



Evaluierung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neustadt am Rübenberge

Auftraggeber: Stadt Neustadt a. Rbge.

Projektleitung Birgitt Wachs, Dipl.-Geogr.
Niederlassungsleitung

-bearbeitung: Fabian Lüttke, M.Sc. Geogr.

Köln, den 31.05.2019

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215

50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 – 989438-0

Telefax: 0221 – 989438-19

E-Mail: office.koeln@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Vorbemerkungen

Die Stadt Neustadt a. Rbge. erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Evaluierung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2015.

Ziel der Evaluierung ist die Wirkung des 2015 erstellten Einzelhandelskonzeptes zu untersuchen. Auf Basis der Ergebnisse wird eine Empfehlung ausgesprochen, ob eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes kurz- oder mittelfristig notwendig ist.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Neustadt a. Rbge. und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung zur Fortschreibung des aktuellen Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2015 durch den Rat der Stadt dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 31.05.2019
WA/LEF-aw

| Inhaltsverzeichnis | Seite |
|---|--------------|
| I. Grundlagen | 5 |
| 1. Anlass und Aufgabenstellung | 5 |
| 2. Methodische Vorgehensweise | 6 |
| 3. Allgemeine Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung | 8 |
| 3.1 Generelle Entwicklungen im Einzelhandel | 8 |
| 3.2 Onlinehandel | 11 |
| 3.3 Konsumentenverhalten im Wandel | 13 |
| 3.4 Mittelfristige Entwicklungstrends | 14 |
| 4. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel | 16 |
| 4.1 Bauplanungsrecht | 16 |
| 4.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB) | 16 |
| 4.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB) | 17 |
| 4.1.3 Besonderes Städtebaurecht | 18 |
| 4.2 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen | 18 |
| 4.3 Vorgaben der Regionalplanung | 21 |
| II. Einzelhandelsstandort Neustadt am Rübenberge | 22 |
| 1. Rahmenbedingungen und Strukturdaten der Stadt Neustadt a. Rbge. | 22 |
| 2. Einzelhandelsbestand in der Stadt Neustadt a. Rbge. | 26 |
| 3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Neustadt a. Rbge. | 28 |
| 4. Entwicklung nach Standortlagen | 31 |
| 5. Bewertung der Nahversorgungssituation | 36 |
| 6. Nachfragesituation | 36 |
| 6.1 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Neustadt am Rübenberge | 36 |
| III. Zwischenfazit wesentliche Veränderungen | 39 |
| IV. Evaluierung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes Neustadt a. Rbge. 2015 | 40 |
| 1. Ergebnisse der Fachgespräche zur Evaluierung des Einzelhandelskonzeptes 2015 | 40 |
| 2. Evaluierung Konzeptinhalte | 42 |
| Verzeichnisse | 43 |

I. Grundlagen

1. Anlass und Aufgabenstellung

Die Stadt Neustadt a. Rbge., derzeit rd. 44.840 Einwohner¹, liegt in der Region Hannover, nord-östlich vom Steinhuder Meer. Im Jahr 2015 wurde von der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, im Auftrag der Stadt eine Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes erarbeitet, welches seitdem als Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels dient.

Eine besondere Bedeutung kommt in der Stadt Neustadt a. Rbge. der Innenstadt sowie den Nahversorgungszentren Auenland, Mandelsloh, Mardorf und Hagen als zentrale Versorgungsbereiche zu. Darüber hinaus ist auf die Nahversorgungslagen Mariensee und Bordenau sowie auf die autokundenorientierte Einzelhandelslage im Gewerbegebiet Ost hinzuweisen, an der sich verschiedene großflächige Einzelhandelsbetriebe in dezentraler Lage befinden.

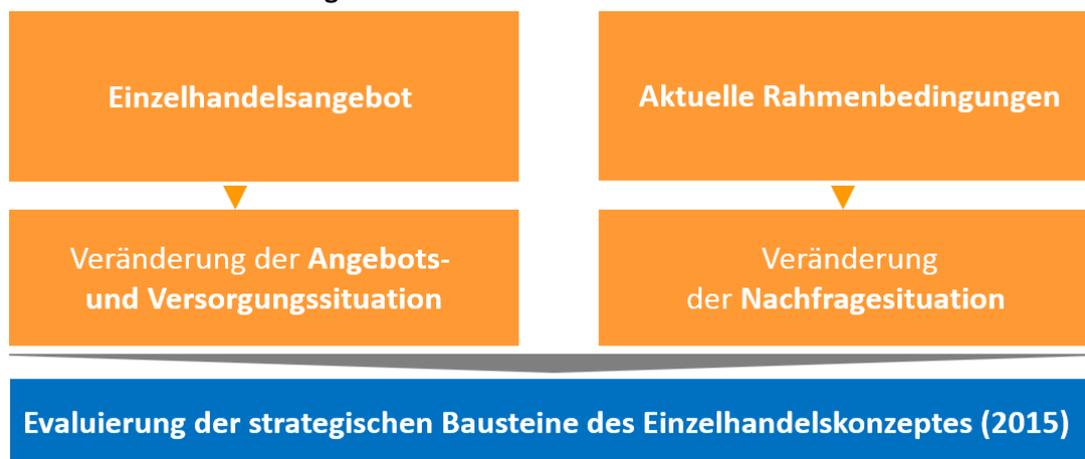
Die Stadt Neustadt a. Rbge. hat die GMA beauftragt, die Wirkung des 2015 erstellten Einzelhandelskonzeptes zu evaluieren. Auf Basis der Ergebnisse wird eine Empfehlung ausgesprochen, ob die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes kurz- oder mittelfristig erfolgen sollte.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind folgende Aspekte zu bearbeiten:

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Neustadt a. Rbge.
- /// Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation für den Einzelhandel in der Stadt Neustadt a. Rbge.
- /// Städtebauliche Analyse der Einzelhandelsstandorte
- /// Bewertung der Versorgungssituation und der Angebotsausstattung unter Berücksichtigung der Entwicklung seit 2014 / 2015
- /// Auswertung von Fachgesprächen
- /// Evaluierung der strategischen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes unter Berücksichtigung der aktualisierten Angebots- und Nachfragesituation sowie veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen

¹ Quelle: Stadt Neustadt a. Rbge., Stand: 30.06.2018, nur Hauptwohnsitze.

Übersicht 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Darstellung 2019

2. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes, des statistischen Landesamtes Niedersachsen sowie Datenmaterial des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neustadt a. Rbge. zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der genutzten Verkaufsflächen² aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Stadtgebiet von Neustadt a. Rbge. erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels³ wurde im Februar / März 2019 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der in Tabelle 1 aufgeführten Sortimente. Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

² Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005). Die Verkaufsfläche der leerstehenden Ladeneinheiten wurde nicht erfasst; die Angaben zu den Verkaufsflächen enthalten nur die tatsächlich genutzten Verkaufsflächen.

³ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen und Brennstoffen.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

| Branche | Sortimente |
|---------------------------------|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak |
| Gesundheit, Körperpflege | Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren |
| Blumen, zoologischer Bedarf | Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe) |
| Elektrowaren, Medien, Foto | Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.) |
| Hausrat, Möbel, Einrichtung | Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett) |
| Optik, Uhren, Schmuck | Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck |
| Sonstige Sortimente | Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen) |

GMA-Darstellung 2019

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

- /// zentrale Lagen: Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Neustadt a. Rbge.
- /// städtebaulich integrierte Lagen: Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht
- /// städtebaulich nicht integrierte Lagen: Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet von Neustadt a. Rbge. analysiert und bewertet, um die Entwicklung seit 2014 / 2015 beurteilen zu können.

Darüber hinaus wurden im März / April 2019 **Fachgespräche** zur Wirkungsweise des Einzelhandelskonzeptes 2015 mit der Stadt Neustadt a. Rbge. (Stadtplanung / Wirtschaftsförderung), der Industrie- und Handelskammer Hannover sowie mit der Region Hannover geführt.

3. Allgemeine Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Neustadt am Rübenberge können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 1: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung



GMA-Darstellung 2019

3.1 Generelle Entwicklungen im Einzelhandel

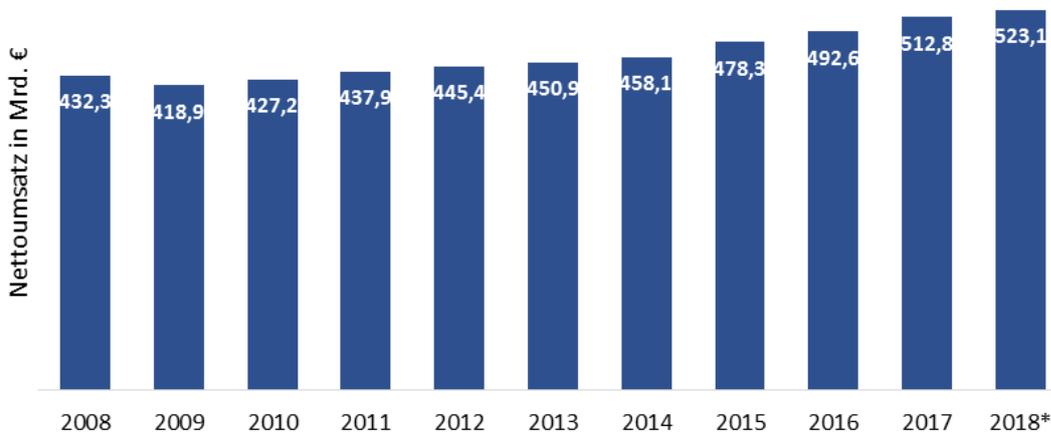
Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 523 Mrd. € Jahresumsatz⁴ (vgl. Abbildung 2) ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe⁵; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden⁶.

⁴ Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018.

