Abbildung 10: Touristische Rahmendaten der Stadt Seelze	20
Abbildung 11: Bevölkerungsprognose der Stadt Seelze	21
Abbildung 12: Nachfragepotenziale der Stadt Seelze in Mio. €	23
Abbildung 13: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz	24
Abbildung 14: Verkaufsfläche pro Kopf in der Stadt Seelze	25
Abbildung 15: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Seelze	27
Abbildung 16: Einzelhandelsumsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in der Stadt Seelze	28
Abbildung 17: Handelszentralitäten-Ranking (in %) in der Stadt Seelze	31
Abbildung 18: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Stadt Seelze	32
Abbildung 19: Nahversorgungsbetriebe in der Stadt Seelze (Auswahl).....	34
Abbildung 20: Nahversorgungserreichbarkeit in der Stadt Seelze (5-minütiger PKW-Radius).....	35
Abbildung 21: Nahversorgungserreichbarkeit in der Stadt Seelze (10-minütiger-zu Fuß-Radius).....	36
Abbildung 22: Zusammenfassendes Datenblatt Stadt Seelze (2010 und 2023).....	37
Abbildung 23: Räumliche Zentrenstruktur der Stadt Seelze	41
Abbildung 24: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze 2024	43
Abbildung 25: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im ZVB Hauptzentrum Seelze.....	44
Abbildung 26: Städtebauliche Mitte, Platz „Alter Krug“	44
Abbildung 27: Eindrücke aus dem ZVB Hauptzentrum Seelze.....	45
Abbildung 28: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter 2024	47
Abbildung 29: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im ZVB Stadtteilzentrum Letter	48
Abbildung 30: Geschäfte an der Lange-Feld-Straße.....	48
Abbildung 31: Eindrücke aus dem ZVB Stadtteilzentrum Letter	49
Abbildung 32: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz in der FMA Hannoversche Straße	50
Abbildung 33: Fachmarktagglomeration Hannoversche Straße.....	51
Abbildung 34: Eindrücke aus der FMA Hannoversche Straße	52
Abbildung 35: Solitäre Nahversorgungsstandorte Stadtgebiet Seelze	55
Abbildung 36: EDEKA-Markt Letter.....	56
Abbildung 37: Netto-Markt Letter.....	56
Abbildung 38: EDEKA-Markt Lohnde	57
Abbildung 39: NETTO-Markt Gümmer	57
Abbildung 40: NETTO-Markt Velber	58
Abbildung 41: SB-Markt Celik, Harenberg	58
Abbildung 42: Potenzialstandorte und ihre Erreichbarkeit.....	61
Abbildung 43: geschlossener Nahversorger in Dedensen	62
Abbildung 44: Potenzialfläche in Seelze-Süd	63
Abbildung 45: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Periodischer Bedarf	69
Abbildung 46: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Aperiodischer Bedarf	70
Abbildung 47: Sortimentsliste für die Stadt Seelze	71

Abbildung 48: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe)	75
Abbildung 49: Die 31 cima-Branchen und 14 cima-Warengruppen	90
Abbildung 50: Abgrenzung und Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche	93
Abbildung 51: Funktionale Lage des zentralen Versorgungsbereichs	93
Abbildung 52: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche	94

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Seelze

Analysezeitraum

September 2023 – März 2024

Zielsetzung

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Seelze sollen die Anforderungen und Rahmenbedingungen der Raumordnung (derzeit geltendes Regionales Raumordnungsprogramm Region Hannover 2016) und der Landesplanung (derzeit geltendes Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen 2022) erfüllt werden.

Maßgebliche Relevanz haben die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Aktualisierung der ortsspezifischen Sortimentsliste für die Stadt Seelze.

Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Seelze
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Stadt Seelze
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels für die Stadt Seelze
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Aktualisierte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

- Ableitung der Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente für die Stadt Seelze unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung
- Aufzeigen aktueller branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig in der Stadt Seelze zu binden
- Darstellung von Maßnahmen zur langfristigen Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und der grundzentralen Versorgungsstrukturen
- Einzelhandelsrelevante Entwicklungsmöglichkeiten und Empfehlungen für die Stadtteile

Vorbemerkung zur Methodik

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Seelze basieren auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im September 2023.

Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weitere Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der gutachterlichen Inaugenscheinnahme der Unternehmen.

Die kaufkraftrelevanten sowie soziodemographischen Daten beziehen sich auf die Jahre 2023 bzw. 2024. Die Datenquelle und Aktualität sind jeweils an entsprechender Stelle genannt.

2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung

2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel

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

Es ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen wird. Damit sinkt auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur, vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Bei leicht wachsendem Gesamtumsatz in den letzten Jahren ist der Handel grundsätzlich vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Der Preis (Discountorientierung) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den in den letzten Jahren gestiegenen privaten Verbrauchsausgaben in Folge langer Zeit guter Arbeitsmarktlage und steigender Gehälter bleibt der Kaufpreis auf Kundschaftsseite ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

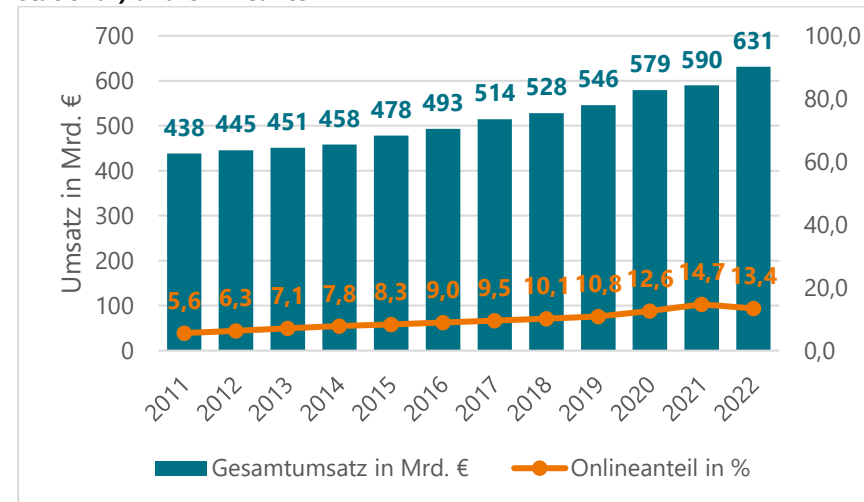
2.1.1 Onlinehandel

Kaum ein Thema wird in den aktuellen Diskussionen häufiger und kontroverser angesprochen als die Auswirkungen des Onlinehandels (E-Commerce) auf den stationären Einzelhandel. Dies hängt vor allem mit der rasanten Umsatzentwicklung des Onlinehandels zusammen.

In der Abbildung 1 wird die Entwicklung der Anteile des Onlinehandels am Gesamtumsatz des Einzelhandels dargestellt. Dabei wird ersichtlich, dass der Online-Anteil an den Umsätzen noch relativ gering ist. Rund 85 % der Umsätze finden nach wie vor größtenteils in stationären Geschäften statt,

ein stetiges Wachstum der Anteile des Onlinehandels in den letzten zehn Jahren ist jedoch deutlich zu erkennen.

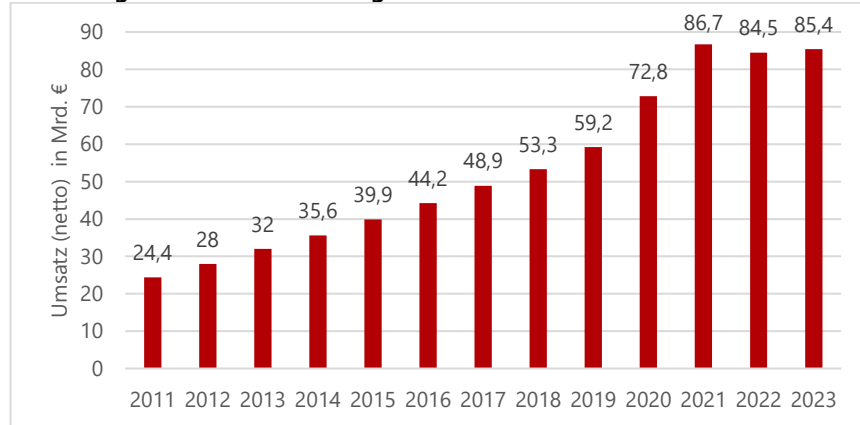
Abbildung 1: Umsatzentwicklung Gesamteinzelhandel (online und stationär) und Onlineanteil



Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Zahlenspiegel 2023
 Bearbeitung: cima 2024

Zwischen 2011 und 2022 konnte der Einzelhandel insgesamt (online und stationär) ein Umsatzwachstum von rd. 438 Mrd. € auf rd. 631 Mrd. €, d. h. eine Steigerung von rd. 44 %, verzeichnen. Das Wachstum ist zu einem bedeutenden Anteil auch auf Umsatzzuwächse im Onlinehandel zurückzuführen. Dort konnte eine Umsatzsteigerung von rd. 24,4 Mrd. € im Jahr 2011 auf ca. 84,5 Mrd. € im Jahr 2022 generiert werden.

Abbildung 2: Umsatzentwicklung des Onlinehandels in Deutschland

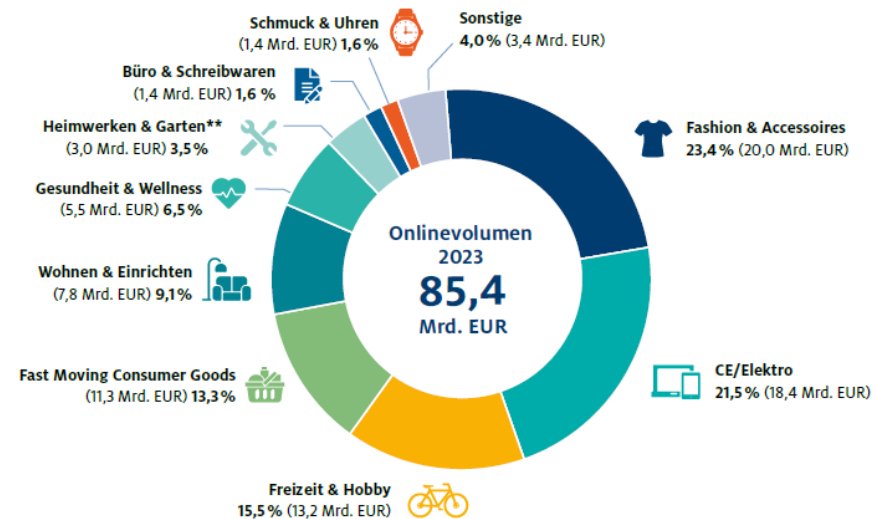


Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024
 Bearbeitung: cima 2024

Im Jahr 2022 war nach zwei Jahren mit durch die Coronapandemie bedingten sehr starken Wachstumsraten die Umsatzentwicklung im Onlinehandel erstmals leicht rückläufig. Dies ist vor allem auf nachlassende pandemiebedingte Sondereffekte (Käufe werden wieder verstärkt stationär vorgenommen) zurückzuführen. Dennoch zeigt sich auf lange Sicht ein deutlicher Wachstumstrend im Onlinehandel, der bereits vor mehr als zehn Jahren begonnen hat.

Die Marktbedeutung des Onlinehandels stellt sich branchenbezogen sehr unterschiedlich dar. Die wichtigsten Umsatzträger sind die Sortimentsbereiche Fashion & Accessoires (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren etc.), CE¹/Elektro und Freizeit & Hobby (Spielwaren, Bücher, Sportbedarf). Alle anderen Branchen spielen eine untergeordnete Rolle (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Anteil der Branchen am Gesamtonlinevolumen 2023

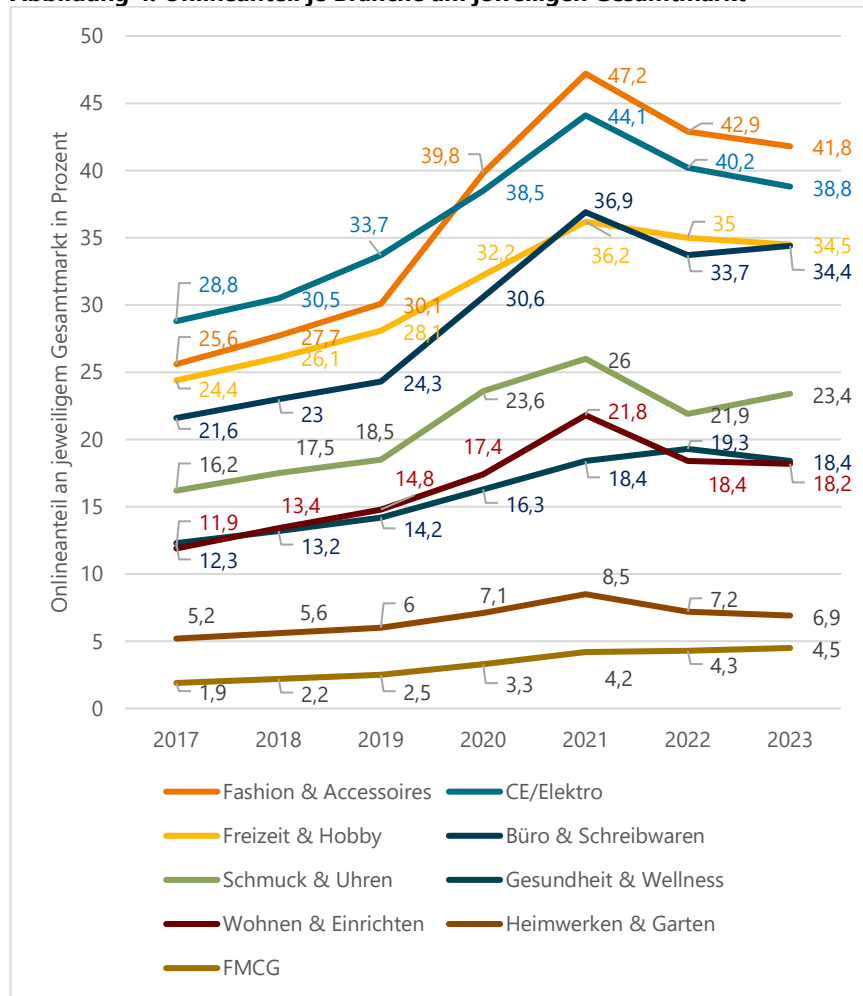


Lesebeispiel: Der Onlineumsatz mit Consumer Electronics und Elektrogeräten (CE/Elektro) erreicht 2023 ein Volumen von 18,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil am Gesamt-Onlinevolumen von 21,5 Prozent.

* Umsatzangaben netto (ohne Umsatzsteuer)
 ** DIY-Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko-/Haus-/Heimtextilien

Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024

¹ Consumer Electronics (Unterhaltungs- und Haushaltselektronik)

Abbildung 4: Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt

Quelle: eigene Darstellung auf Basis Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2019-2024

Aus städtebaulicher Sicht bedenklich ist die Tatsache, dass die umsatzstärksten Branchen des Onlinehandels die attraktivitätsbestimmenden Sortimente der Einkaufsinnenstädte darstellen. Ein weiteres Anwachsen der Umsatzleistungen in diesen Branchen geht somit unmittelbar zu Lasten des Innenstadthandels und könnte in diesen sensiblen Standortbereichen zu einer weiteren Beschleunigung der Leerstandsentwicklung oder zumindest zu Trading-Down-Prozessen führen.

Während der Onlinehandel im Nonfood-Bereich bereits etabliert ist, befindet sich der Online-Lebensmittelhandel weiterhin in der Pionierphase. Die Konzepte reichen von Onlineshops des etablierten Lebensmittelhandels bis zu reinen Onlineanbietern. Gemessen am gesamten Einzelhandel liegt der Umsatzanteil von Lebensmitteln (inkl. Getränke und Tabakwaren) mit 2,4 % im Jahr 2023 bislang noch auf einem geringen Niveau.² Zu bemerken sind allerdings die in den letzten Jahren stetigen Wachstumsraten in diesem Segment.

Die Gründe für die geringen Onlinekäufe im Lebensmittelbereich sind u. a. in dem dichten Versorgungsnetz des Lebensmitteleinzelhandels und den langen Öffnungszeiten zu sehen. Insbesondere die flächendeckende Versorgung ist ein Grundbedürfnis, das der stationäre Handel beinahe vollständig deckt. Auch in der Sortimentsbreite und -tiefe können nicht alle Onlineshops mit dem stationären Lebensmittelhandel mithalten: Vor allem Frischeprodukte werden bislang nicht flächendeckend online vertrieben und erschweren somit die Etablierung des Versandhandels im Lebensmittelbereich.

2.1.2 Veränderte Kundschaftsansprüche

Sowohl Kundschaft als auch Einzelhandel reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und die Konsumierenden werden für den Einzelhandel dadurch „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten beim

² Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2023

Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Einkaufsstätten und Vertriebswegen.

Die Ansprüche der Kundschaft steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinaus soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seine Mehrwerte darstellt und kommuniziert. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und die Beratung vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität, Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Konsumierenden beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Onlinehandel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um die hybride Kundschaft anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für die Kundschaft von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um die Kundschaft in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt und Social-Media-Kanäle stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkerne des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit

eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zum Wettbewerb zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebs historie oder durch Spezialisierungen z. B. über Sortiment, Personal, Service erfolgen. Es gilt, ein positives Bild in den Köpfen zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kundschaft sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. im Lebensmitteleinzelhandel durch ein individuelles und passgenaues Angebot zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung wieder: Übersichtlichkeit und ein bequemes Erreichen der Waren sollen den Einkauf erleichtern.

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Handel. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie ein glaubwürdiges Auftreten können hier von Vorteil sein. Es wird dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung gelegt. Warenpräsentation und Ladendesign können auch puristischer anmuten.

Cross-Selling

Mit einem Cross-Selling-Ansatz werden Zusatzangebote bereitet, die die Kundschaftsbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Ware umfassen. Die

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

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das geänderte Konsumverhalten ist die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Hierbei verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und den damit einhergehenden Vorteilen die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel.

Mit der wachsenden Bedeutung des Onlinehandels wird der stationäre Handel verstärkt zum Ausstellungs- und Präsentationsraum: Beim sogenannten „Showrooming“ informieren sich Interessierte im Laden, kaufen anschließend aber online.

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Einzelhandelsunternehmen eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research Online, Purchase Offline - online suchen, offline kaufen).

Essenziell für stationäre Handelsunternehmen ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital aufgefunden zu werden. Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus gilt es, sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbietende von lokalen und nationalen Online-Marktplätzen als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister erfolgen. Ferner bieten Social-Media-Plattformen die Möglichkeit, Produkte und Aktionen zu bewerben, das Unternehmen darzustellen und Kundschaft zu binden.

Konsumierende möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, zum anderen mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone

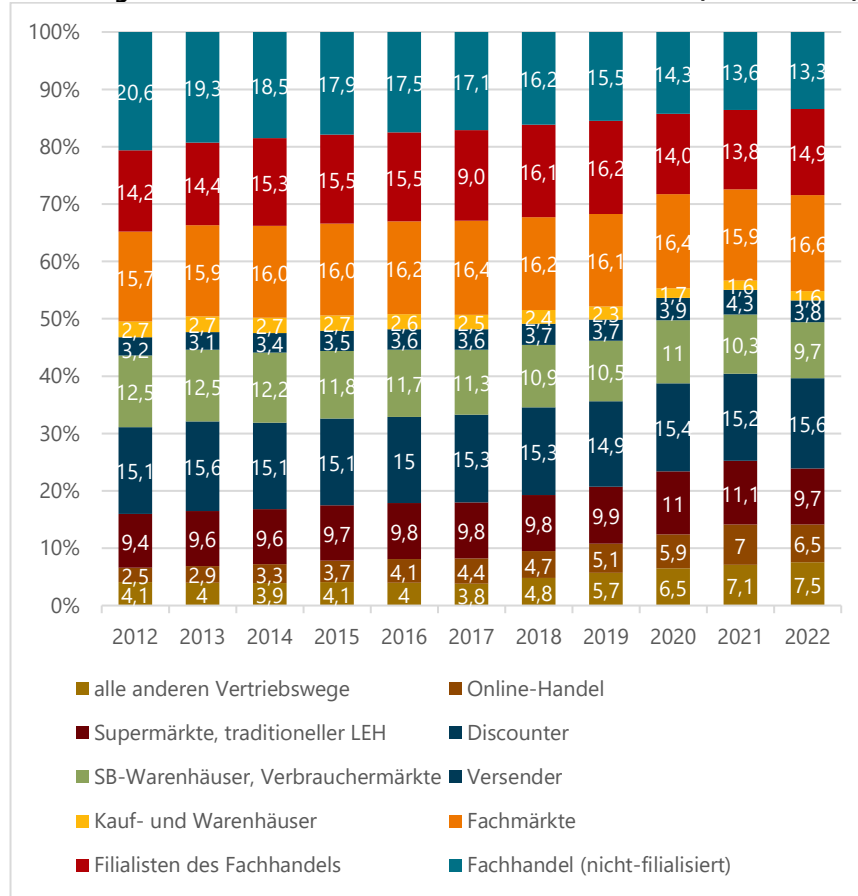
online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, nur einen Kanal zu bedienen; es müssen möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. Die Kundschaft kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen Onlineshop oder stationärem Handel wählen. Beim Cross-Channeling kann während des Einkaufes zwischen den Kanälen gewechselt werden - z. B., wenn das Produkt online bestellt und stationär im Geschäft abgeholt wird („Click & Collect“).

Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, den Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären Einzelhandel, dass die Kundschaft am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

2.2 Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen des Einzelhandels führen die o.g. Rahmenbedingungen und Herausforderungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Die folgende Abbildung zeigt die Marktanteile der Betriebsformen von 2011-2021. Die Entwicklung ist vor allem durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer“ spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf). Mit der aufgezeigten Betriebstypenentwicklung geht eine Flächenentwicklung von kleinteiligen Läden hin zu größeren Flächen und insgesamt weniger Betrieben einher. Der Trend zu immer größeren Läden ist gebremst, auch durch die Möglichkeiten, Produkte oder Produktvarianten digital auf kleinerer Ausstellungsfläche zu präsentieren.

Abbildung 5: Marktanteile nach Vertriebsformen 2011–2021 (nominal in %)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Handelsverband Deutschland – HDE e. V., Zahlenspiegel 2022

Folgende wesentliche Muster sind der Entwicklung der Vertriebsformen marktbestimmend:

- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multi-Marken-Image oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile.

Herstellende verlieren ihre Vertriebspartnerinnen und -partner und entwickeln weitere eigene Handels- und Vertriebsnetze.

- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Betriebe wird weiter geschärft.
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig nur noch Marktbedeutung haben können. Einkaufskooperationen bieten klare Kostenvorteile, Dienstleistungs-Kooperationen können Serviceleistungen und Kundschaftsbindung verbessern.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine gewisse Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Weitere internationale Betriebe werden versuchen, den deutschen Markt zu erschließen, da Deutschland als Europas größter Einzelhandelsmarkt attraktiv ist.
- Trend zur Vertikalisierung: Anbietende beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Betriebe wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (Store Branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, austauschbare Standard-Shopping-Center haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten – ob gewachsen oder geplant – müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich immer noch in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre langsam weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Onlineshops der etablierten Lebensmittelhändler bis zu neuen, reinen Online-Anbietern.

Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf gute innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Stadt- und Ortsteilen.

2.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Seit jeher ist der Lebensmitteleinzelhandel von Wandel geprägt und im Fokus neuer Entwicklungen, Trends und Experimente. Der große Wettbewerbsdruck ist Treiber von Innovationen, neuen Konzepten und Ideen, um den Kundschaftsansprüchen (weiterhin) gerecht zu werden.

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

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarkts erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt: Ein wesentliches Problem für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 m² bis 1.800 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind Flächen über 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen Kompromisse eingegangen werden. Häufig können die Vorteile einer ansprechenden Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln gegenüber Discountern auf zu kleinen Flächen nicht herausgestellt werden. Denn auch die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Etablierung von Markensortimenten, zunehmende Frischekompetenz, qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenience-Produkte etc.) und neue Konzepte im Ladenbau und der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.

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

- Die Ansprüche der Konsumierenden an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Service zur Verfügung steht.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde in vielen Lebensmittelmärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, sodass die Kundschaft bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So sind etwa die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgt werden können muss oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden zu berücksichtigen.
- Serviceelemente wie z. B. Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. „Ready-to-Eat“-Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Gänge sorgen nicht nur für ein angenehmeres Einkaufserlebnis, sondern tragen auch zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abbildung 6: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten



Quelle: cima, 2022

Aus kommunaler Sicht ist hinzuzufügen, dass eine kundschaftsorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen sind Nahversorgungsstrukturen zielgerichtet und gut erreichbar in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer Treffpunkt. Diese Zentren leisten auch einen wichtigen Beitrag im Sinne der „Stadt der kurzen Wege“ und der Verkehrsreduzierung.

3 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Seelze liegt in der Region Hannover, westlich der Landeshauptstadt Hannover in Niedersachsen. Die Stadt Seelze besteht aus 11 Stadtteilen: Die beiden größten Stadtteile sind Seelze (Kernstadt und Sitz der Stadtverwaltung) und Letter. Die neun weiteren Stadtteile sind die Ortschaften Almhorst, Dedensen, Döteberg, Gümmer, Harenberg, Kirchwehren, Lathwehren, Lohnde und Velber. In der Stadt Seelze leben 35.527 Menschen (Region Hannover, 31.03.2024).

Die Nachbarstädte der Stadt Seelze sind im Uhrzeigersinn im Norden startend die Stadt Garbsen, die Landeshauptstadt Hannover, die Stadt Gehrden, die Stadt Barsinghausen und die Stadt Wunstorf (allesamt Teil der Region Hannover).

Die Stadt Seelze ist über die Bundesstraße 441 an das regionale Straßennetz angeschlossen (Verbindung zur Stadt Hannover und nach Wunstorf). Von großer Bedeutung ist zudem die Autobahn A2, welche das Stadtgebiet im Westen durchquert. Die Auffahrt 40 (Wunstorf-Luthe) liegt dabei im Stadtgebiet. Die A2 sorgt für eine schnelle überregionale Anbindung mit dem Pkw, z. B. nach Berlin oder ins Ruhrgebiet.

Eine Bahnanbindung mit drei Haltepunkten in Seelze, Letter und Dedensen/Gümmer besitzt die Stadt Seelze ebenfalls. Diese ermöglichen eine schnelle Pendelverbindung mit der S-Bahn in die Landeshauptstadt Hannover (ca. 10 Minuten Fahrtzeit). Der Hauptbahnhof in Hannover fungiert als Umstiegs-Bahnhof für Regionalbahnen wie auch Schnellzüge (ICE) im Fernverkehr.

Die Ortsteile der Stadt Seelze sind zudem über Busverbindungen an das ÖPNV-Netz der Region angeschlossen.

Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Stadt Hannover, an die das Stadtgebiet im Osten angrenzt. Die nächstgelegenen Mittelzentren befinden sich mit Langenhagen, Garbsen, Wunstorf und Barsinghausen in direkter Umgebung des Stadtgebiets.

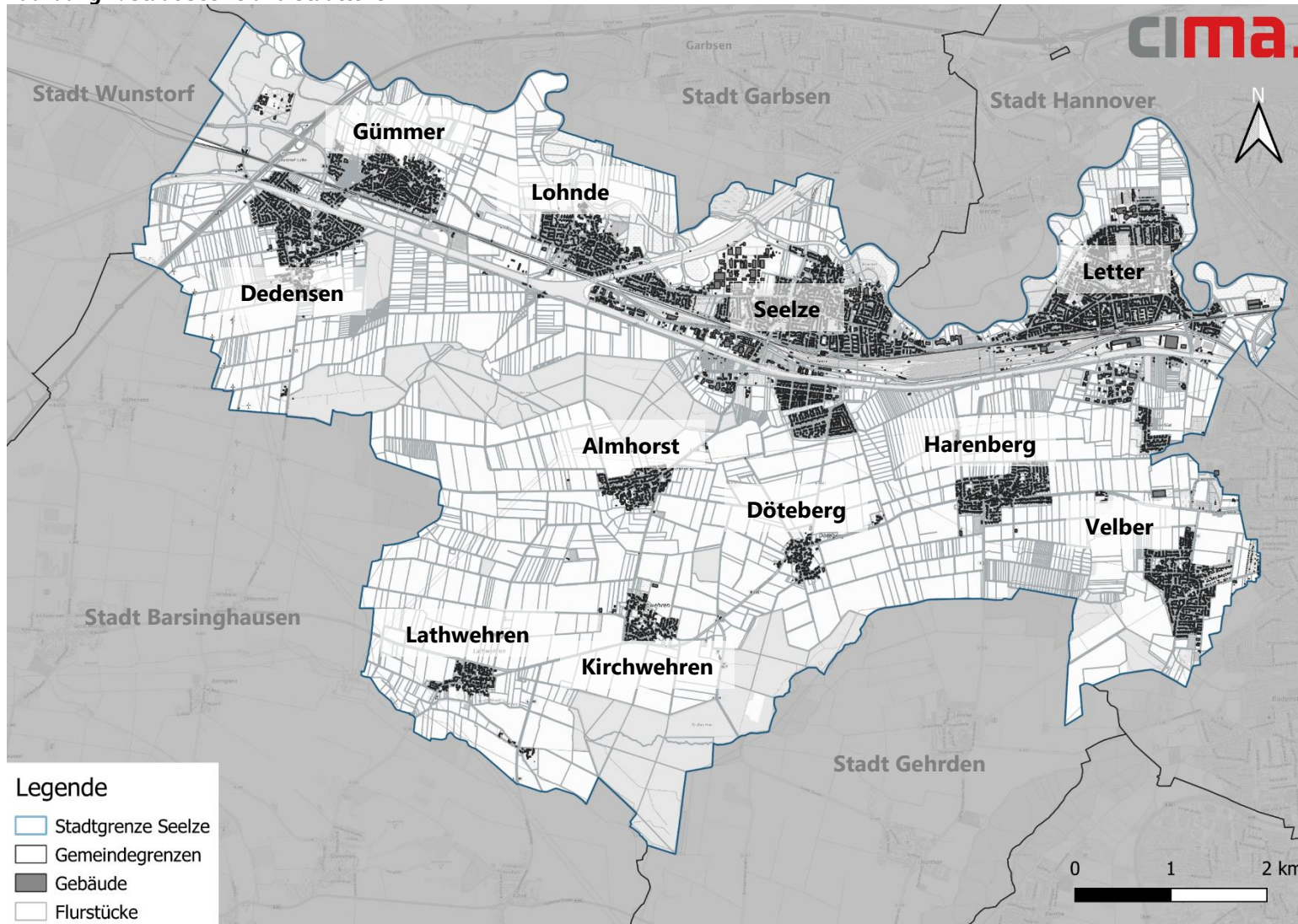
Mit einer Bevölkerungsdichte von 643 Einwohnenden je qkm (Stand 31.12.2023) zählt die Stadt Seelze gemäß zusammengefasstem regionalstatistischen Raumtyp (RegioStaR 17) des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr zur Kategorie der Stadtregionen und dabei zum städtischen Raum.

Der Siedlungsschwerpunkt der Stadt Seelze verteilt sich entlang des Stichkanals Hannover-Linden und der Bahnschienen, und zwar insbesondere nördlich davon. Hier liegen die einwohnerstarken Stadtteile Seelze, Letter, Lohnde und Gümmer (Abb. 7). Der Stichkanal und die Bahnschienen wirken allgemein stark zerschneidend und trennend.

