

Kon- zept

01/2025

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts
für die Stadt Alfeld (Leine)



STADT+HANDEL

Neue Wege. Klare Pläne.

Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
HRB 33826
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadt Alfeld (Leine)
Marktplatz 1
31061 Alfeld (Leine)

BERICHTSENTWURF

VERFASSER

Geogr. M. A. Andreas Q. Schuder
Dipl.-Geogr. Lucas Beyer
Pia Metzger, M. Sc.
Katrin Stellmach, M. A.

Leipzig, 16.01.2025

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Einführung	4
2	Rechtliche Rahmenvorgaben	6
2.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten	6
2.2	Raumordnerische Regelungen	7
3	Methodik	11
4	Markt- und Standortanalyse	13
4.1	Trends im Einzelhandel	13
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	22
4.3	Gesamtstädtische Nachfrageanalyse	23
4.4	Gesamtgemeindliche Angebotsanalyse	26
4.5	Städtebauliche Analyse	32
4.6	Nahversorgungsanalyse	41
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	45
5.1	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen	45
5.2	Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven	46
6	Einzelhandelskonzept für die Stadt Alfeld (Leine)	58
6.1	Zentrenkonzept	58
6.2	Nahversorgungskonzept	68
6.3	Sonderstandortkonzept	76
6.4	Sortimentsliste	80
6.5	Steuerungsleitsätze	83
7	Schlusswort	88

Die Leinestadt Alfeld (Leine), auch bekannt für ihr historisches Fachwerk und ihre idyllische Lage im Leinetal sowie das UNESCO-Welterbe Fagus-Werk, ist Mittelzentrum im Landkreis Hildesheim im südlichen Niedersachsen. Die bisherige Entwicklung des Einzelhandels wird durch das Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2012 begleitet und gesteuert. Aufgrund der vielfältigen Entwicklungen im Einzelhandel und den sich stetig ändernden Rahmenbedingungen beabsichtigt die Stadt Alfeld das bestehende Einzelhandelskonzept fortzuschreiben.

Neue rechtliche Vorgaben, veränderte lokale strukturelle Gegebenheiten und die **weltweiten, multiplen Krisen** (insb. Nachwirkungen der Corona-Pandemie mit mehreren Lockdowns sowie die Effekte des Ukraine-Kriegs) führen zu gänzlich neuen angebots- und nachfrageseitigen Dynamiken. So ist auf der Angebotsseite insb. ein verringertes Expansionsgeschehen in vielen Branchen des Einzelhandels zu beobachten, das v. a. mit steigenden Energiekosten und Bauzinsen sowie der allgemeinen Konsumzurückhaltung in Deutschland begründbar ist. Hinzu kommen Unsicherheiten durch gestörte Lieferketten und Lieferengpässe. Auf der Nachfrageseite sind ebenfalls dämpfende Faktoren zu konstatieren, die sich insb. durch steigende Verbraucherpreise und zwischenzeitlich inflationsbedingt sinkende Reallöhne sowie die krisenbedingt allgemeine Konsumzurückhaltung bemerkbar machen.

Die beschriebenen krisenhaften Entwicklungen wirken dabei auch auf bereits **länger andauernde Trends**: So steigt weiter die Bedeutung und der Umsatzanteil des Online-Handels gegenüber dem stationären Einzelhandels (wenngleich 2022 ein temporärer Umsatzrückgang zu beobachten war). Ebenso gewinnen die Anforderungen an Einzelhandelsstandorte sowie die Anpassung von Betriebstypen an neue Markterfordernisse weiter an Bedeutung. Auch wenn insgesamt das Expansionsgeschehen in der deutschen Einzelhandelslandschaft in eine Konsolidierungsphase übergegangen ist, so gibt es in einzelnen Marktsegmenten (z. B. Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortiment, Fahrräder) durchaus noch steigende Flächenbedarfe – derzeit allerdings eingeschränkt aufgrund der oben aufgeführten angebots- und nachfrageseitigen Disruptionen. Größere gesellschaftliche Transformationsprozesse (z. B. demografischer Wandel, Individualisierung) setzen sich hingegen ungebremst fort und äußern sich sowohl auf der Nachfrageseite in Form eines veränderten Konsumverhaltens als auch auf der Angebotsseite im Rahmen von Betriebsaufgaben aufgrund fehlender Nachfolger.

Den größtenteils gesellschaftspolitischen und betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen **landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen** auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind. Gleichzeitig soll die Innenstadt Alfelds mit ihren Funktionen als **städttebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte** der Stadt **gesichert** und die weiteren Zentren hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion **weiterentwickelt** werden.

Angesichts der voranstehend beschriebenen Ausgangslage beabsichtigt die Stadt Alfeld (Leine) die Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur auf eine entspre-

chend aktuelle, tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Wie stellt sich die aktuelle einzelhandelsbezogene angebots-, nachfrageseitige und städtebauliche Situation in Alfeld dar?
- Was sind die zentralen Triebfedern der Einzelhandelsentwicklung heute und in den kommenden Jahren?
- Wie sind darauf aufbauend die konzeptionellen Bausteine (Abgrenzung ZVB, Nahversorgung, Sortimentsliste, Sonderstandorte, Entwicklungsgrundsätze) fortzuschreiben?
- Welche rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen sind zu beachten?

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Alfeld zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Entwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung der Stadt abgestimmt und zusätzlich in einem begleitenden Arbeitskreis erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten Berücksichtigung finden.

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Stadtteil- oder Nahversorgungszentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Zentrenkonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung¹. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.²

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

Das Zentrenkonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung und den Stadtentwicklungs-

¹ Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE.

² Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

prozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Zentrenkonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Damit ist es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen.

2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend den lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Alfeld (Leine) wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

Im Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen, in der Fassung vom 17.09.2022 finden sich Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels. Im Folgenden werden die relevanten Inhalte zusammenfassend dargestellt. Sie haben bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Kommune Beachtung bzw. Berücksichtigung zu finden.

- **[2.2 (04) Z]** „Zentrale Orte sind in den Regionalen Raumordnungsprogrammen im Benehmen mit den Gemeinden räumlich als zentrale Siedlungsgebiete festzulegen.“
- **[2.2 (05) Z]** „Art und Umfang der zentralörtlichen Einrichtungen und Angebote sind an der Nachfrage der zu versorgenden Bevölkerung und der Wirtschaft im Verflechtungsbereich auszurichten.“ **[G]** „Bei der Abgrenzung der jeweiligen funktionsbezogenen mittel- und oberzentralen Verflechtungsbereiche sind Erreichbarkeiten und grenzüberschreitende Verflechtungen und gewachsene Strukturen zu berücksichtigen.“ **[Z]** „Die Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte ist der jeweiligen Festlegung entsprechend zu sichern und zu entwickeln.“

Es sind zu sichern und zu entwickeln

- in Oberzentren zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des spezialisierten höheren Bedarfs,
- in Mittelzentren zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des gehobenen Bedarfs,
- in Grundzentren zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des allgemeinen täglichen Grundbedarfs,
- außerhalb der Zentralen Orte Einrichtungen und Angebote zur Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung.

Oberzentren haben zugleich die mittel- und grundzentralen Versorgungsaufgaben zu leisten, Mittelzentren zugleich die der grundzentralen Versorgung.

Für Zentrenverbünde sind im Rahmen der Regionalplanung regionale Ziele sowie Prüf- und Abstimmungserfordernisse festzulegen. Durch Festlegungen von Zentralen Orten und Zentrenverbünden sowie die Zuweisung ober- und mittelzentraler Teilfunktionen dürfen Funktionen und Leistungsfähigkeit benachbarter Zentraler Orte nicht beeinträchtigt werden.“

- **[2.3 (01) G]** „Zur Herstellung dauerhaft gleichwertiger Lebensverhältnisse sollen Einrichtungen und Angebote des Einzelhandels in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und ausreichender Qualität gesichert und entwickelt werden.“
- **[2.3 (02) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 10 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls 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).“
- **[2.3 (03) Z]** „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) [...] Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten. Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs-/Genussmittel und Drogeriewaren. Aperiodische Sortimente sind Sortimente mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, zum Beispiel Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel. Die Träger der Regionalplanung können in den regionalen Raumordnungsprogrammen im Einzelfall Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte mit aperiodischem Kernsortiment außerhalb des kongruenten Zentralen Ortes in einem benachbarten Mittel- oder Grundzentrum festlegen. Voraussetzung ist, dass den Grundsätzen und Zielen zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen in gleicher Weise entsprochen wird wie bei einer Lage innerhalb des kongruenten Zentralen Ortes.“
- **[2.3 (04) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot).“
- **[2.3 (05) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment 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 der 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.“

- **[2.3 (6) Z]** „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,
 - a. wenn die Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
 - b. wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumordnungsverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das innenstadtrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“
- **[2.3 (07) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen (Abstimmungsgebot). **[G]** Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden. Zur Verbesserung in Grensräumen soll eine grenzüberschreitende Abstimmung unter Berücksichtigung der Erreichbarkeiten und gewachsenen Strukturen erfolgen.“
- **[2.3 (08) Z]** „Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).“
- **[2.3 (10) Z]** „Abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05 sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente auf mindestens 90 vom Hundert der Verkaufsfläche periodische Sortimente sind, auch zulässig, wenn
 - a. sie an Standorten errichtet werden, die im regionalen Raumordnungsprogramm als Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung festgelegt sind,
 - b. sie den Anforderungen der Ziffern 07 (Abstimmungsgebot) und 08 (Beeinträchtungsverbot) entsprechen,
 - c. sie im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Ortskern oder mit Wohnbebauung liegen und
 - d. ihr jeweiliges Einzugsgebiet den zu versorgenden Bereich im Sinne 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 Stadt festzulegen. **[G]** Sie sollen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“ **[Z]** „Das Regionale Raumordnungsprogramm muss für jeden dieser Standorte einen zu versorgenden Bereich festlegen.“

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LROP Niedersachsen in der Fassung vom 17.09.2022 erarbeitet. Mit in Kraft treten des überarbeiteten LROP Niedersachsen 2022 sind die Festlegungen der neuen Fassung in der jeweils gültigen Fassung bindend.

Regionalplanerische Vorgaben

Das für die Stadt Alfeld relevante Regionale Raumordnungsprogramm (RROP) des Landkreises Hildesheim in der Fassung vom 16.03.2016 hat die Ziele und Grundsätze des seinerzeit gültigen LROP Niedersachsen aus dem Jahr 2012 aufgegriffen und konkretisiert, und mit regionalen Besonderheiten ergänzt. Darüber hinaus beinhaltet das RROP das folgende relevante Ziel mit Relevanz für den Einzelhandel:

- **[2.2 (05) Z]** „Standorte der Mittelzentren sind die Ortsteile Alfeld (Leine) einschließlich des Gewerbegebietes Limmer West (...).“

Die regionalen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Alfeld sind im vorliegenden Einzelhandelskonzept entsprechend beachtet und berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandelskonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf der gesamtgemeindlichen Ebene und ist künftig, als die entscheidende Abwägungsgrundlage, im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatische sowie empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

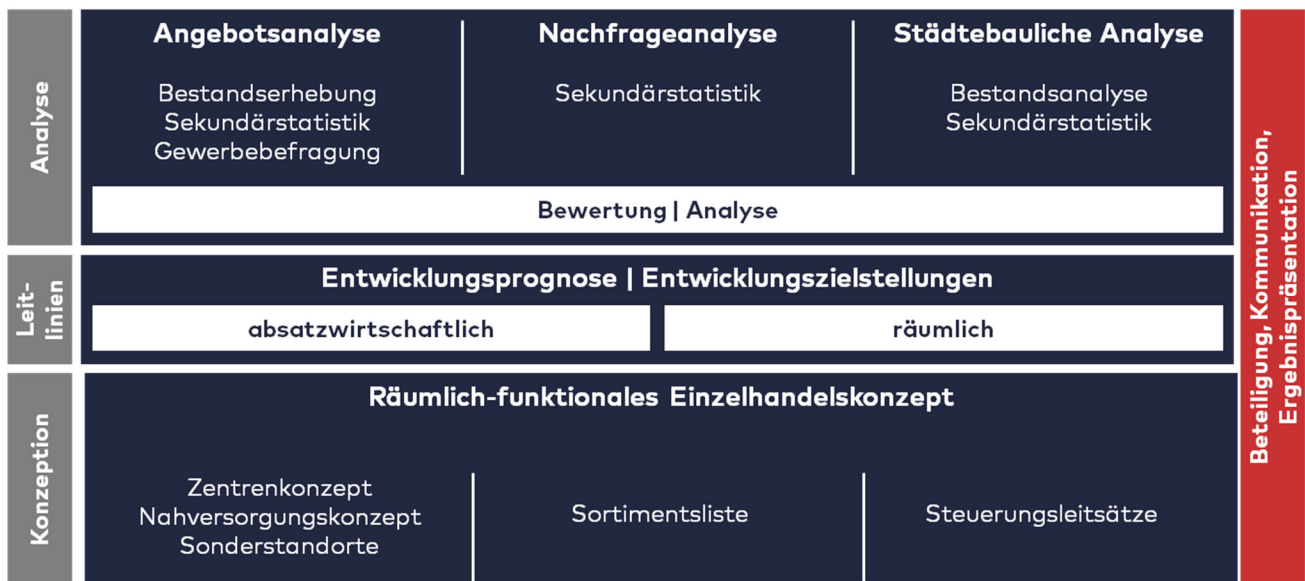


Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für den zentralen Versorgungsbereich und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen (siehe dazu Kapitel 1) orientierte städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Begriff der städtebaulich integrierten Lage

In diesem Bericht werden Lagebereiche hinsichtlich ihrer städtebaulichen Integration (d. h. hinsichtlich ihres räumlich-funktionalen Zusammenhangs zu Wohnbebauung und ihrer fußläufigen Erreichbarkeit) bewertet. Dieser Begriff der städtebaulichen Integration ist nicht mit dem Begriff der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP Niedersachsen 2022 gleichzusetzen. In abweichenden Fällen wird explizit darauf hingewiesen.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands- erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	04/2023	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergän- zende Funktionen, Leerstände
Händler- befragung	Befragung durch Stadt + Handel	04/2023	Onlinebefragung (Rücklauf: n = 32; 28 %)	Umsatzherkunft/Einzugsbereiche, Ge- schäfts-/ Umsatzentwicklung, Stan- dorteinschätzung, Angebotslücken, Stärken-Schwächen-Analyse
Sekundär- Statistische Da- ten	Kaufkraftzahlen der IfH	2022	Ermittlung des Nachfragepo- tenzials in Alfeld	Berechnung der Umsatzwerte durch S+H auf Basis branchen- und betriebs- üblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichun- gen (u.a. EHI Handel aktuell, Factbook Einzelhandel, laufende Auswertung der LM-Zeitung)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Prozessbegleitender Arbeitskreis

Prozessbegleitend wurden die Analyseergebnisse des Einzelhandelskonzeptes in einem Facharbeitskreis erörtert. Dafür tagte der Arbeitskreis am 17.04.2024.

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Zentrenkonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Alfeld (Leine). Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Die derzeit beobachtbaren Verwerfungen im Einzelhandel sind lediglich Vorboten der zukünftigen Entwicklungen. Umso wichtiger ist es, die innenstadtbezogenen Wandlungsprozesse systematisch zu erfassen und in ihren Zusammenhängen zu bewerten. Dabei lassen sich folgende Entwicklungsmuster erkennen:

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit³, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen. Der Drang nach Selbstverwirklichung sowie die Ausdifferenzierung von Lebensstilen führen zu vielfältigeren Ansprüchen an den Stadtraum und den Einzelhandel. Die Innenstadtbesuchenden von morgen bewegen sich in höchst hybriden Lebens- und Konsumwelten und haben ein tiefes Bedürfnis nach Erlebnis auf der einen Seite sowie Authentizität und lokalem Kontext auf der anderen Seite.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.⁴ Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu⁵. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeu-

³ LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

⁴ 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

⁵ 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

tion gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste). Gerade in wachsenden Groß- und Mittelstädten sind die Auswirkungen des demografischen Wandels sowohl sektoral (z. B. verstärkter Zuzug jüngerer Bevölkerungsgruppen bzw. Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund) als auch räumlich differenziert (z. B. Nebeneinander von Wachstum und Schrumpfung in verschiedenen Stadtteilen) zu betrachten.

Digitalisierung: Die Wirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel werden im nachfolgenden Kapitel thematisiert. Allerdings erstreckt sich die Digitalisierung auf fast alle Handlungsfelder der Innenstadt – von Infrastrukturinvestitionen auf dem Weg zur „Smart City“ über innovative Formen der Raumanneignung (z. B. Gamification) bis zum sinkenden Bedürfnis nach physischem Besitz in der Share Economy.