⁵ Quelle: Destatis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

⁶ Gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

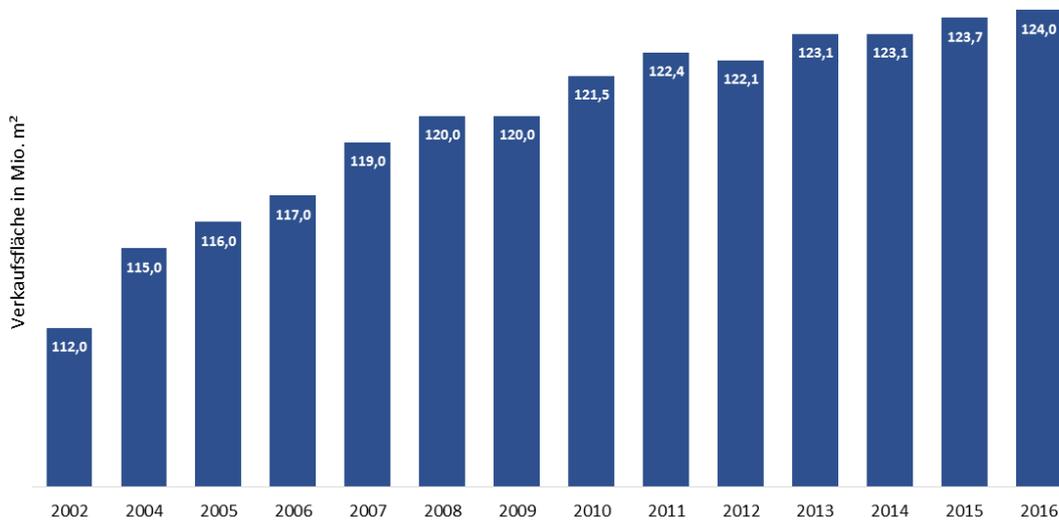
Abbildung 2: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)



* Prognose / Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2019

Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet (vgl. Abbildung 3); in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert und war zwischenzeitlich während der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes; hier ist 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen (vgl. Abbildung 3), der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum bis 2011 ausgeglichen werden konnte.

Abbildung 3: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016



Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2019

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.⁷ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte,

⁷ GMA-Grundlagenforschung.

welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Onlinehandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren⁸. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter an allen Shoppingcentern bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil durch Neueröffnungen auf ca. 85 % zwischen den Jahren 2011 und 2015.⁹ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach Jahrzehnten erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab.¹⁰

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demographischen Veränderungen hat die Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- / Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als Gegentrend lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten (bspw. Quartiersentwicklungen) beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.
- / Die große Bedeutung des Onlinehandels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.¹¹

⁸ Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

⁹ Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2016

¹⁰ Vgl. hierzu: GMA, Untersuchung zur Revitalisierung von Einkaufszentren in Deutschland 2018.

¹¹ So wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen. Auch am Schuheinzelhandel geht die Entwicklung nicht spurlos vorüber. So meldete u. a. die Schuhkette Görtz die Schließung mehrerer Filialen. Als Grund wurde explizit der ins Internet abwandernde Umsatz genannt.

- /// Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen** (z. B. durch Spielhallen) **und Leerstandsbildung** auf.
- /// Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen¹².

Im **Lebensmitteleinzelhandel** haben sich in Deutschland ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von 45,7%¹³. Die anderen Betriebsarten des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Während Supermärkte expandierten verzeichneten SB-Warenhäuser sowie kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen Bedeutungsverluste. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 (2010) auf etwa 8.650 (2017) Geschäfte¹⁴.

Als Standorte für großflächige Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel lange die größeren Zentren. In den einwohnerschwächeren Gemeinden und Stadtteilzentren fand zunächst in vielen Fällen eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes statt, was v.a. im ländlichen Raum zu größeren Wegstrecken führte. Mittlerweile ist mit der fortschreitenden Verdichtung der Filialnetze eine gewisse Umkehrung dieses Trends zu beobachten. So rücken verstärkt auch kleinere Kommunen in den Fokus der Betreiber.

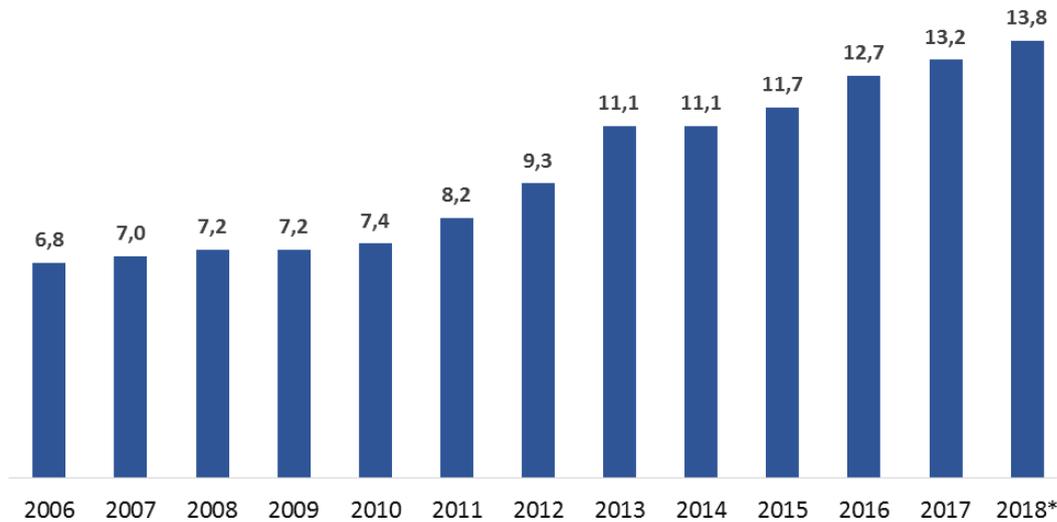
3.2 Onlinehandel

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2008 und 2017 nur ein leichtes Plus verzeichnete, verdoppelte der Versandhandel (inkl. Onlinehandel) seinen Umsatz; der Onlinehandel weist sogar eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf.

¹² Vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

¹³ Quelle: EHI Retail Institute, April 2018

¹⁴ Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2017.

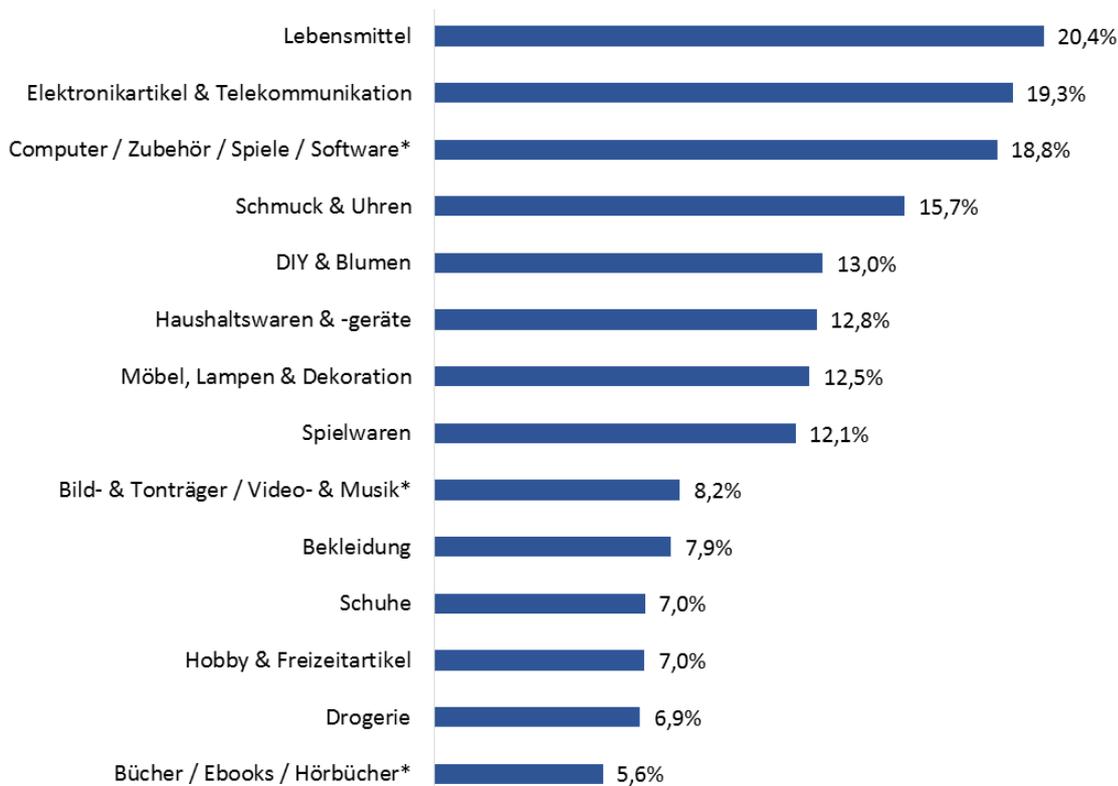
Abbildung 4: Prozentualer Umsatzanteil des Online- und Versandhandels am Einzelhandel in Deutschland

* Schätzwert / Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), Präsentation zum Jahrespressegespräch 2019; GMA-Darstellung 2019

Für das Jahr 2018 geht der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) von einem Anteil des Online- und Versandhandels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 13,8 % aus (vgl. Abbildung 4). Dabei konnte der Online- und Versandhandel seinen Marktanteil seit dem Jahr 2010 kontinuierlich steigern. Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von über 20 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei rd. 5 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit 2 % immer noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf. Jedoch ist das Umsatzwachstum im Online- und Versandhandel in dieser Branche überproportional hoch (vgl. Abbildung 5).

Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch bisher reine Onlinehändler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, home24, Mister Spex, Mymuesli, MyToys, Shoepassion, Zalando).

Abbildung 5: Umsatzwachstum im Online- und Versandhandel nach Branchen zwischen 2017 und 2018



Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), Präsentation zum Jahrespressesgespräch 2019, Seite 7, GMA-Darstellung 2019

3.3 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an manchen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet (vgl. Abbildung 6). Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Onlinehandel begünstigt.