Gemäß dem aktuell gültigen Raumordnungsprogramm für die Region Hannover aus dem Jahr 2016 ist die Stadt Seelze als Grundzentrum ausgewiesen (s. Abb. 8). Im RROP sind in Seelze zwei Versorgungskerne (in den Stadtteilen Seelze und Letter) sowie ein regional bedeutsamer Fachmarkstandort (Hannoversche Straße) ausgewiesen.

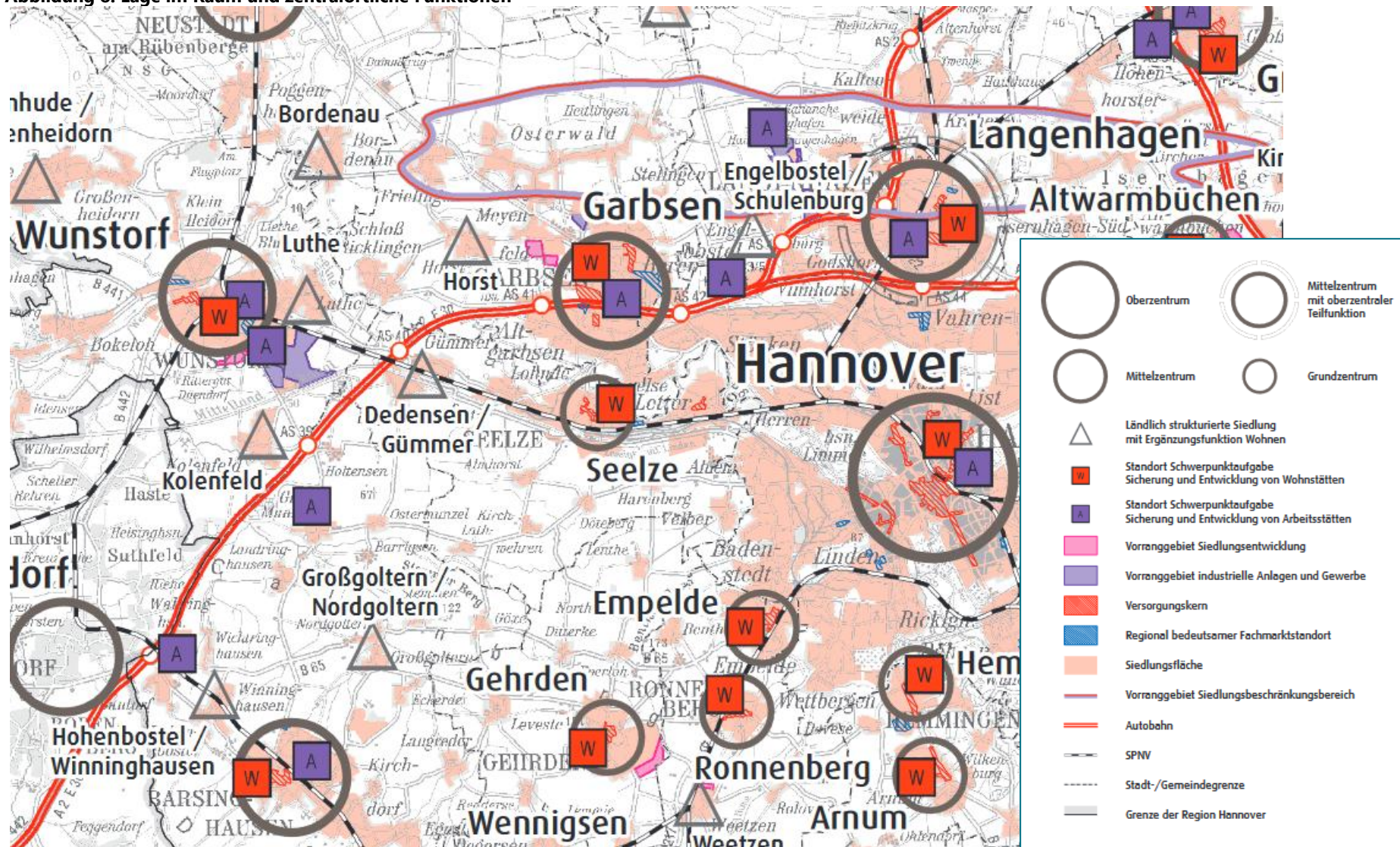
Die Stadt Seelze übernimmt der Raumordnung nach als Grundzentrum die Versorgungsaufgabe mit zentralörtlichen Einrichtungen und Angeboten für den allgemeinen täglichen Grundbedarf für die eigene Bevölkerung.

Abbildung 7: Stadt Seelze und Stadtteile



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/BKG 2024 © Stadt Seelze
Bearbeitung: cima, 2024

Abbildung 8: Lage im Raum und zentralörtliche Funktionen



Quelle: RROP 2016, Region Hannover

3.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Die Stadt Seelze verzeichnete im Betrachtungszeitraum 2019 bis 2023 eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung. Mit einem Zuwachs von 1,2 % liegt die Gemeinde damit in einer ähnlichen Größenordnung wie die Entwicklung in der Region Hannover (+1,8 %). Im gleichen Zeitraum gab es im Bundesland Niedersachsen eine etwas geringere, weiterhin aber leicht positive Entwicklung der Bevölkerungszahl (+0,7 %).

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort hat in der Stadt Seelze zwischen 2019 und 2023 leicht abgenommen (-1,0 %). Die Region Hannover und das Land Niedersachsen stehen mit einstelligen Wachstumsraten etwas positiver dar.

Ein besonderer Blick lohnt sich auch auf das Pendelsaldo der Stadt Seelze. Die Stadt verfügt über eine eher niedrige Arbeitsplatzzentralität und weist daher ein deutlich negatives Pendelsaldo auf (2023 circa drei Mal mehr Auspendelnde als Einpendelnde). Das Pendeldefizit ist von 2019 bis 2023 weiter angewachsen. Durch die Nähe insbesondere zur Landeshauptstadt Hannover, aber auch zu den starken Mittelzentren Garbsen und Langenhagen haben viele Einwohner der Stadt Seelze ihren Arbeitsplatz außerhalb der Stadtgrenzen.

Bei der Betrachtung der Arbeitslosenquote der Stadt Seelze unter Berücksichtigung der Vergleichswerte des Bundeslandes Niedersachsen und der Region Hannover ist ein leichter Anstieg zwischen 2019 und 2023 zu verzeichnen. Die Entwicklung der Arbeitslosenquote in Seelze ist dabei sehr ähnlich zur der Entwicklung der Arbeitslosenquote in der Region Hannover insgesamt.

Neben einer leicht positiven Bevölkerungsentwicklung ist insbesondere das stark negative Pendelsaldo hervorzuheben. Dies ist durch die Nähe zur Landeshauptstadt Hannover und den vielfältigen Arbeitsplatzangeboten dort zu begründen. Seelze eignet sich als guter Wohnstandort mit schneller Erreichbarkeit der Arbeitsstelle in Hannover.

Abbildung 9: Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Seelze

Indikatoren		Stadt Seelze	Region Hannover	Niedersachsen
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2019	34.401	1.157.115	7.945.685
	31.12.2020	34.260	1.155.330	7.962.775
	31.12.2021	34.271	1.157.541	7.982.448
	31.12.2022	34.742	1.173.891	7.993.608
	31.12.2023	34.798	1.177.676	8.003.421
	31.03.2024	35.527	k.A.	k.A.
	+/- in % 2019-2023	1,2	1,8	0,7
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle Z100001G; Stand 01.10.2024				
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort)	30.06.2019	6.594	517.160	2.894.119
	30.06.2020	6.654	518.606	2.956.773
	30.06.2021	6.536	525.451	3.007.560
	30.06.2022	6.670	535.093	3.016.855
	30.06.2023	6.528	540.720	3.059.368
	+/- in % 2019-2023	-1,0	4,6	5,7
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K70I5101; 01.10.2024				
Einpendelnde	30.06.2019	4.565	312.184	1.836.055
Auspendelnde	30.06.2019	11.838	248.006	1.972.963
Saldo		-7.273	64.178	-136.908
Einpendelnde	30.06.2021	4.514	318.783	1.878.475
Auspendelnde	30.06.2021	11.830	252.463	2.018.465
Saldo		-7.316	66.320	-139.990
Einpendelnde	30.06.2023	4.434	327.673	1.911.438
Auspendelnde	30.06.2023	12.171	258.358	2.070.443
Saldo		-7.737	69.315	-159.005
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabellen P70I5105, P70I5107 und P70I5109; Stand 01.10.2024				
Arbeitslosenquote (bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen)	2019	6,4	6,4	5,0
	2020	7,6	7,5	5,8
	2021	7,0	7,6	5,5
	2022	7,7	7,1	5,3
	2023	7,7	7,7	5,7
	+/- in % 2019-2023	1,3	1,3	0,7
Quelle: Bundesagentur für Arbeit - Arbeitslosenquoten Jahresdurchschnitt 2019 bis 2023 Auf kommunaler Ebene der Stadt Seelze: Statistik Service Nordost				

Bearbeitung: cima, 2024

Tourismusdaten

Tourismuszahlen liegen für die Vergleichsjahre 2017 bis 2019 in der Stadt Seelze vor (Zahlen ab 2020 obliegen der Geheimhaltung aufgrund zu geringer Betriebszahlen im Tourismus-/Gastgewerbe). Hier zeigt sich, dass die Anzahl der Ankünfte in diesem Zeitraum leicht zurückgegangen ist. Stärker ist die Anzahl der Übernachtungen in diesem Zeitraum gesunken, und zwar von 5.307 Übernachtungen im Jahr 2017 auf 4.652 Übernachtungen im Jahr 2019. Dies ist auch mit einem Rückgang der Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 3 auf 2,7 Tage zu erklären.

Die Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen in der Region Hannover hat sich nach der Corona-Pandemie und den starken Auswirkungen dieser in den Jahren 2020 und 2021 wieder positiv entwickelt. Sowohl bei der Anzahl der Ankünfte wie auch bei der Anzahl der Übernachtungen insgesamt konnte im Jahr 2023 fast wieder das hohe Vor-Corona-Niveau von 2019 erreicht werden.

Auf Landesebene sind ähnliche Trends festzustellen.

Die Bedeutung der Stadt im Tourismussektor ist insgesamt als gering einzuschätzen. Für Städtereisende, welche die Stadt Hannover besuchen, liegt sie trotz guter Bahnanbindung bereits zu weit außerhalb bzw. bietet im Vergleich zur Landeshauptstadt oder anderen touristischen Zielen in der Region wie dem Steinhuder Meer nicht genügend Anziehungskraft. Aufgrund der eingeschränkten Verfügbarkeit aktueller Daten sind die Entwicklungen für die Stadt Seelze mit Vorsicht zu bewerten. Die Zahlen von 2017 bis 2019 zeigen allerdings eher eine weitere Abnahme der Tourismusintensität als eine Zunahme.

Abbildung 10: Touristische Rahmendaten der Stadt Seelze

Indikatoren		Stadt Seelze	Region Hannover	Niedersachsen
Anzahl der Ankünfte (insgesamt)	2017	1.747	2.195.245	14.495.990
	2018	1.712	2.215.112	15.038.440
	2019	1.696	2.275.826	15.416.654
	2020	k.A.	1.032.893	8.720.791
	2021	k.A.	1.048.404	8.918.346
	2022	k.A.	1.877.091	13.648.005
	2023	k.A.	2.186.238	15.036.655
	+/- in % 2017-2023	-	-0,4	3,7
Übernachtungen (insgesamt)	2017	5.307	4.012.127	43.494.781
	2018	5.191	4.050.639	44.954.190
	2019	4.652	4.254.598	46.228.457
	2020	k.A.	2.106.661	30.036.477
	2021	k.A.	2.176.894	32.029.620
	2022	k.A.	3.599.505	43.255.683
	2023	k.A.	4.050.972	45.680.054
	+/- in % 2017-2023	-	1,0	5,0
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2017	3,0	1,8	3,0
	2018	3,0	1,8	3,0
	2019	2,7	1,9	3,0
	2020	k.A.	2,0	3,4
	2021	k.A.	2,1	3,6
	2022	k.A.	1,9	3,2
	2023	k.A.	1,9	3,0

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7360001; Stand 01.10.2024

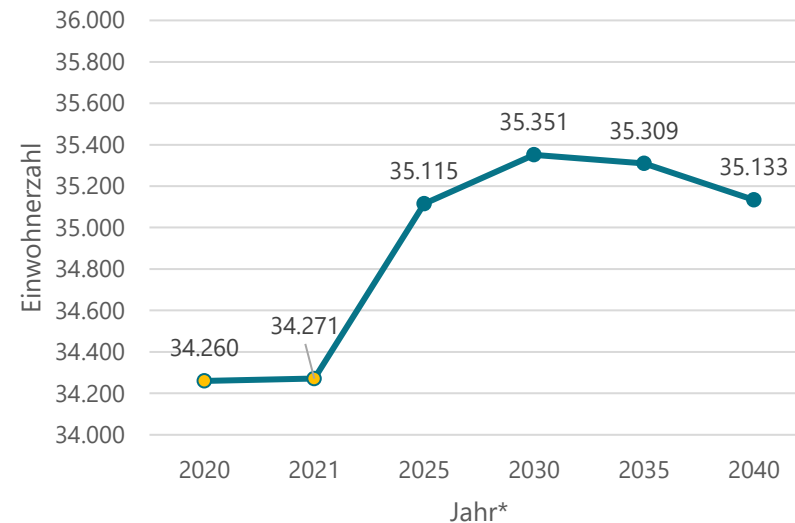
Bearbeitung: cima, 2024

Bevölkerungsprognose bis 2040

Die aktuellste verfügbare Bevölkerungsprognose für Seelze ist die der NBank, durchgeführt durch das CIMA-Institut für Regionalentwicklung. Die Prognose aus dem Jahr 2022 (Basisjahr 2021), die schon erste Geflüchtetenströme aus der Ukraine einbeziehen konnte, zeigt eine konstante Entwicklung der Bevölkerung bis zum Prognosehorizont 2040. Der prognostizierte Wert für das Jahr 2025 wurde dabei bereits im Jahr 2024 leicht überschritten (35.527 Einwohnerinnen und Einwohner, Stand 31.03.2024, Quelle: Region Hannover). Die Bevölkerungszahl wird sich der Prognose nach ohne weitere unvorhersehbare Entwicklungen bei knapp über 35.100 Einwohnerinnen und Einwohner einpendeln und ist nur geringen Schwankungen unterworfen.

Die Stadt Seelze verzeichnete einen moderaten Bevölkerungsanstieg zwischen 2020 und 2024. Die Bevölkerungsprognose zeigt eine konstante Entwicklung und ein Einpendeln der Bevölkerungszahl bei knapp über 35.100 Personen bis zum Jahr 2040.

Abbildung 11: Bevölkerungsprognose der Stadt Seelze



Quelle: NBank-Bevölkerungsprognose der CIMA, 2021

Bearbeitung: cima, 2024

*: Die Bevölkerungszahlen bis zum Jahr 2021 entsprechen den offiziellen Zahlen nach Landesamt für Statistik Niedersachsen (zum Stichtag 31. Dezember). Zahlen ab 2022 sind prognostizierte Werte.

4 Marktgebiet und Nachfragepotenzial in der Stadt Seelze

4.1 Marktgebiet

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

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

Mit der Landeshauptstadt Hannover angrenzend an das Stadtgebiet sowie den weiteren stark aufgestellten Mittelzentren Garbsen, Wunstorf und Barsinghausen in unmittelbarer Umgebung ist die Stadt Seelze von mehreren gewichtigen Einzelhandelsstandorten umgeben, die die Marktreichweite der Stadt Seelze stark einschränken. Relevant ist weiterhin die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Stadt Seelze: Laut dem Regionalen Raumordnungsprogramm der Region Hannover ist die Stadt Seelze als Grundzentrum ausgewiesen. Damit übernimmt die Stadt gemäß raumordnerischer Vorgaben die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung.

Das Marktpotenzial des Einzelhandels in der Stadt Seelze ergibt sich somit (fast) ausschließlich aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des eigenen Stadtgebietes. Aufgrund der beschriebenen Strukturen und dem starken Einzelhandelsangebot außerhalb der Stadtgrenzen in direkter Umgebung ist nicht davon auszugehen, dass das Marktgebiet der Einzelhandelsbetriebe in Seelze nennenswert außerhalb der Stadtgrenze reicht. Sofern das Marktgebiet leicht über die Stadtgrenze hinausreicht, wird in diesem Gebiet lediglich ein sehr kleiner Teil der Kaufkraft gebunden werden können. Daher ist das grundzentrale Marktgebiet der Stadt Seelze mit dem Stadtgebiet gleichzusetzen.

Kauf- und insbesondere Pendelverflechtungen mit dem Umland sind dennoch vorhanden.

Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Sortimente oder Betriebe im Stadtgebiet ein über das Stadtgebiet hinausreichendes Marktgebiet aufweisen können, da das Marktgebiet im vorliegenden Einzelhandelskonzept über alle Sortimente und Betriebe aufgestellt wird. Allerdings gibt es wenige Einzelhandelsbetriebe in Seelze, die dies aufgrund ihrer Größe und der Sortimentsauswahl vermuten lassen.

Die Ausstrahlung der Einzelhandelsbetriebe der Stadt Seelze lässt zu den äußeren Bereichen des Stadtgebietes nach.

4.2 Nachfragepotenzial

Die Berechnung des stationären Nachfragepotenzials³ im Einzelhandel in der Stadt Seelze erfolgt auf Basis der Bevölkerungszahl (35.527 Einwohner)⁴ und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (97,6).⁵ Damit liegt die Stadt Seelze leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100).

Es wird ein Pro-Kopf-Ausgabesatz im stationären Einzelhandel über alle Warengruppen hinweg von 6.377 € für das Jahr 2023 zugrunde gelegt⁶. Dieser wird an das lokale Kaufkraftniveau der Stadt Seelze mit Hilfe der Kaufkraftkennziffern angepasst.

Der Ausgabesatz einer jeden Person in der Stadt Seelze entspricht demnach im Durchschnitt 6.227 € im Jahr 2023.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Stadt Seelze auf circa 221,2 Mio. €. Davon entfallen circa 113,5 Mio. € auf den periodischen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf circa 107,8 Mio. €. Das größte rechnerische Nachfragepotenzial liegt in der Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel*, dem Kern des täglichen Bedarfs.

Abbildung 12: Nachfragepotenziale der Stadt Seelze in Mio. €

CIMA Warengruppe	Stadt Seelze
Periodischer Bedarf insgesamt	113,5
Nahrungs- und Genussmittel	91,6
Gesundheit, Körperpflege	18,6
Schnittblumen, Zeitschriften	3,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	107,8
Bekleidung, Wäsche	17,1
Schuhe, Lederwaren	6,1
Bücher, Schreibwaren	3,3
Spielwaren, Hobbybedarf	2,7
Sportartikel, Fahrräder	9,8
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	18,4
Uhren, Schmuck	3,2
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	7,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3,9
Einrichtungsbedarf	16,3
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	20,1
Einzelhandel insgesamt	221,2

Quelle: cima, 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

³ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung in der Stadt Seelze, die dem stationären Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

⁴ Quelle: Region Hannover (Stand: 31.03.2024)

⁵ Quelle: Michael Bauer Research GmbH (2024)

⁶ Die cima unterhält in diesem Zusammenhang eine Abteilung, welche sich fortwährend mit der Ermittlung von Pro-Kopf-Kaufkraftwerten beschäftigt und dazu unter anderem die Umsatz- und Einkommenssteuerstatistik, aber auch Grundlagendaten der Handels- und Absatzwirtschaft auswertet.

5 Einzelhandelsangebot in der Stadt Seelze

5.1 Einzelhandelsstruktur

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Seelze basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im September 2023. Die dargestellten Umsatzvolumina (brutto) leiten sich aus den konkreten Warenangeboten sowie der Angebotsqualität und Sortimentsstruktur ab. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen. Ergänzt wird diese Analyse entscheidend auch durch die Inaugenscheinnahme der Unternehmen durch die cima. Es handelt sich demnach um Schätzwerte. Die tatsächlichen Umsätze einzelner Betriebe können zum Teil deutlich abweichen.

Neben dem Facheinzelhandel und filialisiertem Einzelhandel werden gewerbliche Betriebe mit für die Kundschaft zugänglichen Verkaufsflächen (z. B. Sanitärfachhandel), Gärtnereien (Verkaufsfläche in Abgrenzung zur Anbaufläche) und Autohäuser (hier nur Zubehör) zum Einzelhandel hinzugerechnet. Großhandelsnutzungen, Baustoffhandel sowie Kfz-Handel zählen dagegen nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Seelze wurden insgesamt 91 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von circa 20.650 m² erhoben. Sie erwirtschafteten zusammen einen Einzelhandelsumsatz von circa 90,7 Mio. €.⁷

Abbildung 13: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	58	14.535	73,6
Nahrungs- und Genussmittel	45	12.370	62,6
Gesundheit, Körperpflege	7	1.960	10,2
Schnittblumen, Zeitschriften	6	205	0,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	33	6.115	17,1
Bekleidung, Wäsche	4	1.250	3,5
Schuhe, Lederwaren	2	585	1,7
Bücher, Schreibwaren	2	415	1,3
Spielwaren, Hobbybedarf	0	140	0,4
Sportartikel, Fahrräder	3	170	0,5
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	6	410	1,5
Uhren, Schmuck	2	40	0,3
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	7	415	3,3
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2	1.190	1,9
Einrichtungsbedarf	2	385	0,6
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	3	1.115	2,2
Einzelhandel insgesamt	91	20.650	90,7

Quelle: cima, 2023 (Rundungsdifferenzen möglich)

*: Umsätze werden erst ab mind. drei Betrieben (als Haupt- oder Randsortiment) je Warengruppe ausgewiesen.

⁷ Stand Oktober 2024 ist in Dedensen kein Einzelhandelsbetrieb mehr vorzufinden. Die zwei im September 2023 aufgenommenen Betriebe Bäckerei Kuckuck und Heike's Blumen und Geschenke sind mittlerweile geschlossen.

Folgende Ergebnisse sind dabei hervorzuheben:

- Den Warengruppen des periodischen Bedarfs können 58 Betriebe und damit über 60 % aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Seelze zugeordnet werden. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von insgesamt circa 14.535 m² (70 %) einen Umsatz von circa 73,6 Mio. € (81 %). Die hohen Anteile des periodischen Bedarfs entsprechen der primären raumordnerischen Funktion von Grundzentren für die Versorgung mit zentralörtlichen Einrichtungen und Angeboten für den allgemeinen täglichen Grundbedarf.
- Der absolut größte Anteil entfällt dabei auf *Nahrungs- und Genussmittel*. 45 Betriebe setzen auf circa 12.370 m² Verkaufsfläche im Jahr etwa 62,6 Mio. € in der Stadt Seelze um.
- Den Warengruppen des aperiodischen Bedarfs können 33 Betriebe und damit etwas mehr als ein Drittel aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Seelze zugeordnet werden. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von insgesamt circa 6.115 m² (30 %) einen Umsatz von circa 17,1 Mio. € (19 %). Trotz der nicht direkt vorhandenen raumordnerischen Funktion für diese Warengruppen ist das aperiodische Einzelhandelsangebot damit entsprechend ordentlich repräsentiert.
- Insbesondere die Warengruppen *Sanitätsartikel, Optik und Akustik* und *Elektroartikel und Unterhaltungselektronik* sind im aperiodischen Bedarfsbereich in der Stadt Seelze mit sieben respektive sechs Betrieben im Hauptsortiment stark vertreten. Insgesamt werden in der Warengruppe *Sanitätsartikel, Optik und Akustik* auf circa 415 m² Verkaufsfläche geschätzte 3,3 Mio. € erwirtschaftet. Die Warengruppe *Elektroartikel und Unterhaltungselektronik* kommt auf 410 m² sowie einem Umsatz von ca. 1,5 Mio. €. Die umsatzstärkste Warengruppe im aperiodischen Bereich ist *Bekleidung, Wäsche* mit einem Umsatz von circa 3,5 Mio. €.
- Die Warengruppe *Spielwaren, Hobbybedarf* ist als einzige Warengruppe lediglich im Rand- und nicht als Hauptsortiment in Stadt Seelze vertreten.

Über die reine Darstellung der Einzelhandelskenndaten hinaus ist die Verkaufsflächendichte ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Bevölkerungszahl stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt inkl. ländlich geprägter Räume über alle Sortimente hinweg bei circa 1,60 m² Verkaufsfläche je Einwohnerin bzw. Einwohner.

Im periodischen Bedarfsbereich ist nach cima-Erfahrungen ab einem Wert von circa 0,50 m²/EW von einer ausreichenden Versorgungssituation auszugehen. Regionalen cima-Untersuchungen zufolge wird über Grund-, Mittel- und Oberzentren hinweg eine durchschnittliche Verkaufsfläche im periodischen Bereich zwischen 0,43 und 0,63 m² je Einwohnerin bzw. Einwohner erzielt.

In der Stadt Seelze beträgt die Verkaufsflächendichte insgesamt 0,58 m²/EW; im periodischen Bedarfsbereich 0,41 m²/EW und im aperiodischen Bedarfsbereich 0,17 m²/EW. Damit ist die Gesamtausstattung gegenüber den Durchschnittswerten in Deutschland unterdurchschnittlich und ausbaufähig. Dies ist insbesondere auf den aperiodischen Bedarfsbereich zurückzuführen, in dem das Angebot gering ist. Beim periodischen Bedarf weist die Stadt Seelze hingegen eine nur leicht unterdurchschnittliche Ausstattung auf.

Abbildung 14: Verkaufsfläche pro Kopf in der Stadt Seelze

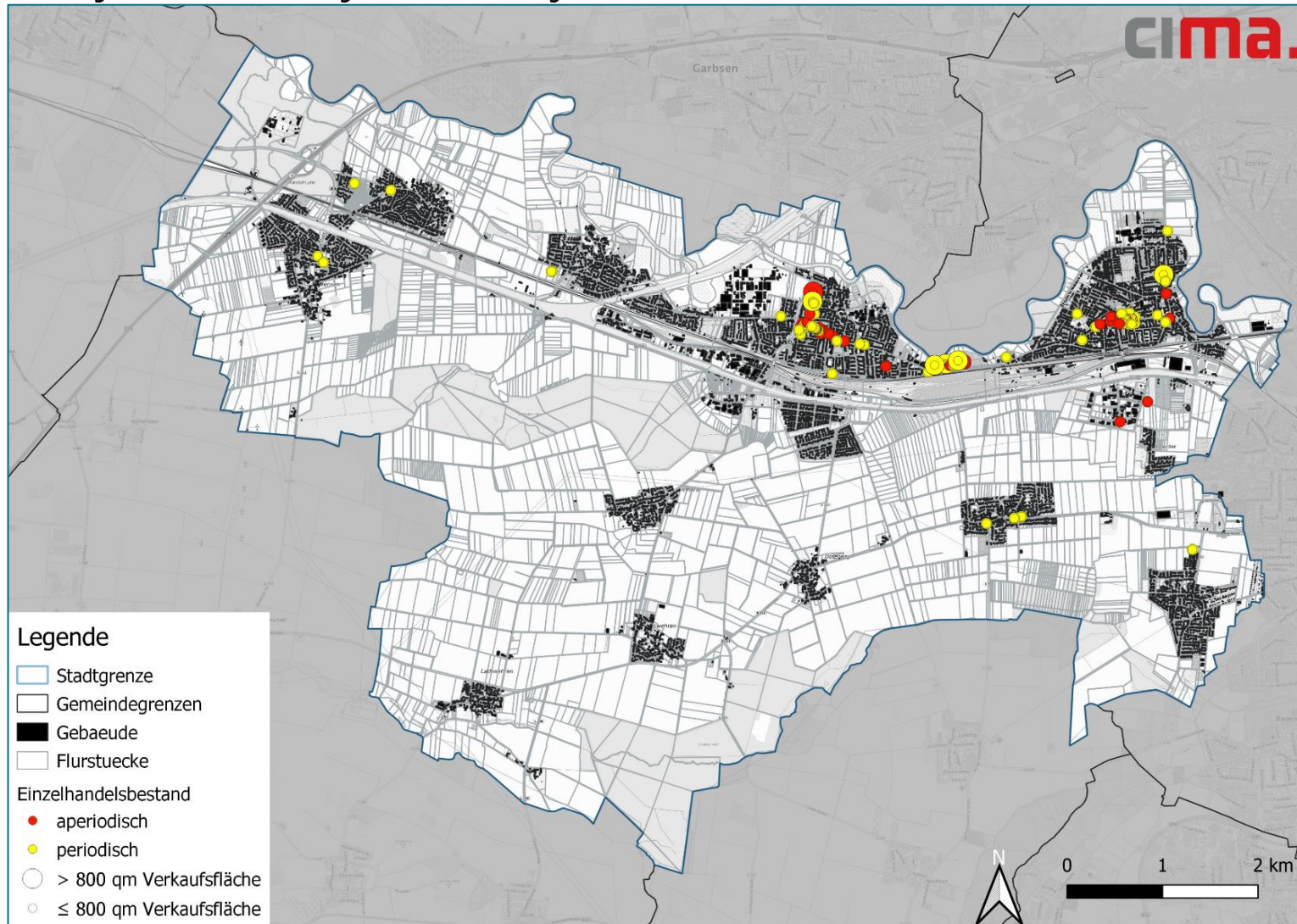
Stadt Seelze	
Verkaufsflächendichte in qm je Einwohnerin/Einwohner	0,58
im periodischen Bedarf	0,41
im aperiodischen Bedarf	0,17

Quelle: cima, 2023

Ausschlaggebend für die Verkaufsflächendichtewerte im periodischen Bedarf sind die Lebensmittelvollsortimenter EDEKA E-Center (Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße in Seelze, Letter und Lohnde) und REWE (Seelze) sowie die Lebensmitteldiscounter ALDI und LIDL (beide Fachmarkttagglomeration), NP (Letter) und NETTO (Seelze, Velber und Gümmer). Dies wird beispielsweise ergänzt durch die Drogeriekette ROSS-MANN (Seelze und Letter).

Im aperiodischen Bereich setzt sich die Verkaufsflächendichte prioritär aus diversen kleinflächigen Betrieben sowie einzelnen größeren Betrieben zusammen. Hierbei ist insbesondere der Sonderposten-Markt ZIMMER-MANN (Seelze) mit über 1.000 m² Verkaufsfläche zu nennen, welcher ein breites Angebot in verschiedenen, überwiegend aperiodischen Sortimenten aufweist.

Abbildung 15: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Seelze



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2023 © Stadt Seelze
 Bearbeitung: cima, 2023

5.2 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

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

Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen der Stadt Seelze liegt bei circa 221,2 Mio. € pro Jahr. Der jährlich erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz beträgt den Berechnungen der CIMA zufolge circa 90,7 Mio. €. Die Kaufkraftabflüsse übersteigen somit die Kaufkraftzuflüsse deutlich. Dementsprechend erreicht der Einzelhandel in der Stadt Seelze insgesamt einen Zentralitätswert von 41 %, was als sehr gering zu bewerten ist.

Die Zentralität im periodischen Bedarfsbereich liegt mit 65 % deutlich über der Zentralität des aperiodischen Bedarfsbereichs (16 %). Damit wird die Stadt der Funktion von Grundzentren entsprechend (Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs) mit Einschränkungen gerecht.