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Auch wenn sich Innenstadtzentren von Großstädten noch am ehesten gegenüber den Wettbewerbsvorteilen von Online-Vertriebskanälen behaupten können, ist vielerorts eine auf die jeweilige Innenstadt individuell abgestimmte Positionierungsstrategie notwendig. Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigen sich hingegen derzeit noch als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmitteln sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtreionen betreffen.



Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse

Quelle: Fotos © M-SUR/Fotolia, © Worawut/AdobeStock, © oneinchpunch/Fotolia, © zapp2photo/Fotolia.

Reurbanisierung: Mit den gesellschaftlichen Wandlungsprozessen geht eine zunehmende „Kraft des Ortes“ einher, welche u. a. ein Grund für die Debatte um Schwarmstädte und Reurbanisierungstendenzen ist. Dabei ist dieser Teilaspekt

des „genius loci“ nicht neu. Neu ist allerdings, dass in einer zunehmend digitalen und virtuellen Welt ein tiefes Bedürfnis nach lokaler Verankerung oder „Rückbetung“⁶ in einem physischen Kontext entsteht und sich u. a. in der Innenstadt als städtischen Treffpunkt für die nomadische und digitale Gesellschaft manifestiert. Treiber der Reurbanisierung sind aktuell insbesondere junge und hochqualifizierte Bevölkerungsgruppen sowie zukünftig auch im zunehmenden Maße die so genannten „jungen Alten“ (nach der familienbedingten Haushaltsverkleinerung). Diese „Wiederentdeckung der Stadt“ als Wohn- und Arbeitsort und die Vermischung von Lebens- und Arbeitswelten (lokal manifestiert in Form so genannter „Dritter Orte“) bedingt auch neue Konsumverhaltensmuster.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundenschaftssicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Das Verbraucherverhalten ist bei einem Innenstadtbesuch schon längst nicht mehr rein versorgungsorientiert – eine klassische Einkaufsliste und ein klares Ziel gibt es nur selten. Stattdessen wünschen sich Innenstadtbesuchende darüber hinaus eine Ansprache auf verschiedenen Ebenen – dazu gehören insbesondere Authentizität, Multikontextualität und Emotionalität. Aufgrund steigender Erwartungshaltungen in gewissen sozialen Milieus (auch durch den Vergleich auf nationaler und internationaler Ebene), erwartet die Kundschaft neben kulturellen, touristischen und städtebaulichen Highlights zusätzliche Shopping-Erlebnisse, z. B. in Form von Show-Rooms, Pop-Up-Stores, visuellen, akustischen, haptischen und olfaktorischen Sinnesreizen, zusätzlichen (auch gastronomischen) Services sowie qualifizierter Beratung durch geschultes Personal.

Der Erlebniseinkauf spielt jedoch nicht nur beim klassischen Shopping eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. Auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kundschaft zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Individualmobilität der Konsumenten: Mit der wachsenden Motorisierung in den vergangenen Jahrzehnten entwickelte sich im Zusammenspiel mit den Marktentwicklungen die fußläufige Nahversorgung vor allem im ländlichen Raum in eine

⁶ vgl. Läßle 2003.

motorisierte Fernversorgung. Die verbreitete Pkw-Verfügbarkeit ermöglicht heute vielen Konsumenten eine hohe räumliche Nachfrageflexibilität bei der Auswahl der Einkaufsstätten. Da gleichzeitig auch die Ansprüche der Verbraucher an die Einzelhandelseinrichtungen gestiegen sind, werden verkehrsgünstig gelegene Standorte mit einem großen Parkplatzangebot sowie einem gut sortierten Warenangebot häufig bevorzugt aufgesucht.

Um die für den Einkauf zurückzulegenden Distanzen möglichst zeitsparend zu bewältigen, werden Einkaufswege zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen bzw. Aktivitäten gekoppelt. Darüber hinaus tätigen viele Konsumenten nur noch ein- bis zweimal wöchentlich einen Lebensmitteleinkauf. Aufgrund der Menge an gekaufter Ware wird von den Konsumenten in der Regel die PKW-Nutzung favorisiert, wobei auch Lastenräder und E-Bikes zum Einsatz kommen. Ähnliche Kopplungstendenzen sind in Bezug auf den Erlebniseinkauf festzustellen.

Auf der anderen Seite ist insbesondere in Großstädten und bei jüngeren Personengruppen die Bedeutung des Pkw als Verkehrsmittel (und damit auch der Motorisierungsgrad) in den letzten Jahren zurückgegangen. Der innerstädtische Einzelhandel muss sich hinsichtlich seines Serviceangebotes also nicht nur auf ein im Wandel begriffenes Mobilitätsverhalten einstellen (z. B. vermehrte Nutzung von Car-Sharing-Diensten, E-Bikes, Lastenräder und öffentlichen Verkehrsmitteln), sondern muss auch auf veränderte Kundenschaftsgewohnheiten (z. B. Warenlieferung, Ausnutzung von Omni-Channel-Marketing) reagieren.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen (siehe Abbildung 3).

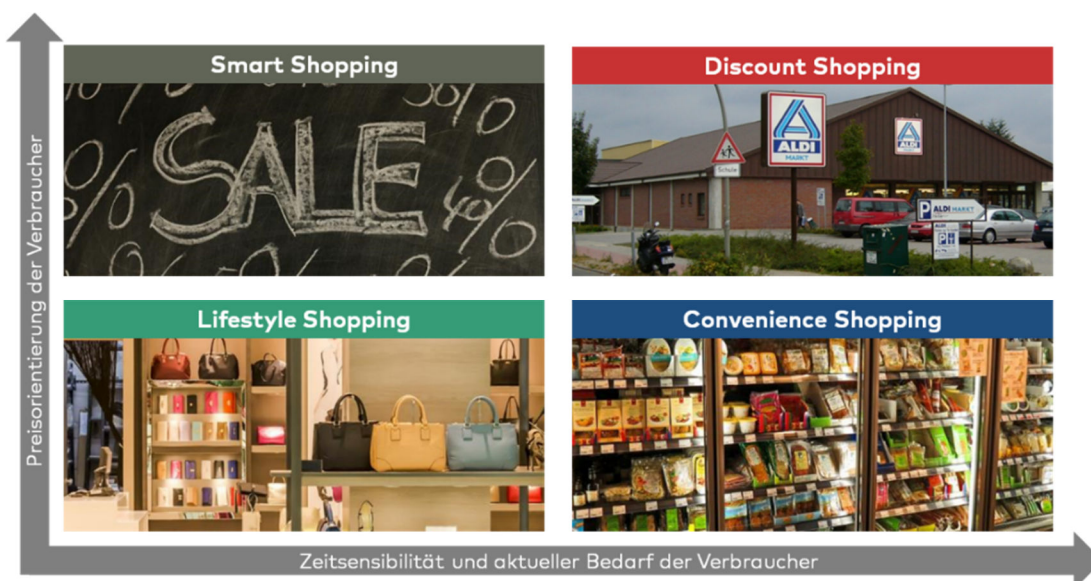


Abbildung 3: Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos Stadt + Handel, pixabay.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen (s. u.). Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist städtebaulich nicht integrierte Standorte einher. Daneben liegen die Innenstädte (insb. A-Lagen) im Fokus der Expansionsabteilungen. Wohn- und Arbeitsplatzschwerpunkte sowie B-Lagen in Stadtquartieren (außerhalb der Innenstadt) sind für den filialisierten Einzelhandel hingegen deutlich weniger stark von Interesse bzw. stark geprägt durch discountorientierte Angebote. Neben dem Lebensmitteleinzelhandel lassen sich Konzentrationsprozesse auch in vielen anderen Einzelhandelsbranchen feststellen – insbesondere bei SB-Warenhaus-Unternehmen (z. B. Globus, Marktkauf, Kaufland), Drogeriemärkten (insb. DM, Rossmann), Buchhandlungen (z. B. Thalia, Hugendubel), Textil-Kaufhäusern (u. a. H&M, P&C, C&A, SinnLeffers), Unterhaltungselektronik-Märkten (insb. Media Markt, Saturn) und Sporthaus-Betreibern (z. B. Intersport, SportScheck, Decathlon, Karstadt Sports).

Wandel der Betriebsformen: Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie z. B. Shopping-Center, Factory-Outlet-Center und Fachmarkzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser) unter anderem aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt) bzw. die Fusion von Warenhausketten (insb. Kaufhof/Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen) und vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf und haben das kundenseitige Bedürfnis nach Emotionalität, Multikontextualität und multisensorischer Erfahrung erkannt. Insbesondere Shopping-Center investieren verstärkt in Branchenmix, Verweilqualität und Nutzungsvielfalt jenseits des Einzelhandels, v. a. in Gastronomieangebote. Sie entwickeln sich systematisch zu sozialen Orten und vermarkten sich als „Ort der Überraschung“. Die Aufgabe von Innenstädten wird es zukünftig sein, einen für Besuchende attraktiven Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment sicherzustellen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.⁷ Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten v. a. bedingt durch den Online-Handel. Besonders betroffen sind davon insbesondere kleinere Zentren.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und lag im Jahr 2021 unter anderem bedingt durch einen verstärkten Online-Absatz hervorgerufen durch die COVID-19 Pandemie bereits bei rd. 86,7 Mrd. Euro (rd. 14,7 % des Einzelhandelsumsatzes) (siehe Abbildung 4). Im Jahr 2022 konnte mit einem Umsatz von rd. 85,0 Mrd. Euro bzw. einem Umsatzanteil von rd. 13,5 % erstmal ein geringfügiger Umsatzrückgang gegenüber dem stationären Einzelhandel festgestellt werden. Dieser ist aber vermutlich durch eine Rücknahme von pandemischen Beschränkungen für den stationären Einzelhandel verursacht und lediglich ein vorübergehender Effekt, bereits für 2023 wird wieder ein Anstieg der Umsätze im Onlinehandel (91,8 Mio. Euro bzw. Umsatzanteil von 14,2 %) erwartet (vgl. nachfolgende Abbildung).

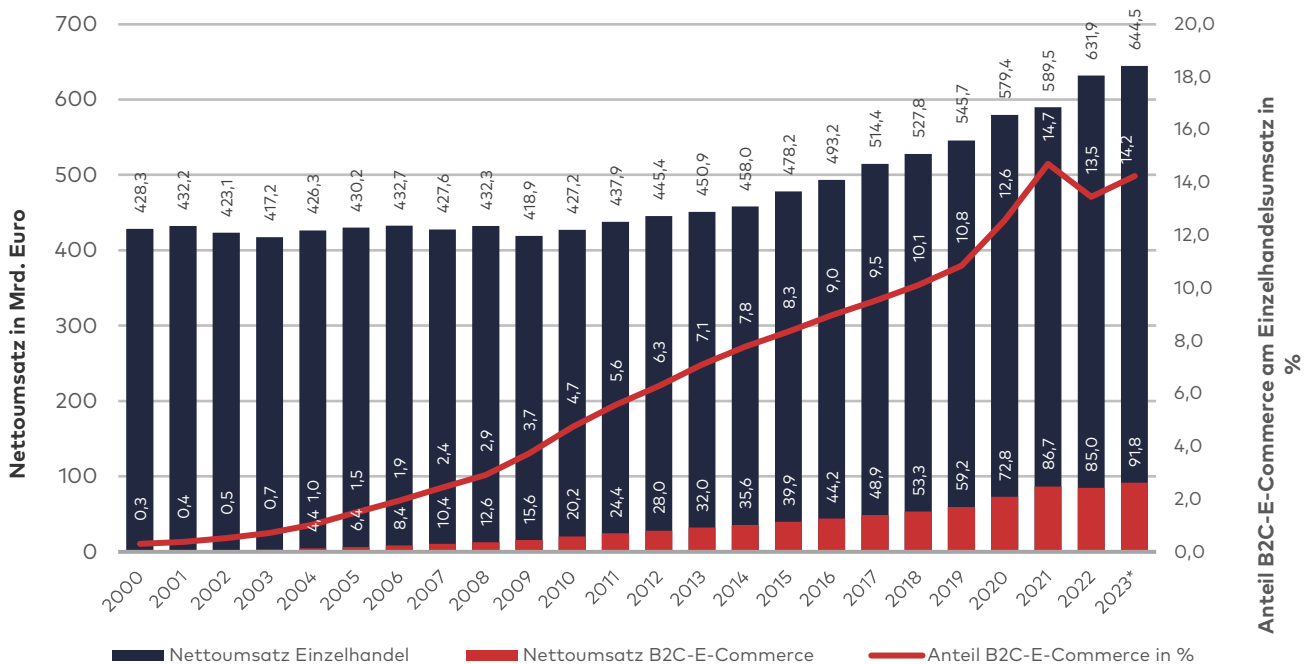


Abbildung 4: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); *Prognose.

Es sind allerdings sortimentspezifisch große Unterschiede festzustellen. So lag im Jahr 2022 der Anteil des Onlinehandels am Gesamtumsatz des Einzelhandels insbesondere in den Warengruppen Fashion & Accessoires (42,9 %), Unterhaltungselektronik (40,2 %), Freizeit & Hobby (35,0 %) und Büro & Schreibwaren (33,7 %) als innenstadtrelevante Sortimente besonders hoch. Hingegen ist bei eher großvolumigen Sortimenten wie Heimwerkern & Garten (7,2 %) sowie bei

⁷ In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

den Waren des täglichen Bedarfs (4,3 %) ein deutlich abgeschwächter Umsatzanteil des Onlinehandels festzustellen.

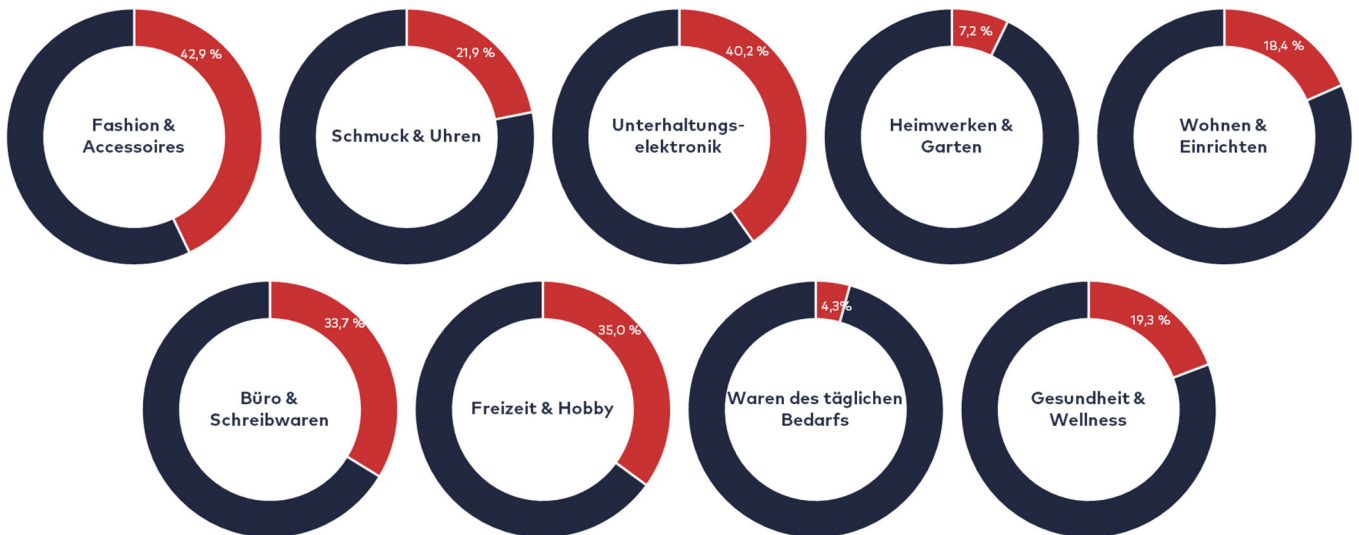


Abbildung 5: Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2022

Quelle: Eigene Darstellung, Daten nach Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), Institut für Handelsforschung (IFH) 2023.

Nachfolgeproblematik: Insbesondere in Städten wie Alfeld, die in der Innenstadt einen hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte haben, stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langen Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümergeitigen Erwartungen an die Miethöhe und den weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche zunehmend anspruchsvoller. So ist bundesweit zu beobachten, dass Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer stehen. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

Fokus: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel

Die bereits seit längerem beobachtbaren Entwicklungstrends zu weniger und größeren Einheiten sowie die zunehmende Standortvergesellschaftung in Form von Fachmarktstandorten haben in den vergangenen Jahren weiter an Bedeutung gewonnen.