Abbildung 6: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2018

3.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft und der damit wachsenden Bedeutung des Onlinehandels wird die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels maßgeblich durch das **Zusammenwirken des stationären Handels mit digitalen Vertriebskanälen** bestimmt. Darüber hinaus wird der Einkauf von den Verbrauchern in Zukunft noch stärker unter dem Aspekt seines **Freizeit- und Erlebniswertes** beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesen Trends, zusammen mit gesamtgesellschaftlichen Tendenzen wie dem demographischen Wandel, durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte

Die Verschmelzung des stationären Handels mit verschiedenen digitalen Vertriebskanälen wird in Kombination mit vereinfachten Zahlungsmethoden (u. a. PayPal) und neuen Social-Shopping-Anwendungen, über die der Kunde Punkte o. Ä. sammelt oder Coupons erhält (wie z. B. „H&M Club“), zunehmend an Bedeutung gewinnen. Viele Händler setzen mittlerweile auf das Prinzip „Click&Collect“, wobei die Bestellung online abgewickelt wird, die Ware dann aber im nächsten Store abgeholt werden kann. Damit auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen Online-Shops oder digitale Schaufenster einrichten können, wurden Projekte unter dem Namen „Online-City“ oder „Digitale Einkaufsstadt“ ins Leben gerufen.¹⁵

¹⁵ In Neustadt a. Rbge. gibt es seit 2018 den Online-Marktplatz kaufinneustadt.de

Erlebniswelten

Aufgrund des steigenden Konkurrenzdrucks im Einzelhandel besteht für die stationären Einzelhändler immer mehr die Notwendigkeit zusätzliche Anreize für Kunden zu bieten. Von Bedeutung ist hierbei die Schaffung von sog. Erlebniswelten mit einer aufwendigen Ladengestaltung und der gezielten und kreativen Inszenierung von Produkten. Ziel ist hierbei die Emotionalisierung des Einkaufs, indem eine professionelle und individuelle Gestaltung der Verkaufsräume den Kunden anzieht.

Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung

Handelsimmobilien werden verstärkt zu Showrooms mit hohem Erlebnis- und Wohlfühlfaktor umgestaltet, bei denen v. a. die Serviceleistungen einen zentralen Aspekt darstellen. Gleichzeitig spielen vor Ort auch digitale Medien (z. B. Tablets) als zusätzliche Informationsträger eine Rolle. Zunehmend wird in vielen Stores kostenfreies WLAN angeboten. Dieses Angebot soll auch die Nutzung der Social-Shopping-Anwendungen, welche über das Smartphone zu bedienen sind, erleichtern.

Verkaufsflächen wachsen moderat

Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wird auch in Zukunft der Konsumgütereinzelhandel nicht mehr stark wachsen. Das Wachstum wird damit im Wesentlichen vom Einzelhandel des periodischen Segments (Lebensmittel, Drogeriewaren) ausgehen.

Filialisierungswelle hält an

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

Lebensmittelhandel im Wandel

Der wachsende Ausbau des Convenience- und Gastronomie-Angebotes sowie neue Vertriebswege über Lieferdienste und Drive-Ins führen zu einer Erneuerung des klassischen Lebensmitteleinkaufs und fördern die Etablierung neuer Nischenanbieter (u. a. Kochhäuser). Auch in dieser Branche werden Omni-Channel-Konzepte eingesetzt. Neben dem Prinzip „Click&Collect“ können Lebensmittel online bestellt und mit einem Lieferdienst in einer bestimmten Zeitspanne nach Hause geliefert werden (z. B. flaschenpost.de).

Fachmärkte und Discounter boomen

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Nonfood-Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

4. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

4.1 Bauplanungsrecht

Die Raumordnung in Deutschland wird durch das sog. Gegenstromprinzip geprägt. Dabei muss sich die untere Planungsebene (kommunale Planung) an die Vorgaben der überörtlichen Planung (Bundesraumordnung, Landes- und Regionalplanung) halten. Im Gegenzug haben die Kommunen jedoch auch Mitsprache- und Beteiligungsrechte bei der Erstellung der überörtlichen Planung. Zudem können sie durch die Aufstellung von Bauleitplänen und bspw. eines Einzelhandelskonzeptes (hier v. a. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und ortsspezifische Sortimentsliste) das Planungsrecht spezifizieren (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Gegenstromprinzip



GMA-Zusammenstellung 2019

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

4.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- /// Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),

- / in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Die Sätze 3 und 4 des § 11 Abs. 3 beinhalten eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- / Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- / liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

4.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

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

4.1.3 Besonderes Städtebaurecht

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

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

4.2 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen

Für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Landes-Raumordnung, festgelegt im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP 2017), heranzuziehen. Im LROP werden Ober- und Mittelzentren abschließend festgelegt, die Stadt Neustadt a. Rbge. ist als Mittelzentrum ausgewiesen. Bei der zentralörtlichen Einstufung handelt es sich um ein Ziel der Raumordnung¹⁶, wobei Grund-, Mittel- und Oberzentren unterschieden werden:

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

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

„(1) Neue Einzelhandelsprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffer 03 – 10 entsprechen. (2) Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren

¹⁶ Ziele der Raumordnung sind verbindliche Vorgaben in Form von räumlich und sachlich bestimmten oder bestimmbar, vom Träger der Regionalplanung abschließend abgewogenen textlichen oder zeichnerischen Festlegungen in Raumordnungsplänen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raumes (§ 3 Nr. 2 ROG). Die Ziele der Raumordnung sind von den öffentlichen Stellen bei ihren raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen zu beachten (§ 4 Abs. 2 ROG). Zudem besteht eine Anpassungspflicht der Bauleitplanung an die Ziele der Raumordnung (§ 1 Abs. 4 BauGB).

und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 – 3 der BauNVO einschließlich Hersteller / Direktverkaufszentren. (3) Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, ggf. jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (**Agglomerationen**).“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 2)

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

Konzentrationsgebot

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

Integrationsgebot

„(1) Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren **Kernsortimente zentrenrelevant** sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). (2) Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. (3) Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 von 100 periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 5)

Kongruenzgebot

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

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 – 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 von 100 des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“ (LROP, Kap. 2.3 Nr. 03)

Beeinträchtigungsverbot

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

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

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

- sie an Standorten errichtet werden, die im regionalen Raumordnungsprogramm als Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung festgelegt sind,
- sie den Anforderungen der Ziffer 07 (Abstimmungsgebot) und 08 (Beeinträchtigungsverbot) entsprechen,
- sie im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Ortskern oder mit Wohnbebauung liegen und
- ihr jeweiliges Einzugsgebiet den zu versorgenden Bereich i. S. des Satzes 4 nicht überschreitet.

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

Mit großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind i. d. R. Betriebe gemeint, welche Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. BauNVO hervorrufen können. Diese Betriebe fasst man unter dem Begriff **raumbedeutsam** zusammen. Im Gegensatz dazu gibt es auch Einzelhandelsvorhaben ohne raumbedeutsame Auswirkungen. Für diese gelten die landes- bzw. regionalplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels nicht. Darunter werden folgende Betriebe verstanden¹⁷:

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

Bei großflächigen nicht raumbedeutsamen Vorhaben müssen folgende Kriterien erfüllt sein:

- ▮ überwiegend fußläufiger Einzugsbereich

¹⁷ Quelle: Begründung LROP 2017 Seite 18 f.

- /// mehr als 50 % des Vorhabenumsatzes stammt aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld des Betriebes (10 Minuten-Laufdistanz)¹⁸
- /// mindestens 90 % der Verkaufsfläche entfällt auf nahversorgungsrelevantes Sortiment¹⁹.

4.3 Vorgaben der Regionalplanung

Das für Neustadt a. Rbge. relevante Regionale Raumordnungsprogramm Region Hannover 2016 konkretisiert die Vorgaben der Landesplanung. Zur Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten wurden zentrale Siedlungsgebiet (Zentrale Orte) festgelegt. Für die Stadt Neustadt a. Rbge. umfasst das zentrale Siedlungsgebiet im Wesentlichen die Kernstadt, d. h. großflächige Betriebe dürfen nach dem LROP lediglich hier entwickelt werden.

Im Rahmen der 1. Änderung des Regionalen Raumordnungsprogramms Region Hannover 2016 wurden die Stadtteile Hagen, Mandelsloh und Bordenau als herausgehobene Nahversorgungsstandorte²⁰ festgelegt.

„Unter der Voraussetzung, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe ausschließlich der Sicherung der Nahversorgung dienen, sollten diese nicht nur in den Zentralen Orten, sondern auch in den im RROP-Entwurf 2016 festgelegten „Nahversorgungsschwerpunkten“ zulässig sein.“

¹⁸ 10 Gehminuten auf Basis des Straßen- / Wegenetzes. In Ergänzung hierzu benennt das LROP einen 1.000-m-Radius als maximale Ausdehnung des fußläufigen Einzugsbereichs

¹⁹ nahversorgungsrelevante Sortimente = periodischer Bedarf, v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren, auch pharmazeutische Artikel, Zeitschriften, Schnittblumen und Tiernahrung

²⁰ 1. Änderung des RROP 2016: Herausgehobene Nahversorgungsstandorte, Entwurf 3.2 zu Nr. 1661 (IV) BDs (Stand: 25.10.2018)

II. Einzelhandelsstandort Neustadt am Rübenberge

1. Rahmenbedingungen und Strukturdaten der Stadt Neustadt a. Rbge.

Das Mittelzentrum Neustadt a. Rbge. liegt im Landkreis Hannover, ca. 25 km nordwestlich des Oberzentrums Hannover. Im Süden grenzen die Mittelzentren Wunstorf und Garbsen unmittelbar an das Neustädter Stadtgebiet an; außerdem ist im Nordwesten auf das Mittelzentrum Nienburg (Weser) hinzuweisen (vgl. Karte 1).

Insgesamt umfasst die Stadt Neustadt a. Rbge. 34 Stadtteile auf einer Fläche von 357 km². Von den rd. 44.840 Einwohnern²¹ leben rd. 19.190 Personen im Stadtteil Neustadt (Kernstadt), ca. 2.760 Personen in Bordenau sowie ca. 2.210 Personen im Stadtteil Poggenhagen. Der kleinste Stadtteil ist mit rd. 85 Einwohnern Averhoy.

Im Zeitraum von 2013 – 2018 ist die Bevölkerung in der Stadt Neustadt a. Rbge. um ca. 2 % gestiegen. Bis zum Jahr 2027 ist für Neustadt a. Rbge. von einem Bevölkerungszuwachs um rd. 2,7 % auszugehen.²²

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort betrug Mitte 2017 in der Stadt Neustadt a. Rbge. ca. 10.280 Personen. Die Zahl der Auspendler übersteigt die Zahl der Einpendler um ca. 6.495 Personen.²³ Die Arbeitslosenquote lag in der Region Hannover im Mittel 2018 bei ca. 6,6 % und damit über dem Landesdurchschnitt von Niedersachsen (ca. 5,3 %). In Neustadt a. Rbge. lag die Quote im gleichen Zeitraum bei 4,9 %²⁴

Die verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt Neustadt a. Rbge. wird im Wesentlichen durch die Bundesstraße B 6 (Garbsen – Nienburg) sichergestellt. Bei Garbsen existiert ein Anschluss an die Autobahn A 2 (Anschlussstelle Garbsen und Hannover-Herrenhaus; ca. 10 km entfernt). Östlich von Hannover verläuft die Autobahn A 7, die über die A 2 bzw. A 352 zu erreichen ist. Das Stadtgebiet von Neustadt a. Rbge. wird in nordsüdlicher Richtung von der Bundesstraße B 242 in Richtung Wunstorf durchquert. Insgesamt ist damit der Anschluss Neustadts an das regionale bzw. überregionale Verkehrsnetz als gut zu bewerten. Über den Bahnhof Neustadt besteht außerdem ein Anschluss an das Netz der Deutsche Bahn AG. In rd. 30 Minuten Pkw-Fahrzeit ist zudem der Flughafen Hannover-Langenfeld von der Neustädter Kernstadt aus zu erreichen.