Zwar ist es typisch für ein Grundzentrum, einen Zentralitätswert von unter 100 % insbesondere im aperiodischen Bereich zu besitzen, dennoch sind die Ausstattungswerte im periodischen sowie insbesondere aperiodischen Bereich in der Stadt Seelze für ein Grundzentrum als unterdurchschnittlich zu bewerten. Dies ist vor allem mit der Lage der Stadt Seelze begründbar, die in unmittelbarer räumlicher Nähe zu starken Einzelhandelsstandorten (Oberzentrum Hannover, Mittelzentrum Garbsen, etc.) liegt, zu welchen die Kaufkraft aus der Stadt abfließt. Bei einzelnen Warengruppen im aperiodischen Bereich könnte das Angebot dennoch ergänzt oder ausgeweitet werden, um eine Grundausstattung in Seelze zu ermöglichen.

Abbildung 16: Einzelhandelsumsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in der Stadt Seelze

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	73,6	113,5	65
Nahrungs- und Genussmittel	62,6	91,6	68
Gesundheit, Körperpflege	10,2	18,6	55
Schnittblumen, Zeitschriften	0,9	3,3	28
Aperiodischer Bedarf insgesamt	17,1	107,8	16
Bekleidung, Wäsche	3,5	17,1	20
Schuhe, Lederwaren	*	6,1	28
Bücher, Schreibwaren	*	3,3	39
Spielwaren, Hobbybedarf	*	2,7	13
Sportartikel, Fahrräder	*	9,8	5
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	1,5	18,4	8
Uhren, Schmuck	*	3,2	10
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	3,3	7,0	47
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	*	3,9	49
Einrichtungsbedarf	*	16,3	4
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	*	20,1	11
Einzelhandel insgesamt	90,7	221,2	41

Quelle: CIMA, 2024

*: Umsätze werden erst ab mind. drei Betrieben (als Haupt- oder Randsortiment) je Warengruppe ausgewiesen.

In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel (NuG)** steht einem Nachfragevolumen von circa 91,6 Mio. € ein Einzelhandelsumsatz von circa 62,6 Mio. € gegenüber, was zu einer Zentralitätskennziffer von 68 % führt. Dies ist die höchste Zentralitätskennziffer für eine Warengruppe der Stadt Seelze. Dennoch sind auch hier leichte bis mittelgroße Kaufkraftabflüsse in umliegende Kommunen vorhanden, insbesondere in den randlichen Seelzer Stadtteilen, von wo aus der nächste Nahversorger oder Vollsortimenter ggf. bereits in der Nachbarkommune liegt. Aktuell ist das Angebot in der Warengruppe als ausreichend einzustufen, wobei Zugewinne durchaus noch zu vertreten wären. Die Stadt Seelze erfüllt jedoch grundlegend ihre Versorgungsfunktion eines Grundzentrums und ist im Bereich **NuG** auch insgesamt gut aufgestellt.

In den anderen beiden Warengruppen des periodischen Bedarfsbereichs, die meistens ebenfalls in Lebensmittelmärkten im Randsortiment mit angeboten werden, sind niedrigere Zentralitäten festzustellen. Hierzu zählen **Gesundheit, Körperpflege** (55 %) und **Schnittblumen, Zeitschriften** (28 %). Hier sind deutliche Kaufkraftabflüsse ersichtlich. In der Warengruppe **Gesundheit, Körperpflege** ist kürzlich der dm-Drogeriemarkt in der Fachmarktagglomeration Hannoversche Straße weggefallen (Stand Oktober 2024: Leerstand, ca. 500 m²). Rein quantitativ ist eine Wiederbesetzung bzw. Neuansiedlung eines Betriebs (z. B. ein Drogeriefachmarkt) anzustreben. Aktuell wird das Angebot in der Warengruppe **Gesundheit, Körperpflege** primär durch zwei ROSSMANN-Filialen in Seelze und Letter, fünf Apotheken sowie den Lebensmittelmärkten (als Randsortiment) aufgebracht. Für die Warengruppe **Schnittblumen, Zeitschriften** sind neben den Lebensmittelmärkten für Schnittblumen insgesamt fünf Floristik-Betriebe mit Verkaufsflächen zwischen 15-50 m² und für Zeitschriften diverse Kioske zu nennen.

Die höchste Einzelhandelszentralität im aperiodischen Bedarfsbereich ist mit 49 % in der Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** vorzufinden. Trotz der höchsten Zentralitätskennziffer im aperiodischen Bereich bedeutet dies, dass etwa die Hälfte des Nachfragepotenzials der Seelzer Bevölkerung nicht im Stadtgebiet bedient wird. Das Angebot wird von

zwei Betrieben im Hauptsortiment vorgehalten: Sonderpostenmarkt ZIMMERMANN und TEDI. Hinzu kommen Lebensmittel- und Drogeriemärkte sowie Blumenläden, welche die Warengruppe in Randsortiment anbieten. Insgesamt wird die Warengruppe auf knapp 1.200 m² in Seelze angeboten.

Mit einer Zentralität von 47 % ist die Warengruppe **Sanitätsartikel, Optik, Akustik** vertreten. Optik und Akustikgeräte werden von den Betrieben BEST VISION OPTIC, SIGGI'S AUGENOPTIK (2x in Seelze und Letter), DÖRING OPTIK und KORALLUS HÖRAKUSTIK angeboten. Sanitätsartikel werden in der Stadt Seelze im Hauptsortiment der Betriebe SANITÄTSHAUS LEHRTE und IHR SANITÄTSHAUS vertrieben. Damit ist die Warengruppe im Stadtgebiet ordentlich vertreten.

Mit einer Einzelhandelszentralität von 39 % ist die Warengruppe **Bücher, Schreibwaren** vertreten. Branchenprägend ist hier das Geschäft PETRI & WALLER SCHREIBWAREN, welches Schreibwaren im Hauptsortiment und Bücher im Randsortiment anbietet. Darüber hinaus bietet der POSTSHOP am Kastanienplatz in Letter Schreibwaren im Hauptsortiment an. Die übrigen kleineren Verkaufsflächen des Sortiments Schreibwaren stellen die Vollsortimenter. Einen reinen Buchladen gibt es aktuell nicht in der Stadt Seelze.

Die aperiodische Warengruppe **Schuhe, Lederwaren** weist eine Zentralität von 28 % in der Stadt Seelze auf. Hierfür sind fast ausschließlich zwei Betriebe verantwortlich. Zum einen ist das der inhabergeführte Schuladen DER SCHUH im Zentrum von Seelze und zum anderen das ABC SCHUH-CENTER (wird z.Zt. umbenannt in RENO) mit Sitz in der Fachmarktagglomeration. Sehr kleinflächig ist die Warengruppe darüber hinaus im Randsortiment einiger Betriebe vertreten.

In der Warengruppe **Bekleidung, Wäsche** mit einer Zentralität von 20 % wird das Angebot über die Betriebe KIK, TAKKO, ERNSTINGS FAMILY und SILUET A&V bereitgestellt. Erstere drei sind in der Fachmarktagglomeration Hannoversche Straße angesiedelt, wo sich demnach das Angebot in dieser Warengruppe stark konzentriert.

Die Warengruppe **Spielwaren, Hobbybedarf** weist eine Zentralität von 13 % auf. Spielwaren werden als Randsortiment (z. B. bei ZIMMERMANN, ROSSMANN, KIK oder TEDI) vertrieben. Betriebe für Hobbybedarf (Musikinstrumente, Sammelhobbies, Waffen) sind in Seelze nicht vorhanden.

Eine Zentralität von 11 % besitzt die Warengruppe **Baummarktartikel, Pflanzen, Zooartikel**. Baummarktartikel werden in Seelze von keinem Betrieb als Hauptsortiment geführt. Das Angebot beschränkt sich auf das Randsortiment der Supermarktketten sowie vom Sonderpostenmarkt ZIMMERMANN. Pflanzen und Gartenbedarf ist u.a. bei RUDI'S GRÜN BUNTE GARTENWELT im Hauptsortiment zu finden. Zoobedarf wird vor allem von FRESSNAPF und im Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Das Sortiment Kfz-Zubehör wird vom Sonderpostenmarkt ZIMMERMANN als Randsortiment angeboten. Das Sortiment Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche führt der Betrieb PIEPERKETT WOHNKONZEPTE AUS HOLZ im Hauptsortiment.

Eine Zentralität von 10 % hat die Warengruppe **Uhren, Schmuck** aktuell inne. Verantwortlich für das Angebot in der Warengruppe sind die Betriebe ZEIGERWELT und HENRYK JUWELIER im Zentrum von Seelze.

Aus der Warengruppe **Elektroartikel, Unterhaltungselektronik** (8 %) wird das Sortiment Unterhaltungselektronik mit ÖZEN ELEKTRONIK, SP: LERCH und PAK INTERNET CALLSHOP A&V von drei Betrieben als Hauptsortiment angeboten. Das Sortiment Elektrogeräte, Leuchten wird zudem von TECHNIK PROFI RILLING und A&V angeboten. Das Sortiment Foto bedient FOTOSTUDIO KURTH. Angebote im Sortiment Computer, Büro-/Telekommunikation werden in Seelze nicht vorgehalten.

Die Warengruppe **Sportartikel, Fahrräder** weist eine Zentralität von 5 % auf. Fahrradläden gibt es in Seelze mit FAHRRAD KRUSE und RADSHOP SEELZE zwei. Eine kleine Auswahl an Sportartikeln wird in dem Betrieb SMASH SPORTS angeboten.

Die über alle Warengruppen hinweg niedrigste Zentralität weist die Warengruppe **Einrichtungsbedarf** mit einer Zentralität von lediglich 4 % auf. Dies ist für ein Grundzentrum jedoch nicht unüblich, da diese

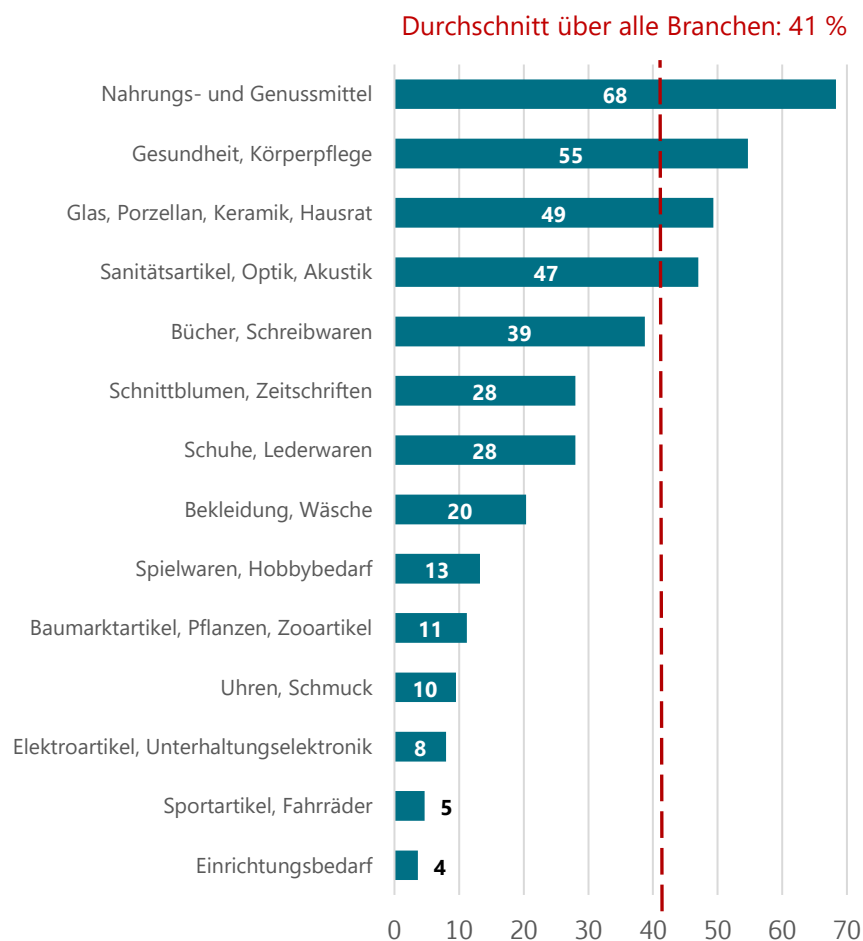
Warengruppe insbesondere den Mittel- und Oberzentren zugeordnet ist. Möbel sind in Form von Küchenstudios bei den beiden Betrieben KÜCHENKLING und PEKDURAN in Seelze zu finden. Das Sortiment Heimtextilien wird teilweise als Randsortiment der Supermarktketten sowie TEDI und KIK angeboten. In die Warengruppe Antiquitäten und Kunstgegenstände fallen einige wenige Angebote bei ZIMMERMANN.

Handlungsempfehlung

Wie bereits beschrieben ist es typisch für ein Grundzentrum, im aperiodischen Bedarfsbereich Zentralitätswerte von unter 100 % aufzuweisen. Zum raumordnerischen Versorgungsauftrag gehört es schließlich nicht, die volle Sortimentsbreite und -tiefe von Mittel- oder gar Oberzentren anzubieten. Eine gewisse aperiodische Grundausstattung ohne größere Angebotslücken wäre jedoch auch in Seelze anzustreben. Dabei ist jedoch zum einen zwischen *mittel- und langfristigem Bedarf* zu unterscheiden. Anbietende mit Waren, die einen seltenen Beschaffungsrhythmus haben, z. B. **Möbel**, weisen in der Regel eine geringere Netzdichte und ein größeres Einzugsgebiet auf. Bevorzugt werden verkehrsgünstig gelegene Standorte in bevölkerungsreichen Ballungszentren sowie in und am Rande von Großstädten. Zum anderen benötigen aktuelle Marktformate in diesen Segmenten oftmals größere Verkaufsflächen aufgrund des Platzbedarfs der Waren. Auch hier bieten sich eher autobahnnahen Großflächen in Mittel- und Oberzentren an. Das raumordnerische Kongruenzgebot schränkt hier eine Ansiedlung in Grundzentren ein, für deren geringere Bevölkerung große Fachmarktformate oft eine Überdimensionierung darstellen. Über kleinere Spezialgeschäfte, wie Küchenstudios, hinaus sind für Seelze keine großflächigen Neuzugänge zu erwarten.

Es gibt jedoch auch einzelne Anbietende, die beispielsweise im **Baumarktsegment** keine 10.000-20.000 m² benötigen, sondern mit Verkaufsflächen zwischen 700-1.000 m² zurechtkommen. Hier bietet sich eine Chance, eine Angebotslücke in Seelze zu schließen.

In vielen Branchen überlagert in den letzten rd. 10 Jahren der wachsende Onlineanteil die stationäre Entwicklung und schränkt die Expansion von

Abbildung 17: Handelszentralitäten-Ranking (in %) in der Stadt Seelze

Quelle: cima, 2024

bekannten oder neuen Formaten deutlich ein. Beim für Innenstädte und Ortszentren klassischen und typischen Sortiment *Bekleidung/Mode* und *Schuhe* liegt der Anteil, der in Deutschland online gekauft wird, inzwischen bei über 40 % (vgl. 2.1.1). Entsprechend ist die Anzahl stationären Läden stark gesunken und neue Formate sind meist nur mit spezialisiertem Sortiment erfolgreich. Für Seelze bedeutet dies, dass hier ein Zuwachs an Zentralität durch neue Anbietende eher unwahrscheinlich ist.

Auf Basis der ermittelten und beschriebenen Handelszentralitäten wird deutlich, dass die Stadt Seelze ihrer Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich mit Einschränkungen nachkommen kann. Positiv ist, dass die Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel* als wichtigste Warengruppe im Sinne der Nahversorgung die höchste Zentralität aufweist und Seelze trotz Steigerungspotenzial hier insgesamt gut aufgestellt ist. Deutliche Kaufkraftabflüsse in umliegende Kommunen sind in den restlichen periodischen Warengruppen (*Gesundheit, Körperpflege* und *Schnittblumen, Zeitschriften*) zu beobachten.

Wie bei Grundzentren üblich sind die Zentralitätswerte im aperiodischen Bedarfsbereich sehr gering. Bei vielen Warengruppen sind zudem quantitative Ausstattungslücken erkennbar. Hier wird ein Großteil der Nachfrage in den umliegenden Kommunen, beispielsweise der Landeshauptstadt Hannover bedient, die natürlicherweise ein Angebot in anderer Größenordnung und Breite vorweisen kann und damit einen starken Sogeffekt auslöst. Wenngleich die Versorgung der Bevölkerung mit diesen Gütern nicht die raumordnerische Aufgabe eines Grundzentrums ist, so bestehen dennoch Entwicklungspotenziale, um als Einzelhandelsstandort insgesamt attraktiv auftreten zu können.

Das entwicklungspolitische Ziel sollte es demnach sein, die heutigen Einzelhandelsstrukturen quantitativ zu erhalten, deren Fortbestehen zu unterstützen und die Warengruppen zu fördern, die derzeit verstärkt Kaufkraftabflüsse aufweisen.

5.3 Kaufkraftstromanalyse

Nachfolgend wird die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Stadt Seelze dokumentiert.

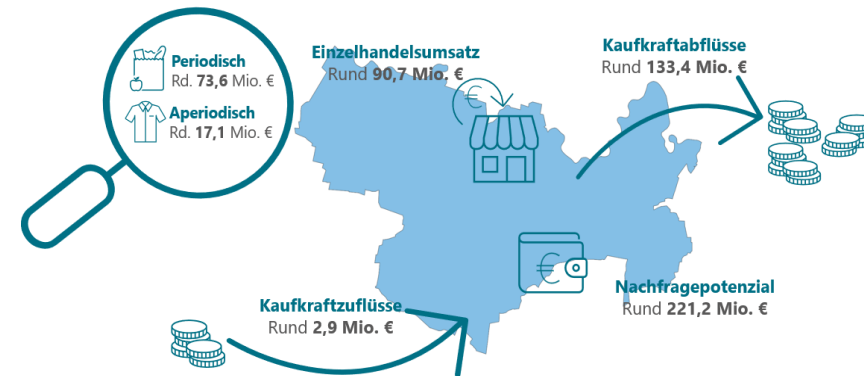
Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial in der Stadt liegt bei circa 221,2 Mio. €. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf circa 90,7 Mio. €. Davon werden circa 73,6 Mio. € in periodischen Sortimenten und circa 17,1 Mio. € in aperiodischen Sortimenten umgesetzt. Einem Kaufkraftzufluss von circa 2,9 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von circa 133,4 Mio. € gegenüber.

Über die Gesamtheit der Warengruppen hinweg ergibt sich ein stark negativer Kaufkraftsaldo, der der Zentralität von 41 % für die Stadt Seelze entspricht.

Nach gutachterlicher Einschätzung generiert das Sortiment *Nahrungs- und Genussmittel* mit ca. 1,7 Mio. € den absolut höchsten Kaufkraftzufluss. Danach folgt mit großem Abstand das Sortiment *Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat* mit einem Zufluss an Kaufkraft von ca. 0,5 Mio. €. Die genannten Sortimente haben nennenswerte absolute Anteile an einem gesamten Kaufkraftzufluss von ca. 2,9 Mio. €.

Am stärksten von Kaufkraftabflüssen betroffen sind die Sortimente *Nahrungs- und Genussmittel* (ca. 30,7 Mio. €), *Möbel* (ca. 12,6 Mio. €) sowie *Oberbekleidung* (ca. 11,5 Mio. €). Insbesondere die nahegelegene Landeshauptstadt Hannover und das Mittelzentrum Garbsen entfalten eine Sogwirkung für Kaufkraft aus Seelze.

Abbildung 18: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Stadt Seelze



Quelle: cima, 2024

Vergleichsdaten Einzelhandelskonzept 2010:

- Nachfragepotenzial: 187,9 Mio. €
- Einzelhandelsumsatz: 95,8 Mio. €
- Kaufkraftzuflüsse: 16,4 Mio. €
- Kaufkraftabflüsse: 108,5 Mio. €

5.4 Nahversorgungssituation

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

- Die Stadt Seelze verfügt in der für die Nahversorgung besonders relevanten Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel* über eine Gesamtverkaufsfläche von circa 12.370 m², die sich auf 45 Betriebe verteilt.
- Dabei hat die CIMA bei *Nahrungs- und Genussmitteln* eine Handelszentralität von 68 % ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von circa 62,6 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von circa 91,6 Mio. € gegenüber. Per Saldo ergibt sich für die Gemeinde somit einen Kaufkraftabfluss in der Warengruppe von circa 29 Mio. €.
- Ergänzend ist auch ein Einzelhandelsangebot in den weiteren periodischen Warengruppen *Gesundheit, Körperpflege* sowie *Schnittblumen, Zeitschriften* vorhanden.

Mit den Lebensmittelvollsortimentern EDEKA E-CENTER SCHMIDT & CHRIST (Fachmarkttagglomeration), EDEKA (Letter und Lohnde) und REWE (Seelze) sowie den Lebensmitteldiscountern ALDI und LIDL (Fachmarkttagglomeration), NP (Letter) und NETTO (Velber, Letter, Seelze und Gümmer) ergibt sich eine gute Nahversorgungssituation in der Stadt Seelze. Damit sind insgesamt elf Vollsortimenter bzw. Lebensmitteldiscounter im Stadtgebiet angesiedelt. Ergänzend kommt mit dem SB-MARKT CELIK ein kleiner, nicht-filialisierter Lebensmittelmarkt in Harenberg dazu. Dieser hat ein nur ein Basissortiment, hält sich aber seit über 30 Jahren. Der Kleinstversorger in Dedensen (2010: Fleischer Ament) hat inzwischen geschlossen, die Bäckerei Kuckuck mit kleinem Lebensmittelsortiment ebenfalls.

Abgerundet wird das Angebot in der Stadt Seelze durch mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks wie Bäckereien, Fleischereien, Spezial anbietende, einige Hofläden (z.T. mit Selbstbedienungsautomaten) sowie durch periodische Randsortimente in Apotheken.

Die Verkaufsflächendichte ist im periodischen Bedarfsbereich mit soliden 0,41 m² pro Kopf im Vergleich mit anderen Grundzentren als durchschnittlich einzuschätzen.

Die Analyse der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsbetriebe in der Stadt Seelze (Lebensmittelmärkte mit mehr als 300 m² Verkaufsfläche) zeigt, dass anhand eines 5-minütigen Pkw-Radius insgesamt eine gute Abdeckung und Erreichbarkeit besteht (vgl. Abb. 20). Das gilt insbesondere für die Stadtteile nördlich des Stichkanals und der Bahnschienen, also Gümmer, Lohnde, Seelze und Letter. Für die südlichen Stadtteile, insbesondere Almhorst, Döteberg, Kirchwehren und Lathwehren ist die Erreichbarkeit des nächstgelegenen Lebensmittelmarktes nicht in 5 Minuten mit dem PKW gewährleistet. Die Ansiedlung des NETTO-Marktes in Velber deckt zumindest die Stadtteile Velber und Harenberg ab, der NETTO in Gümmer ist für die Mehrheit der Einwohnenden aus Dedensen erreichbar.

Bezüglich der fußläufigen Nahversorgung (Erreichbarkeit zu Fuß innerhalb von 10 Minuten), kann ebenso eine überwiegend gute Versorgung der Wohnbevölkerung der Stadtteile nördlich des Stichkanals und der Bahnschienen festgestellt werden (vgl. Abbildung 21). Die Bahnschienen und der Kanal sorgen jedoch für eine starke Trennwirkung und Barriere. Von den Stadtteilen südlich des Kanals aus ist der nächstgelegene Lebensmittelmarkt, abgesehen von Velber, nicht in 10 Minuten zu Fuß erreichbar. Die Untergrenzen gängiger und tragfähiger Marktkonzepte machen eine stationäre Nahversorgung von Stadt- oder Ortsteilen mit weniger als rd. 2.000 Einwohnenden in der Regel unmöglich. Dorf- und Hofläden mit ihren eingeschränkten Sortimenten bieten trotz wachsender Beliebtheit regionaler Produkte keine umfassende Versorgung, da sie hinsichtlich Sortimentsbreite und Öffnungszeiten oft beschränkt sind.

Rein quantitativ ist die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs in der Stadt Seelze in der Gesamtbetrachtung als gut zu bewerten. Größere Versorgungslücken bestehen nicht.

Abbildung 19: Nahversorgungsbetriebe in der Stadt Seelze (Auswahl)



Edeka E-Center Schmidt & Christ, Hannoversche Straße (Seelze)



Lidl, Hannoversche Straße (Seelze)



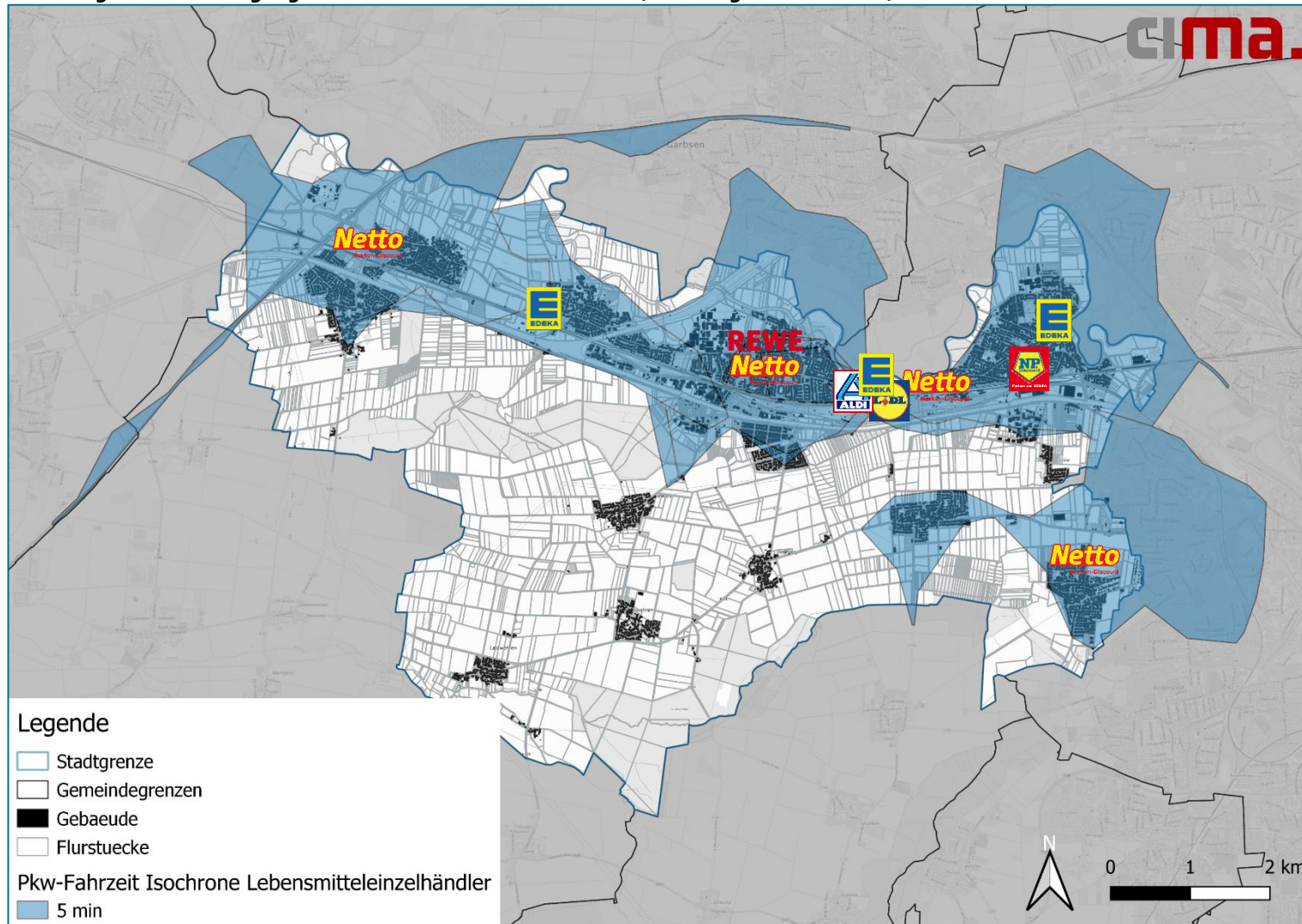
Netto-City, Hannoversche Straße (Seelze)



Rewe Torben Dunker, Brüggefeld (Seelze)

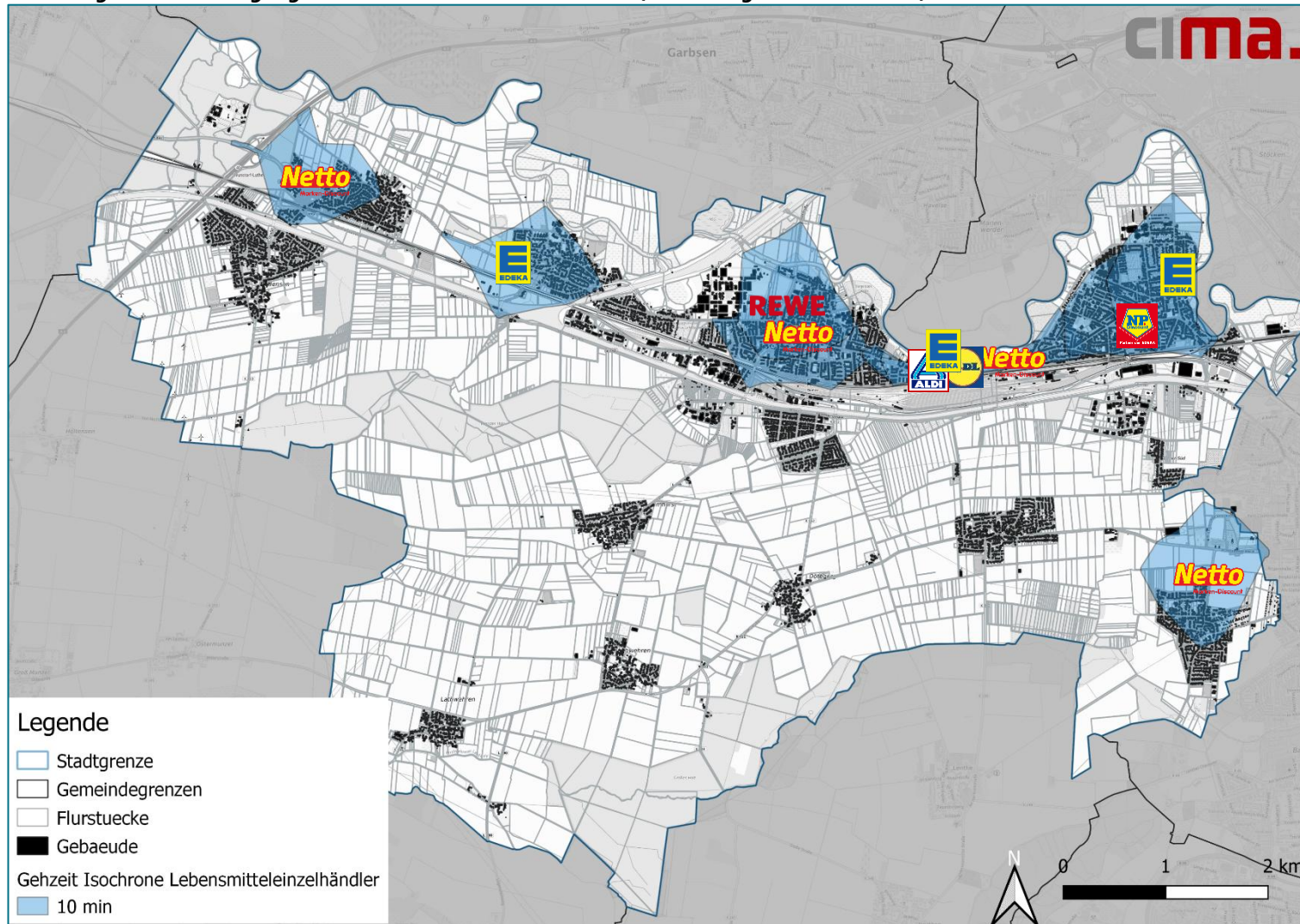
Quelle: cima, 2023

Abbildung 20: Nahversorgungserreichbarkeit in der Stadt Seelze (5-minütiger PKW-Radius)



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2023 © Stadt Seelze
 Bearbeitung: cima, 2023

Abbildung 21: Nahversorgungserreichbarkeit in der Stadt Seelze (10-minütiger-zu Fuß-Radius)



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2023 © Stadt Seelze
 Bearbeitung: cima, 2023

Zusammenfassender Überblick

Die nachfolgende Abbildung 22 fasst die in diesem Kapitel vorgestellten maßgeblichen Strukturdaten und Kennzahlen des Einzelhandels auf Ebene der Stadt Seelze inkl. Vergleich zum Jahr 2010 abschließend zusammen.