Wandel der Betriebsformen: Der in den letzten Jahrzehnten vollzogene Wandel der Betriebsformen umfasst erhebliche Veränderungen der Betriebs- und Standortstrukturen im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel. Betrachtet man beispielsweise die Entwicklung der absoluten Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Lebensmitteleinzelhandel, so lässt sich deutschlandweit ein Rückgang i. H. v. rd. 15 % attestieren (siehe Abbildung 6).

Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen zu registrieren. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (hinsichtlich Anzahl der Betriebe und Umsätze) ergeben sich insbesondere für die Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter

nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und teilweise den 2000er Jahren gegenwärtig im Übergang zu einer Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen.

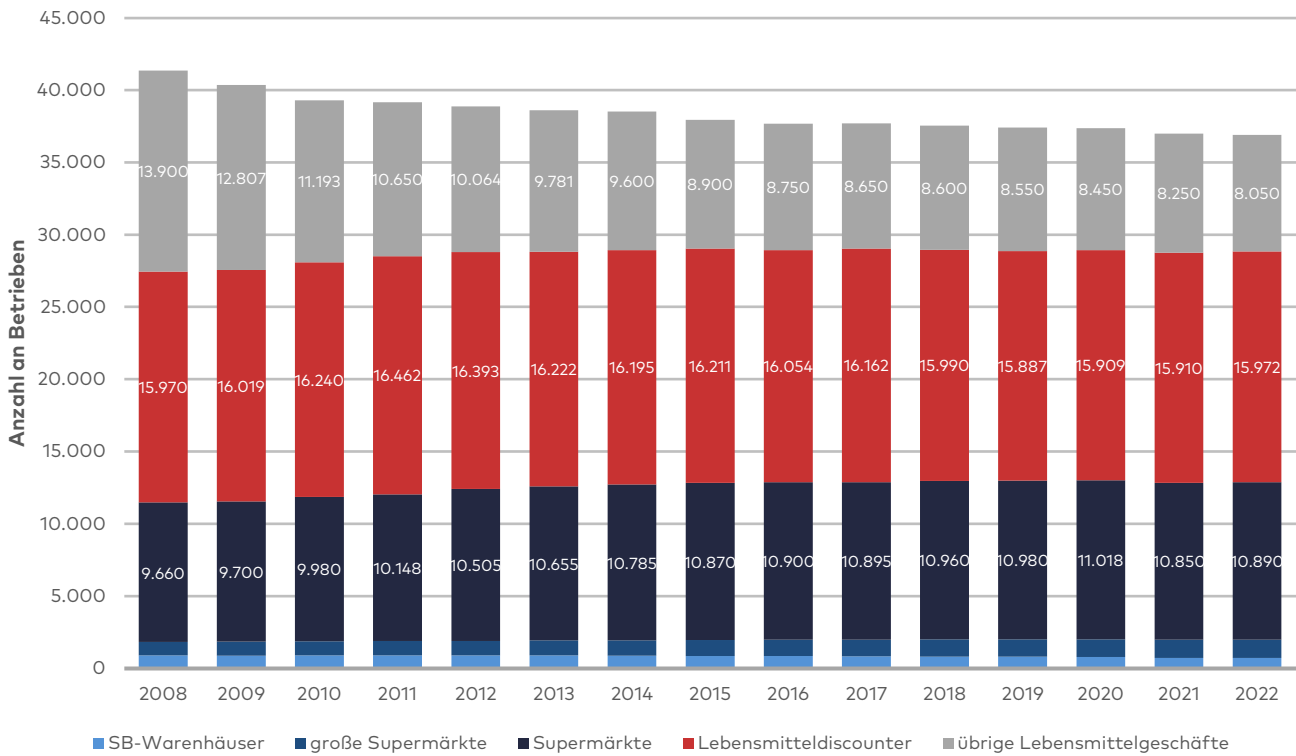


Abbildung 6: Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Verkaufsflächenentwicklung: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist im Lebensmittelhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt⁸. Bei den Lebensmitteldiscountern ist zeitgleich zu den sinkenden Filialzahlen eine moderat steigende Verkaufsfläche zu verzeichnen (siehe Abbildung 7). Dies ist Resultat eines grundlegenden Trading-Up Prozesses des Betriebstypus, welcher im Bereich der Expansion und der Modernisierung von Bestandsstandorten eine deutliche Tendenz zu signifikant größeren Markteinheiten erkennen lässt und mit einer Überprüfung/Straffung des Standortnetzes durch die Marktteilnehmer einhergeht.

⁸ Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2022 rd. 826 m² (+17 %); kleine Supermärkte (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2022 rd. 1.345 m² (+27 %).

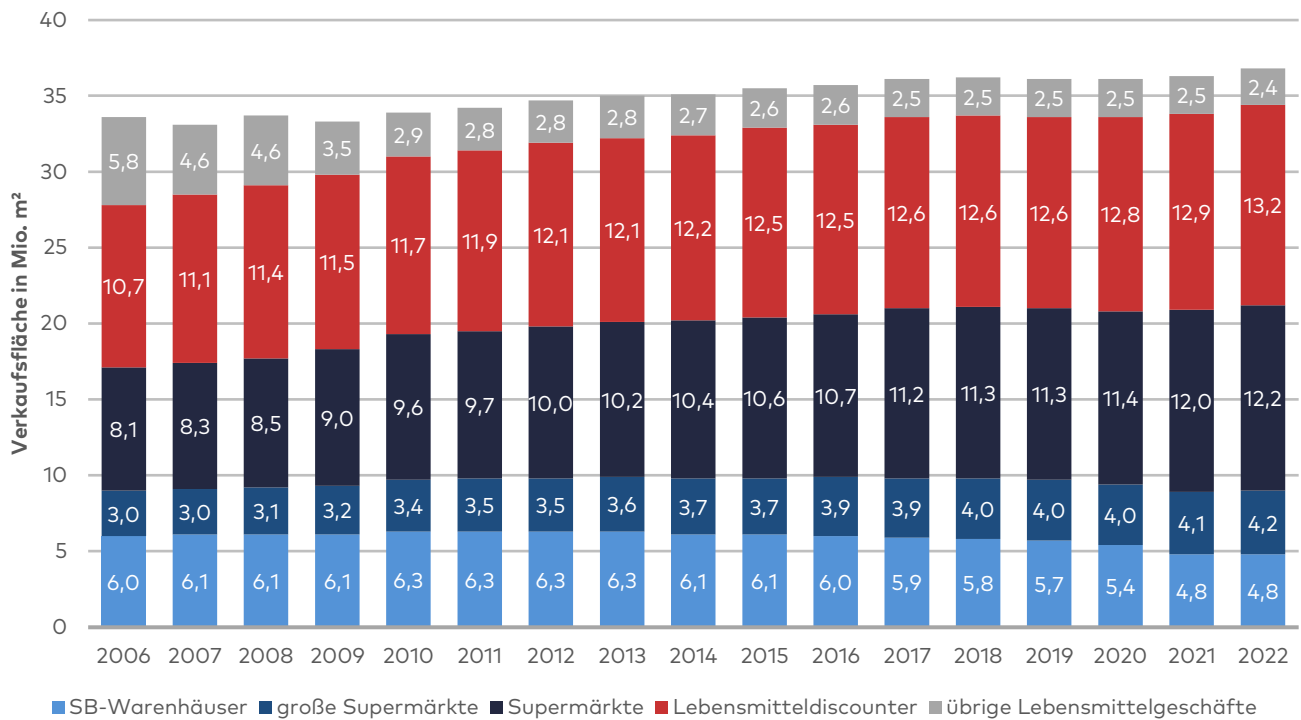


Abbildung 7: Entwicklung der Verkaufsflächen der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metro-polfilialkonzepte gibt, werden diese von den Einzelhandelsunternehmen nur an sehr frequenzstarken Lagen bzw. Standorten mit einem überdurchschnittlich hohen Kaufkraftpotenzial realisiert. Bei Standard-Betriebskonzepten außerhalb der hoch verdichteten Stadträume ist aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen⁹. Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

⁹ Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

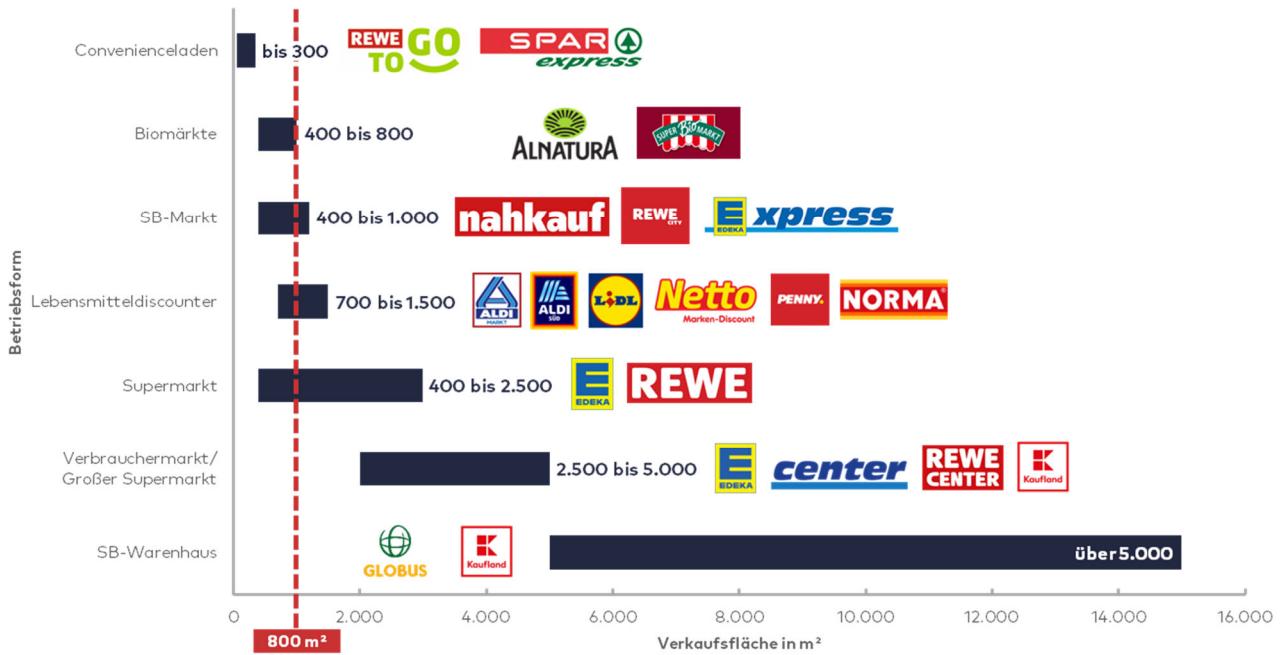


Abbildung 8: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Stadt Alfeld (Leine) im südlichen Niedersachsen zählt insgesamt 19.121 Einwohner (Stand: 24.07.2023). Neben der Kernstadt umfasst die Stadt insgesamt 15 Ortsteile: Brunkensen, Dehnsen, Eimsen, Föhrste, Gerzen, Hörsum, Imsen, Langenholzen, Limmer, Lütgenholzen, Röllinghausen, Sack, Warzen, Wettensen sowie Wispenstein.

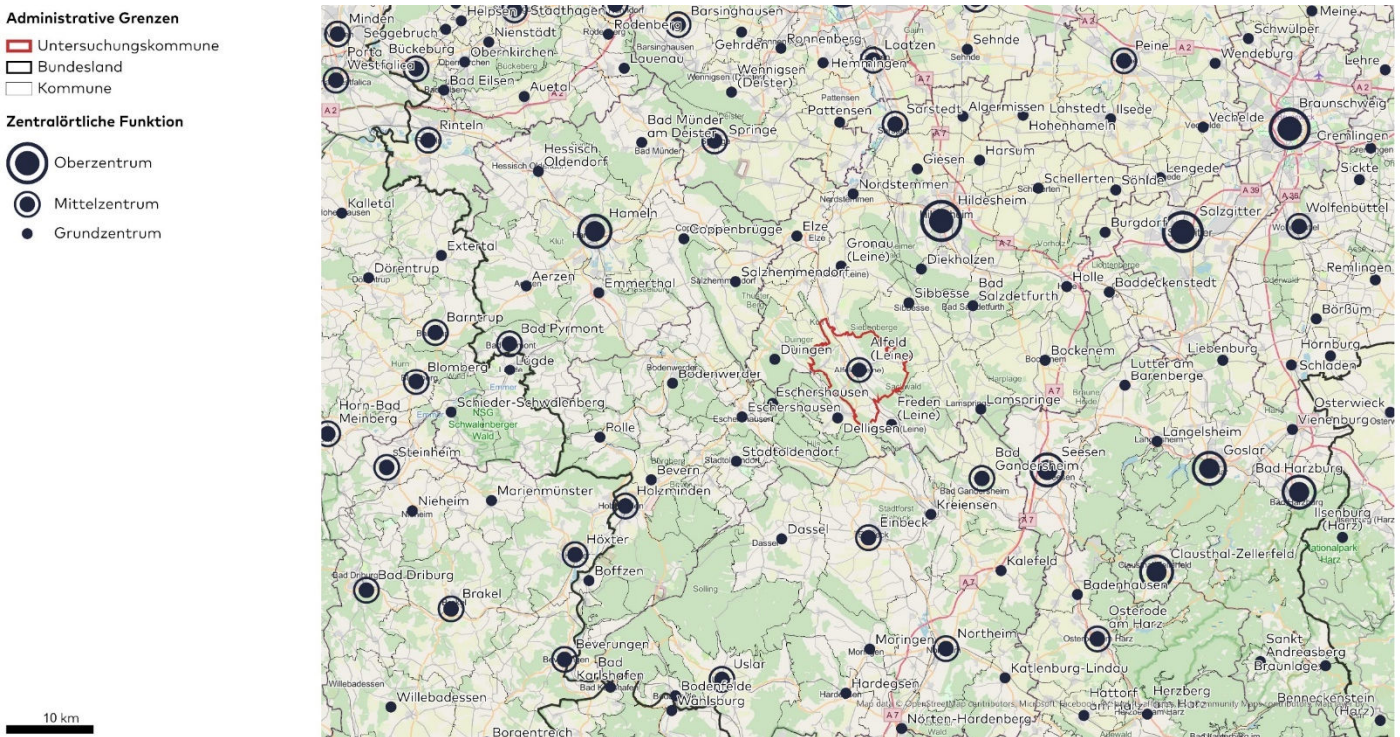


Abbildung 9: Zentralörtliche Funktion Alfeld

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Im Hinblick auf die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen ergibt sich aus dem dargestellten Zentrengefüge das Wettbewerbsumfeld der Stadt Alfeld. Direkt

umgeben ist das Mittelzentrum Alfeld von verschiedenen Grundzentren. Zudem sind die Mittelzentren Seesen (35 km), Einbeck (25 km), Holzminden (37 km), Hameln (50 km) und Springe (40 km) sowie das Oberzentren Hildesheim (28 km) in unter einer Pkw-Stunde zu erreichen.

Verkehrlich ist Alfeld über die B3 in die Richtungen Hannover und Göttingen sowie über die B 64 in Richtung Holzminden angebunden.

Stadtweit verfügt Alfeld über ein Busnetz der RVHI Regionalverkehr Hildesheim, Überlandbusse gewährleisten eine Anbindung des Umlandes an das Mittelzentrum Alfeld, durch den Bahnhof Alfeld ist die Stadt zudem an den regionalen Bahnverkehr auf der Strecke Hannover-Göttingen angeschlossen.

Störfallbetrieb Sappi Alfeld GmbH

Westlich der Innenstadt befindet sich das Gelände der Sappi Alfeld GmbH, welche aufgrund der dortigen Verarbeitung von Schwefeldioxid der sogenannten „Störfall-Verordnung“ nach dem Bundesimmissionsschutzgesetz unterliegt. Somit fällt der Betrieb in den Regelungsbereich der „Seveso-III-Richtlinie“ nach EU-Richtlinie 2012/18.