²¹ Stadt Neustadt a. Rbge., Stand: 30.06.2018 (nur Hauptwohnsitze)

²² Landesamt für Statistik Niedersachsen

²³ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, Stand: 30.06.2013 und 30.06.2018

²⁴ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, Stand: Januar 2019

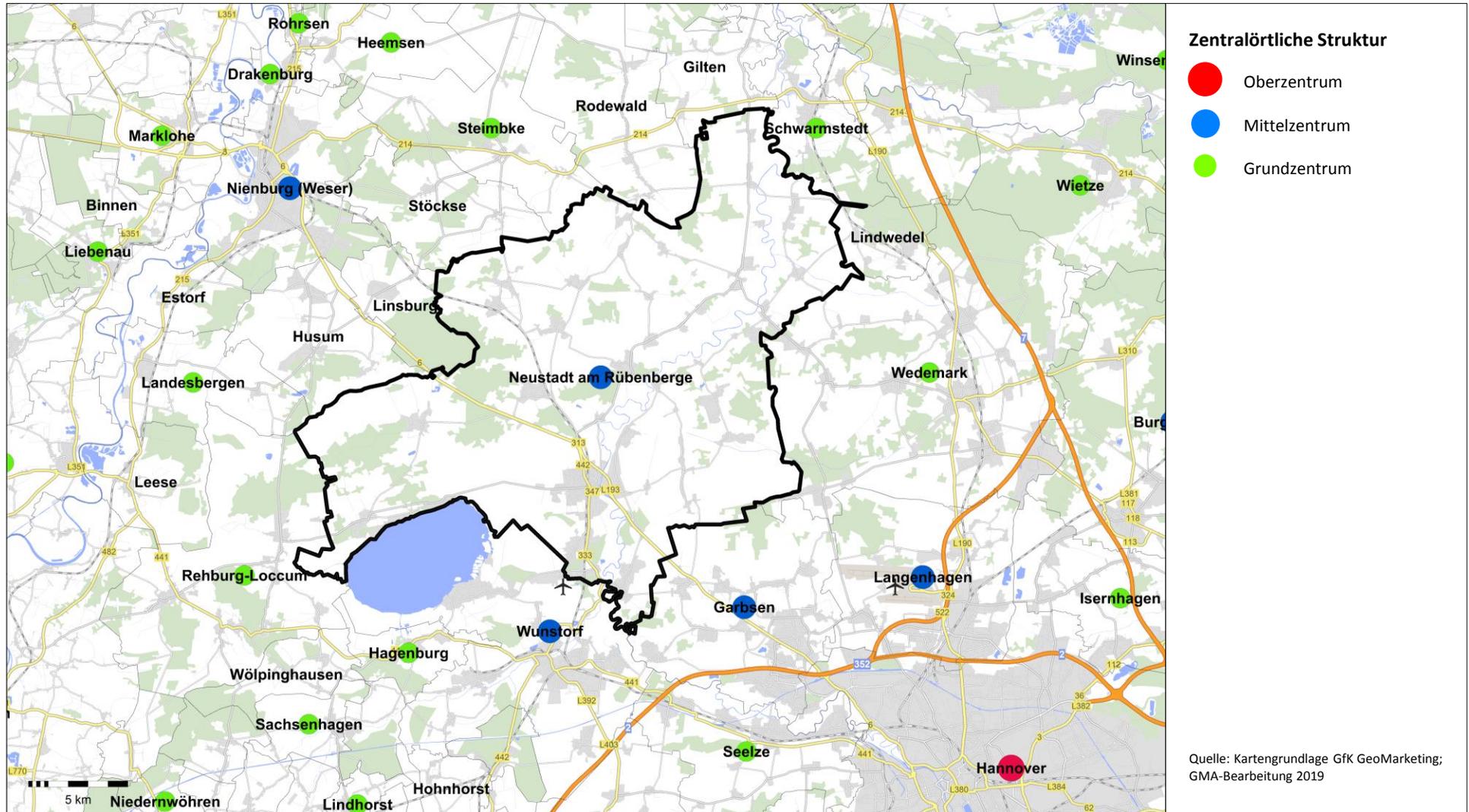
Übersicht 2: Strukturdaten der Stadt Neustadt a. Rbge.

| Merkmal | Daten | |
|-------------------------------|---------------|------------|
| | absolut | in % |
| Stadtteil¹ | | |
| Amedorf | 281 | 0,6 |
| Averhoy | 85 | 0,2 |
| Basse | 582 | 1,3 |
| Bevensen | 158 | 0,4 |
| Bordenau | 2.716 | 6,1 |
| Borstel | 842 | 1,9 |
| Brase | 114 | 0,3 |
| Büren | 228 | 0,5 |
| Dudensen | 532 | 1,2 |
| Eilvese | 1.533 | 3,4 |
| Empede | 638 | 1,4 |
| Esperke | 678 | 1,5 |
| Evensen | 117 | 0,3 |
| Hagen | 1.385 | 3,1 |
| Helstorf | 1.288 | 2,9 |
| Laderholz | 317 | 0,7 |
| Lutter | 202 | 0,5 |
| Luttmersen | 137 | 0,3 |
| Mandelsloh | 1.140 | 2,5 |
| Mardorf | 1.808 | 4,0 |
| Mariensee | 1.078 | 2,4 |
| Metel | 506 | 1,1 |
| Neustadt a. Rbge. (Kernstadt) | 19.193 | 42,8 |
| Niedernstöcken | 491 | 1,1 |
| Nöpke | 614 | 1,4 |
| Otternhagen | 1.598 | 3,6 |
| Poggenhagen | 2.211 | 4,9 |
| Scharrel | 623 | 1,4 |
| Schneeren | 1.418 | 3,2 |
| Stöckendrebber | 327 | 0,7 |
| Suttorf | 1.000 | 2,2 |
| Vesbeck | 391 | 0,9 |
| Welze | 229 | 0,5 |
| Wulfelade | 378 | 0,8 |
| Gesamt | 44.838 | 100 |

| Merkmal | Daten |
|---|----------------------------|
| Bisherige Einwohnerentwicklung² | 2013 – 2018 |
| - Stadt Neustadt a. Rbge. | + 2,0 % |
| - Region Hannover | + 2,6 % |
| - Land Niedersachsen | + 0,5 % |
| Einwohnerprognose² | 2017 – 2027 |
| - Stadt Neustadt a. Rbge. | + 2,7 % |
| - Region Hannover | + 6,6 % |
| - Land Niedersachsen | + 4,5 % |
| zentralörtliche Funktion³ | Mittelzentrum |
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer⁴ | Bundesdurchschnitt = 100 |
| - Stadt Neustadt a. Rbge. | - durchschnittlich (102,1) |
| - Region Hannover | - durchschnittlich (100,9) |
| - Land Niedersachsen | - durchschnittlich (99,3) |
| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsplatz 30.06.2018⁵ | ca. 10.280 |
| Beschäftigtenentwicklung 2013 – 2018⁵ | |
| - Stadt Neustadt a. Rbge. | - steigend (+ 37,6 %) |
| - Region Hannover | - steigend (+ 11,3 %) |
| - Land Niedersachsen | - steigend (+ 12,3 %) |
| Pendlersaldo (30.06.2018)⁵ | - 6.495 |
| Arbeitslosenquote 2018⁶ | |
| - Stadt Neustadt a. Rbge. | 4,9 % |
| - Region Hannover | 6,6 % |
| - Land Niedersachsen | 5,3 % |

¹ Stadt Neustadt a. Rbge., Stand 30.06.2018 / ² Landesamt für Statistik Niedersachsen / ³ LROP 2017 / ⁴ MB Research 2018 / ⁵ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg Stand: 30.06.2013 und 30.06.2018 / ⁶ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, Stand: Januar 2019 / GMA-Zusammenstellung 2019

Karte 1: Lage der Stadt Neustadt und zentralörtliche Struktur



2. Einzelhandelsbestand in der Stadt Neustadt a. Rbge.

Im Februar / März 2019 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Aktualisierung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Neustadt a. Rbge. durchgeführt (vgl. Tabelle 2). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Neustadt a. Rbge. **insgesamt:**

- /// 210 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 59.995 m² Verkaufsfläche.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 93 Betriebe (= ca. 44 % aller Betriebe)²⁵
- /// ca. 20.050 m² Verkaufsfläche (= ca. 33 % der Gesamtverkaufsfläche).²⁶

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 117 Betriebe (= ca. 56 % aller Betriebe)
- /// ca. 39.945 m² Verkaufsfläche (= ca. 67 % der Gesamtverkaufsfläche).

Differenziert nach Branchen liegen die Verkaufsflächenschwerpunkte des Einzelhandels in Neustadt a. Rbge. in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 33 %) sowie bei Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (ca. 30 %), in denen einige strukturprägende und z. T. großflächige Anbieter im Stadtgebiet ansässig sind.