Abbildung 22: Zusammenfassendes Datenblatt Stadt Seelze (2010 und 2023)

Stadt Seelze	2010*	2023	
Anzahl Betriebe	123	91	↓
Verkaufsfläche in qm	22.595	20.650	↓
Umsatz in Mio. €	95,8	90,7	↓
Nachfragepotenzial in Mio. €	187,9	221,2	↑
Zentralität in %	51	41	↓
Zentralität periodisch in %	74	65	↓
Zentralität aperiodisch in %	26	16	↓
Bevölkerung	33.869	35.527**	↑
Verkaufsfläche je EW in qm	0,67	0,58	↓
im periodischen Bedarf	0,39	0,41	→
im aperiodischen Bedarf	0,27	0,17	↓
Umsatz je EW in €	2.829	2.553	↓
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (in %)	102,0	97,6***	↓

Quelle: cima, 2024

* Zahlen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Seelze 2010, Quelle: cima 2010

** Quelle: Region Hannover, Stichtag 31.03.2024

*** Quelle: Michael Bauer Research GmbH, 2024

Insgesamt spiegelt die Entwicklung des Einzelhandelsbestands der Stadt Seelze seit 2010 den allgemeinen Entwicklungstrend im Einzelhandel bundesweit, geprägt u.a. durch Konzentration der Anbietenden und zunehmende Verlagerung ins Online-Geschäft, wider. Die sinkende Anzahl von Betrieben und Verkaufsfläche in Seelze trifft auf steigende Bevölkerungszahlen und wachsendes Nachfragepotenzial – in der Folge nimmt die Zentralität natürlich ab. Eine Unterversorgung ist nicht abzuleiten, auch wenn einige Warengruppen schwach aufgestellt sind. Das Ziel sollte es sein, die bestehenden Einzelhandelsstrukturen und ansässigen Betriebe im Stadtgebiet zu halten und zu unterstützen sowie gezielte Ansiedlungen regional Anbietender und Neugründungen zu fördern – zum Erhalt der Vitalität der Stadt(teil)zentren.

6 Zentrenstruktur in der Stadt Seelze

6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“⁸ (ZVB) ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB 2004 in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten „unbeplanten“ Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

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

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

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und

Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.⁹

- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierung zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.¹⁰
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Kommune ist das Angebot in der Regel vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Kommune. Neben- und

⁸ Eine ausführliche Definition des Begriffes zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang.

⁹ Vgl. Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

¹⁰ Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Kommune unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.

- „Abweichend von der [...] Definition eines zentralen Versorgungsbereiches kann nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG, Urt. v. 17. 12.2009-4 C 2.08 -, juris-Rn. 7 f. = BVerwGE 136, 10) auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von (ausschließlich) Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat (zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung/ Nahversorgungszentrum).“ (Arbeitshilfe LROP 2017 Niedersachsen, Frage 5.10).
- „Eine Gemeinde hat grundsätzlich die Möglichkeit, einen zentralen Versorgungsbereich zu planen und nach und nach zu entwickeln (vgl. Urt. OVG NI vom 15.3.2012 – 1 KN 152/10 -, LS in DVBl 2012, 851, Juris-Rdnr. 50)“ (Arbeitshilfe LROP 2017 Niedersachsen, Frage 5.13).

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

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

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

6.2 Zentrenkonzept der Stadt Seelze

In den folgenden Kapiteln werden die Zentrenstrukturen für Seelze dargestellt und die Versorgungsaufgaben beschrieben.

Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in m², Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb der aktuellen zentralen Einkaufsstandorte in der Stadt Seelze wird deren Bedeutung dargestellt. In die verschiedenen Abgrenzungen relevanter Standorte sind vorhandene und zum Teil geplante Einzelhandelsbetriebe sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.

Aufgrund der Siedlungsstruktur, des Besatzes an Einzelhandelsbetrieben und Komplementäreinrichtungen sowie der Versorgungsaufgaben der Kommunen hat die cima für Seelze folgende Zentrenstruktur herausgearbeitet:

Zentrale Versorgungsbereiche

- Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze
- Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter

Sonstige Standortkategorien

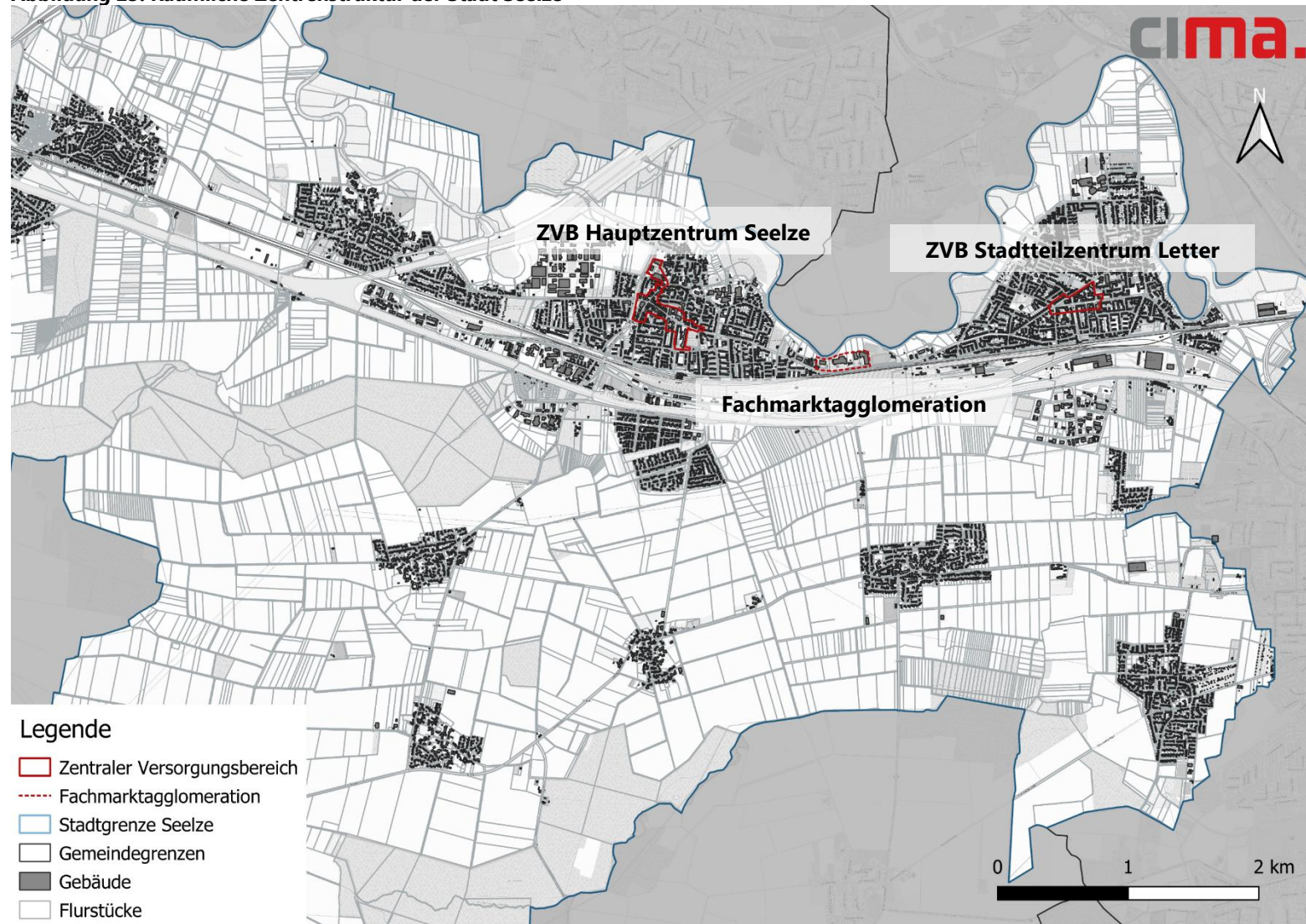
- Fachmarktagglomeration Hannoversche Straße
- Solitäre Nahversorger

Diese Struktur zeigt sich bereits im letzten Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 und wird grundlegend fortgeführt. Die sonstige Standortkategorie „Solitärer Fachmarktstandort: Gartencenter Bartling“ entfällt, da der

Betrieb an der Hasselfeldstraße in Velber eingestellt und mit Wohngebäuden sowie einem Lebensmitteldiscounter überplant wurde. Weitere kleinere Anpassungen werden auf den folgenden Seiten beschrieben und begründet.

In der folgenden Abbildung 23 wird die Zentrenstruktur der Stadt Seelze im Überblick dargestellt.

Abbildung 23: Räumliche Zentrenstruktur der Stadt Seelze



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2024
Bearbeitung: cima, 2024

6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze übernimmt die Funktion des wichtigsten Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorts im Grundzentrum Seelze. Innerhalb des definierten Bereichs ist ein bedeutender Anteil der Einzelhandelsbetriebe der Stadt Seelze ansässig. Ergänzend finden sich dort zahlreiche einzelhandelsnahe Dienstleistungen, freizeitbezogene Einrichtungen (z. B. Gastronomie) sowie Gesundheitseinrichtungen und Verwaltungsgebäude (Rathaus).

In der Abbildung 24 ist die parzellenscharfe Abgrenzung (anhand der Flurstücke) des zentralen Versorgungsbereiches im Zentrum der Kernstadt von Seelze zu sehen. Dieser orientiert sich am Besatz und der Nutzungsdichte entlang der Hauptstraße, der Hannoverschen Straße. Im Westen bildet die L 390 (Göxer Landstraße / Garbsener Landstraße) die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs, der nach Osten hin bis zur Kreuzung Döteberger Straße / Sandrehre reicht. Neben den Einzelhandelsbetrieben in diesem Bereich der Hannoverschen Straße, welche innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs liegen, gibt es zwei Ausläufer der Abgrenzung im westlichen Teilbereich entlang der Straßen Bremer Straße / Brüggefeld nach Norden und Am Kreuzweg nach Süden. Diese werden aufgrund des Einzelhandelsbesatzes und ihrer funktionalen Bedeutung dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.

In der Straße Brüggefeld im Norden des zentralen Versorgungsbereichs sind die beiden einzigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Seelze mit Verkaufsflächen über 800 m² angesiedelt. Dies sind der Lebensmittelvollsortimenter REWE Torben Dunker und der gegenüberliegende Sonderpostenmarkt ZIMMERMANN. Dem REWE-Markt wird durch die Lage im zentralen Versorgungsbereich weitere Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeit eingeräumt, was durch aktuell freie angrenzende Ladenflächen (Brüggefeld 1) eine konkrete Überlegung des Betreibenden ist.

Die Verbindung der beiden großflächigen Betriebe zu der Hauptlage an der Hannoverschen Straße übernehmen die Betriebe und Angebote entlang der Bremer Straße zwischen Brüggefeld und Hannoversche Straße. Hier ist der inhabergeführte Schuhladen DER SCHUH hervorzuheben. Ergänzt wird das Angebot durch ein Restaurant, ein Café und mehrere Dienstleistende wie z. B. eine Fahrschule.

Die Straße Am Kreuzweg weist wieder vermehrt Einzelhandelsbetriebe auf, die gut aufgestellt und frequenzstark sind, wie beispielsweise die Bäckereien RAUTE und UHDE sowie der Drogeriemarkt ROSSMANN als Nachfolger der PENNY-Lebensmitteldiscounter-Filiale. Das Angebot wird durch Gastronomiebetriebe und Dienstleistende ergänzt. In der Straße Am Kreuzweg findet auch der Wochenmarkt im Stadtteil Seelze statt, aktuell immer Dienstag vormittags.

Die höchste Betriebsdichte ist entlang der Hannoverschen Straße vorzufinden, insbesondere in der Umgebung des städtebaulichen Zentrums, dem Platz Alter Krug. An der Hannoverschen Straße ist als wichtiger Faktor der Nahversorgung eine Netto-City Filiale vorzufinden, die auch jüngst eine Renovierung und Neuausstattung erfahren hat. Das Angebot reicht von diversen inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben (z. B. SCHREIB GUT(H), Fotostudio KURTH) und Filialisten zu zentralen Dienstleistungen (Sparkasse, Friseur) bis hin zu Gastronomiebetrieben (Restaurants, Cafés, Eisdielen) und dem Sitz der Stadtverwaltung. Östlich des Friedhofs nimmt die Betriebsdichte dann stark ab; das Juweliergeschäft ZEIGERWELT schließt den zentralen Versorgungsbereich zusammen mit einer Fahrschule nach Osten hin ab.

Der zentrale Versorgungsbereich wurde im Vergleich zur Abgrenzung von 2010 insgesamt nur leicht angepasst. Das östliche Ende des Bereichs wurde an der südlichen Straßenseite (Ecke Hannoversche Straße / Döteberger Straße) verkleinert, so dass ein Wohnhaus inkl. kleinem Versicherungsbüro aus dem zentralen Versorgungsbereich rausfallen. Dies hat jedoch keine Auswirkungen auf die Entwicklungen des Standorts und auf den Dienstleistenden. Zudem wurde die parzellenscharfe, flurstücksge-naue Abgrenzung an neuere Daten der Flurstücksgrenzen angepasst.

Abbildung 24: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze 2024



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2024 © Stadt Seelze
 Bearbeitung: cima, 2024

Neben den aktuell drei Leerständen gibt es keine freien oder Potenzialflächen im ZVB. Eine Weiterentwicklung kann kleinflächig und kleinteilig über Nachfolge oder Nachverdichtung innerhalb der Abgrenzungen erfolgen. Die Ausweitung des ZVB sollte zukünftig vermieden werden.

Eine Anbindung an den regionalen Schienenpersonennahverkehr mit direkten Verbindungen nach Hannover, Springe, Hameln, Wunstorf, Neustadt am Rübenberge oder Barsinghausen ist über die Bahnhaltestelle „Seelze“ gegeben (Linien S1, S2). Das regionale Bus-Netz ist mit der zentralen Haltestelle „Seelze Alter Krug“ ebenso angeschlossen. Über Fußwege ist der gesamte zentrale Versorgungsbereich miteinander verbunden. Die Attraktivität von Radwegeverbindungen ist jedoch ausbaufähig.

Anhand der Einzelhandelsstrukturdaten innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs dargestellt. Dabei gibt es insgesamt ein Angebot von 33 Betrieben, die auf einer Verkaufsfläche von circa 5.485 m² einen Umsatz von circa 23,8 Mio. € erwirtschaften. Wichtige Betriebe als Frequenzbringer im Zentrum von Seelze sind vor allem die Lebensmittelmärkte. Das Sortiment *Nahrungs- und Genussmittel* ist durch die Betriebe REWE und NETTO (City-Konzept) sowie diverse Betriebe des Lebensmittelhandwerks mit circa 2.605 m² Verkaufsfläche vertreten. Im aperiodischen Bedarfsbereich existieren 16 Betriebe, die über eine Verkaufsfläche von circa 2.110 m² verfügen.

Abbildung 25: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im ZVB Hauptzentrum Seelze

CIMA-Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf (gesamt)	17	3.375	17,2
davon Nahrungs- und Genussmittel	12	2.605	13,3
Aperiodischer Bedarf (gesamt)	16	2.110	6,6
Einzelhandel gesamt	33	5.485	23,8

Quelle: cima, 2023 (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 26: Städtebauliche Mitte, Platz „Alter Krug“



Quelle: cima, 2023

Um den zentralen Versorgungsbereich weiterzuentwickeln, sollten bestehende positive Strukturen erhalten und gestärkt, Schwächen und Herausforderungen angegangen werden. Im Folgenden sind diese Strukturen näher dargestellt.

Stärken und Chancen

Der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteil Seelze zeichnet sich durch eine Mischung und gute Angebotstiefe von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben aus. Dabei zeigt sich ein solider Sortimentsbesatz im Nahversorgungsbereich durch eine grundsätzlich gute Ausstattung mit Betrieben des periodischen Bedarfs (insbesondere Lebensmitteleinzelhandel, Supermärkte, Bäckereien, Fleischerei). Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch eine Vielzahl an ergänzenden Dienstleistungen und Angeboten wie u. a. Friseursalons, Gastronomie, Steuerberater, Versicherungen oder Kreditinstitute. Auch öffentliche Einrichtungen wie das Rathaus oder das Jobcenter sind im zentralen Versorgungsbereich vorhanden.

Die verschiedenen Angebote innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind über den Individualverkehr, aber auch über den Öffentlichen

Personennahverkehr (Bus- und Bahnverkehr) erreichbar. In allen Bereichen werden ausreichend Parkflächen für Autos und Fahrräder zur Verfügung gestellt.

Schwächen und Herausforderungen

Dem soliden Sortimentsbesatz im Lebensmittelbereich steht ein eher unzureichender Besatz in einigen Warengruppen des aperiodischen Sortimentsbereiches gegenüber (vgl. Kapitel 5.2). Dies ist zwar für ein Grundzentrum nicht unüblich, dennoch kann auf die Stärkung und Entwicklung einzelner Sortimente geachtet werden. Zudem fehlt es an wirklichen Ankerbetrieben im Zentrum von Seelze, die Kundinnen und Kunden in das Stadtzentrum locken. Diese hätten auch einen positiven Effekt auf die Betriebe im Umfeld. Leider liegen die frequenzstärksten, großflächigen Betriebe im Norden des zentralen Versorgungsbereichs an der Straße Brüggefeld und damit ein Stück abseits des städtebaulichen Zentrums am „Alten Krug“, wo wiederum die höchste Betriebsdichte und Vielfalt herrscht. Daher profitieren diese Betriebe im Zentrum wenig von Kopplungskäufen und Synergien.

Problematisch ist zudem die geringe Ausstattung des Zentrums mit zentralen „Leitsortimenten“ der Innenstädte wie Bekleidung und Schuhe. Im Sortiment *Schuhe* sind es im zentralen Versorgungsbereich nur ein Betrieb und insgesamt 70 m². In der Warengruppe *Bekleidung, Wäsche* gibt es ebenso lediglich einen kleinen Betrieb, der Oberbekleidung mit nur 40 m² im Hauptsortiment führt. Die Gesamtverkaufsfläche liegt im zentralen Versorgungsbereich in der Warengruppe bei nur 130 m². Das ist zu wenig, um ein attraktives und vielfältiges Angebot bereitzustellen. Hier sollte die Ausweitung des Angebotes vorangetrieben werden.

Um die Aufenthaltsqualität im Ortskern zu stärken, ist es auch wichtig Verweilorte (begrünt, abseits direktem Verkehrseinfluss) zu schaffen. Hier besteht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Nachholbedarf. Dies hängt auch eng mit dem hohen Bodenversiegelungsgrad, hervorgerufen durch die Park- und Verkehrsflächen zusammen. Eine sorgsame

Verkehrsberuhigung und Begrünung des Zentrums ist, auch aus Klimaschutzaspekten (Schaffung von grünen und blauen Infrastrukturen) anzustreben (vgl. Kapitel 7.2).

Abbildung 27: Eindrücke aus dem ZVB Hauptzentrum Seelze



Quelle: cima, 2023

Mit insgesamt 33 Betrieben stellt der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteil Seelze innerhalb der Stadt den Standort mit den meisten Läden dar. Er zeichnet sich vor allem durch einen kleinteiligen, oft eigentümlich geführten Einzelhandel aus. Die cima empfiehlt, die gewachsene Einzelhandelslage in ihrer Funktion zu erhalten und zu stärken. Deren Ausdehnung sollte angesichts abnehmender Betriebszahlen mittelfristig eher verringert sowie aktuelle Leerstände in zentraler Lage am „Alten Krug“ nachbesetzt werden, um ein attraktives Zentrum zu erhalten. Darüber hinaus ist das Zentrum qualitativ gezielt weiterzuentwickeln. Hier gilt es, die Erreichbarkeit (z. B. für den Radverkehr), Aufenthaltsqualität und Verweildauer weiter zu verbessern.

6.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter

Der Stadtteil Letter liegt mit 11.085 Einwohnerinnen und Einwohnern (Stand 31.03.2024; Quelle: Region Hannover) knapp hinter dem bevölkerungsreichsten Stadtteil Seelze. Das Stadtteilzentrum in Letter übernimmt dabei eine wichtige Versorgungsfunktion für die Bevölkerung des Stadtteils und darüber hinaus, insbesondere durch die ansässigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Auch das Angebot der gastronomischen Betriebe ist zu nennen. Verwaltungseinrichtungen wie in Seelze finden sich hier nicht unter den sonstigen Zentrenfunktionen.

In der Abbildung 28 ist die parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum Letter zu sehen. Die Lange-Feld-Straße stellt in Letter die Straße mit dem höchsten Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben dar. Der zentrale Versorgungsbereich schließt die Betriebe auf beiden Seiten der Lange-Feld-Straße mit ein und reicht im Westen vom Kastanienplatz bis nach Osten zur Kreuzung der Lange-Feld-Straße mit der Brandenburger Straße von Süden kommend und der Kirchstraße von Norden kommend. Der NP-Markt ist an der östlichen Grenze des zentralen Versorgungsbereichs als letzter Betrieb mit eingeschlossen. Im nördlichen Bereich folgt die Abgrenzung der Straße Im Sande, wobei im Bereich am Kastanienplatz beide Seiten der Straße in den zentralen Versorgungsbereich eingeschlossen sind. Ab der Querstraße Im Bauverein sind lediglich die Betriebe an der Südseite der Straße Im Sande in den zentralen Versorgungsbereich integriert. Die Abgrenzung folgt der Querstraße Kirchstraße nach Süden folgend. So ergibt sich ein kompakter Bereich, ohne viele Ausläuferbereiche.

Der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteilzentrum Letter zeichnet sich durch kleinteilige Versorgungsstrukturen aus. Es gibt keinen großflächigen Betrieb mit einer Verkaufsfläche über 800 m². Der größte Betrieb mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 700 m² stellt der NP-Markt an der Lange-Feld-Straße dar. Auch ROSSMANN kann mit der Filiale an selbiger Straße noch ein vergleichsweises großflächigeres Angebot von rd. 450 m²

aufweisen. Ansonsten besitzt keiner der übrigen Betriebe eine Fläche von mehr als 90 m², die allermeisten nicht mehr als 50 m². Die ansässigen Betriebe decken sowohl periodische als auch aperiodische Sortimente ab.

Eine schöne Platzsituation ist am Kastanienplatz gegeben, welcher städtebaulich im Jahr 2023 durch ein Wasserspiel und ein Hochbeet mit umliegenden Sitzgelegenheiten weiter aufgewertet wurde. In der Umgebung befinden sich einige Einzelhändlerinnen und -händler, Dienstleistende und Gastronomien. Hier findet auch der Wochenmarkt in Letter statt, aktuell immer Mittwoch vormittags.

Der zentrale Versorgungsbereich wurde im Vergleich zur Abgrenzung von 2010 in seiner Ausdehnung reduziert. Das betrifft den nord-östlichen Teilbereich, nördlich der Straße Im Sande. Sowohl östlich und westlich des Friedhofs sind Teilflächen aus dem zentralen Versorgungsbereich herausgefallen. Dies hat unterschiedliche Gründe. Eine größere Grundstücksfläche zwischen den Straßen Im Sande, Freiherr-vom-Stein-Straße und Mölkerkamp, welche 2010 noch z.T. unbebaut war und als Potenzialfläche angedacht war, ist nun mit Wohnhäusern bebaut. Auch der Bereich zwischen dieser Fläche und dem Friedhof weist seit der Aufgabe der Rathaus-Apotheke 2022 keinen Einzelhandelsbetrieb mehr auf. Ebenso herrscht im Teilbereich westlich des Friedhofs an der Straße Im Sande auf der Nordseite reine Wohnfunktion vor. Daher sind alle Einzelhandelsbetriebe, die auch vorher innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs lagen, weiterhin davon eingeschlossen. Durch die Verkleinerung des Bereichs insgesamt soll die Ortsmitte durch eine Konzentration des Handels sowie ergänzender Nutzungen kompakt gehalten werden.

Neben den aktuell zwei Leerständen gibt es keine freien oder Potenzialflächen im ZVB Stadtteilzentrum Letter. Eine Weiterentwicklung kann kleinflächig und kleinteilig über Nachfolge oder Nachverdichtung innerhalb der Abgrenzungen erfolgen. Die Ausweitung des bereits langgestreckten ZVB sollte zukünftig zum Wohl einer kompakten Handelslage vermieden werden.

Abbildung 28: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter 2024



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2024 © Stadt Seelze
Bearbeitung: cima, 2024

Auch in Letter gibt es eine Bahnhaltestelle, an welcher die S-Bahnen S1 & S2 der Region Hannover halten. Mit dem Bus kann man an der Haltestelle „Kastanienplatz“ ein- und aussteigen. Ein gemeinsamer Geh- und Radweg führt an der Lange-Feld-Straße auf beiden Seiten entlang (vgl. Abb. 30), wodurch die Angebote innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs auch für zu Fuß Gehende und Radfahrende miteinander verbunden sind.

Anhand der Einzelhandelsstrukturdaten innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird in Abbildung 29 die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs dargestellt. Hier gibt es ein Angebot von insgesamt 18 Betrieben, und damit etwas mehr als die Hälfte verglichen mit den Betriebszahlen im zentralen Versorgungsbereich des Hauptzentrums Seelze. Die 18 Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von circa 1.770 m² auf und erwirtschaften einen Umsatz von circa 9 Mio. € im Jahr. Frequenzbringer und die einzigen größeren Betriebe sind der NP-Markt sowie ROSSMANN. Das Sortiment *Nahrungs- und Genussmittel* macht ziemlich genau 50 % der Verkaufsfläche und auch etwa die Hälfte des Umsatzes im zentralen Versorgungsbereich aus. Hier liegt also ein Schwerpunkt. Im periodischen Bedarfsbereich existieren 12 Betriebe, im aperiodischen Bedarfsbereich sind es sechs.

Abbildung 29: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im ZVB Stadtteilzentrum Letter

CIMA-Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf (gesamt)	12	1.485	7,2
davon Nahrungs- und Genussmittel	7	890	4,4
Aperiodischer Bedarf (gesamt)	6	285	1,8
Einzelhandel gesamt	18	1.770	9,0

Quelle: cima, 2023 (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 30: Geschäfte an der Lange-Feld-Straße



Quelle: cima, 2023

Um den zentralen Versorgungsbereich weiterzuentwickeln, sollten bestehende positive Strukturen erhalten und gestärkt, Schwächen und Herausforderungen angegangen werden. Im Folgenden sind diese Strukturen näher dargestellt.

Stärken und Chancen

Der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteilzentrum Letter zeichnet sich durch seine solide Ausstattung im Sortiment der *Nahrungs- und Genussmittel* aus, wobei insbesondere dem NP-MARKT hierbei eine große Rolle zukommt. Doch auch andere Geschäfte präsentieren sich hier gut, wie beispielsweise die Fleischerei JENDE oder Bäckerei RAUTE mit großem Café-Bereich. Auch die übrigen Sortimente im periodischen Bedarf sind durch zwei Apotheken, die ROSSMANN-Filiale, ein Floristik-/Blumengeschäft sowie zwei Kioske abgedeckt.

Das Einzelhandelsangebot wird ergänzt durch Dienstleistende (u.a. Friseur, Rechtsanwalt, Versicherung, Fahrschule, Arztpraxen) sowie diverse Cafés, Bars und Restaurants.

Die Neugestaltung der Lange-Feld-Straße 2008-2010 mit verengter Fahrbahn, breiteren Gehwegen, neuer Straßenbeleuchtung, Bäumen und Grünflächen hat auch dem zentralen Versorgungsbereich gutgetan. Der Kastanienplatz kann als gutes Beispiel für die Aufwertung des öffentlichen Raums dienen. Platzähnlichen Charakter hat auch der verkehrsberuhigte Bereich Kirchstraße/Pestalozzistraße mit der Eisdielen und dem Spielplatz.

Schwächen und Herausforderungen

Im aperiodischen Bedarfsbereich sieht die Ausstattung des Zentrums von Letter weniger gut aus. Bei einigen Sortimenten tun sich deutliche Angebotslücken auf. Gar nicht bedient werden die Sortimente *Oberbekleidung* sowie *Wäsche, sonstige Bekleidung*. Auch die Sortimente *Schuhe, Lederwaren, Uhren/Schmuck, Bücher, Spielwaren* und *Fahrräder* werden nicht bedient. Andere Sortimente wiederum sind vorhanden, jedoch nur im kleinen Umfang: *Glas, Porzellan, Keramik und Hausrat* beispielsweise nur auf 25 m² verteilt auf drei Läden oder *Schreibwaren* auf rd. 55 m². Eine gute Ausstattung im aperiodischen Bedarfsbereich ist lediglich den Sortimenten *Optik, Hörgeräteakustik* (zwei Geschäfte, insg. rd. 130 m²) zuzuweisen.

Insbesondere Sortimente wie *Bekleidung* oder *Schuhe*, welche die Menschen in Zentrumslagen gern aufsuchen, fehlen. Hier besteht eine Standortkonkurrenz zur nahegelegenen Fachmarkttagglomeration, wo filialierte Schuh- und Bekleidungsläden angesiedelt sind. Den Vorteilen des dortigen großen Parkplatzangebotes, ausreichender Flächenzuschnitte (Flächen um 500 m² und größer) sowie Synergien zu den großen Lebensmittelmärkten hat der ZVB Letter wenig entgegenzusetzen.

Insgesamt mangelt es dem Zentrum von Letter an einem attraktiven Erscheinungsbild. Trotz der o.g. Runderneuerung ist insb. entlang der Lange-Feld-Straße die Aufenthaltsqualität als Fußgängerin oder Fußgänger begrenzt. Dies liegt am Zusammenspiel einiger Faktoren: langgezogene Ausdehnung, lückenhafter Besatz, verkehrsbelastete Ortsdurchfahrt, z.T. schlechter Immobilienzustand und aus heutiger Sicht ein hoher Versiegelungsgrad mit wenig Begrünung. Gleichzeitig sollte neben einer

weiteren Aufwertung des öffentlichen Raumes eine Aufwertung der privaten Immobilien erfolgen.