Angesichts dessen wurden in Alfeld angemessene Sicherheitsabstände nach der Definition des § 3 Abs. 5 c BImSchG definiert. Der Sicherheitsabstand in Alfeld umfasst dabei einen 600 m und einen 650 m-Bereich, um die entsprechende Gefahrenpunkte. Bestimmte Nutzungen stellen besondere Schutzobjekte dar, die aufgrund ihrer Nutzungsart und insbesondere der öffentlichen Zugangsmöglichkeit nicht mehr uneingeschränkt genehmigungsfähig im abgegrenzten Sicherheitsbereich sind. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen werden der mittleren Schutzbedürftigkeit zugeordnet. Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt wurde deshalb in den vergangenen Jahren erschwert und ist unter bestimmten Bedingungen möglich. Ziel der Stadt Alfeld ist die Etablierung verschiedener Sicherheitsvorkehrungen, z.B. der Installation eines angemessenen Warnsystems. Nutzungen sollen sich in der Innenstadt weiterhin auf die Erfüllung der mittelzentralen Funktionen konzentrieren, um die Daseinsfunktion zu sichern und die Ziele der Raumordnung zu erfüllen.

4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgenden Tabellen stellen die sozioökonomischen Rahmendaten der Stadt Alfeld im Verlauf der letzten Jahre im Vergleich zum Landkreis Hildesheim dar. Aus den Daten lassen sich wichtige Rückschlüsse zum Versorgungsgebiet der Stadt und den daraus resultierenden Kaufkraftströmen ziehen.

Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Alfeld (Leine)

Alfeld (Leine)	2021	2022	2023	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	7.975	8.046	8.001	+0,33 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	7.071	7.098	7.095	+0,34 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	4.658 (58 %)	4.704 (58 %)	4.650 (58 %)	-0,17 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	3.756 (53 %)	3.757 (53 %)	3.746 (53 %)	-0,27 %
Pendlersaldo	902	947	904	+0,22 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.).

Tabelle 3: Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreis Hildesheim

Landkreis Hildesheim	2021	2022	2023	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	93.701	92.297	94.536	+0,89 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	106.722	107.937	108.666	+1,82 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.).

Sowohl die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit dem Arbeitsort Alfeld als auch die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Wohnort in Alfeld verzeichneten im Zeitverlauf eine leicht positive Entwicklung. Auch der Kreis Hildesheim kann eine leicht zunehmende Bedeutung als Arbeitsort verzeichnen.

Die Bedeutung Alfeld als Arbeitsort wird durch ein positives Pendlersaldo verdeutlicht. Aufgrund der vorgenannten Dynamik sind im Ergebnis Impulse für die Nachfrage des Einzelhandels in Alfeld anzunehmen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Stadt Alfeld verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 137,4 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 7.183,3 Euro je Einwohner. Die lokal verfügbare Kaufkraft verteilt sich differenziert auf die unterschiedlichen Warengruppen. Dabei ist festzustellen, dass die Kaufkraft in den verschiedenen Bedarfsbereichen in unterschiedlichem Maße in der Stadt umgesetzt wird. Der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.938 Euro je Einwohner entfällt dabei im Jahre 2024 auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	56,2	2.937,61
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	9,5	495,10
Blumen, zoologischer Bedarf	2,5	132,16
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	4,1	216,95
Kurzfristiger Bedarfsbereich	72,3	3.781,83
Bekleidung	10,2	532,54
Schuhe/Lederwaren	2,8	145,33
Pflanzen/Gartenbedarf	2,9	149,45
Baumarktsortiment i. e. S.	10,0	524,12
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	2,2	113,20
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	2,9	152,17
Sportartikel/Fahrräder/Camping	4,2	220,21
Mittelfristiger Bedarfsbereich	35,1	1.837,02
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	3,3	170,45
Tepiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1,4	71,97
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	1,3	69,96
Möbel	7,4	389,59
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	4,5	237,41
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	9,3	487,20
Uhren/Schmuck	1,4	72,66
Sonstiges	1,2	65,19
Langfristiger Bedarfsbereich	29,9	1.564,44
Gesamt	137,4	7.183,29

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2024; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹⁰ beträgt in der Stadt Alfeld rd. 100 und liegt damit leicht über dem Durchschnitt von Niedersachsen (rd. 99) und entspricht dem Bundesdurchschnitt von 100. In den umliegenden Gemeinden, mit Ausnahme der östlich gelegenen Gemeinde Sibbesse, fällt das Kaufkraftniveau geringer aus. Richtung Hannover und Braunschweig nimmt das Kaufkraftniveau deutlich zu (siehe Abbildung 10).

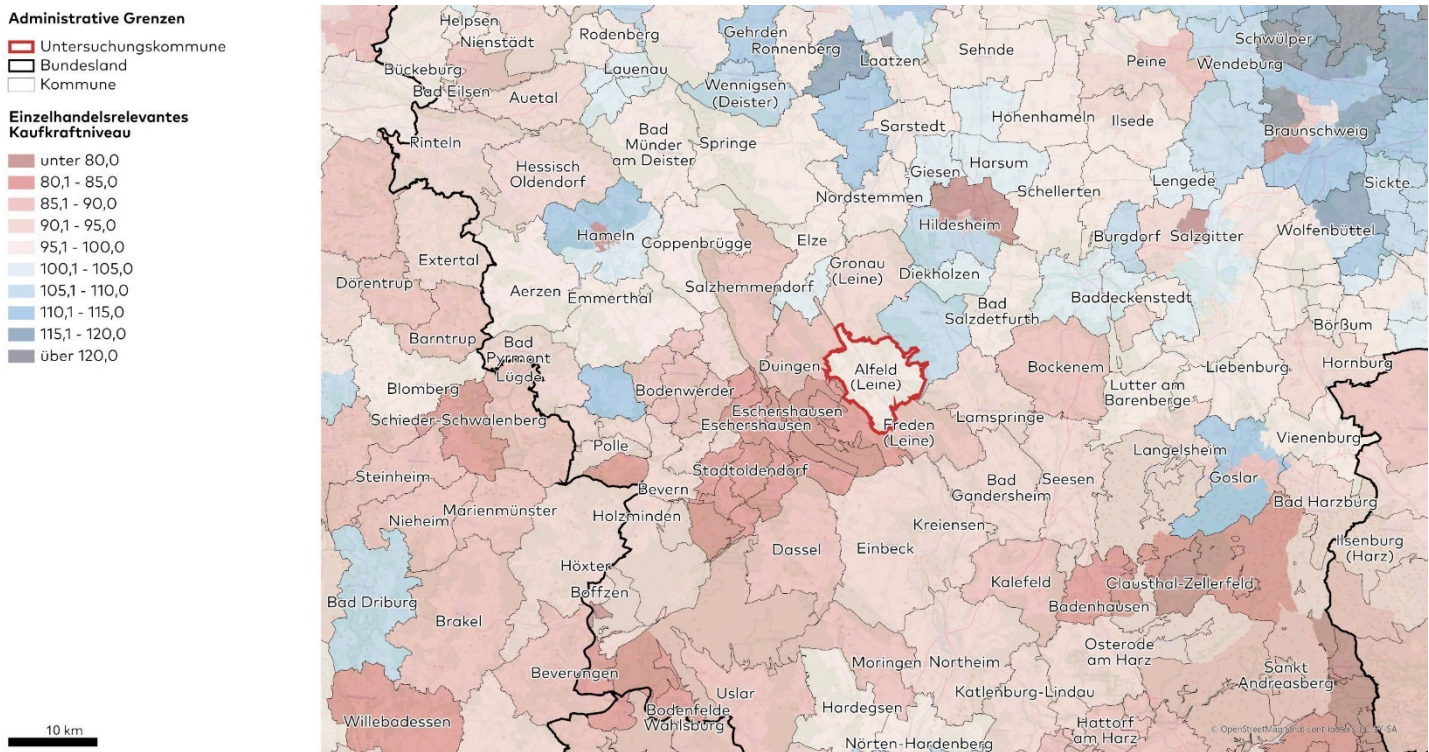


Abbildung 10: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Alfeld und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2024; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2028, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014; Kaufkraft auf Ebene der PLZ5-Gebiete.

4.4 GESAMTGEMEINDLICHE ANGBOTSANALYSE

In der Stadt wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (04/2023) insgesamt 118 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 54.600 m² verfügen (siehe Tabelle 5)¹¹. Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass die Stadt mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,86 m² je Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,5 m² VKF/Einwohner¹²) liegt.

¹⁰ Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

¹¹ Zum Zeitpunkt der Erhebung wurde mit dem Bau des Rewe-Marktes in der Bahnhofstraße begonnen. Geplante Verkaufsflächen wurden zur Bestandserhebung im gesamten Bericht hinzugerechnet.

¹² Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in Alfeld (Leine)

Strukturdaten	Erhebung 04/2023
Einwohner	19.121
Anzahl der Betriebe	118
Gesamtverkaufsfläche in m ²	54.600
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	2,86

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Einwohner: Stadt Alfeld (Stand: 24.07.2023); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Angaben ohne Leerstände.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in der Stadt rd. 46 % der Verkaufsflächen in dem zentralen Versorgungsbereich oder städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind. Rund 54 % der Verkaufsflächen sind in sonstigen Lagen angesiedelt. Abbildung 11 stellt die in der Stadt erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

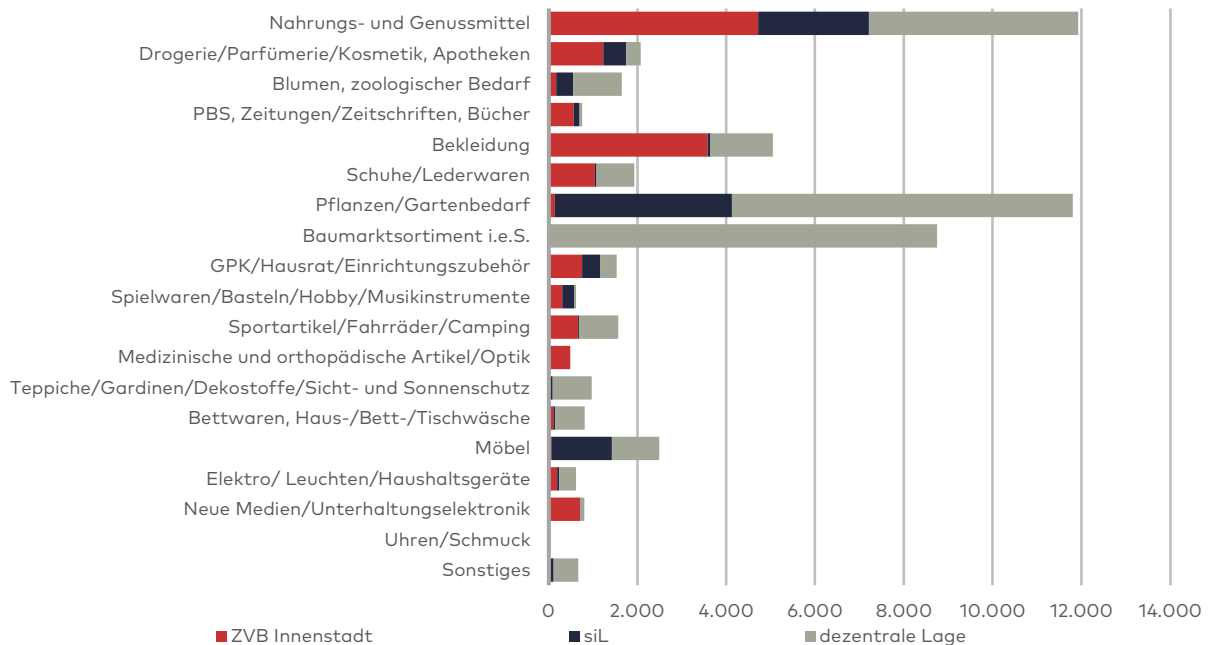


Abbildung 11: Einzelhandelsbestand in Alfeld (Leine) nach Warengruppen und Lagebereichen

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; ZVB-Abgrenzung: EHK Alfeld 2012; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in der Gesamtstadt ist hinsichtlich der Verkaufsfläche überwiegend geprägt durch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Pflanzen- und Gartenbedarf, Baummarktsortiment und Bekleidung.
- Der ZVB Innenstadt ist deutlich durch das Sortiment Bekleidung geprägt. Dies ist durch das Modehaus Magnus, mehrerer Bekleidungsfachmärkte (u.a. Kik, NKD) sowie zahlreiche Fachgeschäfte zu erklären. Hohe Verkaufsflächenanteile bestehen zudem im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, begründet durch den Standort von Kaufland im Norden des ZVB sowie der geplanten Neueröffnung eines Rewe-Marktes am Kaiserhof. Gleichzeitig befinden sich

hohe Verkaufsflächenanteile von Nahrungs- und Genussmitteln in sonstigen Lagebereichen.

- Mit Rossmann als einzigem Drogeriemarkt im Stadtgebiet liegen hohe Anteile der Verkaufsfläche im Sortiment Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken ebenfalls im ZVB Innenstadt.
- Auch weitere Verkaufsflächen in den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten (insb. Schuhe/Lederwaren und Sportartikel) sind überwiegend im ZVB Innenstadt mit einem eher kleinteilig strukturierten Einzelhandelsangebot verortet.
- Der hohe Verkaufsflächenanteil in den Sondergebieten in der Warengruppe Möbel, Pflanzen/Gartenbedarf sowie Baumarktsortiment i.e.S. ist u. a. auf die Fachmärkte Jysk, Kluge Baumschulen, toom, Hagebaumarkt und Hammer zurückzuführen. Betriebe mit diesem Sortiment sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i. d. R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.
- Der Anteil der zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in den dezentralen Lagen ist überwiegend auf die Lebensmittelmärkte, die Randsortimente der großen Fachmärkte mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sowie auf einzelne Fachmärkte mit zumeist eher discountorientiertem Angebot zurückzuführen.

Umsatzschätzung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze¹³ im Einzelhandel der Stadt basiert auf allgemeinen und für die Stadt spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung dienen Stadt + Handel vorliegende **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter**. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.
- Durch **vertiefende primärstatistische Erhebungen** (hier: Händlerbefragung) sind konkretisierende Einschätzungen zum Einkaufsverhalten und zu Kaufkraftströmen innerhalb der Stadt sowie innerhalb des engeren und weiteren Umfelds möglich.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentspezifischen Umsätze werden mit nachfrageseitigen Rahmenbedingungen (siehe dazu Kapitel 4.3) plausibilisiert. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie weitere sozioökonomische Entwicklungen (z. B. Pendlerverflechtungen).

¹³ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

- Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in der Stadt beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.

Insgesamt lässt sich hieraus ein Einzelhandelsumsatz von rd. 144 Mio. Euro brutto je Jahr für die gesamte Stadt ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 137,4 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität¹⁴ (Zentralität) von rd. 105 %. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion der Stadt als Mittelzentrum als angemessen zu bewerten. Wie Tabelle 6 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in der Stadt je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

¹⁴ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) ermittelt sich anhand der Relation aus dem Einzelhandelsumsatz einer Kommune oder sonstigen Gebietseinheit zur vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Umsatz-Kaufkraft-Relation). Bei einer Zentralität von über 100 % sind im Saldo Kaufkraftzuflüsse, bei einem Wert unter 100 % dagegen im Saldo Kaufkraftabflüsse anzunehmen.

Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in der Stadt Alfeld (Leine)

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	11.900	65,2	56,2	116 %
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	2.100	11,5	9,5	121%
Blumen, zoologischer Bedarf	1.700	3,6	2,5	142 %
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	800	3,4	4,1	83 %
Kurzfristiger Bedarfsbereich	16.400	83,6	72,3	116 %
Bekleidung	5.100	8,5	10,2	83 %
Schuhe/Lederwaren	1.900	3,7	2,8	134 %
Pflanzen/Gartenbedarf	11.800	4,8	2,9	168 %
Baumarktsortiment i. e. S.	8.800	15,3	10,0	153 %
GPK/Hausrat/Einrichtungszu- behör	1.500	2,8	2,2	131 %
Spielwaren/Basteln/Hobby/Mu- sikinstrumente	600	2,6	2,9	89 %
Sportartikel/Fahrräder/Cam- ping	1.600	4,5	4,2	106 %
Mittelfristiger Bedarfsbereich	31.300	42,2	35,1	120 %
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	500	5,0	3,3	152 %
Teppiche/Gardinen/Deko- stoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1.000	1,3	1,4	95 %
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch- wäsche	800	1,4	1,3	102 %
Möbel	2.500	2,1	7,4	28 %
Elektro/Leuchten/Haushaltsge- räte	600	2,2	4,5	49 %
Neue Medien/Unterhaltungs- elektronik	800	4,3	9,3	46 %
Uhren/Schmuck	100	0,3	1,4	18 %
Sonstiges	700	1,6	1,2	132 %
Langfristiger Bedarfsbereich	6.900	18,1	29,9	61 %
Gesamt	54.600	144,0	137,4	105 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 04/2023; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2022; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken können mit Zentralitäten von rd. 116 % bzw. rd. 121 % deutliche Kaufkraftzuflüsse festgestellt werden (siehe Abbildung 12). Auch ist insgesamt in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe in der Summe mit einer Zentralität von rd. 116 % ein Kaufkraftzufluss festzustellen. Die Stadt erfüllt somit den Versorgungsauftrag im Bereich des Grundbedarfs.