²⁵ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

²⁶ bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen und der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 2: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Neustadt a. Rbge.)

| Branche | Betriebe* | | Verkaufsfläche** | |
|---|------------|------------|-------------------|------------|
| | abs. | in % | in m ² | in % |
| Nahrungs- und Genussmittel | 93 | 44 | 20.050 | 33 |
| Gesundheit, Körperpflege | 17 | 8 | 3.185 | 5 |
| Blumen, zool. Bedarf | 10 | 5 | 1.525 | 3 |
| kurzfristiger Bedarf insgesamt | 120 | 57 | 24.760 | 41 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 7 | 3 | 910 | 2 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 24 | 11 | 8.165 | 14 |
| mittelfristiger Bedarf insgesamt | 31 | 15 | 9.075 | 15 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 5 | 2 | 1.810 | 3 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 13 | 6 | 3.035 | 5 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 10 | 5 | 17.890 | 30 |
| Optik / Uhren, Schmuck | 8 | 4 | 560 | 1 |
| Sonstige Sortimente*** | 23 | 11 | 2.865 | 5 |
| langfristiger Bedarf insgesamt | 59 | 28 | 26.160 | 44 |
| Nichtlebensmittel insgesamt | 117 | 56 | 39.945 | 67 |
| Einzelhandel insgesamt | 210 | 100 | 59.995 | 100 |

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

GMA-Erhebungen Februar / März 2019 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Von den 34 Stadtteilen der Stadt Neustadt a. Rbge. gibt es lediglich in 23 Stadtteilen Einzelhandelnutzungen. Hierzu ist festzustellen, dass neben der Kernstadt in den Stadtteilen Mandelsloh, Mardorf, Bordenau und Helstorf die größten Verkaufsflächenausstattungen vorhanden sind (vgl. Tabelle 4). Für die einzelnen Stadtteile sind folgende Aspekte festzuhalten:

- / Der eindeutige Einzelhandelsschwerpunkt ist in der **Neustädter Kernstadt** vorzufinden. Hier sind rd. 68 % (143) aller Betriebe sowie ca. 83 % (49.660 m² VK) der in Neustadt a. Rbge. insgesamt vorhandenen Verkaufsfläche vorhanden.
- / Im Stadtteil **Mandelsloh** sind 8 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.490 m² vorhanden. Das Angebot liegt überwiegend im kurzfristigen Bedarf, als wesentliche Anbieter sind die Lebensmittelmärkte Combi und Penny zu nennen.
- / Auf den am Steinhuder Meer gelegenen Stadtteil **Mardorf** entfallen 12 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 800 m². Der gesamte Einzelhandelsbesatz ist kleinteilig strukturiert, ein großflächiger Anbieter ist nicht vorhanden.

- / Südlich der Kernstadt befindet sich der Stadtteil **Bordenau**. Hier gibt es insgesamt 6 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 885 m². Neben dem Lebensmittelanbieter NP ist der weitere Einzelhandelsbestand ausschließlich kleinteilig strukturiert.

- / Im Stadtteil **Helstorf** sind insgesamt 4 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 855 m² ansässig. Als wesentlicher Anbieter ist der Lebensmitteldiscounter Aldi Nord zu nennen.

- / Auf die **sonstigen Stadtteile** von Neustadt a. Rbge. entfallen 37 Betriebe mit einer summierten Verkaufsfläche von ca. 5.305 m². Mit Ausnahme eines großflächigen Gartenmarktes im Stadtteil Niedernstöcken sind alle weiteren Einzelhandelsbetriebe kleinflächig.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen

| Stadtteil | Betriebe | | Verkaufsfläche | |
|---------------------------------|------------|------------|----------------|------------|
| | abs. | in % | abs. | in % |
| Neustadt | 143 | 68 | 49.660 | 83 |
| Mandelsloh | 8 | 4 | 2.490 | 4 |
| Mardorf | 12 | 6 | 800 | 1 |
| Bordenau | 6 | 3 | 885 | 1 |
| Helstorf | 4 | 2 | 855 | 1 |
| sonstige Stadtteile | 37 | 18 | 5.305 | 9 |
| Neustadt a. Rbge. gesamt | 210 | 100 | 59.995 | 100 |

* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

GMA-Erhebungen Februar / März 2019 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Neustadt a. Rbge.

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2014²⁷ vorgenommen. Insgesamt ist in der Stadt Neustadt a. Rbge. zwischen den Jahren 2014 und 2019 ein Rückgang der Einzelhandelsbetriebe festzustellen. Während 2014 noch 229 Einzelhandelsbetriebe in Neustadt a. Rbge. vorhanden waren, ging die Anzahl an Betrieben bis 2019 um rd. 8 % auf 210 Einzelhandelsbetriebe zurück. Diese Entwicklung entspricht dem allgemeinen Trend in Deutschland. So ist zwischen 2013 – 2016 die Anzahl an Einzelhandelsbetrieben um rd. – 4 % zurückgegangen.²⁸ Die Verkaufsfläche in Neustadt a. Rbge. ist von ca. 58.660 m² (2014) auf ca. 59.995 m² (2019) um rd. 2 % angestiegen. Deutschlandweit ist zwischen 2013 und

²⁷ Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neustadt a. Rbge., GMA, 2015.

²⁸ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2018

2016 eine konstante bis leicht positive Entwicklung der Verkaufsflächen zu beobachten gewesen.²⁹ Dies lässt sich v. a. in der Zunahme der Betriebsgröße begründen, da in den letzten Jahren die Anzahl der Fachgeschäfte rückläufig war, während der filialisierte Einzelhandel gewachsen ist, der i. d. R. größere Verkaufsflächen nachfragt. Dieser Trend ist auch in Neustadt a. Rbge. zu beobachten. Aufgrund dessen ist ein Anstieg der durchschnittlichen Betriebsgröße von 255 m² in 2014 auf 286 in 2019 festzustellen. Ebenso ist die Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner von 1.325 m² (2014) auf 1.338 m² (2019) leicht gestiegen. Insgesamt ist demnach in Neustadt a. Rbge. ein für viele Städte und Gemeinden typische Entwicklung zu beobachten.

Tabelle 4: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Neustadt a. Rbge. seit 2014

| Kriterium | Jahr | | Veränderung 2014 – 2019 | | |
|--|--------|--------|-------------------------|------|---------|
| | 2014 | 2019 | abs. | in % | Tendenz |
| Einwohner Neustadt a. Rbge. | 44.120 | 44.840 | + 720 | 2 | ↗ |
| Anzahl der Betriebe | 229 | 210 | - 19 | -8 | ↘ |
| Verkaufsfläche in m ² | 58.660 | 59.995 | + 1.515 | 3 | ↗ |
| Verkaufsfläche je Betrieb in m ² | 256 | 286 | + 31 | 12 | ↗ |
| Verkaufsfläche je 1.000 EW in m ² | 1.329 | 1.338 | + 13 | 1 | ↗ |

GMA-Erhebungen Februar / März 2019

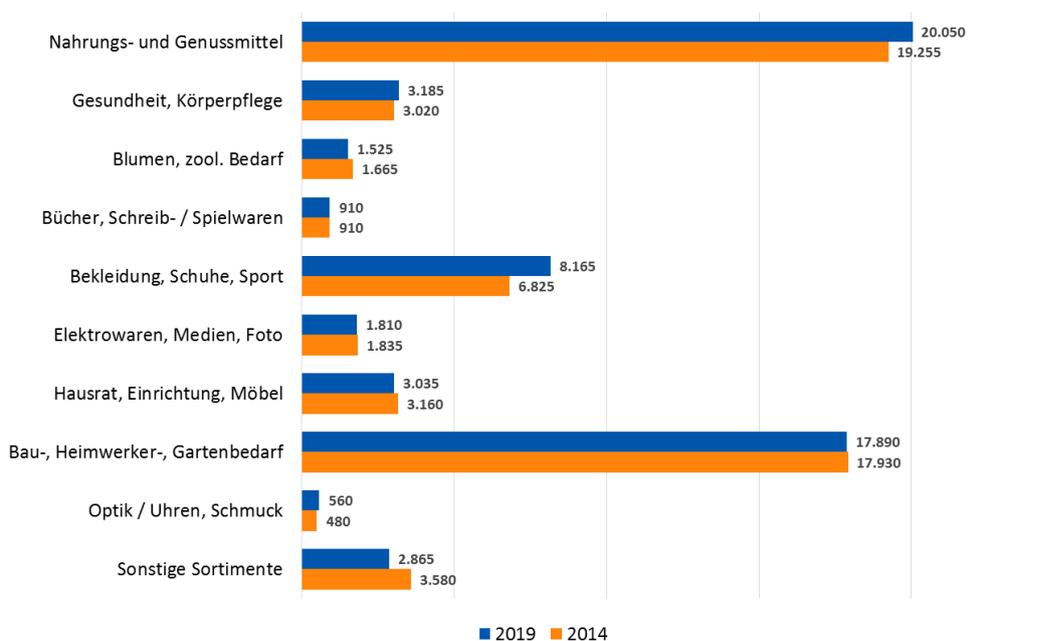
In Bezug auf die Verkaufsflächenentwicklung der einzelnen Branchen sind folgende Aspekte festzustellen (vgl. Abbildung 8):

- Im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** ist die Verkaufsfläche zwischen 2014 – 2019 um rd. 800 m² angestiegen. Dies hängt v. a. mit der Verkaufsflächenerweiterung bestehender Betriebe (z. B. Aldi in der Kernstadt, NP Supermarkt) zusammen.
- In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** ist ein Verkaufsflächenanstieg um rd. 170 m² zu verzeichnen. Dieser resultiert v. a. durch die Neuansiedlung einer Apotheke im Stadtteil Hagen sowie durch die Verkaufsflächenerweiterung der Lebensmittelanbieter (Randsortimente).
- In den Bereichen **Blumen, zoologischer Bedarf** sind verschiedene Veränderungen zu beobachten gewesen, die mit einem geringen Verkaufsflächenrückgang (- 140 m²) verbunden sind.
- Im Sortiment **Bücher, Schreib- und Spielwaren** hat keine Verkaufsflächenveränderung stattgefunden.

²⁹ Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2018.

- Das Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** weist einen Verkaufsflächenzuwachs von rd. 20 % (+ 1.340 m²) auf, was v. a. auf die Ansiedlung des Anbieters H&M in der Neustädter Innenstadt zurückzuführen ist.
- Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto** fällt der Verkaufsflächenrückgang vergleichsweise gering aus (- 25 m²). Ein Elektrofachgeschäft in der Innenstadt ist weggefallen, dafür ist ein Mobilfunkanbieter hinzugekommen.
- Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** resultiert ein leichter Verkaufsflächenrückgang (- 125 m²) aus Veränderungen bei kleinteiligen Anbietern.
- Im Sortiment **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** hat es bis auf den Wegfall eines kleinteiligen Anbieters (- 40 m²) keine Veränderungen gegenüber 2014 gegeben.
- Im Bereich **Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck** ist die Verkaufsfläche um rd. 80 m² angestiegen. Dies hängt mit der Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung eines Optikers in der Neustädter Innenstadt zusammen.
- In Bezug auf die **sonstigen Sortimente** ist ebenfalls ein Verkaufsflächenrückgang (- 715 m²) zu beobachten. Bei den wesentlichen Anbietern hat es jedoch keine Veränderung gegeben. Es handelt sich ausschließlich um Betriebsaufgaben im kleinteiligen Bereich (u. a. Angelladen, Surfshop, Reitladen).