Abbildung 31: Eindrücke aus dem ZVB Stadtteilzentrum Letter



Quelle: cima, 2023

Das Stadtteilzentrum Letter hat eine wichtige Versorgungsfunktion für die Bewohnenden des Stadtteils und darüber hinaus, insbesondere mit Waren des periodischen Bedarfs. Um einen attraktiven Angebotsmix anzubieten, sollte das Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich ausgebaut werden. Hier fehlen wichtige Sortimente wie *Bekleidung, Schmuck* oder *Schuhe* aktuell gänzlich. Die Entwicklung seit 2010 zeigt, dass sich die Geschäfte weiterhin entlang der Lange-Feld-Straße konzentrieren und Lagen abseits davon, wie z. B. in der Straße Im Sande, in ihrer Bedeutung für den Handel zurückgehen. Das Ziel sollte es sein, auf Grundlage des nun kompakter abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs, aktuelle Leerstände schnell wieder einer adäquaten Nutzung zuzuführen und die Ortsmitte kompakt und attraktiv zu halten.

6.2.3 Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße

Etwa in der Mitte der beiden bevölkerungsstärksten Stadtteile Seelze und Letter, eingebettet zwischen dem Verlauf der Leine im Norden und dem Rangierbahnhof und DB-Betriebswerk Seelze im Süden liegt die Fachmarkttagglomeration (FMA) Hannoversche Straße. Obwohl der Standort einen Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Seelze darstellt, erfüllt er nicht die in Kapitel 6.1 aufgeführten Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs. Der Standort ist primär auf Pkw-Kundschaft ausgerichtet und kann in seiner städtebaulich nicht-integrierten Lage kaum fußläufige Versorgungsfunktionen übernehmen. Entsprechend ist er im RROP 2016 der Region Hannover als regional bedeutsamer Fachmarktstandort aufgeführt (vgl. Abb. 8 in Kap. 3.1).

Auf einer Länge von rd. 420 m entlang der Hannoverschen Straße am östlichen Siedlungsrand der Kernstadt Seelze befinden sich zahlreiche großflächige Einzelhandelsmärkte, überwiegend in einzelnen Baukörpern mit vorgelagerten großzügigen Pkw-Parkplätzen. Eine mittig gelegene Tankstelle trennt die Handelslage in zwei Bereiche. Östlich bildet ein Gebäudeblock mit mehreren Betrieben den Abschluss, dahinter grenzt der Sportplatz des RSV Seelze an. Der Sportplatz war im letzten Einzelhandelskonzept 2010 noch als Potenzial-, d.h. mögliche Erweiterungsfläche für die Fachmarkttagglomeration mit nicht-zentrenrelevanten großflächigen Betrieben ausgewiesen. Angesichts der aktuellen Trends und verringerter Expansionstätigkeit (vgl. Kap. 2.1) sowie eines leerstehenden Fachmarktes (ehem. dm-Drogeriemarkt)¹¹ wird diese Abgrenzung nicht mehr aufrechterhalten. In der Folge liegt der NETTO-Markt östlich des Sportplatzes, Lange-Feld-Straße 116, nicht mehr im Potenzialgebiet und somit außerhalb des Lagebereichs der Fachmarkttagglomeration. Entsprechend wird er zukünftig als sogenannter solitärer Nahversorger gefasst (vgl. Kap. 6.2.4). Der Schwerpunkt der Fachmarkttagglomeration liegt im periodischem Bedarfsbereich (rd. 4.820 m² Verkaufsfläche), davon sind rd. 4.480 m² Nahrungs- und Genussmittel. Neben zwei Lebensmitteldiscountern befindet

sich hier mit dem EDEKA E-Center (vormals MARKTKAUF) der größte Lebensmittelvollsortimenter im Seelzer Stadtgebiet. Etwa 39 % der Verkaufsfläche der Agglomeration belegen 6 Anbietende aus dem aperiodischen Bedarfsbereich. Drei davon sind Bekleidungs-/Modegeschäfte (ERNSTINGS FAMILY, KIK, TAKKO), das größte Schuhgeschäft von Seelze ABC SCHUH-CENTER (wird aktuell umbenannt in RENO) sowie das Haushaltswarengeschäft TEDI und der Tiernahrungsfachmarkt FRESSNAPF. Ergänzt wird das Angebot durch folgende deutlich untergeordnete Dienstleistungsstruktur: Coaching-Praxis, Geldautomat, DHL-Packstation, Hermes Paketshop.

Abbildung 32: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz in der FMA Hannoversche Straße

CIMA-Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf (gesamt)	5	4.820	26,6
davon Nahrungs- und Genussmittel	5	4.480	24,7
Aperiodischer Bedarf (gesamt)	6	3.065	7,6
Einzelhandel gesamt	11	7.885	34,2

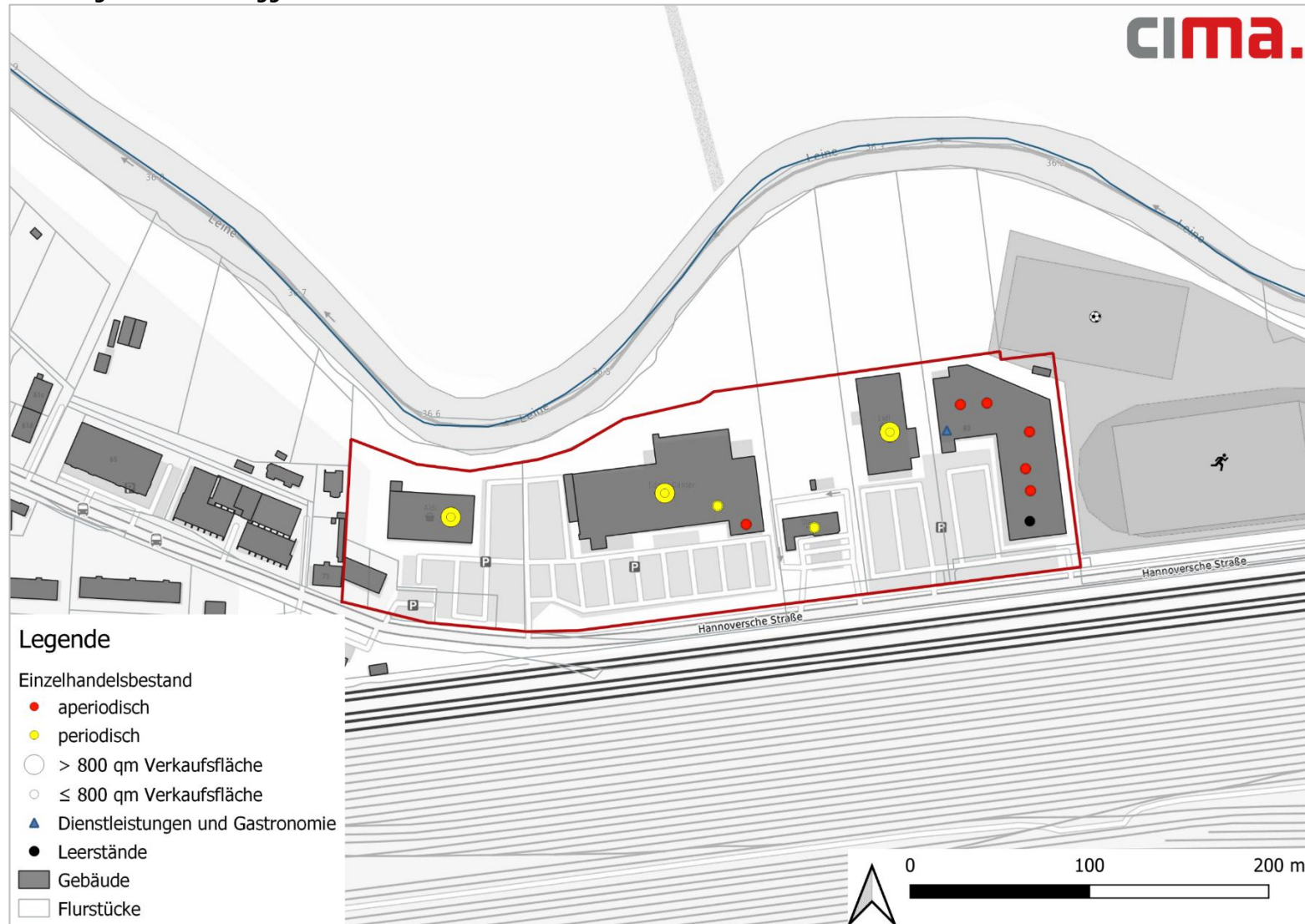
Quelle: cima, 2023 (Rundungsdifferenzen möglich)

Stärken und Chancen

Die Einzelhandelslage an der Hannoverschen Straße bietet Platz für großflächige Formate, die z.T. nur schwer in eng bebauten Stadt(teil)zentren unterkommen. So hat sich die Fachmarkttagglomeration zu einem bedeutenden Standort für Seelze entwickelt und hilft, die lokale Kaufkraft zu binden. Die verkehrsgünstige Lage und das große Parkplatzangebot helfen der Kundschaft, die Versorgungseinkäufe, z. B. schwere Futtermittelsäcke, Getränkeboxen oder den Lebensmittel-Wocheneinkauf, mit dem Auto zu tätigen.

¹¹ Ab dem 01.02.2025 wird die Ladenfläche durch ROSSMANN nachgenutzt.

Abbildung 33: Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2024 © Stadt Seelze
 Bearbeitung: cima, 2024

Abbildung 34: Eindrücke aus der FMA Hannoversche Straße

Quelle: cima, 2023

Schwächen und Herausforderungen

Zwar kommt der Fachmarkttagglomeration eine wichtige Rolle für die Versorgung der Bevölkerung zu, jedoch ist die Pkw-orientierte Lage und geringe fußläufige Erreichbarkeit nicht im Sinne einer Nahversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln. Auch bilden die zahlreichen Angebote in den typischen Innenstadtsortimenten Mode, Bekleidung und Schuhe eine deutliche Standortkonkurrenz zu den ZVBs Seelze und Letter. Die Ausrichtung muss daher behutsam weiterentwickelt werden. Im aktuell leerstehenden ehemaligen dm-Drogeriefachmarkt ist die Nachnutzung durch ROSSMANN angedacht. Bei einem zukünftigen Wechsel des Mietenden der Fläche sollten jedoch keine weiteren zentrenrelevanten Sortimente laut Seelzer Liste (vgl. Kap. 7.1.3) unterkommen. Besser wäre beispielsweise ein kleinflächiger Möbel- oder Baumarkt (vgl. Kap. 5.2 sowie 7.2.3).

Die bestehenden Märkte weisen aufgrund ihrer Lage und bandartigen Struktur entlang der Hannoverschen Straße einige Schwächen auf. So ist vor allem die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad, Bus und zu Fuß

unzureichend. Eine eigene Bushaltestelle für die Fachmarkttagglomeration besteht aktuell nicht. Etwa 200–220 m westlich von der Einfahrt zum ALDI-Markt und EDEKA E-Center befindet sich die Haltestelle Seelze Bredenbeke, in östlicher Richtung sind es über 400 m von der Haltestelle Letter Damaschkestraße zur ersten Einfahrt KIK, TAKKO etc. Den weiteren Fußweg bis zum ersten Markt teilen sich zu Fuß Gehende und Radfahrende; er befindet sich zudem ausschließlich auf der Nordseite der Hannoverschen Straße und ist zu schmal für sich begegnenden Radverkehr. Entsprechende Planungen zur Umgestaltung durch die Region Hannover sind angelaufen. Diese sehen einen Schutzstreifen für den Radverkehr im Norden und einen Radweg mit baulicher Trennung zur Fahrbahn im Süden vor. Zudem soll die Bushaltestelle Seelze Beethovenstraße an die Hannoversche Straße östlich der HEM Tankstelle, auf Höhe des ALDI-Marktes verlagert werden, wodurch sich die Anbindung mit dem Bus verbessert.

Inzwischen führt ein rotmarkierter Fußweg von der Hannoverschen Straße zum ALDI-Markt und es wurden zwei Zebrastreifen ergänzt (vgl. Abb. 34 unten links). Darüber hinaus müssen zu Fuß Gehende über den Parkplatz gehen. Eine Querung der mittig gelegenen Tankstelle ist nicht möglich; Autos, zu Fuß Gehende und Radfahrende müssen für Kopplungskäufe zurück auf die Hannoversche Straße. Markierte Fahrradwege gibt es nicht auf den Zufahrten und Stellplatzflächen. Abstellanlagen für Fahrräder sind nicht vor allen Märkten vorhanden.

Allgemein ist die gestalterische Qualität der Zufahrten und Stellplatzflächen verbesserungswürdig. Abgesehen vom LIDL-Parkplatz sind keine Bäume gepflanzt und kaum Grünflächen angelegt. Hier ist aus cima-Sicht auf die Grundstückseigentümerinnen und -eigentümer zuzugehen sowie Möglichkeiten der Begrünung entlang der Hannoverschen Straße zu prüfen.

Mit ihren großflächigen Läden übernimmt die Fachmarkttagglomeration eine wichtige Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt Seelze. Insbesondere aufgrund ihrer Pkw-orientierten Lage und der geringen fußläufigen Erreichbarkeit für die Wohnbevölkerung handelt es sich hierbei jedoch um keinen zentralen Versorgungs-

bereich. Nur für Pkw-Kundinnen und Kunden ist die Erreichbarkeit aktuell gut, für alle anderen Mobilitätsformen besteht Verbesserungsbedarf. Für Kundschaft, die mit dem Bus, zu Fuß oder mit dem Rad kommt, sind die Wege zu und zwischen den Märkten herausfordernd und z.T. gefährlich. Die Aufenthaltsqualität und Klimagerechtigkeit könnten durch Begrünung und gestalterische Aufwertung verbessert werden.

6.2.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Neben den z.T. großflächigen Lebensmittelmärkten in den beiden zentralen Versorgungsbereichen Seelze und Letter sowie der Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße decken eine Reihe von Nahversorgungsbetrieben in den übrigen Stadtteilen die Grundversorgung mit periodischen Sortimenten ab. Ihre räumliche Verteilung in der Kommune sorgt dafür, dass viele Einwohnerinnen und Einwohner einen Markt möglichst schnell zu Fuß, mit dem Rad oder auch mit dem Auto erreichen können (vgl. Kap. 5.4, Abbildungen 20 und 21).

Den Standorten kommt daher eine bedeutende Nahversorgungsfunktion zu, jedoch erfüllen sie die sonstigen Kriterien für zentrale Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 6.1) nicht oder nur zum Teil. So ist oftmals kein städtebaulicher Zusammenhang mit umliegenden Wohngebieten gegeben, es gibt zu wenige weitere Geschäfte, Dienstleistungsbetriebe oder andere Zentrenfunktionen. Zudem ist eine Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen in Stadt- oder Ortsteilen abseits des zentralen Kernortes bei Grundzentren raumordnerisch nicht vorgesehen.

Um die Funktion im Sinne der Sicherung der „verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung“ gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und § 34 Abs. 3 BauGB zu würdigen und Ihnen eine gewisse Schutzwürdigkeit ähnlich der zentralen Versorgungsbereiche zuzusprechen, werden die sechs entsprechenden Standorte im Stadtgebiet von Seelze als sogenannte solitäre Nahversorger ausgewiesen (vgl. Abb. 35) und im Folgenden beschrieben.

Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2010

Bereits im Einzelhandelskonzept 2010 wurden vier solitäre Nahversorger für die Stadtteile Letter, Lohnde, Harenberg und Dedensen festgelegt. Die Märkte in Letter (zwischenzeitlich erweitert) und Harenberg existieren heute noch, in Lohnde hat eine Standortverlagerung stattgefunden. Eine Erweiterung des solitären Nahversorgers in Lohnde befindet sich in Umsetzung. In Dedensen existiert nach Aufgabe der Fleischerei Ament, Auf dem Damme, und Schließung des funktionalen Nachfolgers, Bäckerei Kuckuck, Bruchstraße, die beide weitere Lebensmittel, Zeitschriften etc. im

Angebot hatten, z.Zt. kein Nahversorgungsangebot. Es laufen Bemühungen zur Ansiedlung eines Kleinversorgers oder Gründung eines Dorfladens, daher wird für Dedensen ein Potenzialstandort ausgewiesen (siehe Kap. 6.3).

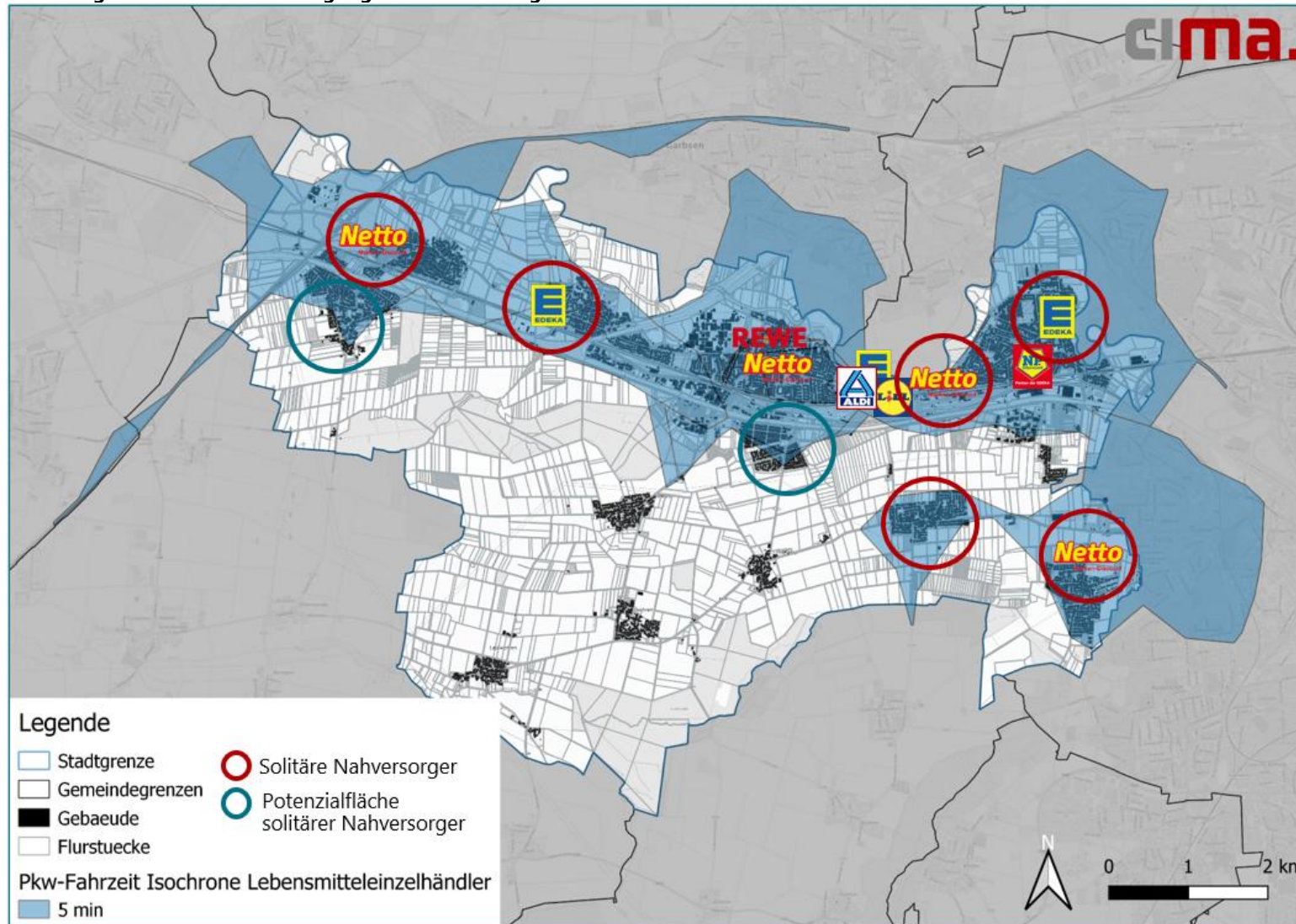
Der NETTO-Markt in Letter war im bisherigen Konzept noch der Fachmarkttagglomeration zugeordnet, ist durch deren nun erfolgte engere Fassung künftig als solitärer Nahversorger ausgewiesen.

Die Osnabrücker Landstraße in Gümmer war 2010 Prüfstandort, für den wenig später die Baugenehmigung für einen NETTO-Markt erteilt wurde. Dieser ist seitdem der größte Lebensmittelmarkt im westlichen Stadtgebiet.

In Velber wurden zwei mögliche Standorte geprüft. An der Hasselfeldstraße am nördlichen Siedlungsrand konnte 2015 ein NETTO-Markt angesiedelt werden.

Potenzial- und Prüfstandort für die Ansiedlung eines Nahversorgers war im Einzelhandelskonzept 2010 auch Seelze-Süd. Hier hat bislang keine Einzelhandelsentwicklung stattgefunden, ist aber aktuell in Planung und für die räumliche Abdeckung sinnvoll und wird in Kap. 6.3 beschrieben.

Abbildung 35: Solitäre Nahversorgungsstandorte Stadtgebiet Seelze



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2023 © Stadt Seelze
 Bearbeitung: cima, 2024

EDEKA Schmidt & Christ, Letter, Stöckener Straße

Betriebstyp: Supermarkt mit Lebensmittelvollsortiment

Verkaufsfläche: rd. 1.400 m²

Ergänzende Nutzungen: Wohnen und Zahnarztpraxis im Gebäude, Kiosk, 2 Restaurants und Optiker im Umfeld

Lage: Nordöstlich des ZVB Letter, umgeben von Wohnbebauung, vereinzelt weitere Betriebe entlang der Stöckener Straße

Erreichbarkeit & Funktion: Per Pkw gut, begrenzte Anzahl an Stellplätzen, Zufahrt versteckt über Tiergartenstraße, zur Stöckener Straße nur Ausfahrt. Gute fußläufige Erreichbarkeit. ÖPNV-Anbindung über Bushaltestelle Letter Windelerstraße in rd. 100 m. Standort übernimmt wohnortnahe Versorgung der nördlichen und östlichen Teile von Letter.

Baulicher Zustand: z.T. Modernisierungstau und beengter Ladenbau

Einordnung EHK 2010: solitärer Nahversorger („Edeka aktiv markt Ehlers“)

Empfehlungen: Modernisierungs-/Erweiterungsmöglichkeiten einräumen zum Erhalt der Attraktivität und Versorgungsfunktion. Fahrradstellplätze erneuern für Kundschaft mit E-Bike und Lastenfahrrad.

Abbildung 36: EDEKA-Markt Letter



Quelle: cima, 2023

NETTO, Letter, Lange-Feld-Straße

Betriebstyp: Lebensmitteldiscounter

Verkaufsfläche: rd. 720 m²

Ergänzende Nutzungen: Keine

Lage: Westlicher Siedlungsrand von Letter, rd. 500 m von Fachmarkttagglomeration, Wohnbebauung grenzt südöstlich der Lange-Feld-Straße an

Erreichbarkeit & Funktion: Per Pkw durch Lage an Ost-West-Verbindung Lange-Feld-Straße gut. Fußläufige Erreichbarkeit für westlichen, z.T. schmalen Siedlungskörper von Letter. Direkte ÖPNV-Anbindung durch gegenüberliegende Bushaltestelle Letter Damaschkestraße. Standort wichtig für Versorgung des westlichen Siedlungsbereichs von Letter.

Baulicher Zustand: Guter Discounter-Standard, veraltete Fahrradabstellanlage, wenig Grün auf versiegelter Pkw-Parkfläche

Einordnung EHK 2010: Teil der Fachmarkttagglomeration

Empfehlungen: Mittelfristig Modernisierung ermöglichen. Fahrraderreichbarkeit und -abstellanlagen verbessern. Begrünung anregen, unterstützen bzw. im Straßenraum ergänzen. Querungshilfe/Bedarfsampel prüfen.

Abbildung 37: Netto-Markt Letter



Quelle: cima, 2023

EDEKA Jung, Lohnde, Calenberger Straße

Betriebstyp: Supermarkt mit Lebensmittelvollsortiment

Verkaufsfläche: rd. 750 m², z.Zt. B-Planverfahren Erweiterung auf 1.050 m²

Ergänzende Nutzungen: Bäckereifiliale in der Vorkassenzone

Lage: Westlicher Ortsausgang von Lohnde, rd. 400 m zur Ortsmitte. Nördlich grenzt Wohnbebauung an, im Osten Kleingärten.

Erreichbarkeit & Funktion: Aufgrund der Lage an Calenberger Straße mit dem Pkw gut. Fußläufige Erreichbarkeit für einen Großteil der Einwohnerinnen und Einwohner von Lohnde gegeben, Querungshilfe/Bedarfsampel vorhanden. ÖPNV-Anbindung über Bushaltestelle Lohnde Hafenstraße in ca. 150 m. Standort übernimmt Nahversorgungsfunktion für Lohnde.

Baulicher Zustand: Fassade in Ordnung, z.T. beengter Ladenbau

Einordnung EHK 2010: Prüfstandort für Verlagerung und Verkaufsflächen-erweiterung des in Lohnde ansässigen des NP-Marktes Calenberger Str.

Empfehlungen: Trotz randlicher Lage noch gute Abdeckung des Lohnder Siedlungskörpers. Vergrößerung und Modernisierung erforderlich und bereits in Vorbereitung. Fahrrad-Erreichbarkeit ist zu verbessern.

Abbildung 38: EDEKA-Markt Lohnde



Quelle: cima, 2023

NETTO, Gümmer, Osnabrücker Landstraße

Betriebstyp: Lebensmitteldiscounter

Verkaufsfläche: rd. 800 m²

Ergänzende Nutzungen: Keine

Lage: Im östlichen Rand des kleineren, westlichen der beiden Siedlungskörper des Stadtteils Gümmer.

Erreichbarkeit & Funktion: Aufgrund der Lage an der Osnabrücker Landstraße und nahe der B441 mit dem Pkw gut, auch für Teile von Dedensen. Fußläufige Erreichbarkeit des Standortes durch randliche Lage nur z.T. gegeben, Querungshilfe/Bedarfsampel vorhanden. Zudem heranrückende Wohnbebauung durch östlich angrenzendes Baugebiet. ÖPNV-Anbindung über Bushaltestelle Gümmer Vorm Walde in ca. 120 m. Standort übernimmt Nahversorgungsfunktion für große Teile von Gümmer.

Baulicher Zustand: Wurde im Mai 2023 renoviert und umgebaut.

Einordnung EHK 2010: Prüfstandort

Empfehlungen: Fußläufige Erreichbarkeit zu angrenzendem Baugebiet sicherstellen.

Abbildung 39: NETTO-Markt Gümmer



Quelle: cima, 2023

NETTO, Velber, Hasselfeldstraße

Betriebstyp: Lebensmitteldiscounter

Verkaufsfläche: rd. 800 m²

Ergänzende Nutzungen: Keine

Lage: Nördlicher Siedlungsrand von Velber

Erreichbarkeit & Funktion: Pkw-Erreichbarkeit aus Velber und Harenberg gut. Zu Fuß (10 Minuten-Isochrone) nur für etwa die Hälfte der Einwohnerinnen und Einwohner von Velber. ÖPNV-Anbindung über Bushaltestellen Velber Englischer Friedhof rd. 200 m nördlich sowie Velber Hasselfeldstraße rd. 300 m südlich. Standort übernimmt trotz Randlage Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Velber.

Baulicher Zustand: Sehr viele Pkw-Plätze, kaum Grün, modernisierte Fassade, separater Eingang für Leergutrückgabe, leerstehender Shop in Vorkassenzone, Standard-Ladenbau

Einordnung EHK 2010: Prüfstandort, 2015 neu eröffnet

Empfehlungen: Verkaufsflächengröße ist standortadäquat. Funktionserhalt ggf. mittelfristig durch Modernisierung erforderlich.

Abbildung 40: NETTO-Markt Velber



Quelle: cima, 2023

SB-Markt Celik, Harenberg, Harenberger Meile

Betriebstyp: Lebensmittelmarkt, nicht-filialisiert

Verkaufsfläche: rd. 95 m² zzgl. Kiosk-Fläche

Ergänzende Nutzungen: Kiosk angebunden, Gaststätte, Hofladen (nur Fr.-Sa. geöffnet) in direktem Umfeld

Lage: Mittig im Stadtteil Harenberg, an Ortsdurchfahrt, von Wohngebieten umgeben

Erreichbarkeit & Funktion: Per Pkw durch Lage an Ortsdurchfahrt gut, keine eigenen Pkw- und nur wenig Fahrradstellplätze. ÖPNV-Anbindung über Bushaltestelle Harenberg Mitte in rd. 20 bzw. 60 m Entfernung. Standort übernimmt mit Basissortiment eine Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Harenberg.

Baulicher Zustand: Kein barrierefreier Zugang durch Stufe im Eingangsbereich. Zweckmäßige Geschäftsräume mit einfachem Ladenbau.

Einordnung EHK 2010: solitärer Nahversorger

Empfehlungen: Grundversorgung in kleinen Orten ist schwierig. Funktionserhalt durch Nachfolge sichern, behutsame Modernisierung anregen.

Abbildung 41: SB-Markt Celik, Harenberg



Quelle: cima, 2023

6.2.5 Sonstiges Stadtgebiet Seelze

Außerhalb des vorgestellten Einzelhandels der Stadt Seelze in den beiden zentralen Versorgungsbereichen, der Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße und den solitären Nahversorgungsstandorten besteht ein Einzelhandelsangebot mit insgesamt 22 Betrieben im sonstigen Stadtgebiet. Ein großer Schwerpunkt liegt im periodischen Sortiment, insbesondere bei den *Nahrungs- und Genussmitteln*, die z. B. von kleinen Kiosken, Bäckereien, Hofläden oder in Tankstellenshops angeboten werden. Im aperiodischen Bedarfsbereich ist das Angebot insgesamt eher gering. Großflächige Betriebe über 800 m² Verkaufsfläche wie beispielsweise Gartencenter, Baumärkte oder Hausratsgeschäfte sind nicht vorhanden. Folgende Betriebe mit aperiodischem Hauptsortiment gibt es im sonstigen Stadtgebiet: Einen Fahrradladen, ein Küchenstudio, einen Pflanzen- und Gartenmarkt, ein Elektronikgeschäft sowie einen Betrieb, welcher neben Handwerkertätigkeiten Fußböden und Wohnkonzepte anbietet. Keines der Geschäfte übertrifft Verkaufsflächengrößen von 150 m².

6.3 Potenzialstandorte in Seelze

In Ergänzung zur bestehenden Zentrenstruktur werden für Seelze potenzielle Standorte für großflächigen Einzelhandel definiert, die eine sinnvolle Weiterentwicklung und Ergänzung der Versorgungsstrukturen in den kommenden Jahren ermöglichen.

Großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment können auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eröffnen, sofern ihr zentrenrelevantes Randsortiment beschränkt ist. Über die Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße hinaus bieten sich hierfür z. Zt. jedoch keine Flächen an, sodass auf eine Ausweisung verzichtet wird. Hier ist bei zukünftigen Ansiedlungswünschen eine Einzelfallprüfung erforderlich.

Großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten in die beiden zentralen Versorgungsbereiche gelenkt werden (vgl. Kap. 7.2), daher werden hier keine Potenzialstandorte ausgewiesen.