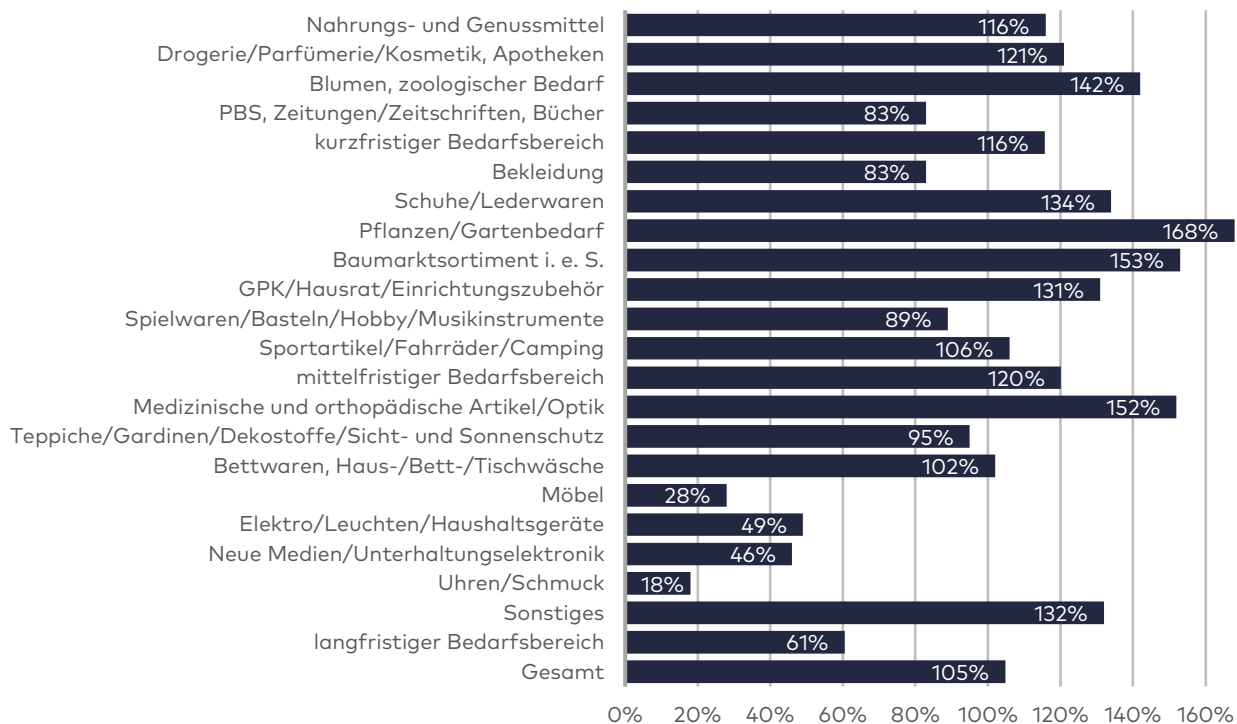


Abbildung 12: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von der Stadt Alfeld (Leine)

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralität insgesamt bei rd. 120 %. Die Kaufkraftbindung in den mittelfristigen Sortimentsbereichen variiert dabei deutlich. Während in den Sortimentsbereichen GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 131 %), Schuhe/Lederwaren (rd. 134 %), Baummarktsortiment i.e.S. (rd. 153 %) sowie Pflanzen/Gartenbedarf (rd. 168 %) Kaufkraftzuflüsse erfolgen, sind in den Sortimentsbereichen Bekleidung (rd. 83 %) sowie Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (rd. 89 %) Kaufkraftabflüsse feststellbar, was sich insbesondere durch die Zunahme des Online-Handels erklären lässt.

Im langfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralität insgesamt bei rd. 61 %. Die höchsten Zentralitäten mit rd. 152 % und rd. 102 % werden hier in den Sortimentsbereichen Medizinische und orthopädische Artikel/Optik und Bettwaren/Haus-/Bett-/Tischwäsche ersichtlich. Mit einer Zentralität von rd. 95 % sind in dem Sortimentsbereich Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz leichte Kaufkraftabflüsse feststellbar. Die weiteren Sortimente des langfristigen Bedarfsbereiches weisen mit Zentralitäten zwischen rd. 18 % bis rd. 49 % noch deutlichere Kaufkraftabflüsse auf.

Anhand der dargestellten Zentralitäten über alle Warengruppen wird deutlich, dass die Stadt den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag weitgehend erfüllt. Welche Rolle der zentralen Versorgungsbereich dabei im Vergleich zu den weiteren Einzelhandelsstandorten der Stadt spielen, wird in den folgenden Kapiteln weitergehend dargestellt.

4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Alfeld (Leine) aus dem Jahr 2012 können neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt die drei Sonderstandorte Neue Wiese/Limmerburg, Limmer-West und Am Bahnhof identifiziert werden. Der zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie die Sonderstandorte werden im Folgenden hinsichtlich ihrer städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert.

ZVB INNENSTADT ALFELD

Städtebauliche Analyse

Funktion

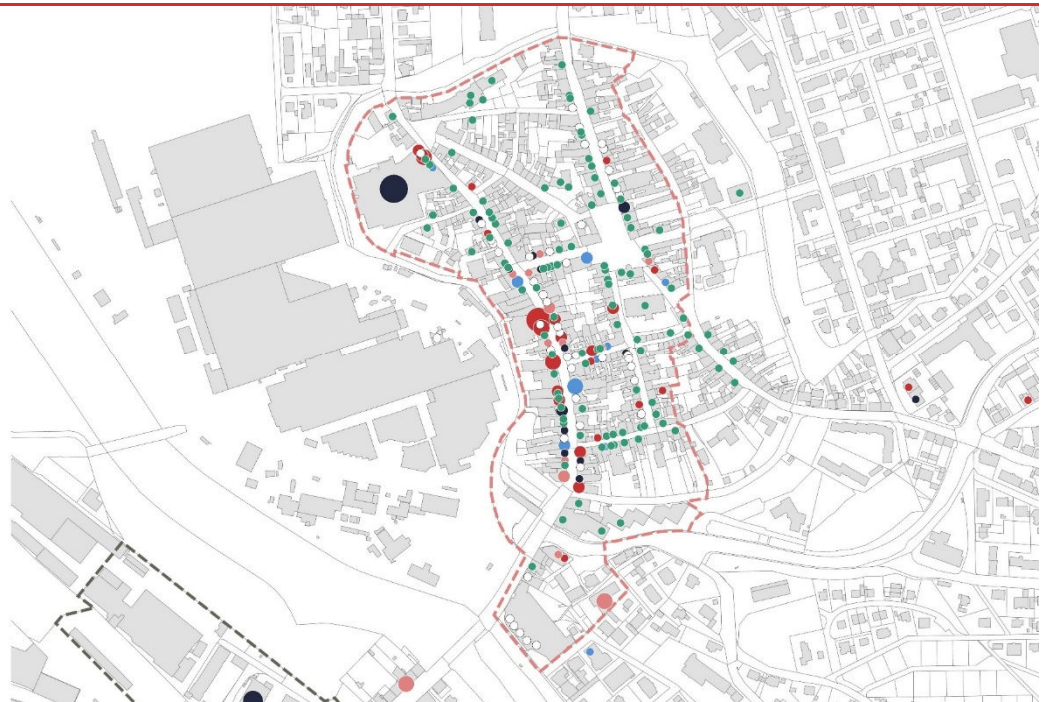
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

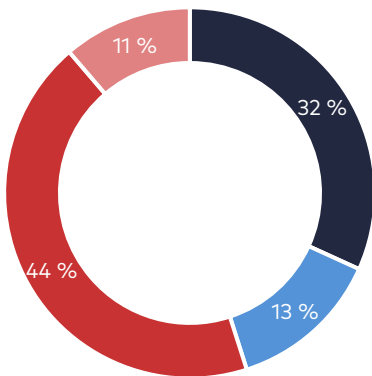
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ZVB-Abgrenzung EHK alt
- Sonderstandort EHK alt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	57	48,3 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	14.900	27,2 %
Anzahl der Leerstände**	39	40,6 %
Zentrenergänzende Funktionen	107	-
Vergleichsdaten		Entwicklung
Anzahl der Betriebe*	84	-32,1 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	15.800	-5,7 %
Anzahl der Leerstände**	29	+34,5 %
Zentrenergänzende Funktionen	101	+6,0 %

Magnetbetriebe

Modehaus Magnus, Intersport, Expert, Deichmann, Rossmann, Kaufland

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Kartengrundlage: Stadt Alfeld. *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB INNENSTADT ALFELD

Räumliche Integration



Der ZVB Innenstadt ist zentral in der Kernstadt gelegen und zeichnet sich durch kurze Wege und Kompaktheit aus; das Umfeld ist durch eine Mischnutzung aus Wohnen, Gewerbe und öffentlichen Einrichtungen geprägt.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Der ZVB ist überregional mit dem PKW über die B3, L469 und L486 zu erreichen. Innerhalb des ZVB stehen mehrere kostenlose Parkmöglichkeiten zur Verfügung. Eine sehr gute ÖPNV-Erreichbarkeit wird mit der Nähe zum Bahnhof sowie mehreren angrenzenden Bushaltestellen gewährleistet. Entlang der historischen Wallanlage führt ein grüner attraktiver Fußweg. Die Fußgängerzone ist zeitweise für Radfahrer freigegeben. Am Seminarparkplatz stehen Radfahrern eine Luftpumpe und eine Reparaturstation zur Verfügung.

Versorgungsfunktion



Hinsichtlich der Betriebsanzahl stärkste Einzelhandelsagglomeration im Stadtgebiet. Übernahme der Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und das zentralörtliche Einzugsgebiet; eher geringes städtebauliches Gewicht in Bezug auf die gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung (rd. 24 %); Dimensionierung der Verkaufsflächenausstattung für Mittelzentrum angemessen.

Einzelhandelsbesatz



Hauptfrequenzlage und höchste Einzelhandelsdichte entlang der Sedan- und Leinstraße sowie der Marktstraße, Nutzungsmix aus Einzelhandel (insgesamt ausgeglichener Anteil zwischen Filialisten und Fachgeschäfte, teilweise mit einem individuellen Angebot, das sich positiv vom Standardangebot abhebt) und zentrenergänzenden Funktionen; Wochenmarkt aktuell auf dem Marktplatz; Kaufland, Rossmann und perspektivisch REWE fungieren als Magnetbetrieb; teilweise gestalterische Defizite hinsichtlich Modernität der Ladenlokale und Warenpräsentation, insb. in den Randlagen; erhöhte Leerstandsquote in der Innenstadt; teilweise Marktabgang bedeutender Frequenzbringer in der Altstadt (bspw. C&A Kids).

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Insb. kleinteiliger Einzelhandelsbesatz durch inhabergeführte Fachgeschäfte, Angebotsschwerpunkt im Sortiment Bekleidung, Schuhe und Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör sowie Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als Leitsortimente der Innenstadt; Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit Lebensmittelverbrauchermarkt als Magnetbetrieb vorhanden.

Zentrenergänzende Funktionen



Zentrenergänzende Funktionen in allen Lagen des ZVB verortet; breiter Angebotsmix mit Schwerpunkt auf sonstigen einzelhandelsnahen Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten sowie öffentlichen Einrichtungen (z.B. Museen, Rathaus, Stadtbücherei).

Städtebauliche Struktur



St.-Nicolai-Kirche als städtebauliche Dominante; Eingangssituationen zum ZVB teilweise sichtbar und eindeutig (bspw. nördliche Sedanstraße), jedoch auch unattraktive und uneindeutige Eingangssituationen (Bereich um die Sparkasse); topografisch bedingte Steigungen, insbesondere am Klinsberg und zwischen Marktplatz und Stadtparkplatz; Straßenzüge Südwahl, Perkwall und Walter-Gropius-Ring mit leichter Barrierewirkung; nicht optimale städtebauliche Anbindung des Bereiches südlich des Walter-Gropius-Rings.

Städtebauliches Erscheinungsbild



Attraktive historische Bausubstanz in hauptsächlich Fachwerkbauweise und Gründerzeitbebauung; gepflegtes Stadtmobiliar sowie Beleuchtungs- und Begrünungselemente; Wasserlauf als attraktives Gestaltungselement; ansprechende Platzsituation am Marktplatz; gastronomische Bespielung der Außenflächen.

Markante Entwicklungen seit 2012



Seit 2012 verzeichnet die Innenstadt eine starke Zunahme an Leerständen und einen deutlichen Rückgang der Anzahl an inhabergeführten Fachgeschäften. Seit 2012 kam es zu größeren Schließungen, wie C&A Kids, Charles Vögele und Quick Schuh. Neuentwicklungen wurden durch den angrenzenden Störfallbetrieb und die Seveso-III-Richtlinie eingeschränkt. Bis Ende 2024 ist der Neubau eines Rewe-Marktes im Süden des ZVB Innenstadt geplant.

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Die Innenstadt Alfelds übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und den mittelzentralen Kongruenzraum, insb. im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich und ist gekennzeichnet durch inhabergeführte Fachgeschäfte und Fachmärkte. Die attraktive historische Stadtstruktur bietet eine hohe Aufenthaltsqualität und wirkt sich positiv auf die Einkaufsatmosphäre in den Hauptlagen aus. Zusätzlich sorgen z.B. das neue Kino oder die Außenbereiche der Gastronomiebetriebe für eine hohe Aufenthaltsqualität und Belebung der Innenstadt. Es ist zu erwarten, dass der Neubau eines Rewe-Marktes im Süden zu einer Stärkung des ZVB führt, städtebauliche Missstände verringert und als neuer Frequenzbringer fungiert.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Ergebnisse der Händlerbefragung

Im Zuge der Fortschreibung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes wurde eine Onlinebefragung der Gewerbetreibenden in Alfeld durchgeführt, bei der rd. 32 Gewerbetreibende teilnahmen. Der Großteil davon (94 %) betreibt ein selbstständiges Unternehmen ohne weitere Filialen. Dagegen sind 6% dem filialisierten Einzelhandel zuzuordnen. Ergänzend dazu zeigen die Antworten auf die Frage zum Hauptsortiment der Betriebe ein breites Spektrum (siehe Abbildung 13).

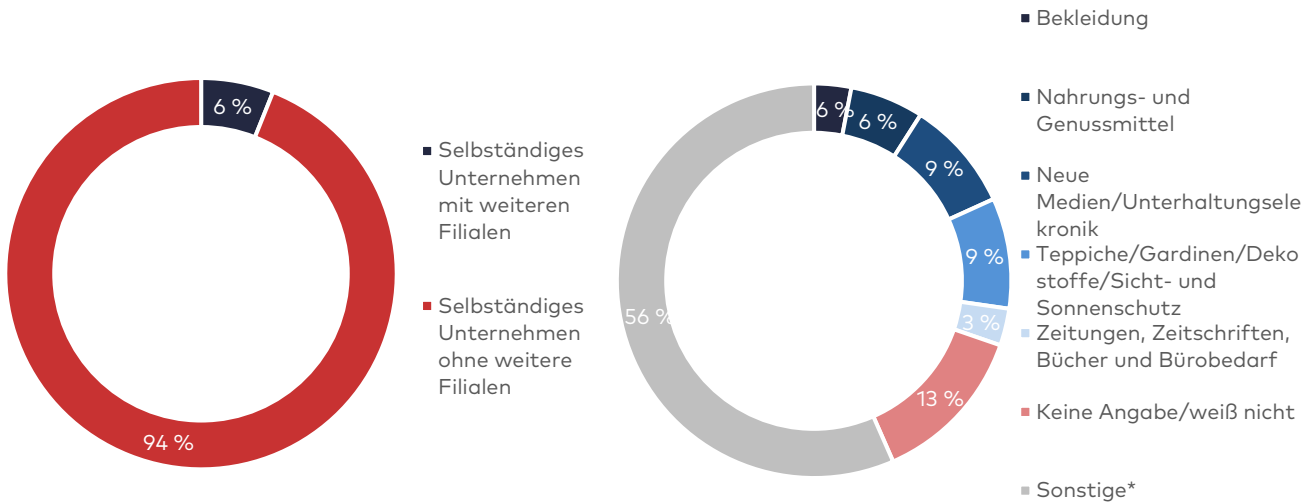


Abbildung 13: „In welche der folgenden Betriebsformen kann ihr Betrieb eingeordnet werden“ (links) und „Welches Sortiment bieten sie hauptsächlich an“ (rechts)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Online-Befragung Stadt + Handel 04/2023, n=32; *Sonstige: insb. Dienstleistungen, Handwerk, Maschinenbau, Onlinehandel etc.; n=32.