Abbildung 8: Verkaufsflächenvergleich 2014 / 2019



Verkaufsflächenveränderung, absolut in m², GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, gerundet)

4. Entwicklung nach Standortlagen

Hinsichtlich der unterschiedlichen Einzelhandelslagen in der Stadt Neustadt a. Rbge. sind folgende wesentliche Veränderungen festzuhalten:

Das **Hauptzentrum Innenstadt** umfasst den Bereich des Innenstadtkerns (v. a. Marktstraße, Leinstraße, Mittelstraße, Windmühlenstraße, Wallstraße und angrenzende Seitenstraßen) sowie den Bereich des ZOB / Wunstorfer Straße. Wesentliche Veränderungen – bezogen auf den Einzelhandelsbesatz – haben v. a. im kleinteiligen Bereich stattgefunden. Insgesamt sind 8 Betriebe (u. a. Bäckerei, Blumengeschäft, Bekleidungsanbieter, Elektrofachgeschäft, Handyshop) seit 2014 weggefallen. Im gleichen Zeitraum sind jedoch auch 8 neue Anbieter (u. a. Obsthändler, Modegeschäft, Fahrradladen, Musikhaus) hinzugekommen. Nennenswerte Neuansiedlung ist die Modekette H&M im ehem. Kaufhaus Hibbe an der Marktstraße, welches bereits im Sommer 2014 geschlossen wurde. Somit hat sich die Gesamtzahl an Betrieben von 67 nicht verändert. Die summierte Verkaufsfläche aller Anbieter ist von 8.245 m² (2014) um ca. 18 % auf 9.725 m² deutlich gestiegen. Der Verkaufsflächenzuwachs resultiert v. a. durch die Ansiedlung von H&M.

Der Branchenmix deckt weiterhin alle innenstadttypischen Sortimente ab. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt mit rd. 52 % im mittelfristigen Bedarf (überwiegend im Bereich Bekleidung). Jeweils rd. 24 % entfallen auf den kurz- und langfristigen Bedarf. Der Filialisierungsgrad hat sich seit 2014 nicht wesentlich verändert. Von den 67 ansässigen Betrieben sind 44 (ca. 66 %) inhabergeführt und 23 (ca. 34 %) Filialbetriebe. Im Vergleich zu 2014 (12 leerstehende Ladenlokale) hat sich die Anzahl der Leerstände auf aktuell 2 freie Ladenlokale reduziert³⁰.

Im Hinblick auf die Verteilung von Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen Nutzen (Dienstleistungsanbietern, Gastronomiebetrieben, öffentlichen Einrichtungen) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind keine größeren Veränderungen feststellbar.

Die drei ausgewiesenen Potenzialflächen sind bislang allesamt nicht entwickelt. Nach Angaben der Stadtverwaltung Neustadt a. Rbge. bestehen jedoch konkrete Planungen für die Potenzialfläche ZOB / Wunstorfer Straße. Hier soll ein neues Bürogebäude mit Einzelhandels- / Gastronomienutzungen im Erdgeschoss entstehen. Auf einem Teil der Potenzialfläche Marktstraße-Süd soll in den kommenden Jahren der Neubau des Rathauses realisiert werden. In diesem Zusammenhang ist in den Erdgeschosslagen die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben geplant. Für die Potenzialfläche Marktstraße-Nord bestehen bislang keine Planungen.

³⁰ Gezählt wurden nur Leerstände die perspektivisch für Einzelhandelsnutzungen zur Verfügung stehen.

- /// Das **Nahversorgungszentrum Auenland** umfasst den Bereich zwischen Königsberger Straße und Erika-Najork-Straße. Siedlungsräumlich betrachtet liegt das Zentrum innerhalb eines Wohngebietes. Zwischen den wesentlichen Einzelhandelsnutzungen an der Königsberger Straße (Edeka, Bäckerei, Apotheke, Lotto / Totto-Geschäft) und der Erika-Najork-Straße (Netto, Aldi, Kik, Schuwerk) befinden sich überwiegend Wohnnutzungen. Einzig an der Stephanstraße liegt ein weiterer Einzelhandelsbetrieb (Fachgeschäft für Heimtextilien). In Bezug auf den Einzelhandelsbesatz ist zu konstatieren, dass seit 2014 eine Bäckerei weggefallen ist, somit gibt es aktuell insgesamt 12 Einzelhandelsbetriebe. Durch die Verkaufsflächenerweiterung von Aldi ist die Gesamtverkaufsfläche des Zentrums von 3.790 m² (2014) auf 4.240 m² gestiegen. Als weitere Veränderung ist auf die Modernisierung von Netto hinzuweisen. In Bezug auf die südlich gelegene Potenzialfläche Nienburger Straße / Memeler Straße hat es bislang keine Veränderung gegeben. Auf der nördlich gelegenen Potenzialfläche (südliche Kleingartenanlage) entstehen aktuell Wohnnutzungen.
- /// Das **Nahversorgungszentrum Mandelsloh** erstreckt sich entlang der westlichen Straßenseite der Amedorfer Straße zwischen der Einmündung in der Wiek bis zum rd. 250 m südlich gelegenen Standort des dort ansässigen Supermarktes. Es handelt sich um einen sehr kompakten und übersichtlichen zentralen Versorgungsbereich. Im Vergleich zu 2014 haben sich bezogen auf den Einzelhandelsbesatz keine Veränderungen ergeben. Es sind weiterhin insgesamt 6 Betriebe (Combi, Combi-Getränkemarkt, Penny, 2x Bäckerei, Apotheke) ansässig. Einzig der Supermarkt Jibi hat mittlerweile umgeflaggt zu Combi und im Zuge dessen seine Verkaufsfläche geringfügig erweitert (+ 140 m²).
- /// Das **Nahversorgungszentrum Mardorf** umfasst den Bereich entlang der Mardorfer Straße (L 360) zwischen den Einmündungen Karbuschweg im Osten und Jägerstraße im Westen. Im Zentrum gibt es aktuell 6 Einzelhandelsbetriebe (Markant Lebensmittelmarkt, Hofladen / Bauerncafé, Denker-Hofladen, Bäckerei, Blumengeschäft, Fahrradgeschäft) mit einer Gesamtverkaufsfläche von 530 m². Seit 2014 ist ein Fahrradanbieter weggefallen. Ergänzt wird das Angebot durch verschiedene Dienstleistungen (u. a. Sparkasse, Friseur, Restaurant).
- /// Das **Nahversorgungszentrum Hagen** erstreckt sich entlang der Hagener Straße zwischen dem Raiffeisenmarkt im Westen und dem Edeka-Markt im Osten. Als wesentliche Veränderung gegenüber 2014 sind die Ansiedlung einer Apotheke sowie der Wegfall eines Lotto / Totto-Ladens zu nennen. Die Gesamtanzahl von 3 Betrieben ist sowie unverändert. Der Einzelhandelsbesatz wird durch weitere Nutzungen wie Sparkasse, Fahrschule, Versicherungsagentur und Zahnarzt ergänzt.

- /// In den **Nahversorgungslagen Mariensee und Bordenau** sind insgesamt 4 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 100 m² ansässig. Davon entfallen 3 Betriebe (Bäckerei, Metzgerei, Blumenladen) auf den Bereich Höltystraße im Stadtteil Mariensee. Seit 2014 hat es 2 Betriebsaufgaben gegeben. Im Stadtteil Bordenau sind im Bereich der Bordenauer Straße zwischen Masurenstraße im Süden und Am Dorfteich im Norden einige wenige zentrenprägende Nutzungen vorhanden (Apotheke, Sparkasse, Arztpraxis, Kindergarten / Schule). Gegenüber 2014 hat es keine Veränderung gegeben. Zu erwähnen ist jedoch die Verlagerung des Supermarktes NP vom Norden des Stadtteils an die Steinstraße. Der Anbieter hat im Zuge der Verlagerung seine Verkaufsfläche auf 780 m² erweitert.
- /// Im östlichen Bereich der Kernstadt gelegen, gibt es in direkter Nähe zur Bundesstraße 6 das **Gewerbegebiet Ost**. Entlang der Justus-von-Liebig-Straße sowie den angrenzenden Seitenstraßen befinden sich zahlreiche klein- und großflächige Einzelhandelsbetriebe. Darunter fallen sowohl Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (u. a. Famila, Aldi, Netto, Lidl, dm, Apotheke), zentrenrelevanten Sortimenten (u. a. Takko, Miller&Monroe, Kik, ABC Schuhcenter, Deichmann, Expert) sowie nicht zentrenrelevanten Sortimenten (u. a. ATU, OBI, Landmark+Discount). Die Anzahl der Betriebe ist seit 2014 mit 29 Anbietern gleich geblieben. Die einzige Änderung bezieht sich auf die Umwandlung des Anbieters Charles Vögele zu Miller & Monroe.
- /// Bezogen auf die **sonstigen Lagen** mit Einzelhandelsbesatz in Neustadt am Rügenberge ist festzustellen, dass sich sowohl die Gesamtzahl an Betrieben von 100 (2014) um ca. - 16 % auf aktuell 84 reduziert hat sowie die Verkaufsfläche von 18.740 m² um rd. - 3 % auf 18.175 m² gesunken ist. Nennenswerte Neuansiedlungen oder Betriebsaufgaben hat es jedoch in den letzten Jahren nicht gegeben. Die Veränderungen resultieren aus Entwicklungen im kleinteiligen Bereich.