Zur räumlichen Verbesserung der Nahversorgung sind aktuell zwei Standorte im Stadtgebiet als aussichtsreich anzusehen. Sie kommen für großflächige Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment für die Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes gem. Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen in Frage. Neben dem Konzentrationsgebot, das eine angemessene Bündelung von Einzelhandelsgroßprojekten (über 800 m² Verkaufsfläche) im zentralen Siedlungsgebiet des Zentralen Ortes vorgibt, sorgt das Integrationsgebot für die räumliche Feinsteuerung. Es legt fest, dass neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig sind. Die grundlegende Leitvorstellung der Raumordnung ist ein attraktiver und funktionsfähiger Handelsplatz „Innenstadt“ und die nachhaltige, verkehrsarme Nutzung der vorhandenen zentralen Versorgungsstrukturen.

Eine wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln kann jedoch bei größeren Kommunen nicht ausschließlich von der Innenstadt oder Ortsmitte gewährleistet werden, insbesondere wenn eine Siedlungsstruktur mit mehreren Stadt- oder Ortsteilen vorliegt. Jedoch sind gängige Betriebsformate des Lebensmitteleinzelhandels seit einigen Jahren mehrheitlich größer als 800 m² Verkaufsfläche und unterliegen sowohl der Steuerungswirkung der Landesplanung und Raumordnung als auch der Vermutungsregelung des § 11 Abs. 3 BauNVO.

Auf dieses Größenwachstum hat die Raumordnung mit zwei Ausnahmeregelungen für die Lebensmittelnahversorgung reagiert:

- Als Betriebe zur „wohnortbezogenen Nahversorgung“ gemäß LROP können solche gelten, die auf mindestens 90 % der Verkaufsfläche periodische Sortimente anbieten und einen fußläufigen Einzugsbereich (1.000 Meter Gehdistanz bzw. 10 Minuten Gehzeit unter Berücksichtigung von städtebaulichen Barrieren) aufweisen, aus dessen Kaufkraft voraussichtlich mehr als 50 % des Vorhabenumsatzes erzielt wird. Bei Erfüllung der genannten Kriterien gelten derartige Betriebe als nicht-raumbedeutsam und unterliegen nicht den Vorgaben des LROP, d.h. könnten auch außerhalb der ZVBs eröffnen.

- Zweite Möglichkeit ist die Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes gem. Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen:

„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; Satz 2 bleibt unberührt.“ (LROP 2022, Ziffer 05, Satz 3)

Das Vorliegen einer wohnortbezogenen Nahversorgung bzw. die Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes sowie alle weiteren Vorgaben des LROP und die Vermutungsregelung des § 11 Abs. 3 BauNVO sind im konkreten Einzelfall zu prüfen, z. B. im Rahmen einer Auswirkungsanalyse. Die Betriebstypologie als Nahversorger allein reicht für die Genehmigung und Umsetzung eines bestimmten Planvorhabens nicht aus.

Der Vollständigkeit halber sollen an dieser Stelle noch die sogenannten Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung gemäß Kapitel 2.3 Ziffer 10 LROP genannt sein, die eine dritte Möglichkeit für die Ansiedlung großflächiger Lebensmittelmärkte außerhalb der Zentralen Orte bieten. Sie ist mit den Trägern der Regionalplanung (hier: Region Hannover) abzustimmen, in Regionalen Raumordnungsprogrammen festzuhalten und kommt eher in ländlichen Regionen zur Anwendung, wenn in großen Flächengemeinden mehrere bevölkerungsstarke Ortsteile bestehen und dort mit gewisser Entfernung zum grundzentralen Ort Nahversorgung entstehen oder in die Großflächigkeit geführt werden soll. Aufgrund der dichteren Siedlungsstruktur kommt diese Variante für die Potenzialstandorte in Seelze voraussichtlich nicht zum Tragen.

Für die Bestimmung der Nahversorgungsstandorte, die für die Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes infrage kommen können, werden folgende Bewertungskriterien gemäß LROP zugrunde gelegt:

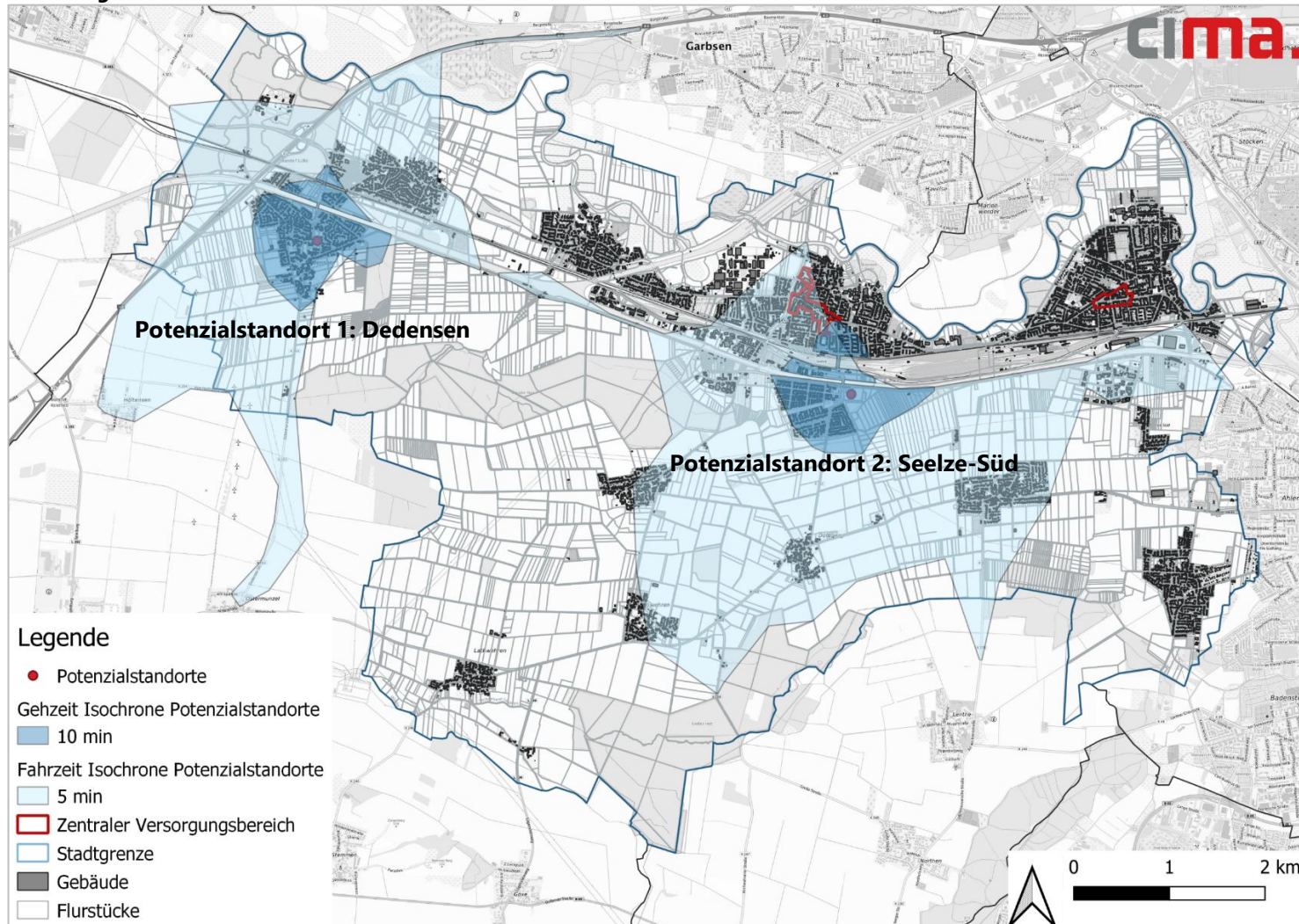
- Ist an dem Nahversorgungsstandort ein räumlich-funktionaler Zusammenhang mit Wohnbebauung gegeben? Besteht eine fußläufige Anbindung an bestehende Wohngebietslagen? Hier sind auch städtebauliche Barrieren wie viel befahrende Straßen zu berücksichtigen.
- Liegt eine ÖPNV-Anbindung vor?
- Besitzt der Standort eine gewichtige Nahversorgungsfunktion für einen bestimmten Teilbereich des Siedlungsgebietes von Seelze, der durch andere Standorte (insbesondere die ZVBs oder bestehende solitäre Nahversorgungsstandorte) nicht oder nur unzureichend gedeckt werden kann?
- Inwiefern wäre alternativ eine Versorgung durch Standorte in den zentralen Versorgungsbereichen möglich? Gibt es dort Potenzialflächen für die Ansiedlung von großflächigen Lebensmittelmärkten, die betreffende Siedlungs-/Stadtteile mitversorgen können?

Für Seelze lassen sich zwei potenzielle Standorte für solitärer Nahversorger identifizieren. Zum einen Dedensen als funktionelle Nachfolge der Bäckerei Kuckuck bzw. Fleischerei Ament, die im Einzelhandelskonzept 2010 als solitärer Nahversorger ausgewiesen war. Aktuell besteht in Dedensen kein Lebensmittelangebot.

Zum anderen der Siedlungsbereich Seelze Süd, der schon 2010 Prüfstandort war. Hier hat bislang keine Einzelhandelsentwicklung stattgefunden, ist angesichts der wachsenden Bevölkerungszahl durch die anstehende Realisierung des nächsten Bauabschnitts aber aussichtsreich.

Beide Standorte sind auf der folgenden Karte mit ihrer fußläufigen sowie Pkw-Erreichbarkeit dargestellt und im Anschluss beschrieben.

Abbildung 42: Potenzialstandorte und ihre Erreichbarkeit



Quelle: cima, 2024

6.3.1 Potenzialstandort Nahversorgung Dedensen

Seit der Schließung der Bäckerei-Kuckuck (vgl. Abb. 43) Ende Oktober 2023 fehlt Dedensen, dem westlichsten Stadtteil mit 2.313 Einwohnerinnen und Einwohnern (Stand 31.03.2024, Quelle: Region Hannover), eine Nahversorgungsmöglichkeit vor Ort. Neben Backwaren gab es dort ein eingeschränktes Lebensmittelsortiment, eine Lottoannahmestelle, der Cafébereich war als Treffpunkt beliebt. Es hat sich eine Dorfladen-Initiative gegründet.

Abbildung 43: geschlossener Nahversorger in Dedensen



Quelle: cima, 2023

Für einen filialisierten Lebensmittelmarkt mit meist mindestens 800 m² Verkaufsfläche ist das bisherige Ladenlokal zu klein. Selbst ein Dorfladen wäre beengt, da erfolgreiche Konzepte neben einem Basissortiment an Lebensmitteln, Drogerieartikeln und Haushaltswaren auch weitere Funktionen vereinen wie beispielsweise Post-/Paketshop und andere Dienstleistungen, Café/Bistro, Beratungs-/Veranstaltungsräume o.Ä. Eine alternative, neue Fläche sollte möglichst gut erreichbar und zentral im Ort liegen. Ein Dorfladen (unter 800 m²) ist in der Regel nicht raumbedeutsam, eine großflächige Ansiedlung unterliegt den Vorgaben des LROP.

Die Bewertungskriterien gemäß LROP in der Übersicht:

- Ein konkreter Standort innerhalb von Dedensen ist z.Zt. nicht festgelegt. Optimal wäre die Lage nahe des alten Standortes der Bäckerei Kuckuck und der Heimatscheune. Die ehemalige Volksbankfiliale ist ein Potenzialstandort. Dies würde eine gute Abdeckung eines Großteils der Einwohnerinnen und Einwohner in einem 10 Min. Gehzeitradius ermöglichen (vgl. Abb. 42). Ein räumlich-funktionaler Zusammenhang mit der umliegenden Wohnbebauung wäre gegeben, die städtebaulichen Barrieren Mittellandkanal und Bahntrasse schränken die fußläufige Erreichbarkeit erst im angrenzenden Stadtteil Gümmer ein.
- Mit der Bushaltestelle Dedensen Luther Straße (Linien 575, 700, N70) liegt eine ÖPNV-Anbindung vor.
- Als einziger fußläufiger Standort käme einem Lebensmittelmarkt oder Dorfladen eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Dedensen zu. Der nächstgelegene solitäre Nahversorger NETTO in Gümmer (vgl. Kap. 6.2.4), ist nur mit dem Pkw gut zu erreichen.
- Eine alternative Versorgung durch Standorte in den zentralen Versorgungsbereichen ist aufgrund der Entfernung zum Stadtteil Dedensen nicht möglich. Der großflächige Lebensmittelmarkt im ZVB Hauptzentrum Seelze, REWE, Brüggefeld, ist rd. 7 km und 10 Min. Pkw-Fahrzeit entfernt und somit für eine Nahversorgung ungeeignet. Für die Ansiedlung von weiteren großflächigen Lebensmittelmärkten, die theoretisch Dedensen mitversorgen könnten, fehlen zudem Potenzialflächen innerhalb beider ZVBs (vgl. Kap. 6.2.1, 6.2.2).

Eine Nachfolge der bisherigen Kleinversorger in Dedensen wäre wünschenswert, um die räumliche Lücke zu schließen und der Wohnbevölkerung eine fußläufige Einkaufsmöglichkeit zu gewähren. Mit Lage in der Ortsmitte wäre eine gute Abdeckung möglich, Alternativstandorte in den ZVBs sind nicht vorhanden, sodass die betrachteten LROP-Kriterien erfüllbar sein können. Nächste Schritte: Unterstützung bei kleinflächiger Dorfladensuche bzw. Einzelfallprüfung mit konkretem Standort und Verkaufsflächengröße.

6.3.2 Potenzialstandort Nahversorgung Seelze-Süd

Seelze-Süd ist der Name eines südlich von Eisenbahntrasse, Kanal und Bundesstraße an die Kernstadt Seelze anschließenden Neubaugebiets mit aktuell 3.003 Einwohnerinnen und Einwohnern (Stand 31.03.2024, Quelle: Region Hannover). Auf eine Eignung für die Ansiedlung eines Lebensmittelnahversorgers wurden im Einzelhandelskonzept 2010 bereits zwei Standorte in Seelze-Süd geprüft. Der Prüfstandort „westlicher Kirchbuschweg“ ist inzwischen mit einer Kinderkrippe und Kindertagesstätte bebaut. Aktuell noch unbebaut und für den Neubau eines großflächigen Lebensmittelmarktes im Gespräch ist die Fläche „östlicher Kirchbuschweg“ (vgl. Abb. 44). Der Prüfstandort befindet sich an der B 441, Ecke Kirchbuschweg/ An den Grachten und wird zukünftig vom 4. Bauabschnitt mit ca. 850 Wohneinheiten umgeben sein.

Abbildung 44: Potenzialfläche in Seelze-Süd



Quelle: cima, 2023

In Seelze-Süd ist seit 2022 zudem eine vierzügige Ganztagsgrundschule in Bau, die zum Schuljahr 2026/2027 öffnen soll. Diese erhöht die Attraktivität des Neubaugebiets für junge Familien zusätzlich.

Ein Nahversorgungsstandort für die zukünftig ca. 4.500-5.000 Anwohnende, der auch von den südlichen Stadtteilen Almhorst, Döteberg, Harenberg und Kirchwehren erreichbar ist, stellt eine sinnvolle räumliche Ergänzung dar.

Die Bewertungskriterien gemäß LROP in der Übersicht:

- Für den potenziellen Nahversorgungsstandort an der B 441, Ecke Kirchbuschweg/ An den Grachten ist ein räumlich-funktionaler Zusammenhang mit der bestehenden Wohnbebauung der ersten drei Bauabschnitte von Seelze-Süd gegeben. Dieser Zusammenhang wird zukünftig ausgebaut: Das städtebauliche Konzept für den 4. Bauabschnitt integriert den neuen Nahversorgungsstandort und bindet die östlich und südlich davon geplanten Baukörper an. Nach Norden bilden die Bundesstraße, der Stichkanal und die Bahngleise eine städtebauliche Barriere im Übergang zum Hauptsiedlungsbereich der Kernstadt.
- Die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes ist gegeben, da er direkt östlich an die bestehende Wohnbebauung angrenzt. Hier wäre im Zuge der Realisierung eines Lebensmittelmarktes das Einrichten einer Querungshilfe über den Kirchbuschweg sinnvoll. Der Planstandort ermöglicht sowohl eine gute Abdeckung eines Großteils der bisherigen Einwohnerinnen und Einwohner in einem 10 Min. Gehzeitradius als auch der zukünftigen 1.500-2.000 im 4. Bauabschnitt (vgl. Abb. 42).
- Mit den Bushaltestellen Seelze Am Markt und Martenkamp (Linie 572) liegt eine ÖPNV-Anbindung vor. Zudem ist im 4. Bauabschnitt eine Bushaltestelle am Stadtplatz geplant.
- Ein Lebensmittelmarkt würde die alleinige Nahversorgungsfunktion für das wachsende Neubaugebiet Seelze-Süd Stadtteil übernehmen, dessen heute schon über 3.000 Bewohnerinnen und Bewohner bislang keinem Markt in fußläufiger Erreichbarkeit haben. Die nächstgelegenen Märkte sind REWE und NETTO City im ZVB Hauptzentrum Seelze in rd. 2,5 km und 5 Min. Pkw-Fahrzeit sowie der solitäre Nahversorger mit eingeschränktem Sortiment, SB-Markt Celik, in Harenberg in rd. 3 km und 5 Min. Fahrzeit. Sie sind aufgrund der o.g. städtebaulichen Barrieren nur mit dem Pkw angemessen zu erreichen.
- Eine alternative Versorgung durch Standorte in den zentralen Versorgungsbereichen ist aufgrund der Entfernung zum Neubaugebiet und der starken Trennwirkung der o.g. städtebaulichen Barrieren nicht

sinnvoll. Alle nächstgelegenen Märkte sind nur per Pkw gut zu erreichen und können daher keine wohnortnahe Versorgungsfunktion für Seelze-Süd übernehmen. Für die Ansiedlung von weiteren großflächigen Lebensmittelmärkten, die theoretisch Seelze-Süd mitversorgen könnten, fehlen Potenzialflächen innerhalb beider ZVBs (vgl. Kap. 6.2.1, 6.2.2), so dass städtebauliche siedlungsstrukturelle Gründe eine Vorhabenansiedlung in städtebaulich integrierter Lage unmöglich machen.

- Aufgrund der zukünftig insgesamt rd. 4.500-5.000 Einwohnerinnen und Einwohner sollte die Ansiedlung einer marktfähigen Betriebsform des Lebensmitteleinzelhandels, Vollsortimenter-Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter, mit rd. 1.200-1.600 qm Verkaufsfläche und mindestens 90 % periodischem Sortiment in Seelze-Süd angestrebt werden. Die Verträglichkeit einer konkreten Verkaufsflächengröße muss über eine gutachterliche Auswirkungsanalyse geprüft werden.

Die heute schon über 3.000 Bewohnerinnen und Bewohner des Neubaugebiets Seelze-Süd besitzen keine Nahversorgungsmöglichkeit in fußläufiger Entfernung. Auch die südlichen Stadtteile Almhorst, Döteberg und Kirchwehren, die selbst zu wenig Bevölkerungspotenzial für eine eigene Marktansiedlung vorweisen, müssen weite Strecken mit dem Pkw zum nächsten Lebensmittler fahren. Im Zuge der anstehenden Realisierung des 4. Bauabschnitts sollen nicht nur ca. 850 Wohneinheiten für weitere 1.500-2.000 Einwohnende entstehen, sondern auch eine zukünftig zentral gelegene Fläche für einen Lebensmittelmarkt. Diese wäre für fast gesamt Seelze-Süd innerhalb von 10 Minuten Gehzeit zu erreichen. Großflächige Alternativstandorte in den ZVBs sind nicht vorhanden, sodass die betrachteten LROP-Kriterien erfüllbar sein können. Nächste Schritte: Einzelfallprüfung mit konkreter Verkaufsflächengröße.

7 Branchenkonzept für die Stadt Seelze

7.1 Sortimentsliste

7.1.1 Vorbemerkung

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

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleitete Sortimentsliste beziehen müssen. Gleichermassen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadt- oder Gemeindegebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.¹²

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

Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (mehr als 800 m² Verkaufsfläche): Auch

wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z. B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u. a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.¹³

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: *„Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“* (VGH Mannheim; Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05)).

¹² OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

¹³ Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimenten auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeit Gebrauch macht.“

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

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.¹⁴

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

Das Landes-Raumordnungsprogramm für Niedersachsen sieht für Randsortimente folgende Regelung vor: „*Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig, wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10*

vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt [...]“. Für diese Regelung ist die Einordnung der Sortimente in der Sortimentsliste relevant.

Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.¹⁵ Dabei können bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

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

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10 % der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.¹⁶

Die Sortimentsliste muss politisch per Ratsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investierende, Immobilienbesitzende, vorhandene Einzelhandelsbetriebe), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitions-

¹⁴ Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von einzelnen Sortimenten.

¹⁵ Vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

¹⁶ Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

sicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

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

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Stadt Seelze 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 m²) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhen zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix des Stadt-/Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundschaftsfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Innenstadt- bzw. Stadtteil-lage vorbehalten sein, um einen für die Kundschaft attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.

- **Frequenzbringende Funktion:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem Grundzentrum sind die Frequenzbringer des Stadt-/Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bedarfsbereichs (u. a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
 - **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die der Kundschaft einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
 - **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die aktuellen Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadt-/Ortsbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind für einen zentralen Versorgungsbereich in der Regel nur selten geeignet.
- Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit, zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Innenstadtlage zu entwickeln bzw. vorhandene Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten und die Zukunftsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt.
- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen

Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt erfüllt werden können (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

- **Planungswille der Kommune:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadtverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

7.1.3 Ableitung der Sortimentsliste für die Stadt Seelze

Die nachfolgend aufgeführte ortsspezifische, kommunale Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Seelze. Sie baut auf der Sortimentsliste des alten Einzelhandelskonzeptes (cima, 2010) auf und ist zudem anhand der aktuellen örtlichen Standortstrukturen überarbeitet worden. Damit gilt diese als maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

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. frequenzbringende Funktion),
- von Kundschaft ohne Probleme transportiert werden können,
- i. d. R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenschaftsfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen,
- vorwiegend in den Stadtzentren angeboten werden,
- i. d. R. einen Erlebniseinkauf nach sich ziehen.

Nicht-zentrenrelevant sind hingegen vor allem Sortimente, die

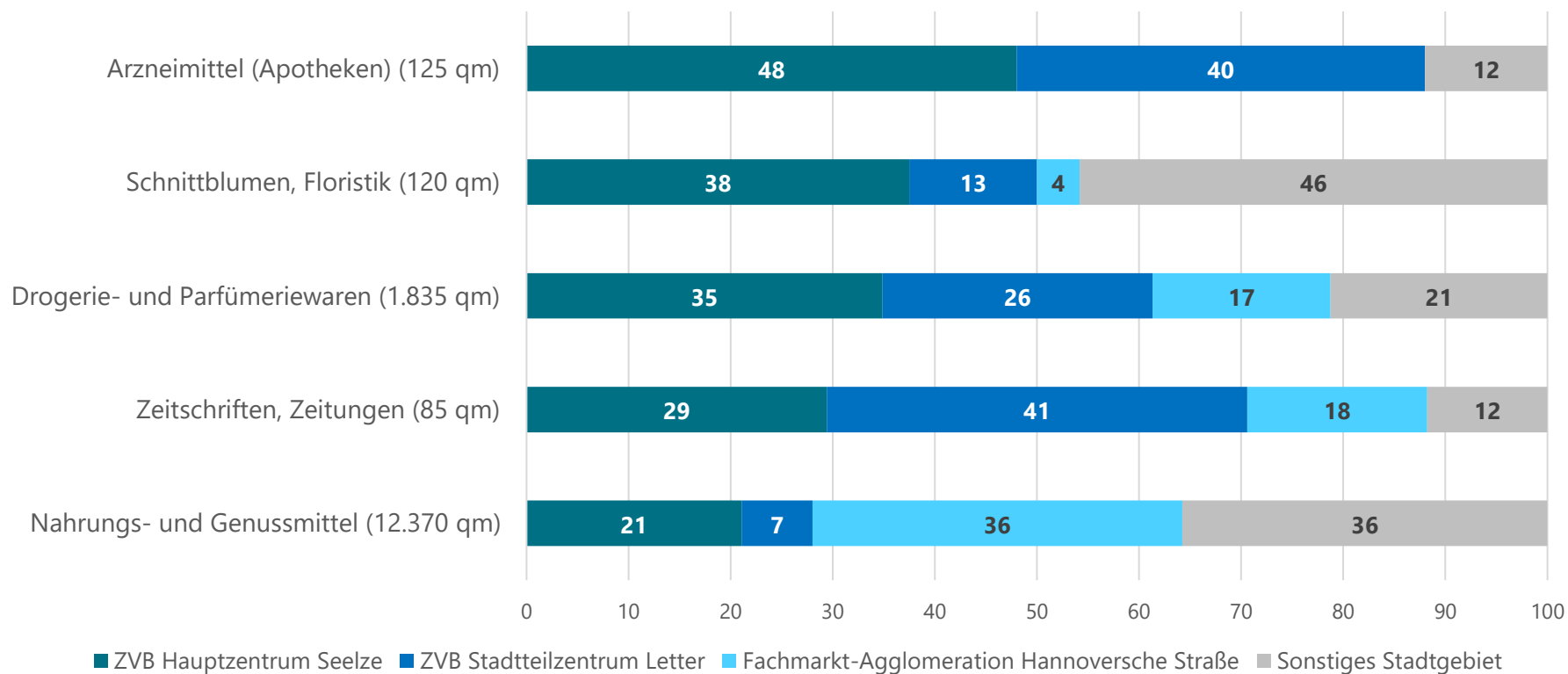
- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen,
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden und
- eher einem Versorgungs- als einem „Erlebniseinkauf“ dienen.

Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen großen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität.

Herleitung und Darstellung der Seelzer Sortimentsliste

Nachfolgend werden in Abbildung 45 und Abbildung 46 die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels in den Einzelhandelslagen in der Stadt Seelze für die Sortimente des periodischen und aperiodischen Bedarfs dokumentiert. Abbildung 47 stellt darauf aufbauend die abgeleitete ortsspezifische Sortimentsliste für die Stadt Seelze dar.

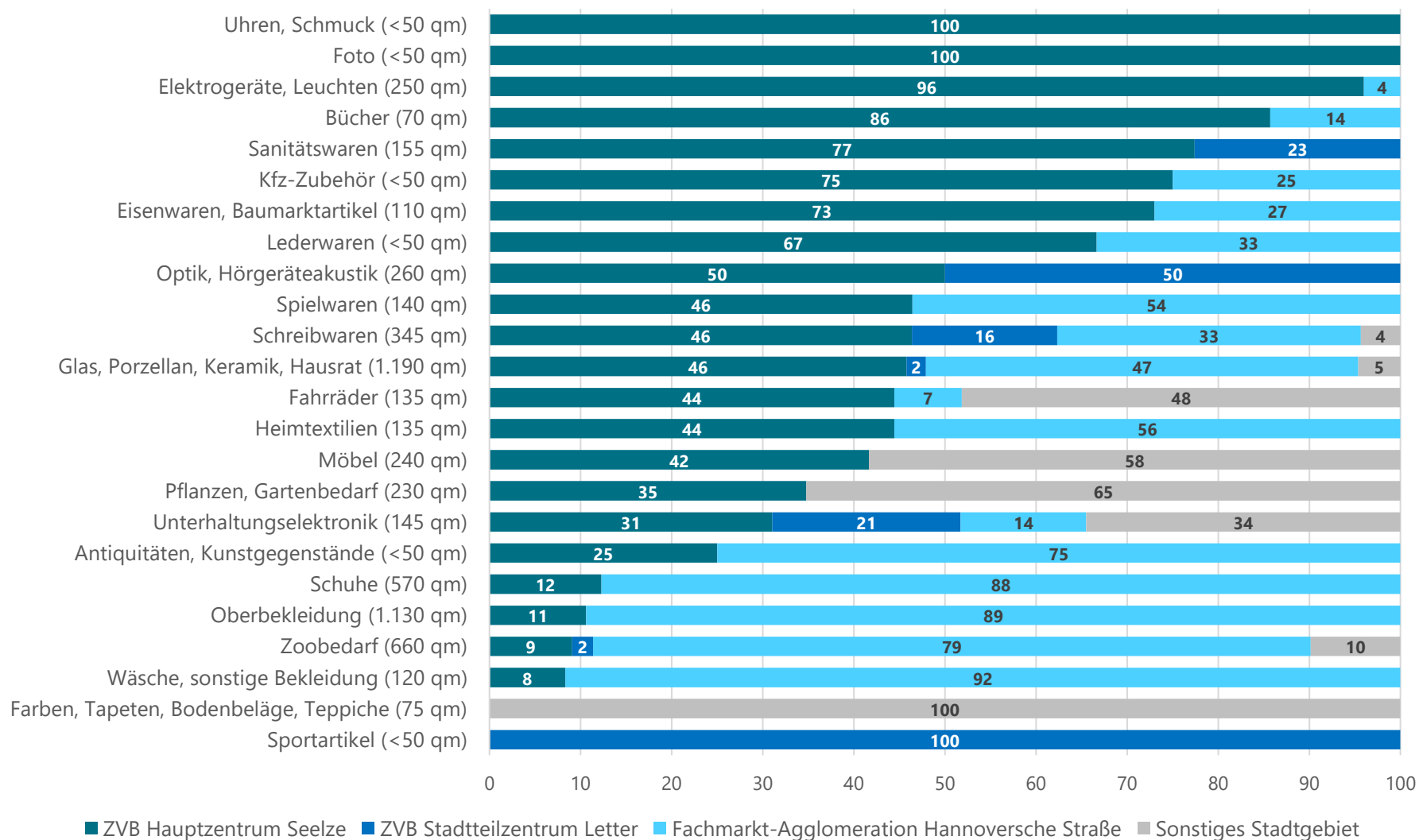
Abbildung 45: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Periodischer Bedarf



Quelle: cima, 2023 (Rundungsdifferenzen möglich)

Anmerkung: sonstiges Stadtgebiet inkl. solitäre Nahversorger, vgl. Kap.6.2.4

Abbildung 46: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Aperiodischer Bedarf



Quelle: cima, 2023 (Rundungsdifferenzen möglich)

Anmerkung: Kein Einzelhandelsbestand in den Sortimenten Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies und Computer, Büro-/Telekommunikation

Abbildung 47: Sortimentsliste für die Stadt Seelze

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant) ▪ Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren (inkl. Getränke) ▪ Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel) ▪ Parfümerie- und Kosmetikartikel ▪ Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken) ▪ Schnittblumen, Floristik ▪ Zeitschriften, Zeitungen	▪ Bekleidung (Damen, Herren, Kinder) ▪ Bücher ▪ Computer und Zubehör, Telekommunikation ▪ Elektroartikel (Elektrokleingeräte), Leuchten ▪ Fahrräder und Fahrradzubehör ▪ Foto und Zubehör ▪ Geschenkartikel ▪ Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat ▪ Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf ▪ Kunstgegenstände ▪ Lederwaren, Taschen, Schulranzen, Koffer ▪ Musikinstrumente ▪ Optik, Hörakustik ▪ Schuhe ▪ Sportartikel, Sportschuhe, Sportbekleidung (inkl. Campingartikel, Jagd-, Reit- und Angelausstattung, Waffen) ▪ Schreibwaren, Bürobedarf ▪ Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln) ▪ Sanitätswaren, medizinisch-orthopädischer Bedarf ▪ Unterhaltungselektronik (TV, HiFi, Video, Ton- und Datenträger) ▪ Uhren und Schmuck ▪ Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließend)	
	▪ Antiquitäten ▪ Babybedarf (Kinderwagen etc., keine Bekleidung) ▪ Baustoffe, Baumarktartikel ▪ Bodenbeläge (inkl. Teppiche und Teppichböden) ▪ Sport- und Freizeitgroßgeräte (inkl. Campingartikel, Jagd-, Reit- und Angelausstattung) ▪ Farben, Lacke ▪ Gartenbedarf (inkl. Pflanzen) ▪ Elektrogroßgeräte (weiße Ware) ▪ Kfz-Zubehör ▪ Möbel (inkl. Matratzen) ▪ Sanitärwaren ▪ Tapeten ▪ Werkzeuge, Eisenwaren ▪ Zoobedarf ▪ Erotikartikel, Waffen

Bearbeitung: cima, 2024

Änderungen im Vergleich zur bisherigen Sortimentsliste

Im Vergleich zu der Sortimentsliste des bisherigen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Seelze aus dem Jahr 2010 wurden primär Anpassungen textlicher/begrifflicher Art vorgenommen. Inhaltliche Anpassungen werden nachfolgend erläutert:

- **Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel** (nahversorgungsrelevant): Das Sortiment der pharmazeutischen Artikel und Arzneimittel wurde bislang nicht in der Sortimentsliste geführt. Es wird überwiegend von Apotheken angeboten und ist im Sinne der Gesundheitsversorgung als nahversorgungsrelevant eingestuft.
- **Bürobedarf** (zentrenrelevant): In der Sortimentsliste von 2010 waren *Büromaschinen* bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eingeordnet. Größere elektronische Geräte für das Büro sind jedoch im Sortiment Elektrogroßgeräte eingegliedert. Der alltägliche Bedarf für das Büro (Sortiment Bürobedarf) ist dagegen als zentrenrelevant einzuordnen und dem Sortiment Schreibwaren hinzugefügt worden, da auch in Schreibwarengeschäften entsprechende Artikel vorzufinden sind.
- **Medizinisch-orthopädischer Bedarf** (zentrenrelevant): Den Sanitätswaren wurde das Sortiment medizinisch-orthopädischer Bedarf mit angeordnet. Sanitätswaren werden in der Stadt Seelze zu 100 % in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten. Mit dem medizinisch-orthopädischen Bedarf sind Hilfsmittel und Kleingeräte im Pflege- und Medizinbereich wie z. B. Bandagen, Orthopädiebedarf, etc. gemeint.
- **Sport- und Freizeitgroßgeräte (inkl. Campingartikel, Jagd-, Reit- und Angelausstattung)** (nicht-zentrenrelevant): Campingartikel waren bereits in der Sortimentsliste von 2010 als nicht-zentrenrelevant

gelistet. Diese wurden in die neue Kategorie der Sport- und Freizeitgroßgeräte aufgenommen, zu denen nun auch Jagd-, Reit-, und Angelausstattung (vorher zentrenrelevant) zählen. Diese werden in der Regel auf großen Verkaufsflächen angeboten und unterscheiden sich damit von den üblichen Sportartikeln (weiterhin zentrenrelevant).