Zur Darstellung von Betriebsmerkmalen wurden die Gewerbetreibenden um eine Einschätzung zum Bedarf einer Erweiterung/Vergrößerung gebeten. Ein Viertel der Befragten verdeutlichte Ambitionen für eine Expansion, die am jeweiligen Standort auch möglich wäre. Mehr als die Hälfte (59 %) attestierten dazu keinen Bedarf. Der verbleibende Anteil (16 %) äußerte einen Bedarf, der bei ihren jetzigen Standortbedingungen nicht umsetzbar ist, was eine leichte Problematik hinsichtlich der kleinteiligen Altstadtstruktur aufzeigt (vgl. Abbildung 14).

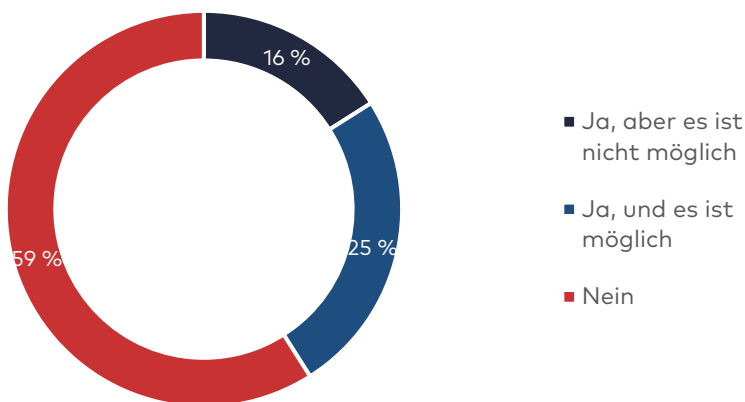


Abbildung 14: „Haben Sie Bedarf an einer Erweiterung oder Betriebsvergrößerung am bestehenden Standort? Falls ja, ist dies am bestehenden Standort möglich?“

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Online-Befragung Stadt + Handel 04/2023, n=32.

Die Befragten hatten zusätzlich zur Expansionsperspektive die Möglichkeit die Zukunftsperspektive ihres Betriebes am jetzigen Standort zu beurteilen (vgl. Abbildung 15). Zu betonen ist an dieser Stelle, dass lediglich 9 % ihre zukünftige Situation als eher negativ oder sehr negativ eingeordnet haben. Ein bedeutender Anteil, rd. 32 %, sieht dagegen eine eher positive Perspektive. 13 % ist sogar sehr positiv gestimmt. Die Mehrheit, 45 % der Befragten, ist neutral und äußerte weder eine positive noch eine negative Perspektive für ihren Betrieb am derzeitigen Standort in der Zukunft.

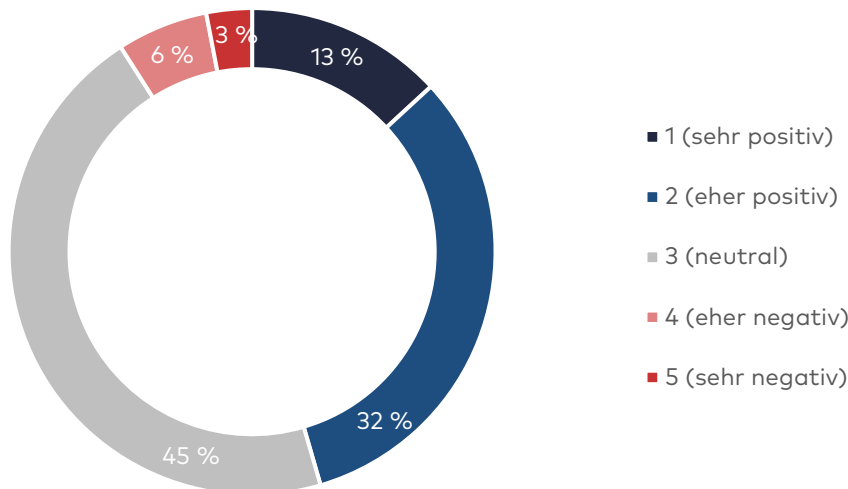


Abbildung 15: „Wie beurteilen Sie die Zukunftsperspektive für Ihren Betrieb am derzeitigen Standort?“

Quelle: Darstellung und Datenerhebung Stadt + Handel 04/2023; n= 31.

Mit dem Blick auf das direkte Umfeld des Betriebs wurden die Gewerbetreibenden gefragt, in einer Auslistung Aspekte zu bestimmen, die für den Geschäftserfolg besonders wichtig wären (siehe Abbildung 16). Am wichtigsten ist den Befragten dabei der Gesamteindruck. Auffällig ist auch, dass große Teile für qualitative Merkmale des Stadtraumes abgestimmt haben, wie z.B. Sauberkeit und Ordnung (rd. 14 %), Stadtbild & Straßenraumgestaltung (rd. 9 %) und Aufenthaltsqualität / Atmosphäre (rd. 6 %). Auch sind Themen der Mobilität relevant für die Befragten. Dabei stellt das Angebot bzw. Wichtig ist den Befragten auch die Verfügbarkeit von Parkplätzen (rd. 9 %). Weitere mobilitätsbezogene Themen wie die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, Parkkosten oder die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad wurden seltener genannt.

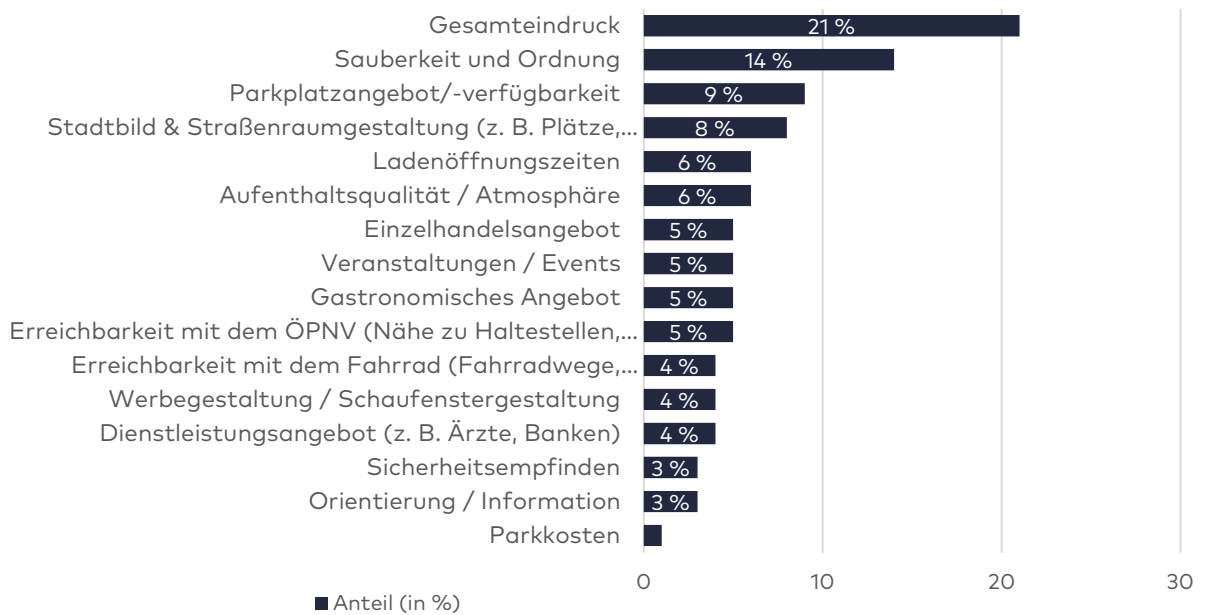


Abbildung 16: „Welche der folgenden Aspekte bzgl. Ihres Betriebsumfeldes sind für den Geschäftserfolg Ihres Betriebs besonders wichtig?“

Quelle: Darstellung und Datenerhebung Stadt + Handel 04/2023; n= 109 (Mehrfachnennungen).

Zum Abschluss wurden die Befragten nach dem Bedarf an einem Citymanagement gefragt (vgl. Abbildung 17). Hierbei sollten bei einer positiven Einschätzung dem Citymanagement auch Aufgaben zugesprochen werden. 78 % der Befragten sehen Bedarf in einem Citymanagement für verschiedene Bereiche: Wichtige Themen sind zum einen das Stadt- bzw. Standortmarketing und zum anderen die Förderung der Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen zugeschrieben. Auch zur Organisation von Veranstaltungen/Aktionen, dem Leerstandsmanagement oder der Information bzgl. Fördermitteln besteht Bedarf.

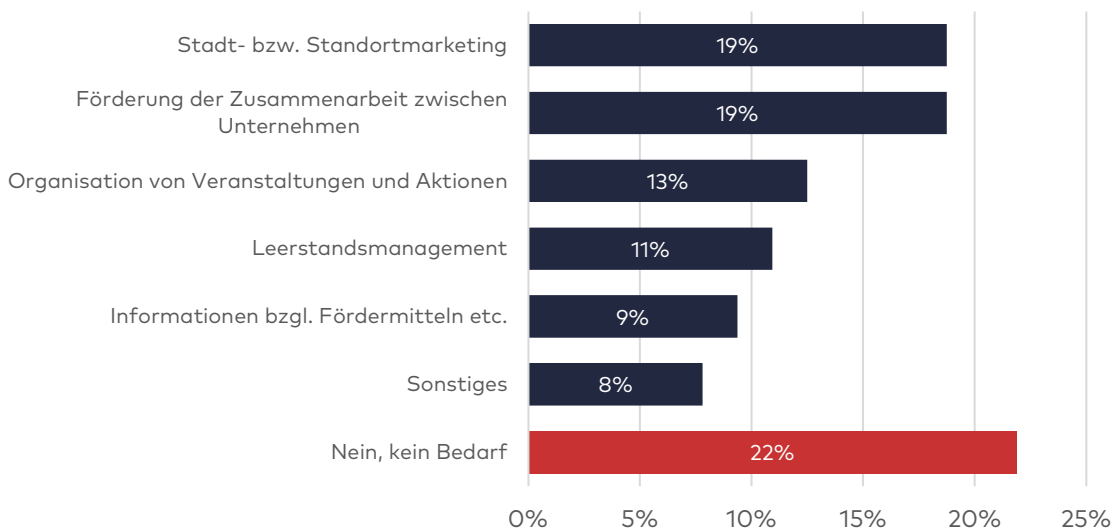


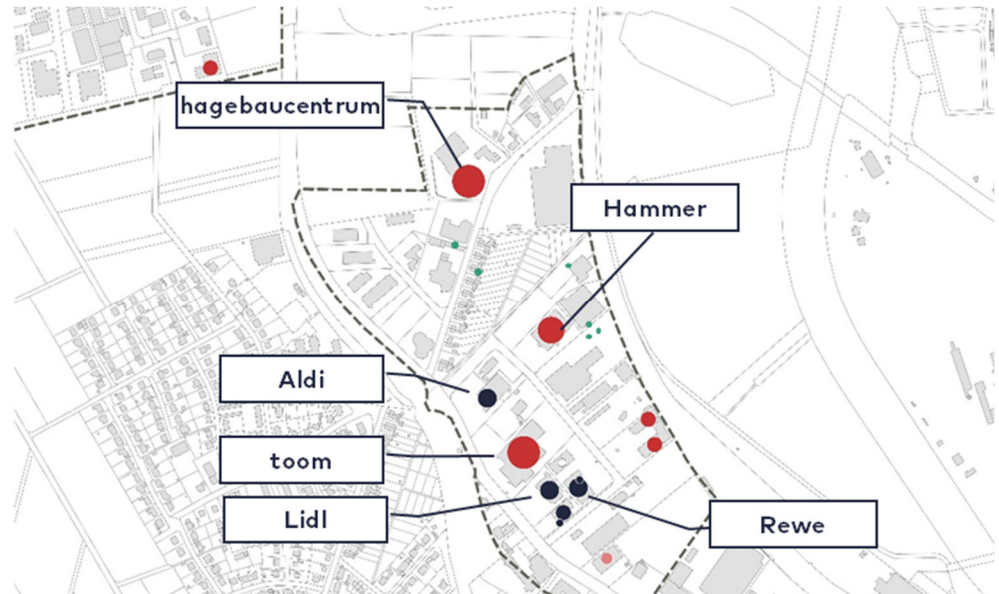
Abbildung 17: „Hat Ihr Unternehmen Bedarf an einem Citymanagement? Falls ja, welche Aufgaben sollte das Citymanagement erfüllen?“

Quelle: Darstellung und Datenerhebung Stadt + Handel 04/2023; n= 64 (Mehrfachnennungen)

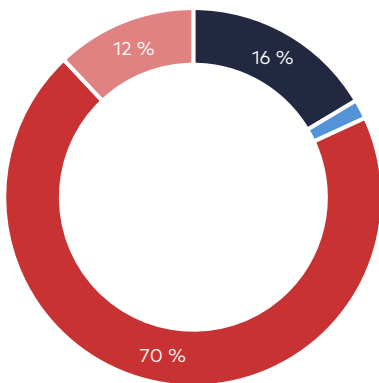
SONDERSTANDORT NEUE WIESE LIMMERBURG

Städtebauliche Analyse

- Funktion**
- Nahrungs- und Genussmittel
 - sonstiger kurzfristiger Bedarf
 - mittelfristiger Bedarf
 - langfristiger Bedarf
 - Zentrenergänzende Funktion
 - Leerstand
- Betriebsgrößenstruktur in m²**
- unter 100 m²
 - 100 - 399 m²
 - 400 - 799 m²
 - 800 - 1.499 m²
 - 1.500 - 2.499 m²
 - 2.500 - 4.999 m²
 - ab. 5.000 m²
- Zentren- und Standortabgrenzungen**
- ▭ Sonderstandort EHK alt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	14**	12,1 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	20.700*	39,0 %

Vergleichsdaten

	2012	Entwicklung
Anzahl der Betriebe*	16*	-12,5 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	20.400*	-1,5 %

Magnetbetriebe

Aldi, Lidl, Rewe, hagebauzentrum, Hammer, toom

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Einwohner: Stadt Alfeld (Leine) (Stand: 24.07.2023); Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet. *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **Erhebungsmethodik geändert, deshalb 2 Betriebe mit entsprechender VKF weniger.