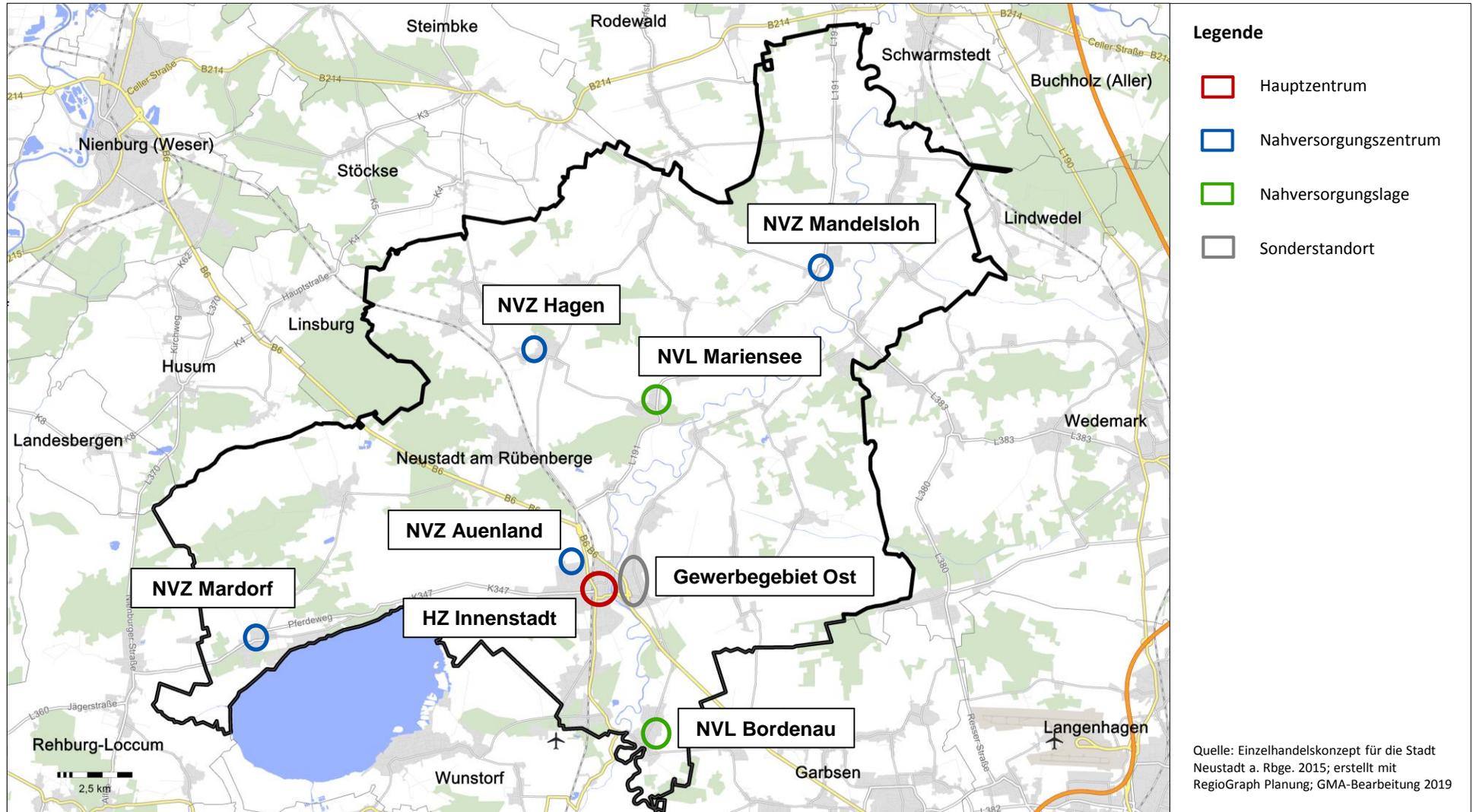
Tabelle 5: Veränderungen im Einzelhandelsbesatz zwischen 2014 / 2015 und 2019

| Standort | Betriebe | | | Verkaufsfläche | | |
|--|------------|------------|------------------|----------------|---------------|------------------|
| | 2014 | 2019 | Veränderung in % | 2014 | 2019 | Veränderung in % |
| Hauptzentrum Innenstadt | 67 | 67 | - | 8.245 | 9.725 | 18 |
| Nahversorgungszentrum Auenland | 12 | 11 | -8 | 3.790 | 4.240 | 12 |
| Nahversorgungszentrum Mandelsloh | 6 | 6 | - | 2.225 | 2.365 | 6 |
| Nahversorgungszentrum Mardorf | 7 | 6 | -14 | 610 | 530 | -13 |
| Nahversorgungszentrum Hagen | 3 | 3 | - | 455 | 460 | 1 |
| Nahversorgungslagen Mariensee und Bordenau | 5 | 4 | -20 | 200 | 105 | -48 |
| Gewerbegebiet Ost | 29 | 29 | - | 24.395 | 24.395 | - |
| sonstige Lagen | 100 | 84 | -16 | 18.740 | 18.175 | -3 |
| Gesamt | 229 | 210 | -8 | 58.660 | 58.660 | 3 |

GMA-Berechnung 2019

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass sich das Hauptzentrum Innenstadt in den letzten Jahren gut entwickelt hat und auch die kleineren zentralen Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentren) eine stabile Ausstattung aufweisen. Im Gewerbegebiet Ost hat es, mit Ausnahme von der Umflaggung von Charles Vögele zu Miller & Monroe, keine weiteren Zuwächse gegeben. Auch in den sonstigen Lagen im Stadtgebiet sind sowohl die Anzahl der Betriebe sowie die Verkaufsfläche rückläufig.

Karte 2: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet von Neustadt am Rübenberge 2015



5. Bewertung der Nahversorgungssituation

Hinsichtlich der Nahversorgungssituation in der Stadt Neustadt a. Rbge. sind folgende Aspekte festzuhalten:

- /// Insgesamt sichern aktuell 15 Betriebe über 400 m² Verkaufsfläche die Versorgungssituation im Bereich Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Neustadt a. Rbge. Im Vergleich zu 2014 ist die Anzahl der Betriebe über 400 m² Verkaufsfläche gleich geblieben. Hinsichtlich der Verkaufsfläche ist ein Anstieg von 17.090 m² (2014) um ca. 960 m² auf 18.050 m² (2019) festzustellen, welcher aus der Erweiterung bestehender Betriebe (u. a. Aldi, NP) resultiert.
- /// Die Ausstattung bei Lebensmitteln (Anbieter größer 400 m² VK) pro 1.000 Einwohner liegt aktuell bei 402 m² VK und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 435 m² je 1.000 Einwohner.³¹
- /// Grundsätzlich besteht – wie bereits 2014 – in der Stadt Neustadt a. Rbge. eine ausgeglichene Betriebstypenstruktur im Lebensmittelsektor. Es sind alle drei prägenden Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmittel-discounter, SB-Warenhaus) im Stadtgebiet ansässig. Diese werden durch Getränkeanbieter sowie mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei) ergänzt.
- /// Aktuell liegen der Stadtverwaltung mehrere Anfragen zu Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben von Lebensmittelanbietern vor. Im Rahmen einer Fortschreibung des aktuellen Einzelhandelskonzeptes sollten die einzelnen Anfragen geprüft und bewertet werden.

6. Nachfragesituation

6.1 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Neustadt am Rügenberge

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 6.035 € p. a..

³¹ vgl. EHI, handelsdaten aktuell, 2016

Davon entfallen auf

- / Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.210 € p. a.
- / Nichtlebensmittel ca. 3.825 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Neustadt a. Rbge. liegt dieser mit 102,1 leicht über dem Bundesdurchschnitt.³²

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte von rd. 44.840 Einwohnern und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Stadt Neustadt a. Rbge. ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von

ca. 276,4 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Neustadt a. Rbge. wie in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft des Einzelhandels in Neustadt a. Rbge.

| Branche | Kaufkraft in Mio. € | |
|---|---------------------|--------------|
| | 2014 | 2019 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 86,4 | 101,2 |
| Gesundheit, Körperpflege | 16,4 | 20,6 |
| Blumen, zool. Bedarf | 5,9 | 9,1 |
| kurzfristiger Bedarf insgesamt | 108,7 | 130,9 |
| Bücher, Schreib-, Spielwaren | 12,2 | 11,3 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 31,4 | 33,6 |
| mittelfristiger Bedarf insgesamt | 43,6 | 44,9 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 24,3 | 25,6 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 26,9 | 28,2 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 21,9 | 23,9 |
| Optik, Uhren, Schmuck | 5,2 | 7,1 |
| sonstige Sortimente* | 11,9 | 15,8 |
| langfristiger Bedarf insgesamt | 90,2 | 100,6 |
| Nichtlebensmittel insgesamt | 156,1 | 175,2 |
| Einzelhandel insgesamt | 242,5 | 276,4 |

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren);
GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

³² Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Aufgrund der seit 2014 um rd. 2 % (vgl. Tabelle 5) gestiegenen Einwohnerzahl sowie der insgesamt angestiegenen Pro-Kopf-Ausgabewerte errechnet sich für die Stadt Neustadt am Rübenberge gegenüber 2014 ein Kaufkraftzuwachs von rd. 13 %.

III. Zwischenfazit wesentliche Veränderungen

Bezug nehmend auf die vorangegangenen Kapitel werden nachfolgend die wesentlichen Veränderungen in Kurzform dargestellt:

- /// Mit dem Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) 2017 sowie mit dem Regionalen Raumordnungsprogramm der Region Hannover 2016 (RROP) hat es zwischenzeitlich eine Aktualisierung der rechtlichen Rahmenbedingungen gegeben.
- /// Hinsichtlich der Angebotssituation ist zu konstatieren, dass seit 2014 die absolute Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Neustadt a. Rbge. rückläufig ist. Die Anzahl von Betrieben ist von 229 (2014) um rd. 8 % auf aktuell 210 zurückgegangen. Die Gesamtverkaufsfläche ist im gleichen Zeitraum allerdings von 58.660 m² (2014) um rd. 2 % auf 59.995 m² gestiegen. Dies hängt v. a. mit der Erweiterung mehrerer Lebensmittelbetriebe sowie mit der Neuansiedlung des Anbieters H&M in der Innenstadt zusammen. Betriebsaufgaben hat es ausschließlich bei kleinteiligen Anbietern gegeben.
- /// Bezogen auf die Entwicklung der unterschiedlichen Standortlagen in der Stadt Neustadt am Rübenberge ist festzuhalten, dass seit 2014 die Anzahl an Betrieben sowohl in den zentralen Versorgungsbereichen (2014 = 95, aktuell = 93) als auch außerhalb der Zentren (2014 = 134, aktuell = 117) rückläufig ist. Hinsichtlich der Verkaufsfläche kann festgestellt werden, dass diese insgesamt betrachtet in den zentralen Versorgungsbereichen um rd. 13 % gestiegen ist und außerhalb der Zentren leicht zurückgegangen ist (rd. - 2 %) (vgl. Tabelle 5). Diese räumliche Entwicklung entspricht der Zielsetzung und den Steuerempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes 2015.
- /// Die Versorgungssituation im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ist mit Ausnahme von mehreren Verkaufsflächenerweiterungen bei bestehenden Betrieben (größer 400 m² Verkaufsfläche) unverändert. Laut Stadtverwaltung gibt es jedoch mehrere Anfragen von bestehenden Einzelhandelsbetrieben zur Verkaufsflächenerweiterungen sowie Anfragen zu Ansiedlungs- und Verlagerungsvorhaben.
- /// In Bezug auf die Nachfragesituation ist im Vergleich zu 2014 auf eine Zunahme des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens in der Stadt Neustadt a. Rbge. um rd. 13 % hinzuweisen.