- **Erotikartikel** (nicht-zentrenrelevant): Das Sortiment wurde bislang nicht geführt. Aktuell werden Erotikartikel in der Stadt Seelze jedoch nicht angeboten. Das Sortiment wird zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft.
- **Waffen** (nicht-zentrenrelevant): Das Sortiment wurde bislang als zentrenrelevant geführt. Aktuell werden Waffen in der Stadt Seelze jedoch gar nicht angeboten. Das Sortiment wird zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Bei den übrigen Sortimenten wird die Einteilung der bisherigen Sortimentsliste bestätigt. Die zentrenrelevanten Sortimente sind entweder bereits strukturprägend für den zentralen Versorgungsbereich oder sollen – sofern diese Sortimente überwiegend außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches oder bislang nicht in der Stadt Seelze angeboten werden – zukünftig in der Ortskernlage angesiedelt werden.

Die bislang nicht einzeln benannten nicht-zentrenrelevanten Sortimente stellen allesamt typisch nicht-zentrenrelevante Sortimente dar (z. B. Baumarktartikel, Kfz-Zubehör, Möbel). Diese werden in der Stadt Seelze ebenso bestätigt.

7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Anhand der Einzelhandelsanalyse konnte verdeutlicht werden, dass in der Stadt Seelze in verschiedenen Sortimenten der Bedarf für weitere Ansiedlungen oder Verkaufsflächenenerweiterungen besteht. Nachfolgend soll aufgezeigt werden, an welchen Standorten für welche Sortimente Entwicklungspotenziale bestehen. Durch die Schaffung einer möglichst attraktiven Einzelhandelslandschaft mit einem für Grundzentren angemessenen Angebot soll in einigen Sortimenten des periodischen und aperiodischen Bedarfsbereichs die Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung gesteigert werden.

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

Mit der Orientierung an den folgenden Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Stadt Seelze getrieben bzw. 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 Kommune. Wenn es der Stadt Seelze gelingt, sich an diesem Zentrenkonzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) zentrenorientierte Entwicklungen und Spielräume.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden Bebauungspläne entsprechend den Zielvorstellungen des Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs) angepasst werden.¹⁷

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

Für die unterschiedlichen Sortiments- und Standortkategorien ergeben sich folgende strategische Aussagen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Im Grundzentrum Seelze ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten insbesondere auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche zu fokussieren. Planvorhaben bedürfen ggf. einer nachzuweisenden Verträglichkeit.
- Neue Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind nur an Standorten mit Wohnbezug und zur Schaffung einer fußläufigen Nahversorgung bzw. zur Verbesserung der Nahversorgungssituation zu entwickeln. Diese bedürfen ggf. einer nachzuweisenden Verträglichkeit. Dorfläden oder ähnliche Kleinstbetriebe zur Grundversorgung von Ortsteilen unterliegen grundsätzlich nicht dieser Nachweispflicht.
- Eine weitere Entwicklung der Nahversorgung an nicht-integrierten Standorten ist konzeptionell nicht vorgesehen.
- Primäres Ziel: Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung für einen möglichst großen Teil der Bevölkerung.

¹⁷ 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 Rechtsdienstleistenden einzuholen.

Zentrenrelevante Sortimente

- Ansiedlungen und Erweiterungen groß- und kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen priorisiert auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze sowie den zentralen Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter konzentriert werden.
- Konzeptionell ist eine Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht vorgesehen, grundsätzlich nach Einzelfallprüfung aber kleinflächig an solitären Nahversorgungsstandorten und in sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen mit direktem Wohnbezug möglich.
- Bei Neuansiedlungen als Randsortiment großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.
- Primäres Ziel: Entwicklung eines attraktiven und langfristig wettbewerbsfähigen zentralen Versorgungsbereichs im Ortskern von Seelze sowie auch im Ortskern von Letter.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Bei möglichen Ansiedlungen und Erweiterungen groß- und kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten soll zunächst geprüft werden, ob diese bei entsprechender Flächenverfügbarkeit in den zentralen Versorgungsbereichen als sinnvolle Ergänzung angesiedelt werden können.
- Prioritär sollen die Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten in die Fachmarktagglomeration Hannoversche Straße gesteuert werden.

- In sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen mit direktem Wohnbezug und an solitären Nahversorgungsstandorten sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten auch in der Großflächigkeit ggf. nach Einzelfallprüfung möglich.
- In sonstigen nicht-integrierten Standorten sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausnahmsweise zulässig bei einer nachzuweisenden Verträglichkeit.
- In Gewerbegebieten sind planerisch keine Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben gewünscht. Bestehenden Betrieben werden zur Anpassung an die Marktbedingungen Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt.
- Bei Neuansiedlungen großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.
- Primäres Ziel: Sicherung einer Grundversorgung mit aperiodischen, nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an zentralen, gut erreichbaren Standorten, sodass zusätzliche Einkaufsverkehre zu neuen, verstreut liegenden Standorten vermieden werden.

Abbildung 48: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe)

	Zentrenrelevante Hauptsortimente		Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
	Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente		
Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze	großflächig möglich ¹	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung ¹	großflächig möglich ¹
Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter	großflächig möglich ¹	großflächig möglich, nachrangige Ansiedlung ¹	großflächig möglich, nachrangige Ansiedlung ¹
Fachmarktagglomeration Hannoversche Straße	grundsätzlich keine Neuansiedlung, ausnahmsweise moderate Anpassung nach vorheriger Prüfung möglich ²	grundsätzlich keine Neuansiedlung, ausnahmsweise moderate Anpassung nach Prüfung möglich ²	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung ¹
Solitäre Nahversorgungsstandorte	grundsätzlich keine Neuansiedlung, ausnahmsweise moderate Anpassung nach vorheriger Prüfung möglich ²	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise nach vorheriger Prüfung kleinflächig möglich ²	kleinflächig und ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung ggf. großflächig möglich ²
sonstige siedlungsstrukturell integrierte Lagen	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise nach vorheriger Prüfung möglich ²	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise nach vorheriger Prüfung kleinflächig möglich ²	kleinflächig und ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung ggf. großflächig möglich ¹
sonstige nicht-integrierte Standorte	keine Ansiedlung ³	keine Ansiedlung ³	ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung ²
Gewerbegebiete	keine Ansiedlung, da gewerblichen Nutzungen vorbehalten ^{3,4}		

1) ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich. Die Ziele der Landesraumordnung sind zu beachten.

2) ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich sowie Einschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente. Die Ziele der Landesraumordnung sind zu beachten.

3) ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter, in jedem Fall aber kleinflächiger VKF zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente.

4) Gemäß EuGH-Urteil vom 30.01.2018 (C-31/16 und C-360/15) ist ein genereller Ausschluss von kleinflächigem Einzelhandel für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten nicht zulässig.

Bei allen Vorhaben sind die Vorgaben der Landes-Raumordnung Niedersachsen (LROP 2022) zu beachten.

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

Ansiedlungen von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren Anbietenden (z. B. Hofläden, Tankstellen) zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind generell möglich.

Im raumordnerischen Sinne von Agglomerationswirkungen müssen außerhalb städtebaulich integrierter Lagen mehrere räumlich konzentrierte nicht-großflächige Betriebe, von denen zusammen raumbedeutsame Wirkungen ausgehen oder ausgehen können, einer Zusammenschau unterzogen werden und gelten somit gemeinsam als großflächiger Einzelhandel.

Quelle: cima, 2024

7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze ist die Lage mit den meisten Einzelhandelsbetrieben der Stadt Seelze und soll langfristig entwickelt und attraktiv aufgestellt sein. Ziel ist der Erhalt und die Stärkung der Zentrums- und Versorgungsfunktion. Um dies erreichen zu können, sind innerörtliche Entwicklungen zukünftig prioritär auf diesen Bereich zu konzentrieren, ebenso auf den zentralen Versorgungsbereich in Letter (vgl. 7.2.2). Zur Etablierung und Positionierung der Zentrums- und Versorgungsfunktion sollen Neuansiedlungen und Erweiterungen von Betrieben vor allem mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten zukünftig gezielt hier stattfinden, sofern sie raumordnerisch verträglich sind.

Die cima empfiehlt für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Seelze die folgende Strategie:

- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen zentrenrelevanter Sortimente sollen gezielt und prioritär hier (und im ZVB Letter) stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente sollen gezielt und prioritär hier (und im ZVB Letter) stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sollen ebenfalls, wenn möglich und im Einzelfall sinnvoll, hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.

Bei potenziellen neuen Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich darauf zu achten, dass sie eine sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote darstellen. Eine ansprechende und zeitgemäße, gestalterische Umsetzung neuer Entwicklungen sollte ebenso berücksichtigt werden wie die Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit. Kombiniert werden sollten

Einzelhandelsbetriebe mit komplementären Nutzungen (z. B. Dienstleistungen, gastronomische Angebote, Verwaltungen).

Handlungsfelder und Maßnahmen

1. Die Mitte kompakt und lebendig halten

Der zentrale Versorgungsbereich des Hauptzentrums Seelze stellt den wichtigsten Handelsstandort im Stadtgebiet dar. Dementsprechend sollten sich Neuansiedlungen auf diesen Bereich konzentrieren. Als Grundlage, um Ansiedlungen von Betrieben auf das Zentrum zu konzentrieren, dient die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Um eine zu weitere Ausdehnung der Geschäftslage zu verhindern, bei welcher lange Wege und eine geringere Geschäftsdichte die Frequenz abbrechen lassen, sollten Ansiedlungen an den Randlagen oder außerhalb vermieden und gezielt in zentrale Lagen gesteuert werden. Die Bremer Straße dient als Verbindung der großflächigen Betriebe am Brüggefeld zu der Zentrums- und Versorgungsfunktion an der Hannoverschen Straße/Am Kreuzweg. Hier ist es ein Ziel, eine attraktive Verbindung zu schaffen.

2. Stärkung des Wochenmarktes

Seit einigen Jahren erfahren Wochenmärkte in Deutschland eine Renaissance. Regionale und saisonale Produkte sind beliebt, gern wird der Einkauf mit einem netten Gespräch, Kaffee oder Mittagsimbiss kombiniert. Der Wochenmarkt in Seelze findet jeden Dienstag von 8 bis 13 Uhr in der Straße Am Kreuzweg statt. Ziel ist es, den bereits etablierten Wochenmarkt zu sichern und für die Zukunft zu stärken.

Dafür sollte sich der Wochenmarkt noch mehr als Treffpunkt und sozialer Begegnungsort etablieren, um die Aufenthaltsdauer sowie die Frequenz der Besucherinnen und Besucher zu erhöhen. Die Wahrnehmung des Wochenmarktes soll in der Bevölkerung und auch bei Besuchenden wachsen. Um dies zu realisieren, sollten in Absprache mit dem aktuellen Veranstalter Attraktive Wochenmärkte GmbH mit Sitz in Hannover der Umfang und die Vielfalt des Angebotes erhöht und Verweilanziehe ausgebaut werden. Das

Angebot auf dem Wochenmarkt könnte bspw. durch internationale(re) Sortiment, Vorstellung ansässiger Geschäfte mit eigenen Ständen oder ergänzenden Angeboten, wie einem weiteren Mittagsimbiss oder einem Kaffee-Mobil, weiterentwickelt werden.

Zusätzliche Verweilanreize könnten weiterhin durch Bewirtung, Wetter-schutz oder der Aufstellung mobiler Sitzgelegenheiten (auch zum Verzehr mitgebrachter/eigener Speisen), insb. für Seniorinnen und Senioren, Familien oder mobileingeschränkte Personen geschaffen werden. Eine moderne, einheitliche Vermarktung mit Logo, das sich auf festen Hinweisschildern im Straßenraum wiederfindet, aber z. B. auch auf (nachhaltige) Stofftaschen gedruckt werden kann, stärkt die Identifikation und erleichtert die Ansprache weiterer Marktbesucherinnen und -besucher.

3. Durchführung eines Gründungswettbewerbs

Um (zukünftige) Unternehmerinnen und Unternehmer bei der Eröffnung eines Geschäftes zu unterstützen und um leerstehende Ladenflächen gezielt nachzunutzen, bietet sich die Initiierung eines Existenzgründungswettbewerbs an. Hierbei sollen innovative Unternehmenskonzepte, z. B. aus den Bereichen Handel, konsumbezogene Dienstleistungen, Handwerk, Kreativwirtschaft und ggf. Gastronomie gefördert und in den Hauptlagen von Seelze angesiedelt werden. Dafür eignen sich insbesondere aktuelle Leerstandsflächen, wie z. B. Hannoversche Str. 17b (aufgrund der Größe von rd. 300 m² ggf. nur eine Teilfläche davon). Angeregt und unterstützt werden dabei in der Regel die Neugründung, ein Umzug ins Stadtzentrum oder auch die Eröffnung eines Ladenlokals mit vormals nur online verkauften, ggf. selbst hergestellten Produkten.

Am erfolgreichsten und nachhaltigsten ist ein Komplettpaket aus Beratung, Begleitung und (Vermittlung von) Förderung, das zusammen mit Kooperationspartnerinnen und -partnern aus Hochschule, IHK, regionaler Wirtschaftsförderung, lokalen Medien und Netzwerken angeboten wird. Mittels des Gründungswettbewerbs können leere Geschäftsflächen im Zentrum gezielt belebt und der Branchenmix dabei gesteigert, private und lokale Geschäftsideen unterstützt werden sowie die Präsentation des

Standorts als interessanter Investitions- und Wirtschaftsraum gefördert werden.

4. Zwischennutzung und Leerstandsgestaltung

Sofern nicht neu gegründet oder langfristig gemietet werden kann, sind auch temporäre Zwischennutzungskonzepte für den Umgang mit Leerständen denkbar. Mit Einverständnis der Immobilienbesitzenden ist es möglich, leerstehende Objekte durch das Präsentieren und Angebote von (Sport)Vereinen oder Veranstaltung von Kunstausstellungen, kleinen Konzerten oder Lesungen aufzuwerten und ins Gespräch zu bringen. Das kann bilateral oder als öffentlichkeitswirksame Pop-Up-Stores organisiert werden, wie es die Stadt Seelze bereits 2022-2023 mit der Aktion „lokal – aus Seelze für Seelze“ getan hat.

Attraktive Leerstandsgestaltungen bilden einen weiteren Baustein, an dem die Stadt Seelze ansetzen sollte. Möglich wäre z. B. ein lokales Branding durch Beklebungen mit Bildern oder Mottos, die der Laufkundschaft ein positives und optimistisches Gefühl vermitteln. Weder zeitgemäß noch optisch ansprechend sind hingegen eine freie Sicht in das leerstehende modernisierungsbedürftige oder vermüllte Objekt oder die Bedeckung durch Materialien wie Zeitungs- oder Packpapier. Grundsätzlich sind Vermietende anzuregen, an den leerstehenden Immobilien die wesentlichen Objektdetails (u. a. Verkaufs- und Nebenflächen, Kontaktmöglichkeiten) sichtbar zu platzieren. Auch sollte darauf geachtet werden, dass sich die Fassade, Schaufenster, der Eingangsbereich und die unmittelbare Umgebung der leerstehenden Immobilie gepflegt und sauber präsentieren.

5. (Digitale) Präsenz der Betriebe steigern

Die Auffindbarkeit des Zentrums und der dort ansässigen Betriebe und Angebote ist heutzutage besonders wichtig, da sich viele Kundinnen und Kunden sowie Besucherinnen und Besucher bereits vor ihrem Besuch informieren. Auch ist es wichtig, die Gesamtheit und Vielfalt der Angebote darzustellen, um den Standort Stadtzentrum als Ganzes zu stärken. Um dies zu kommunizieren und zu bewerben sowie die Kundschaftsbindung unter Berücksichtigung aller Zielgruppen/Generationen zu erhöhen, sollte

die Sichtbarkeit online als auch offline ausgebaut werden. Die Homepage „shopping-seelze.de“ war ein guter Ansatz im Sinne eines „online-Schau-fensters“, ist jedoch unvollständig und nicht aktuell gehalten.

Die Online- und Offline-Präsenz der Betriebe (insb. der familiengeführten) kann durch gezielte Unterstützungs- und Coaching-Angebote (Seminare oder auch einzelbetriebliche Beratungen, z. B. Store-Checks) zu den Themen digitale Präsenz/Social-Media, Service, (Schaufenster-)Gestaltung etc. verbessert werden.

6. Runder Tisch für Eigentümerinnen und Eigentümer etablieren

Die Entwicklung der Immobilien und der Nutzungen ist im hohen Maße von den Vorstellungen (z. B. Mietforderungen, Kaufpreisen, etc.) und der Bereitschaft zur Kooperation der Immobilienbesitzenden abhängig. Deshalb ist es wichtig, regelmäßig als Stadtverwaltung mit den (lokalen) Eigentümerinnen und Eigentümern in den Austausch zu kommen, am besten in einem etablierten Format. Eine Veranstaltung wie ein sogenannter Runder Tisch dient der Information (z. B. kann die Stadtverwaltung über aktuelle Planungen und Ideen informieren), aber auch dem Austausch und der Diskussion. Die Verbesserungsvorschläge und Meinungen der Eigentümerinnen und Eigentümer können anschließend in die Entwicklungen und Planungen mit einfließen. Bei Planung und Durchführung des runden Tisches sollte die Gemeinschaft für Handel und Gewerbe Seelze e.V., HGS (wirtschaftliche Vereinigung für Seelzer Unternehmen aus allen Stadtteilen) eingebunden werden.

7. Feste und mobile Gestaltungs- und Spielelemente aufstellen

Feste, aber vor allem auch temporäre, mobile Gestaltungs-, Sitz- und Spielmöglichkeiten bieten die Möglichkeit einer wichtigen Aufwertung des öffentlichen Raumes, fördern durch das zusätzliche Freizeit- und Kulturangebot die Begegnung und steigern die Aufenthaltsqualität und dadurch auch die Aufenthaltsdauer. Neben fest installierten können auch mobile Elemente an wechselnden Orten platziert werden, sodass je nach Bedarf und Funktion variiert werden kann. Große versiegelte Flächen können verschönert werden und an Lebendigkeit gewinnen. Aber auch Orte,

an denen aus verschiedenen Gründen keine fest installierten Elemente in Frage kommen, können so besser genutzt werden. Zum Stadtmobiliar zählen neben Sitzmöglichkeiten grundsätzlich auch Mülleimer, Fahrradbügel oder Pflanzkübel. In Seelze kommt hierfür insbesondere der Platz am Alten Krug sowie die Straße Am Kreuzweg (Spielstraße) infrage. Die Aufstellung eines sogenannten Parklets im September 2024, einer mobilen, begrünten Sitzgelegenheit in der Größe eines Pkw-Parkplatzes (5 x 2,3 x 1,80 m), ist der richtige Schritt, Aufwertungselemente zu integrieren. Positiv ist an dem Beispiel, dass der Aufbau temporär ist, d.h. versetzt oder schnell abgebaut werden kann und dass er vom Mobilnetzwerk der Region Hannover aufgestellt und bezahlt wurde. Weitere mögliche mobile Elemente sind u.a. eine Kletterwand, Kräuterregale, Klavier, Tischtennis-Platte, Open-Stage (Bühne).

8. Klimaangepasste Stadtentwicklung vorantreiben

Vor dem Hintergrund des Klimawandels und der zunehmenden Bedeutung notwendiger Klimaanpassungsmaßnahmen setzen viele Städte vermehrt auf eine Stärkung „blauer und grüner Strukturen“. Durch grüne (Pflanzen) und blaue (Wasser) Elemente können sowohl Aufenthaltsqualität als auch Mikroklima verbessert werden. Bäume spenden Schatten und vermindern Hitzeinseln. Frei- und Versickerungsflächen werden bei gleichzeitiger Steigerung der Nutzbarkeit gesichert. Zudem kompensieren Elemente einer Schwammstadt Starkregenereignisse: Als erste kleinere Maßnahmen können bestehende Baumscheiben, Beete oder Grünstreifen wenn möglich erweitert und mit verbessertem, wasserspeichernden Substrat gefüllt werden. Im Zentrum von Seelze, wie in den meisten Innenstädten, sind viele Flächen versiegelt. Diese Strukturen bedürfen einer weiteren Auflockerung durch „blaue und grüne Strukturen“, insbesondere an den zentralen Lagen und Plätzen, an denen sich die Menschen aufhalten (Alter Krug, Hannoversche Straße, Am Kreuzweg).

9. Erreichbarkeit und Sicherheit mit dem Fahrrad verbessern

Beim Thema Radverkehr (Infrastruktur, Erreichbarkeit und Sicherheit) besteht im Hauptzentrum Seelze Handlungsbedarf. Die aktuellen Strukturen

genügen nicht den modernen Anforderungen und laden nur wenig zum Radfahren ein. Dies betrifft insbesondere die Hauptachse entlang der Hannoverschen Straße. Hier wird der Radverkehr aktuell im Mischverkehr auf der Straße geführt, ohne eigenen Radfahrstreifen. Da die Straße relativ stark befahren ist, ist die aktuelle Situation für Radfahrende weder komfortabel noch sicher, zumal die Straße schmal ist und es gerade bei Überholvorgängen der Pkws sehr eng werden kann. Zwar ist hier abschnittsweise Tempo 30 eingerichtet, trotzdem verleitet die aktuelle Situation die Radfahrenden, auf den Gehweg auszuweichen, was wiederum zu Konflikten mit Fußgängerinnen und Fußgängern führt. Eine bauliche Anpassung wäre zumindest im Zentrum wünschenswert, z. B. in dem klar erkennbare Eingangssituationen zu Beginn des zentralen Versorgungsbereichs geschaffen werden. Verkehrsberuhigende Effekte könnte durch niveaugleiche Aufpflasterung, großflächige verkehrsrote Fahrbahnmarkierungen oder Seitenrandgestaltungen erzielt werden. Alternativ bleibt die Suche, Festlegung, Markierung und Kommunikation von parallelen Ausweichrouten oder Fahrradstraßen für Fahrräder.

Abstellanlagen finden sich nur vereinzelt und sind nicht immer als große Bügel ausgestaltet. Die wachsende Zahl teurer E-Bikes und Lastenfahräder erfordert jedoch sichere Abstell- und Anschlussmöglichkeiten – gern auch in Überlänge oder überdacht.

10. Platzsituation „Alter Krug“ aufwerten

Die Platzsituation am Alten Krug, dem einzigen wirklichen städtebaulichen Platz im Zentrum von Seelze, sollte gestalterisch weiterentwickelt werden, um die Aufenthaltsqualität und Verweildauer zu steigern. Dafür bietet sich eine Mischung der unter Punkt sieben (feste und mobile Gestaltungs-/Spielemente) und acht (Klimaanpassung) vorgeschlagenen Maßnahmen an. Im Rahmen des Post-Corona-Förderprogramms „Perspektive Innenstadt“ wurde ein Konzept zur Umgestaltung der Stadtplätze erstellt. Erste Maßnahmen wurden bereits umgesetzt. Auch im 2024 beschlossenen integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzept (ISEK) für Seelze sind Empfehlungen für weitere Maßnahmen zur Aufwertung enthalten.

7.2.2 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter

Der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteilzentrum Letter nimmt eine wichtige Bedeutung insbesondere für die Wohnbevölkerung in Letter ein. Diese Bedeutung ist aufrechtzuerhalten und zu stärken indem auch in Zukunft wichtige periodische und aperiodische Sortimente im Zentrum von Letter angeboten werden. Dafür sollten bestehenden Betrieben Erweiterungs- und Modernisierungsmöglichkeiten eingeräumt werden. Neuan siedlungen von Betrieben vor allem mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten zukünftig gezielt hier stattfinden, sofern sie raumordnerisch verträglich sind.

Die cima empfiehlt für den zentralen Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter die folgende Strategie:

- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen zentrenrelevanter Sortimente sollen gezielt und prioritär hier (und im ZVB Seelze) stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente sollen gezielt und prioritär hier (und im ZVB Seelze) stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente können nachrangig ebenfalls, wenn möglich und im Einzelfall sinnvoll, hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.

Handlungsfelder und Maßnahmen

Für den zentralen Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Letter haben die in Kap. 7.2.1 beschriebenen Handlungsfelder 1-9 für das Hauptzentrum Seelze eine ganz ähnliche Relevanz: Der Punkt **„Die Mitte kompakt und**

lebendig halten“ stellt angesichts der langgezogenen Struktur des ZVB Letter eine große Herausforderung dar, der die Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 6.2.2) bereits Rechnung trägt. Eine Profilierung und **„Stärkung des Wochenmarktes“** am Kastanienplatz ist anzuraten, auch wenn er aktuell mehr Stände aufweist als der Markt am Kreuzweg, **„Durchführung eines Gründungswettbewerbs“**, **„Zwischennutzung und Leerstandsgestaltung“**, **„(digitale) Präsenz der Betriebe steigern“** erhöhen die Resilienz der Betriebe und Attraktivität des Stadtteilzentrums Letter. **„Runder Tisch für Eigentümerinnen und Eigentümer etablieren“**, **„Feste und mobile Gestaltungs- und Spielelemente aufstellen“** und **„Klimaangepasste Stadtentwicklung vorantreiben“** sind auch für die Entwicklung des Zentrums in Letter wichtig und übertragbar. Sie werden entsprechend an dieser Stelle nicht nochmals beschrieben. Hinzu kommen folgende Letter-spezifische Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Kreuzung Kirchstraße/Pestalozzistraße aufwerten

An der Kreuzung zwischen Kirchstraße und Pestalozzistraße am Rand des zentralen Versorgungsbereichs befindet sich aktuell ein Spielplatz mit nebengelegenem Eiscafé. Die Kirchstraße ist an dieser Stelle bereits als Spielstraße ausgewiesen mit der Vorgabe für die Autofahrende, Schritttempo zu fahren. Im Vergleich zur Hauptstraße, der Lange-Feld-Straße, herrscht in diesem Bereich bereits eine erhöhte Aufenthaltsqualität, die weiter gesteigert werden kann. Dies kann beispielsweise durch weitere „blaue und grüne Elemente“ in Kombination mit Fahrradabstellanlagen oder auch kleinere Veranstaltungen im Freien, wie etwa Flohmärkten, geschehen. Anliegerinnen und Anlieger aus Handel und Gastronomie, aber auch die Kirchengemeinde, sind mit einzubeziehen.

2. Kastanienplatz für Veranstaltungen nutzen

Auf dem Kastanienplatz haben in den letzten Jahren u.a. im Rahmen des Programms „Perspektive Innenstadt“ bereits Umgestaltungen stattgefunden. Beispielsweise wurde dort eine Kastanie gepflanzt, ein Hochbeet mit integrierter Belüftungs- und Bewässerungsanlage sowie ein Wasserspiel

installiert und neue Sitzgelegenheiten aufgestellt. Der Platz bietet damit attraktive Möglichkeiten und wird beispielsweise für den Wochenmarkt, der dort immer mittwochs von 8-13 Uhr stattfindet, genutzt.

Im Fokus der Bemühungen sollten zukünftig die Sicherung vorhandener Qualitäten am Kastanienplatz und der Ausbau der Veranstaltungsvielfalt und auch neuer (experimenteller/innovativer) Formate im Stadtteilzentrum liegen. Mit einem Mix aus kleineren und größeren Attraktionen und Veranstaltungen kann es gelingen, auch neue Interessens- und Besuchergruppen anzusprechen. Insbesondere bei den größeren Veranstaltungen ist es von hoher Relevanz, generations- und kulturübergreifende Angebote zu fördern und den Kastanienplatz als zentraler Platz und Treffpunkt aller Generationen zu verstehen.

7.2.3 Ansiedlungsstrategien für die Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße

Die Fachmarkttagglomeration Hannoversche Straße befindet sich in autoverkehrsgünstiger Lage zwischen den beiden Zentren Seelze und Letter. Zukünftig sollen an der Fachmarkttagglomeration insbesondere Ansiedlungen von flächenbeanspruchenden Formaten mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten priorisiert werden.

Die cima empfiehlt für den Standort der Fachmarkttagglomeration an der Hannoverschen Straße die folgende Strategie:

- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sollen ausgeschlossen werden. Eine Ausnahme kann bestehen, wenn eine Ansiedlung in den zentralen Versorgungsbereichen nachweislich nicht möglich ist, nachweislich keine schädigenden Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind und sie raumordnerisch verträglich sind. Moderate Flächenanpassungen sind nach vorheriger Prüfung möglich.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sollen

ausgeschlossen werden. Eine Ausnahme kann bestehen, wenn eine Ansiedlung in den zentralen Versorgungsbereichen nachweislich nicht möglich ist, nachweislich keine schädigenden Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche, solitäre Nahversorgungsstandorte und die wohn-ortnahe Versorgung zu erwarten und sie raumordnerisch verträglich sind. Moderate Flächenanpassungen sind nach vorheriger Prüfung möglich.

- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterung nicht-zentren-relevanter Sortimente sind bei vorliegender raumordnerischer Verträglichkeit sowie einer Einschränkung zentrenrelevanter Randsortimente gezielt und prioritär hier anzusiedeln.

Handlungsfelder und Maßnahmen

Die Fachmarktagglomeration an der Hannoverschen Straße zwischen Seelze und Letter befindet sich in städtebaulich nicht-integrierter Lage. Dementsprechend kann und sollte der Standort insbesondere städtebaulich und in seiner Anbindung für den nicht motorisierten Individualverkehr attraktiver gestaltet werden.

1. Erreichbarkeit mit dem Fahrrad und zu Fuß verbessern

Die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad und zu Fuß ist unzureichend und nicht immer sicher. Den Fußweg an der Hannoverschen Straße teilen sich Fußgängerinnen und Fußgänger mit Radfahrenden; er befindet sich zudem ausschließlich auf der Nordseite der Hannoverschen Straße und ist zu schmal für sich begegnenden Radverkehr. Entsprechende Planungen zur Umgestaltung sind angelaufen. Diese sehen einen Schutzstreifen für den Radverkehr im Norden und einen Radweg mit baulicher Trennung zur Fahrbahn im Süden vor.

Die Zufahrten von der Hannoverschen Straße auf die großen Parkflächen vor den Betrieben der Fachmarktagglomeration sind lediglich für Pkws ausgelegt. Fußwege oder Markierungen für Fußgängerinnen, Fußgänger und Fahrradfahrende gibt es nicht. Diese wären jedoch wichtig, um die Sicherheit der jeweiligen Verkehrsteilnehmenden zu erhöhen. Auch auf

den Stellplatzflächen fehlen entsprechende Markierungen größtenteils. Eine Ausnahme stellt ein rotmarkierter Fußweg von der Hannoverschen Straße zum ALDI-Markt dar, wo zudem zwei Zebrastreifen ergänzt wurden. Dies ist der richtige Ansatz, der auch für die anderen Fuß- und Radwegebeziehungen am Fachmarktzentrum angewendet werden muss.

Darüber hinaus ist eine Querung der mittig gelegenen Tankstelle nicht möglich; Autos und Menschen zu Fuß oder mit dem Rad müssen für Kopplungskäufe zurück auf die Hannoversche Straße.

Abstellanlagen für Fahrräder sind nicht vor allen Märkten vorhanden und sollten ergänzt werden.

2. Erreichbarkeit mit dem ÖPNV verbessern

Eine eigene Bushaltestelle für die Fachmarktagglomeration besteht zum Zeitpunkt der Berichtsverfassung (April 2025) nicht. Etwa 220 Meter westlich von der Einfahrt zum ALDI-Markt und EDEKA E-Center befindet sich die Haltestelle Seelze Bredenbeeke, in östlicher Richtung sind es ca. 450 Meter von der Haltestelle Letter Damaschkestraße zur ersten Einfahrt bei u.a. KIK und TAKKO. Deshalb ist die Verbindung für Personen, die mit dem Bus zum Fachmarktzentrum fahren möchten, aktuell nicht attraktiv. Gerade bei größeren und schwereren Einkäufen ist es nicht praktisch, noch größere Distanzen zu Fuß zur Bushaltestelle zurückzulegen. Hier sollte geprüft werden, wie hoch der Bedarf für eine weitere Bushaltestelle in zentraler Lage an der Fachmarktagglomeration besteht (etwa auf Höhe zwischen EDEKA E-Center und LIDL).

Aktuelle Planungen laufen, nach denen die Bushaltestelle Seelze Beethovenstraße an die Hannoversche Straße östlich der HEM Tankstelle auf Höhe des ALDI-Marktes verlagert werden soll, wodurch sich die Anbindung mit dem Bus verbessern würde.

3. Klimaangepasste Stadtentwicklung vorantreiben

Allgemein ist die gestalterische Qualität der Zufahrten und Stellplatzflächen verbesserungswürdig. Abgesehen vom LIDL-Parkplatz sind im Bereich der Fachmarktagglomeration an der Hannoverschen Straße keine Bäume gepflanzt und kaum Grünflächen angelegt. Hier ist aus cima-Sicht

auf die Grundstückseigentümerinnen und -eigentümer zuzugehen sowie Möglichkeiten der Begrünung entlang der Hannoverschen Straße zu prüfen. Anbieten würden sich mehrere kleinteilige Grünflächen mit flachem oder halbhohem Bewuchs, welcher die Sichtbeziehungen von der Hannoverschen Straße aus und auf der Parkfläche nicht stört.

7.2.4 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte

Die solitären Nahversorgungsstandorte in den **Stadtteilen Letter, Lohnde, Gümmer, Velber und Harenberg** nehmen eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion für die Bevölkerung in den Stadtteilen wahr. Den Nahversorgungsstandorten sollte zukünftig ebenfalls die Möglichkeit gegeben werden, sich den geänderten und gewachsenen Ansprüchen an moderne Einkaufsstandorte anzupassen.

Die cima empfiehlt für die solitären Nahversorgungsstandorte die folgende Strategie:

- Ansiedlungen und Erweiterungen zentrenrelevanter Sortimente sind konzeptionell nicht vorgesehen.
- Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen sind bei vorliegender raumordnerischer Verträglichkeit sowie einer Einschränkung sonstiger Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche großflächig möglich.
- Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind nicht vorgesehen. Nach Einzelfallprüfung können Sie jedoch gegebenenfalls zulässig sein, wenn sie raumordnerisch verträglich sind.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

Handlungsfelder und Maßnahmen

1. Erreichbarkeit mit dem Fahrrad und zu Fuß verbessern

Die solitären Nahversorgungsstandorte liegen in den meisten Fällen in nicht-integrierten Lagen, oftmals am Ortsrand (NETTO in Letter, NETTO in Velber, EDEKA in Lohnde, NETTO in Gümmer). Dem ausreichenden Angebot an Pkw-Parkplätzen durch entsprechende Flächenverfügbarkeit steht jedoch oft eine ungenügende Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad gegenüber. Für diese Marktlagen gilt es, eine sichere und durchgängige Zuwegung für den nicht motorisierten Verkehr zu schaffen. Wichtig sind bei den Standorten der solitären Nahversorger insbesondere sichere Übergänge über die Straßen zu den Märkten, da Fuß- und/oder Radwege oftmals einseitig auf der gegenüberliegenden Straßenseite geführt werden. Zum Teil sind sichere Übergänge mittels Ampeln, Zebrastreifen oder Ausbuchtungen bereits geschaffen worden, zum Teil fehlen diese noch.

2. Ergänzende Angebote und Dienstleistende ansiedeln

In den Marktlagen der solitären Nahversorger bietet es sich teilweise an, ergänzende Nahversorgungsangebote, z. B. Bäckerei, Fleischerei, Feinkost, oder Dienstleistungen, wie Postannahmestelle etc., anzusiedeln. Hierfür sind die in den Eingangsbereiche der Lebensmittelmärkte prädestiniert, wie es beispielsweise beim EDEKA Markt in Lohnde (Bäckerei LANGREHR in der Vorkassenzonen) der Fall ist. Durch die ergänzenden Angebote können die Attraktivität des Standorts für die Nahversorgung der Bevölkerung des jeweiligen Stadtteils gestärkt und Kopplungseffekte erzielt werden.

Allerdings ist darauf zu achten, dass diese Ergänzung der Angebote mit Bedacht geschieht. Es soll keine Konkurrenz geschaffen werden zu den zentralen Versorgungsbereichen im Stadtgebiet, in die generell die zentrenrelevanten Sortimente gelenkt werden sollten, oder zu Orts- und Dorfkernen, die ggf. noch Lebensmittelhandwerk, Gastronomie oder Dienstleistungsbetriebe aufweisen. Ortsmitten sollten gestärkt werden (siehe auch folgende Maßeempfehlung). Großflächige Ansiedlungsvorhaben sind nur ausnahmsweise zulässig und erfordern einen Nachweis der baurechtlichen und raumordnerischen Verträglichkeit.

3. Ortsmittelpunkte stärken

Ortsmittelpunkte spielen in kleinen Stadtteilen generell eine zentrale Rolle als soziale und kulturelle Treffpunkte. Im besten Fall sind das Herzstück der Orte und tragen wesentlich zur Identität und Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner bei. Die Mitte ist dabei nicht zwingend geografisch zu sehen, sondern funktional und städtebaulich. Sie kann nahe dem solitären Nahversorgungsbetrieb liegen, wie in Harenberg, oder mit größerem Abstand davon, wie beispielsweise in Velber.

Sofern ein Ortsmittelpunkt in den Stadtteilen vorhanden ist, sollte dieser in seiner Platzgestalt und Aufenthaltsfunktion gestärkt werden. Hier bietet es sich an, Sitzgelegenheiten, Begrünung und Spielmöglichkeiten zu schaffen oder neu zu gestalten. Zudem ist eine Beruhigung des Verkehrs im Bereich des Ortsmittelpunkts essenziell, um die Sicherheit und Aufenthaltsqualität zu erhöhen. Dorfplätze können für regelmäßige Veranstaltungen wie Dorffeste genutzt werden. Die Belebung der Ortsmitten kann über Mehrgenerationenhäuser, Bürgerinnen- und Bürger- und Dorfgemeinschaftshäuser oder Dorfcafés als soziale Treffpunkte unterstützt werden.

4. Unterstützung des Vereinslebens und von Veranstaltungen

In den mittleren bis kleineren Stadtteilen Seelzes mit solitärem Nahversorger spielen Vereinsleben und lokale Veranstaltungen eine zentrale Rolle für die Attraktivität der Orte - sei es im Sport, in der Kultur, im Brauchtum oder im sozialen Bereich, z. B. bei Angeboten für Kinder und Jugendliche oder ältere Menschen. Vereine stärken das soziale Miteinander, fördern den Zusammenhalt der Gemeinschaft und bereichern das kulturelle Angebot. Zudem machen sie den Ort lebendiger und attraktiver für Bewohnerinnen und Bewohnern und für potenzielle Neubürgerinnen und Neubürger.

Viele Vereine leiden heutzutage stark unter Nachwuchsmangel im Ehrenamt und schwindendem Interesse, sich verbindlich ehrenamtlich zu beteiligen. Hier kann die Kommune Anreize setzen, beispielsweise durch Anerkennungssysteme, Ehrenamtspässe oder Vergünstigungen für engagierte

Bürgerinnen und Bürger, die die Bereitschaft zur Mitarbeit erhöhen und die Wertschätzung fördern. Zudem können Beratungsangebote der Stadt helfen, rechtliche Anforderungen leichter zu erfüllen. Generell sollte hier für die Vereine Unterstützung seitens der Stadt in organisatorischen, rechtlichen und inhaltlichen Fragen bestehen.

7.2.5 Ansiedlungsstrategien für sonstige Wohn- und Mischgebiete (siedlungsstrukturell integrierte Lagen)

In Wohn- und Mischgebieten, in denen keine solitären Nahversorger oder großflächigen Einzelhandelsbetriebe vorzufinden sind, kann die Ansiedlung von Einzelhandel zielführend sein, wenn er eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die umgebende Wohnbevölkerung übernimmt. Gesunde Wohnverhältnisse sollten jedoch nicht durch neuen Ziel- oder Parkplatzsuchverkehr gefährdet werden. Von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren kleinflächigen Anbietenden zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder übrige Nahversorgungsstrukturen zu erwarten.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Grundsätzlich sollte die Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen Seelze und Letter erfolgen. In Wohn- und Mischgebieten ist sie konzeptionell großflächig nicht vorgesehen.
- Ausnahmsweise sind Neuansiedlungen nahversorgungsrelevanter Sortimente in Wohn- und Mischgebieten nach Einzelfallprüfung möglich. Sie sollten zur Schaffung oder Verbesserung einer fußläufigen Nahversorgung einen direkten Wohnbezug besitzen und keine nennenswerten zusätzlichen Zielverkehre in das Wohngebiet erzeugen. Der Nachweis der baurechtlichen und raumordnerischen Verträglichkeit (insb.

Nichtschädigung der bestehenden integrierten und wohnortnahen Nahversorgungsbetriebe) ist durch Einzelfallprüfung zu erbringen.

- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist nicht vorgesehen, jedoch ggf. ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung auch großflächig möglich. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Vereinbarkeit mit der Wohnfunktion beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen. Die konkrete Verträglichkeit von Erweiterungs- und neuen Planvorhaben (v. a. großflächig) sollte durch eine gesonderte Auswirkungsanalyse geprüft werden.

7.2.6 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte

Diese Kategorie umfasst Ortsrandlagen sowie weitere nicht-integrierte Lagen im gesamten Stadtgebiet Seelze. Nicht-integrierte Lagen weisen keinen oder nur einen sehr geringen Wohnbezug auf.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung zulässig. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Bündelung mit anderen Einkaufsstandorten beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

7.2.7 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete

Diese Kategorie umfasst ausgesprochene Gewerbegebiete (GE/GI-Flächen). Diese weisen in der Stadt Seelze keinen nennenswerten Einzelhandel auf, auch weil frühzeitig über Beschränkungen und Ausschlüsse in den Bebauungsplänen gesteuert wurde.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen, da Gewerbegebiete grundsätzlich gewerblichen Nutzungen vorbehalten sein sollen.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen, da Gewerbegebiete grundsätzlich gewerblichen Nutzungen vorbehalten werden sollen und hier meist der Wohnbezug fehlt.
- Die Neuansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente in Gewerbegebieten ist planerisch grundsätzlich nicht gewünscht. Für bestehende Betriebe können ggf. Erweiterungsmöglichkeiten zur Bestandssicherung nach Einzelfallprüfung eingeräumt werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

7.2.8 Entwicklungsstrategien für Stadtteile ohne Einzelhandelsbesatz

In den **Stadtteilen Dedensen, Döteberg, Almhorst, Kirchwehren und Lathwehren**, in denen keine solitären Nahversorger oder sonstige Einzelhandelsbetriebe vorzufinden sind, gelten die Ansiedlungsstrategien der entsprechenden Lagen (vgl. Abb. 48, S. 76), z. B. für Wohn- oder Mischgebiete (vgl. 7.2.5). Generell gestaltet sich die Tragfähigkeit von Läden in kleinen Stadtteilen aufgrund der geringen Bevölkerung und Kaufkraft schwierig. Die Ansiedlung größerer Betriebe in schlecht zu erreichenden Siedlungsteilen ist zudem raumordnerisch nicht sinnvoll, da Fehl-

allokationen vergleichsweise mehr Verkehre hervorrufen als Versorgungseinrichtungen in zentralen Lagen.

Handlungsfelder und Maßnahmen

1. Realisierung und Erhalt von Kleinstversorgern und Dorfläden

In den kleineren Stadtteilen ohne (solitären) Nahversorger ist die wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs eine zentrale Herausforderung, insbesondere vor dem Hintergrund demografischer Veränderungen und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen. Um den Erhalt oder die Realisierung von Dorfläden und Kleinstversorgern nachhaltig zu sichern, sind verschiedene Maßnahmen erforderlich.

Zunächst ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Kommune, Bürgerinnen und Bürgern und potenziellen Betreibern essenziell. Durch Bedarfsanalysen und vor-Ort-Befragungen kann ermittelt werden, welche Produkte und Dienstleistungen besonders gefragt sind. Auf dieser Basis lassen sich tragfähige Konzepte entwickeln, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Bevölkerung zugeschnitten sind.

Ein bewährtes Modell ist die Gründung von Genossenschaften oder Bürgerläden, bei denen die Bewohnerinnen und Bewohner selbst Anteile erwerben und sich aktiv an der Organisation beteiligen. Dadurch steigt nicht nur die Identifikation mit dem Laden, sondern es wird auch das wirtschaftliche Risiko auf mehrere Schultern verteilt. Ergänzend können Förderprogramme und finanzielle Unterstützung von Land und Bund genutzt werden, um Investitionskosten zu reduzieren.

Zur wirtschaftlichen Tragfähigkeit sollten Dorfläden ihr Angebot über den klassischen Lebensmittelverkauf hinaus erweitern. Dazu zählen Dienstleistungen wie Post- oder Paketannahmestellen, Café-Bereiche oder regionale Produkte, die eine zusätzliche Kundenfrequenz generieren. Kooperationen mit regionalen Erzeugern und Lieferdiensten können helfen, frische und hochwertige Waren anzubieten, während moderne Konzepte wie digitale Bestellmöglichkeiten oder kleinere Selbstbedienungssysteme mit unbegrenzten Öffnungszeiten die Attraktivität steigern.

Schließlich ist eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit wichtig, um die Akzeptanz und Nutzung des Dorfladens zu fördern. Durch Informationskampagnen, Veranstaltungen oder Rabattaktionen kann das Bewusstsein für die Bedeutung lokaler Nahversorgung geschärft werden. Entscheidend ist, dass sich die Bewohnerinnen und Bewohner aktiv einbringen und den Laden regelmäßig nutzen, um seine langfristige Existenz zu sichern. Leider scheitern vielen Dorfläden nach einigen Jahren, weil z. B. Energie- und Personalkosten steigen, regelmäßige und größere Einkäufe aber abnehmen.

2. Erhalt sonstiger Dienstleistungsnutzungen und Gastronomie

Neben der Fokussierung auf den Erhalt von Handelsbetrieben und möglichen Direktvertriebswegen von Erzeugern (z. B. Hofläden) sollten auch die ergänzenden Frequenzbringer, wie Dienstleistungsbetriebe und gastronomische Einrichtungen mitgedacht werden. Sie tragen nicht nur zur Grundversorgung bei, sondern stärken auch das soziale und wirtschaftliche Leben im Ort. Die Betriebe schaffen Begegnungsorte, fördern den Zusammenhalt der Dorfgemeinschaft und tragen zur Attraktivität der Region bei – sowohl für die Einwohnerinnen und Einwohner als auch für potenzielle Neubürgerinnen und Neubürgern oder Touristen. Zudem bieten sie Arbeits- und Ausbildungsplätze und halten Kaufkraft vor Ort, was wiederum anderen lokalen Unternehmen zugutekommt.

Eine Unterstützung der Betriebe ist beispielsweise über gezielte Förderprogramme oder steuerliche Erleichterungen möglich, um wirtschaftlichen Druck zu mindern. Beratung und Zuschüsse für Modernisierungen, energetische Sanierungen oder Digitalisierung können helfen, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.

Zudem bieten sich flexible Konzepte und Mehrfachnutzung in den kleineren Stadtteilen an, um die Wirtschaftlichkeit zu erhöhen. Beispielsweise kann ein Café gleichzeitig als kleiner, örtlicher Co-Working-Space dienen oder für Veranstaltungen genutzt werden (vgl. nächsten Punkt).

Insgesamt ist es eine Kombination aus Beratung, finanzieller Unterstützung, innovativen Konzepten, bürgerlichem Engagement und gezieltem

Marketing, die den Erhalt von Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben in den Stadtteilen sichern kann.

3. Unterstützung des Vereinslebens und von Veranstaltungen

Das Vereinsleben und lokale Veranstaltungen spielen eine zentrale Rolle für die Attraktivität eines Ortes. Sie stärken das soziale Miteinander, fördern den Zusammenhalt der Gemeinschaft und bereichern das kulturelle Angebot. Zudem machen sie den Ort lebendiger und attraktiver für Bewohnerinnen und Bewohnern und für potenzielle Neubürgerinnen und Neubürger. Gerade in kleinen Stadtteilen, Gemeinden oder Dörfern sind Vereine oft das Herz des gesellschaftlichen Lebens – sei es im Sport, in der Kultur, im Brauchtum oder im sozialen Bereich, z. B. bei Angeboten für Kinder und Jugendliche.

Vereine leiden heutzutage stark unter Nachwuchsmangel im Ehrenamt und schwindendem Interesse, sich ehrenamtlich zu beteiligen. Hier kann die Kommune Anreize setzen, beispielsweise durch Anerkennungssysteme, Ehrenamtspässe oder Vergünstigungen für engagierte Bürgerinnen und Bürger, die die Bereitschaft zur Mitarbeit erhöhen und die Wertschätzung fördern. Zudem können Beratungsangebote der Stadt helfen, rechtliche Anforderungen leichter zu erfüllen. Generell sollte hier für die Vereine Unterstützung seitens der Stadt in organisatorischen, rechtlichen und inhaltlichen Fragen bestehen.

4. Erreichbarkeit mit dem Fahrrad und zu Fuß verbessern

Zentrale Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen sollten gut erreichbar sein, auch für Personen ohne eigenen Pkw. Hierbei sollten potenzielle Gefahrenstellen (z. B. Kreuzungen, Übergänge) genauer geprüft werden. Dies ist beispielsweise über Fußverkehrs- oder Radverkehrs-Checks möglich, an denen sich die Bewohnerinnen und Bewohner beteiligen und zusammen mit der Stadt und einem Planungsteam die Verkehrsräume begehen. In der Region Hannover werden sie kostenfrei vom Mobilnetzwerk Hannover angeboten und wurden 2024 bereits in Harenberg durchgeführt. Hierbei stehen zwei Themen im Fokus: Erstens der sichere Ausbau

von Radwegen, damit kürzere Strecken ohne Auto zurückgelegt werden können sowie zweitens die Schaffung barrierefreier Gehwege und sicherer Übergänge für Kinder, ältere Menschen oder Menschen mit eingeschränkter Mobilität. Mit der 2024 erfolgten Beauftragung eines gesamtstädtischen Radverkehrskonzeptes hat die Stadt Seelze bereits einen ersten Schritt hin zum Ausbau eines nachhaltigen Radverkehrsnetzes getan, welches jegliche Lückenschlüsse zur Erreichbarkeit aller Stadtteile mit dem Fahrrad innerhalb des Stadtgebiets vorsieht.

5. Ortsmittelpunkte stärken

Ortsmittelpunkte spielen in den kleineren Stadtteilen eine zentrale Rolle als soziale und kulturelle Treffpunkte. Sie sind oft das Herzstück der Orte und tragen wesentlich zur Identität und Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner bei.

Sofern ein funktionaler Ortsmittelpunkt in den Stadtteilen vorhanden ist, sollte dieser in seiner Platz- und Aufenthaltsfunktion gestärkt werden. Hier bietet es sich an, Sitzgelegenheiten, Begrünung und Spielmöglichkeiten zu schaffen. Zudem ist eine Beruhigung des Verkehrs im Bereich des Ortsmittelpunkts essenziell, um die Sicherheit und Aufenthaltsqualität zu erhöhen. Dorfplätze können für regelmäßige Veranstaltungen wie Dorffeste genutzt werden. Die Belebung der Ortsmitten über Mehrgenerationenhäusern oder Dorfcafés als soziale Treffpunkte ist von Vorteil. Natürlich sollten o.g. Kleinstversorger, Dorfläden, Dienstleistungs- und sonstige Gastronomieangebote möglichst hier konzentriert werden.

8 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Die vorliegende Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Seelze trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitpläne der Stadt Seelze übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde“ für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandelskonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist und die gewünschte Steuerungswirkung verliert.

Die Abgrenzung der beiden zentralen Versorgungsbereiche in Seelze und Letter sollte in regelmäßigen Abständen überprüft, aber nur ausnahmsweise und hinreichend begründet um weitere Bereiche ergänzt werden. Eine weitere Verkleinerung der zentralen Versorgungsbereiche ist bei Funktionsverlusten in den Randbereichen und angesichts der generellen Einzelhandelsentwicklung ebenso denkbar. Grundlage für die Einordnung der cima war die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Bei der Änderung oder Aufstellung von neuen Bebauungsplänen sollen die standortbezogenen Empfehlungen berücksichtigt werden. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Liste der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente (Sortimentsliste) für die Stadt Seelze bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Sortimentsliste der Stadt Seelze, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die cima darüber hinaus eine auf den Einzelfall bezogene Auswirkungsanalyse (nach § 11 Abs. 3 BauNVO), in deren Rahmen auch die Vereinbarkeit mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept und den Zielen der Raumordnung und Landesplanung überprüft werden muss.

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Handel mit Kraftfahrzeugen. Dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z. B. Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind (sogenanntes Handwerkerprivileg).

Um keine Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d. h. die Bereiche, die einem akuten Ansiedlungs- oder Handlungsdruck unterliegen, genau zu bestimmen und vorrangig zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz

her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei Letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Der Ausschluss sämtlicher Einzelhandelsflächen entlang gefährdeter Bereiche ist u. U. nicht vollständig möglich und oft personell und finanziell in der Verwaltung nicht leistbar. Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für die Stadt Seelze geltende Liste zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen noch Wettbewerbsbetriebe grundsätzlich eingedämmt oder verhindert werden. Vielmehr soll es aber zur gesunden Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Stadt Seelze gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies folglich Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen in den Zentren und den übrigen Einzelhandelslagen.

9 Anhang

9.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

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

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Bevölkerungszahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffern berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

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

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor,

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

6.377 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Berechnung für das Jahr 2023). Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohnerinnen und Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

Hinweise zur Verwendung der Verbrauchsausgaben im Einzelhandel

Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel sind die wesentliche Grundlage zur Berechnung des Kaufkraftpotenzials in einer Kommune oder einer Region insgesamt sowie in einzelnen Sortimentsbereichen. Die cima verwendet grundsätzlich, u. a. auf Basis der veröffentlichten Daten des Statistischen Bundesamtes aus dem jeweiligen Vorjahr, selbst berechnete Verbrauchsausgaben. Diese Zahlen sind seit Jahren in der Beratungspraxis sowie von behördlicher Seite anerkannt. In der Regel werden somit aufgrund der Verfügbarkeit jeweils Verbrauchsausgaben auf Basis der Daten des Vorjahres verwendet. Von Jahr zu Jahr ergeben sich dabei meist leichte Veränderungen im Ausgabeverhalten, sowohl im Einzelhandel insgesamt als auch in einzelnen Sortimenten.

9.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Seelze wurde im September 2023 eine sortimentsscharfe Vollerhebung des Einzelhandels durch die cima durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebs ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach den folgenden Merkmalen:

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

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

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

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 31 Branchen und 14 zusammengefassten Warengruppen, die in der folgenden Abbildung dokumentiert sind.

Abbildung 49: Die 31 cima-Branchen und 14 cima-Warengruppen

Warengruppen	Branchen/Sortimente
Periodischer Bedarf	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit, Körperpflege	Arzneimittel (Apotheken)
	Drogerie-, Parfümeriewaren
Schnittblumen, Zeitschriften	Schnittblumen, Floristik
	Zeitschriften, Zeitungen
Aperiodischer Bedarf	
Bekleidung, Wäsche	Oberbekleidung
	Wäsche, sonstige Bekleidung
Schuhe, Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren
Bücher, Schreibwaren	Bücher
	Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf	Spielwaren
	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Sportartikel, Fahrräder	Sportartikel
	Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	Elektrogeräte, Leuchten
	Unterhaltungselektronik
	Foto
	Computer, Büro-/ Telekommunikation
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätsartikel)
	Optik, Hörgeräteakustik
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf	Heimtextilien
	Möbel
	Antiquitäten, Kunstgegenstände
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	Zoobedarf
	Baumarktartikel, Werkzeuge
	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
	Kfz-Zubehör
	Pflanzen, Erden

Quelle: cima, 2024

9.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Die cima differenziert darüber hinaus die folgenden Betriebstypen:

Fachgeschäft

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

Fachmarkt

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

Supermarkt

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

Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen circa 500 m² und 1.500 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

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

SB-Warenhaus

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

Warenhaus

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

Kaufhaus

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

Shopping-Center

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

Mall in einem Shopping-Center

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

9.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

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

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

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

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.¹⁸

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34 Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

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

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

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden.¹⁹ Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen:²⁰

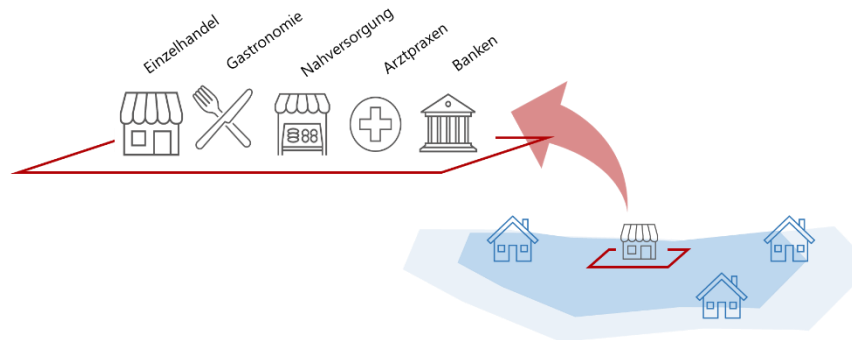
Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.“

¹⁸ Vgl. hierzu auch Einzelhandelserslass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13

¹⁹ Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209, S. 115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S. 54

²⁰ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und 4 C.2.08.

Abbildung 50: Abgrenzung und Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima, 2023

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

Abbildung 51: Funktionale Lage des zentralen Versorgungsbereichs



Quelle: cima, 2023

Vertiefend führt Kuschnerus hierzu aus:²¹

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

Das BVerwG führt dazu weiter aus:²²

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

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

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,

²¹ Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

²² BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

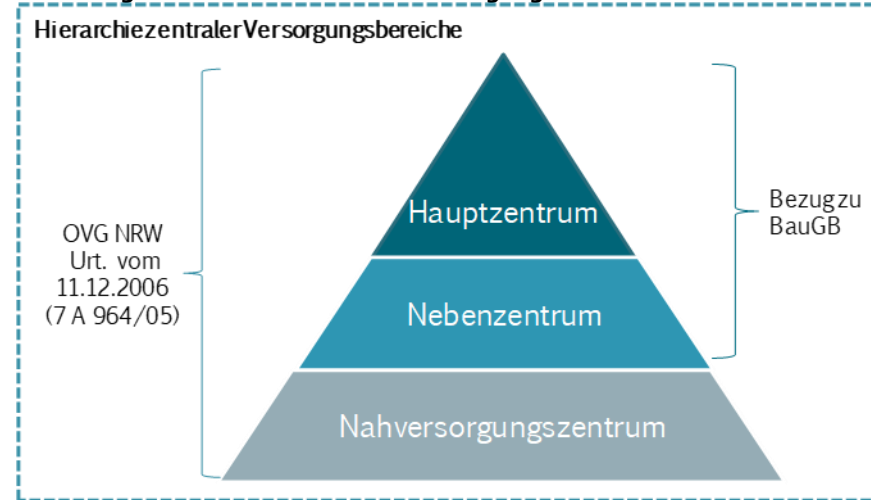
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden.²³

Ebenfalls kann ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt.²⁴

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

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

Abbildung 52: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima, 2023

Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen

²³ Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den

unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

²⁴ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und den übrigen Siedlungsräumen erkennen lassen.

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

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

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,

²⁵ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

²⁶ Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

- Ggf. optimale Einbindung des „zentralen Versorgungsbereichs“ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

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

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

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

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.²⁵ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.²⁶

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot

verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche.

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

9.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

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

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. *„Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“.*

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

ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

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

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

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse.²⁷

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu

²⁷ Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potenziell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein.²⁸

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

²⁸ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363