Standortbereich Neue Wiese Limmerburg

- Westlich des ZVB Innenstadt verortet
- Dezentrale Lage, weitläufig und autokundenorientiert
- Angebotsschwerpunkt Baumarktsortiment i.e.S., Pflanzen- und Gartenbedarf, Nahrungs- und Genussmittel (REWE, Lidl, Aldi); daneben jedoch auch Fachmarkt-Angebot im Sortiment Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren
- Sehr funktionales Erscheinungsbild, geringe Aufenthaltsqualität
- Einzelne Fachmärkte mit nicht mehr zeitgemäßem Marktauftritt
- Bereich profitiert von Wohngebiet im Westen und direkter Lage an der B 3
- Versorgungsfunktion insbesondere für angrenzendes Wohngebiet aber auch für Durchgangsverkehr
- Perspektivisch ist eine Verlagerung des Lidl-Marktes geplant

SONDERSTANDORT LIMMER-WEST

Städtebauliche Analyse

Funktion

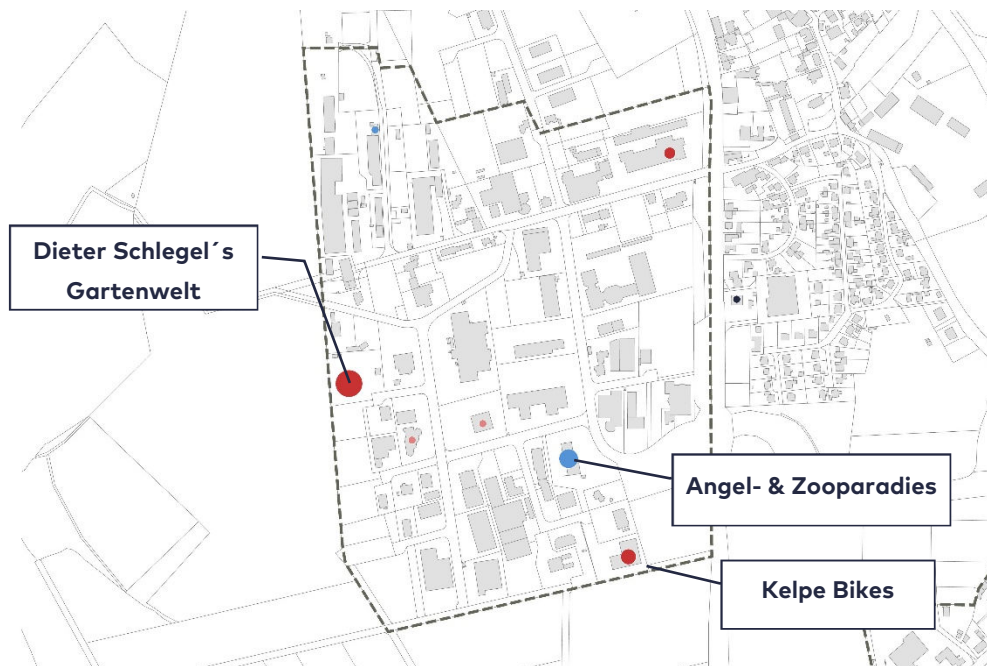
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

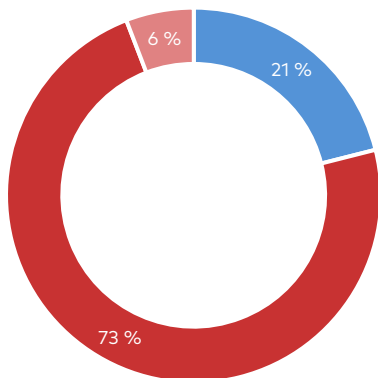
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Sonderstandort EHK alt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	8	6,8 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	4.900	9,2 %

Vergleichsdaten

	2012	Entwicklung
Anzahl der Betriebe*	11	+37,5 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	5.400	10,2 %

Magnetbetriebe

Angel- & Zooparadies, Dieter Schlegel's Gartenwelt & Kelp Bikes

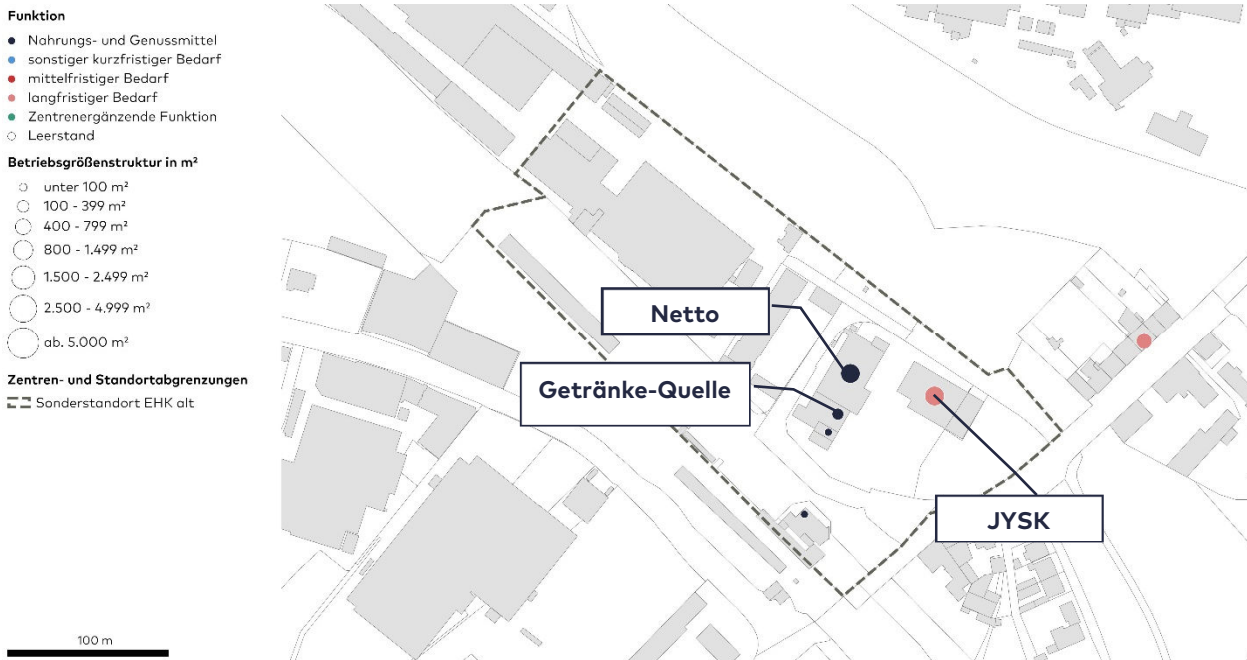
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Einwohner: Stadt Alfeld (Leine) (Stand: 24.07.2023); Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet. *anteilig bezogen auf Gesamtstadt

Standortbereich Limmer-West

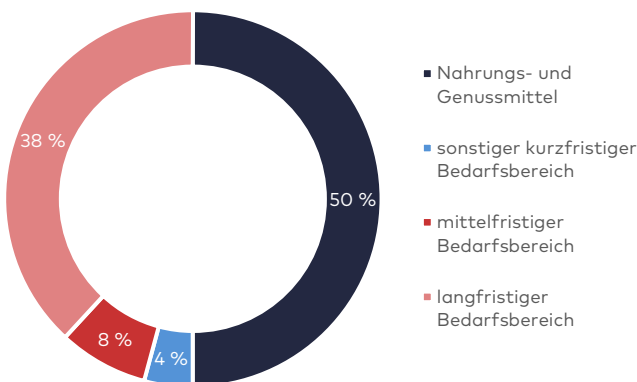
- Nordwestlich des ZVB Innenstadt
- Dezentrale, autokundenorientierte Lage im industriell geprägten Umfeld,
- weitläufiges Gewerbegebiet, keine Konzentration der Anbieter
- Angebotsschwerpunkt auf Blumen/ zoologischer Bedarf, Pflanzen-/Gartenbedarf und Sportartikel/Fahrräder/Camping
- funktionales Erscheinungsbild, geringe Aufenthaltsqualität, starke Autozentrierung
- Versorgungsfunktion im kurzfristigen Bedarfsbereich lediglich im Sortiment Blumen/ zoologischer Bedarf

SONDERSTANDORT AM BAHNHOF

Städtebauliche Analyse



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	5	4,3%
Gesamtverkaufsfläche in m²*	2.300	4,3 %

Vergleichsdaten	2012	Entwicklung
Anzahl der Betriebe*	7	-28,6 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	2.100	+9,5 %

Magnetbetriebe

Getränke-Quelle, JYSK & Netto

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Einwohner: Stadt Alfeld (Leine) (Stand: 24.07.2023); Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet. *anteilig bezogen auf Gesamtstadt

Standortbereich Am Bahnhof

- Südöstlich des ZVB Innenstadt
- Teilintegrierte Lage am Bahnhof mit teilweise Bezug zur Wohnbebauung
- Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (Netto, Getränke-Quelle, Kiosk) im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Strukturprägender Leerstand angrenzend
- funktionales Erscheinungsbild, geringe Aufenthaltsqualität
- Versorgungsfunktion für das südwestliche Gebiet der Kernstadt, welches jedoch hauptsächlich industriell geprägt ist, Bahnhofsnahe

4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bewohner, wird die Nahversorgungsstruktur der Stadt im Folgenden vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ**, **qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird.

Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Alfeld (Leine)

Die Stadt Alfeld (Leine) weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 11.900 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 2.100 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken¹⁵ auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,63 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,11 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Das quantitative Ausstattungsniveau für den periodischen Bedarf liegt somit im Sortiment der Nahrungs- und Genussmittel als auch im Sortiment der Drogeriewaren über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,41 m² je Einwohner¹⁶ bzw. rd. 0,08 m² je Einwohner¹⁷. Dementsprechend besteht eine quantitativ gute Nahversorgungssituation. Die Zentralitäten von rd. 116 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 121 % im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass weitgehend die Bindung der eigenen Kaufkraft in den beiden Warengruppen gelingt sowie ein Kaufkraftzufluss generiert wird, was auch durch das eher ländlich geprägte Umfeld Alfelds zu begründen ist. Größere Angebotsformate wie bspw. Verbrauchermärkte sowie Drogeriefachmärkte konzentrieren sich regelmäßig in größeren zentralen Orten wie Mittelzentren. Bei der Berechnung des Zentralitätswertes wird der örtlich getätigte Einzelhandelsumsatz dem örtlichen Kaufkraftvolumen der Wohnbevölkerung rechnerisch gegenübergestellt.

Insgesamt sind im Stadtgebiet acht strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind drei Betriebe Lebensmittelsupermärkte, vier Betriebe sind Lebensmitteldiscounter und bei einem Betrieb handelt es sich um einen Verbrauchermarkt. Ergänzt wird das Angebot durch zwei Getränkemärkte und zahlreiche Lebensmittelhandwerksbetriebe. Insgesamt ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in der Stadt hinsichtlich des Betriebstypenmixes als relativ ausgewogen mit einer höheren Verkaufsfläche im zum vollsortimentierten Angebot zu bewerten (siehe Abbildung 18). Bezogen auf die Qualität der Lebensmittelmärkte ist ein gewisser Modernisierungsbedarf hinsichtlich der Ausstattung, des Marktauftritts und der Größe der Bestandsbetriebe erkennbar.

¹⁵ Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

¹⁶ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

¹⁷ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Tabelle 7: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Alfeld (Leine)

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2028)	19.121 (-0,46 %)	
Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m ²	11.900	2.100
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	0,63	0,11
Sortimentspezifische Zentralität	116 %	121 %
Betriebstypenmix	1 x Verbrauchermarkt 3 x Lebensmittelsupermarkt 4 x Lebensmitteldiscounter 2 x Getränkemärkte 21 x sonstige Lebensmittelgeschäfte	1 x Drogeriefachmarkt 5 x Apotheken

Quantitative Nahversorgungssituation



Qualitative Nahversorgungssituation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Einwohner: Stadt Alfeld (Leine) (Stand: 24.07.2023); ZVB-Abgrenzung: EHK Alfeld (Leine) 2012; Bevölkerungsprognose: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Basisjahr 2022; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Während die Verkaufsflächenausstattung mit rd. 0,19 m² je Einwohner für Lebensmitteldiscounter lediglich über dem bundesweiten Durchschnitt liegt, stellt sich die Verkaufsflächenausstattung mit rd. 0,34 m² je Einwohner für Lebensmittelvollsortimenter in der Stadt als überdurchschnittlich dar (siehe Abbildung 18)¹⁸. Dies ist insbesondere auf den Kaufland-Verbrauchermarkt zurückzuführen.

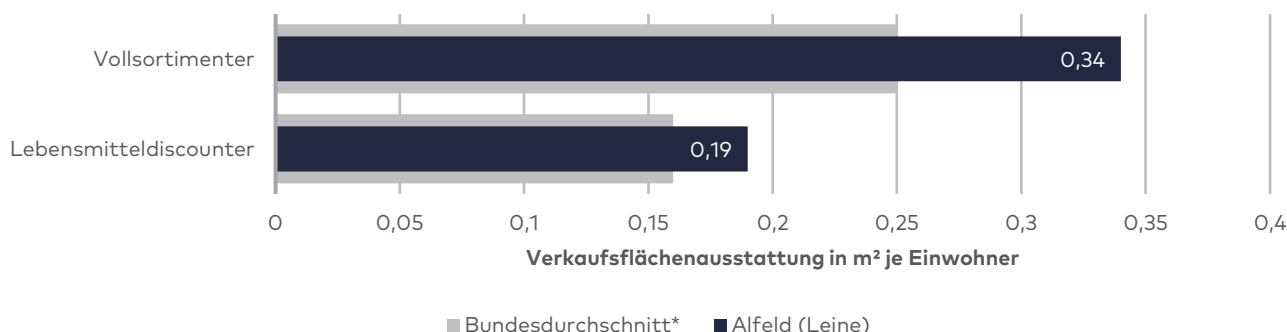


Abbildung 18: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 04/2023, EHI Retail Institute; * Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch den Drogeriefachmarkt Rossmann in der Innenstadt von Alfeld (Leine) sichergestellt. Dieser erfüllt aufgrund somit als bislang einziger Drogeriefachmarkt eine bedeutende Versorgungsfunktion. Bei fünf weiteren Einzelhandelsbetrieben mit einem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich um Apotheken, die die Angebotsstrukturen ergänzen. Insgesamt ist die quantitative wie qualitative Nahversorgung als **angemessen** zu bezeichnen.

¹⁸ Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

Räumliche Nahversorgungssituation in Alfeld (Leine)

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte und Nahversorgungsbetriebe ab 400 m² VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 Minuten als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen¹⁹. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 19). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

Die nachfolgende Abbildung 19 stellt die räumliche Nahversorgungssituation im Stadtgebiet dar. Dabei wird ersichtlich, dass sich die strukturprägenden Betriebe sich in der Innenstadt sowie an den Sonderstandorten Neue Wiese Limmerburg und Am Bahnhof konzentrieren. Des Weiteren befinden sich mit Edeka sowie Aldi zwei Lebensmittelmärkte an der L 485 und übernehmen bedeutende Versorgungsfunktionen für die nördliche und nordöstliche Kernstadt. In weiten Teilen der Kernstadt ist somit die Erreichbarkeit eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes gewährleistet. Allerdings ist in den Randlagen auch eine eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit bzw. eine fehlende Nahversorgung festzustellen.

¹⁹ Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

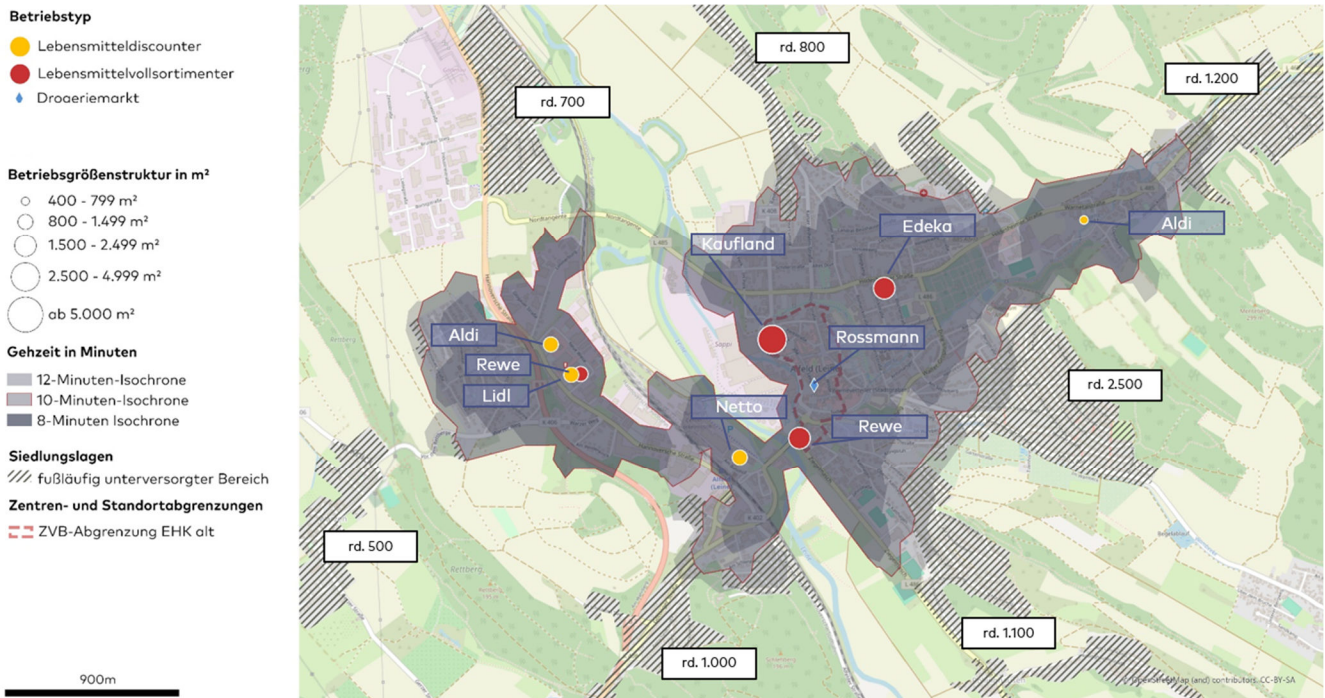


Abbildung 19: Räumliche Nahversorgungssituation in Alfeld (Leine)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

5

Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Stadt und die daraus resultierenden absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven zu erarbeiten. Darüber hinaus wird ein sachgerechtes Entwicklungsszenario für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung abgeleitet.