IV. Evaluierung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes Neustadt a. Rbge. 2015

Nachfolgend erfolgt eine Evaluierung der strategischen Bausteine des bestehenden Einzelhandelskonzeptes 2015 vor dem Hintergrund der in den vorangegangenen Kapiteln aktualisierten Angebots- und Nachfragesituation sowie unter Berücksichtigung der veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen. Ergänzend wurde die Meinung der das Einzelhandelskonzept anwendenden bzw. damit handelnden Personen und Institutionen im Rahmen von Fachgesprächen erfasst und ausgewertet.

Die vorliegende Evaluation dient der Entscheidungsfindung, ob das aktuelle Einzelhandelskonzept der Stadt Neustadt a. Rbge. aus dem Jahr 2015 kurz- oder mittelfristig fortgeschrieben werden soll.

1. Ergebnisse der Fachgespräche zur Evaluierung des Einzelhandelskonzeptes 2015

Zur Evaluierung des aktuellen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neustadt a. Rbge. 2015 wurden mit verschiedenen Akteuren persönliche Gespräche zur aktuellen Einzelhandelssituation in der Stadt, zur Anwendungs- und Wirkungsweise des Einzelhandelskonzeptes sowie zum Anpassungs- und Modifizierungsbedarfs im Hinblick auf die strategischen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes geführt. Zu den Interviewpartnern gehören Vertreter

- /// des Fachdienstes Stadtplanung Neustadt a. Rbge.
- /// der Wirtschaftsförderung der Stadt Neustadt a. Rbge.
- /// der Industrie- und Handelskammer Hannover
- /// der Region Hannover.

Die Ergebnisse der Interviews lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- /// Als wesentliche Veränderung in der Innenstadt von Neustadt a. Rbge. wurde die Ansiedlung des Anbieters H&M angeführt. Insgesamt konnte der Branchenmix v. a. im mittelfristigen Bedarf in der Innenstadt verbessert sowie die Anzahl der Leerstände verringert werden.
- /// Bei Anfragen zu Einzelhandelsansiedlungen oder Verkaufsflächenerweiterungen bestehender Betriebe konnte auf die strategischen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes zurückgegriffen werden. Zur schnellen Einschätzung war v. a. die Matrix (vgl. Einzelhandelskonzept 2015, Seite 79) zu den Steuerungsempfehlungen hilfreich.

- /// In Bezug auf die ausgewiesenen Potenzialflächen in der Innenstadt wurde auf die Planung im Bereich des ZOB / Wunstorfer Straße hingewiesen. Hier soll in den nächsten Jahren ein Bürogebäude mit Einzelhandels- und Gastronomienutzungen im Erdgeschoss realisiert werden. Auf einem Teil der Potenzialfläche Marktstraße-Süd soll in den nächsten Jahren das neue Rathaus entstehen. Hierbei sind Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschosslagen vorgesehen. Es soll darauf geachtet werden, dass v. a. Anbieter mit Sortimenten, die aktuell in der Innenstadt fehlen bzw. kaum vorhanden sind, angesiedelt werden.
- /// Zur Entwicklung des ehem. Hütten-Geländes, an der Straße Hüttendamm, wurde vom Rat der Stadt Neustadt a. Rbge. ein Rahmenkonzept beschlossen. Geplant ist v. a. die Realisierung von Wohnnutzungen. Auf einer Fläche angrenzend zum Hüttendamm soll ein Lebensmittelmarkt zur Versorgung des neuen Quartiers realisiert werden. Im Gespräch ist aktuell die Verlagerung des Edeka-Marktes in der Straße Landwehr.
- /// In den Stadtteilen Mandelsloh und Helstorf stehen ebenfalls Veränderungen in Bezug auf den Einzelhandelsbesatz an. In Mandelsloh gibt es eine Anfrage bezüglich der Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelvollsortimenters, ggf. auch eines Drogeriemarktes. Im Stadtteil Helstorf ist die Erweiterung des bestehenden Aldi-Marktes bereits genehmigt.
- /// Im Gewerbegebiet Ost bestehen seitens der Firma Lidl Bestrebungen das aktuelle Marktgebäude an den Standort Justus-von-Liebig-Straße / Ecke Mecklenhorster Straße zu verlagern und gleichzeitig die Verkaufsfläche zu erweitern.
- /// Insgesamt wurde von den Interviewpartnern das Einzelhandelskonzept 2015 als wirkungsvoll bewertet. Hinsichtlich der aktuell vorliegenden Anfragen zu Neuansiedlungen bzw. Verkaufsflächenerweiterungen wird jedoch von einzelnen Akteuren auch ein Modifizierungsbedarf gesehen.

Im Rahmen der Interviews wurden auch Hinweise für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes genannt, die in die Erarbeitung der Konzeptbausteine einfließen. Diese werden im Folgenden aufgeführt:

- /// allgemeine Aktualisierung der Grundlegendaten zur Angebots- und Nachfragesituation
- /// Überprüfung der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, v. a in den Randbereichen sowie Überprüfung der ausgewiesenen Potenzialflächen
- /// Überprüfung und ggf. Modifizierung der Sortimentsliste (insbesondere im Hinblick auf die veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen der Landesplanung)

- /// Einschätzungen zu aktuellen Ansiedlungs- und Verlagerungsanfragen bzw. Verkaufsflächenenerweiterungen.

2. Evaluierung Konzeptinhalte

In Bezug auf die Evaluierung des aktuellen Einzelhandelskonzeptes 2015 sind folgende Aspekte festzuhalten:

- /// Insgesamt betrachtet besteht, wie bereits 2014 /15 festgestellt, ein starkes Ungleichgewicht zwischen der Verkaufsflächenausstattung der zentralen Versorgungsbereiche (summiert ca. 17.320 m² VK) und den Lagen außerhalb der Zentren (ca. 42.675 m² VK).
- /// Alleine auf das Gewerbegebiet Ost entfällt aktuell eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 24.395 m² (alle Sortimente) bzw. ca. 12.740 m² (nur nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente). Im Vergleich dazu liegt die Verkaufsflächenausstattung im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nur bei ca. 9.725 m². In den letzten Jahren hat es allerdings keine Zuwächse im Gewerbegebiet Ost gegeben. In der Innenstadt hingegen ist die Verkaufsfläche um rd. 18 % gestiegen. Diese Entwicklung steht im Einklang mit der Zielsetzung und den Steuerempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes 2015.
- /// Laut Auskunft der Stadtverwaltung wurden ca. 10 Bebauungspläne unter Berücksichtigung des aktuellen Einzelhandelskonzeptes aufgestellt bzw. verändert. Davon entfallen 6 Bebauungspläne auf das Gewerbegebiet Ost. Im Einzelhandelskonzept wurde hinsichtlich dieses Standortes empfohlen, nur noch Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten anzusiedeln oder zu erweitern. In den letzten Jahren hat es keine Zuwächse im Gewerbegebiet Ost gegeben.
- /// Nach Einschätzung der Stadtverwaltung haben sich die Empfehlungen des aktuellen Einzelhandelskonzeptes als wirkungsvoll herausgestellt. Vor allem im Gewerbegebiet Ost hat es, keine weiteren Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben gegeben. Die aufgestellten Bebauungspläne auf Basis des Einzelhandelskonzeptes 2015 haben somit städtebaulich unerwünschte Einwicklungen verhindert und gleichzeitig zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt geführt.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das aktuelle Einzelhandelskonzept der Stadt Neustadt am Rübenberge hinsichtlich seiner Steuerungswirkungen greift. Vor dem Hintergrund einer veränderten Angebots- und Nachfragesituation, Neuerungen bei den rechtlichen Rahmenbedingungen sowie in Bezug auf die aktuell vorliegenden Anfragen zu Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben, ist eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes kurzfristig zu empfehlen.

Verzeichnisse

| | Seite |
|---|--------------|
| Abbildungsverzeichnis | |
| Abbildung 1: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung | 8 |
| Abbildung 2: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken) | 9 |
| Abbildung 3: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016 | 9 |
| Abbildung 4: Prozentualer Umsatzanteil des Online- und Versandhandels am Einzelhandel in Deutschland | 12 |
| Abbildung 5: Umsatzwachstum im Online- und Versandhandel nach Branchen zwischen 2017 und 2018 | 13 |
| Abbildung 6: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers | 14 |
| Abbildung 7: Gegenstromprinzip | 16 |
| Abbildung 8: Verkaufsflächenvergleich 2014 / 2019 | 30 |
| Kartenverzeichnis | |
| Karte 1: Lage der Stadt Neustadt a. Rbge. und zentralörtliche Struktur | 25 |
| Karte 2: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet von Neustadt am Rügenberge 2015 | 35 |
| Tabellenverzeichnis | |
| Tabelle 1: GMA-Branchensystematik | 7 |
| Tabelle 2: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Neustadt a. Rbge.) | 27 |
| Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen | 28 |
| Tabelle 4: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Neustadt a. Rbge. seit 2014 | 29 |
| Tabelle 5: Veränderungen im Einzelhandelsbesatz zwischen 2014 / 2015 und 2019 | 34 |
| Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft des Einzelhandels in Neustadt a. Rbge. | 37 |
| Übersichtenverzeichnis | |
| Übersicht 1: Untersuchungsaufbau | 6 |
| Übersicht 2: Strukturdaten der Stadt Neustadt a. Rbge. | 23 |