5.1 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der Gesamtstadt:** Sicherung und Stärkung der mittel- und grundzentralen Versorgungsfunktion der Stadt.
2. **Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt:** Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs durch Ergänzung der Angebotsstrukturen und Etablierung leistungsfähiger Strukturen im Rahmen der Versorgungsfunktion. Angebote und Nutzungen jenseits des Einzelhandels als Frequenzbringer und belebender Faktor für den zentralen Versorgungsbereich sollen gebündelt werden. Schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung sollen vermieden werden.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Gewährleistung einer wohnortnahen Grundversorgung durch die Sicherung und Stärkung sinnvoller Nahversorgungsstandorte. Gewährleistung einer ortsteilspezifischen Nahversorgung. Gleichzeitig Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich.
4. **Bereitstellung ergänzender Standorte:** Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (v. a. großflächig) sollen bereitgestellt werden. Dabei gilt es Verdrängungsprozesse von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebieten durch eine Störung des Bodenpreisgefüges zu vermeiden. Gleichzeitig sollen schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermieden werden. Dazu gehört auch die begrenzte Zulässigkeit von zentrenrelevanten Randsortimenten an ergänzenden Standorten.

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Stadt Alfeld (Leine).

1. Ziel Stärkung der Gesamtstadt	2. Ziel Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches	3. Ziel Sicherung und Stärkung der Nahversorgung	4. Ziel Ergänzende Standorte bereitstellen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhalt und Stärkung der mittel- und grundzentralen Versorgungsfunktionen ▪ Erhöhung der Einkaufsqualität ▪ Sicherung der qualitativen und räumlichen Versorgungsfunktion ▪ Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung und Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches durch Ergänzung und Weiterentwicklung des Angebotes sowie Etablierung leistungsfähiger Strukturen ▪ Bündelung von Angeboten und Nutzungen jenseits des Einzelhandels als Frequenzbringer und belebender Faktor für den zentralen Versorgungsbereich ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hauptort: sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen ▪ kleinere Ortsteile: Stadtteilspezifisch angepasste Nahversorgung ermöglichen bzw. sichern ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf zentralen Versorgungsbereich vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bereitstellen von Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (v.a. großflächig) ▪ Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebieten durch eine Störung des Bodenpreisgefüges ▪ Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf das Zentrum vermeiden ▪ Zentrenrelevante Randsortimente nur im begrenzten Umfang außerhalb des Zentrums zulässig.

Abbildung 20: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für die Stadt Alfeld

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet.

5.2 ABSATZWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN

Die Ableitung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen (bis 2028). Es werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.2.1 Vorbemerkung zu den ermittelten Entwicklungsperspektiven

Die nachfolgend vorgestellten Entwicklungsperspektiven sind im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient als Beurteilungsbasis einer zukünftigen angebots- und nachfrageseitigen Entwicklung. Die hier dargestellte Entwicklungsperspektive stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung“** dar. Sie dient vielmehr als eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels.
- Insbesondere im Kontext des aktuellen Urteils des Europäischen Gerichtshofes in der Sache Visser/Appingedam²⁰ soll die hier aufgezeigte absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der Auswirkungsintensität **neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Eine geringe oder fehlende Entwicklungsperspektive (insgesamt oder auch in einzelnen Warengruppen) stellt somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“**

²⁰ Vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123).

dar, sondern ist im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in dem zentralen Versorgungsbereich sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze sowie der Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts zu befürworten.

- Werden über diese Entwicklungsperspektive hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.
- Dies impliziert, dass die hier beschriebene Entwicklungsperspektive im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter hat die hier dargestellte Entwicklungsperspektive darüber hinaus nur eine begrenzte Aussagekraft, da sie in der aktuellen Form der Analyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist und der Altstandort nicht in gleicher Weise nachgenutzt wird.

5.2.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in der Stadt werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

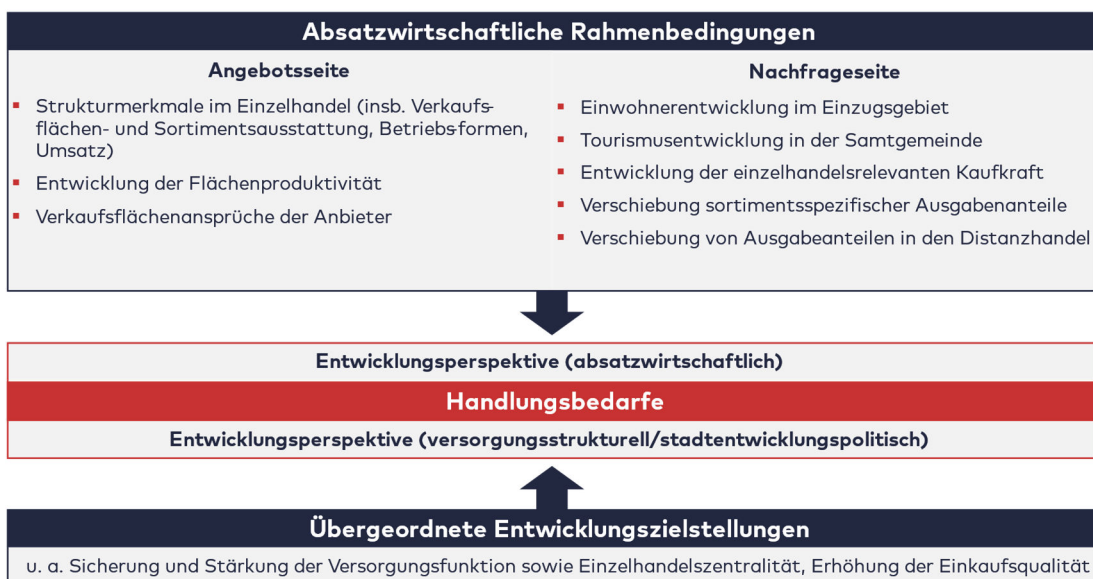


Abbildung 21: Methodik zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsperspektiven

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen sind mögliche versorgungsstrukturelle und kommunalentwicklungspolitische Impulse einer Stadt bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der zukünftige Versorgungsgrad einer Stadt korrespondiert mit ihrer, seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebter zentralörtlicher Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Mittel- und Oberzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote im aperiodischen Bedarf auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet vorhalten. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem periodischen Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird mit den stadtentwicklungspolitischen Zielstellungen der Stadt abgeglichen und als Zielperspektive für die Stadt als mittel- und grundzentrale Versorgungsfunktion aufgegriffen.

Die absatzwirtschaftliche Entwicklungsprognose wird für einen Zeitraum von fünf Jahren ermittelt, um realistische Eingangsparameter zu verwenden und die Möglichkeit von Scheingenauigkeiten zu minimieren. Im Folgenden werden daher die Eingangsgrößen für das **Prognosejahr 2028**²¹ einzeln erläutert.

Einwohnerentwicklung²²

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Stadt werden Prognosedaten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen zugrunde gelegt (siehe Abbildung 22). Die Prognosedaten orientieren sich an den bisherigen moderaten demografischen Entwicklungen und bieten daher eine realistische Grundlage. Diese geht von einer leicht negativen Einwohnerentwicklung von rd. - 0,46 % bis 2028 aus. Zwar ist die Bevölkerungsentwicklung damit nahezu gleichbleibend, von einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung ist jedoch auszugehen, was nachfrageseitige Veränderungen mit sich bringt.

²¹ Ein Prognosezeitraum von fünf Jahren erscheint aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels und der aktuellen Unwägbarkeiten durch die Post-Covid-19-Pandemie-Phase sowie den kriegsbedingten und wirtschaftlichen Unwägbarkeiten als sachgerecht. Längere Prognosezeiträume erhöhen nach gutachterlicher Auffassung nicht die Qualität der Entwicklungsprognose.

²² Die Einwohnerprognose wird aktuell durch das Landesamt für Statistik Niedersachsen aktualisiert und kann zukünftig von der dargestellten Entwicklung abweichen.

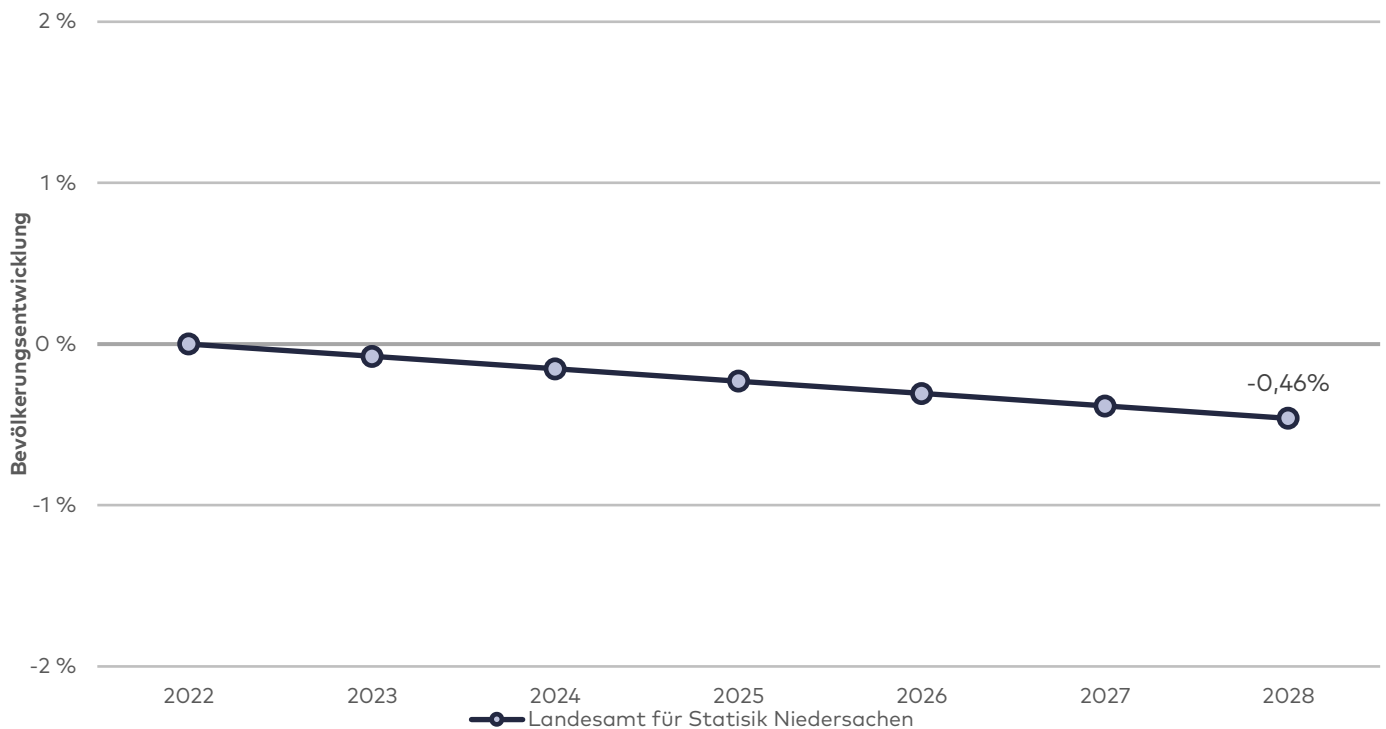


Abbildung 22: Einwohnerprognose für die Stadt Alfeld (Leine)

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2019 bei rd. 543,6 Mrd. Euro lagen (siehe Abbildung 23). Dies entspricht einem Wachstum von rd. 19 % zwischen 2014 und 2019. Während die privaten Konsumausgaben von 2000 bis 2019 stetig angestiegen sind, zeigt sich im Jahr 2020 ein durch die Corona-Pandemie bedingter Rückgang um rd. 7 % (geschlossene Gastronomie, geringere Reisetätigkeit etc.). Im Jahr 2022 erreichten die privaten Konsumausgaben wieder einen neuen Höchststand und liegen mit rd. 1.884 Mrd. Euro oberhalb des Vor-Corona-Niveaus von 2019. In diesem Zusammenhang ist jedoch anzumerken, dass es im Jahr 2022 aufgrund der hohen Inflationsraten lediglich nominal ein größeres Kaufkraftwachstum zu verzeichnen war, real ergaben sich Kaufkraftverluste. Im Jahr 2023 zeichnen sich erst ab der zweiten Jahreshälfte wieder geringfügige reale Kaufkraftzuwächse ab.

Im Gegensatz zu den leicht rückläufigen privaten Konsumausgaben stieg der Nettoumsatz des Einzelhandels 2020 und 2022 weiter kontinuierlich an (jedoch mit umfänglichen Verschiebungen in digitale Absatzkanäle). Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Nur während der Corona-Pandemie lag der Anteil mit zwischenzeitlich rd. 35 % deutlich höher. Seit 2021 sinkt er jedoch wieder und wird sich voraussichtlich wieder auf dem ursprünglichen Niveau einpendeln.

Der spürbar gestiegene absolute Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln (z. B. Selbstversorgung im Rahmen des Home-Office), die Inflation, hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf

das bisher insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre (ausgenommen die Jahre seit 2020) zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

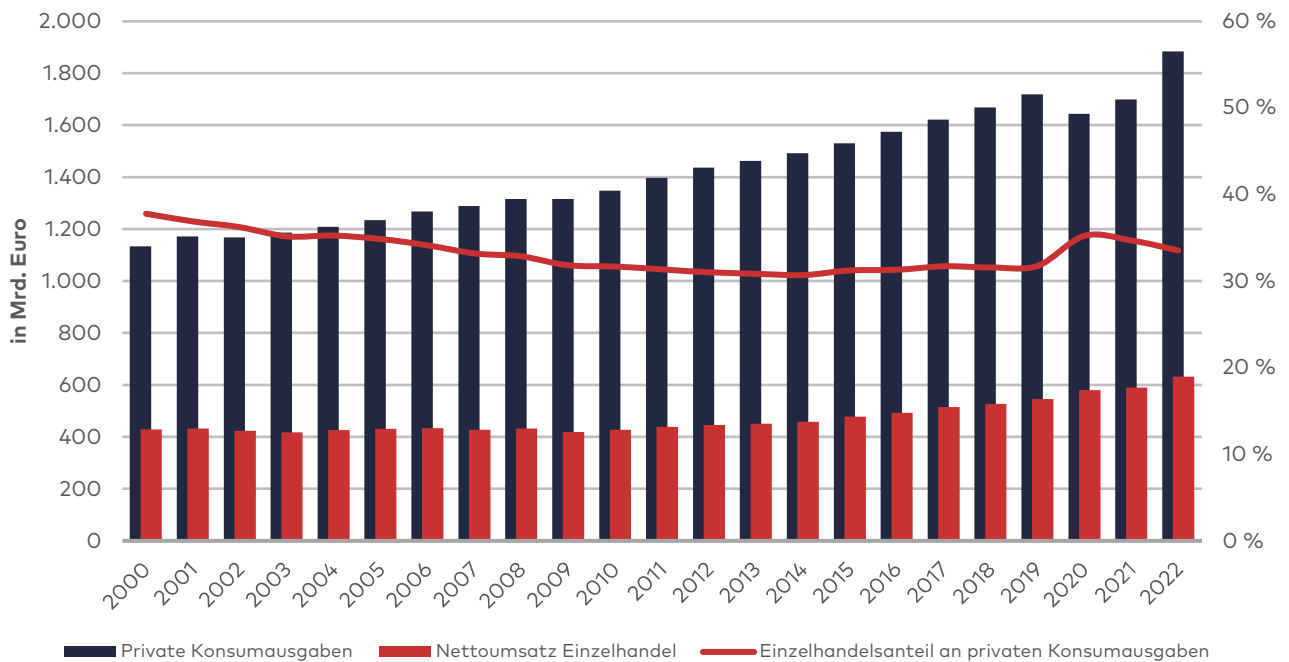


Abbildung 23: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Von einem weiterhin positiven Konsumklima kann in den nächsten Jahren angesichts aktueller Unsicherheiten (Nachwirkungen der Corona-Pandemie und Effekten des Ukraine-Krieges wie Preissteigerungen, sinkende Reallöhne, hohe Energiekosten) nicht ausgegangen werden. Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende reale Entwicklung der privaten Konsumausgaben mit sortimentspezifischen Unterschieden angenommen. Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils weiter leicht ansteigt (lediglich gedämpft durch die steigenden Verbraucherpreise), ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils und allgemeiner Konsumzurückhaltung) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2018 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. In den Jahren 2018 und 2019 ist eine leichte Stagnation der Verkaufsfläche erkennbar, zwischen 2020 und 2021 ist ein leichter Rückgang der Verkaufsfläche zu beobachten, der u. a. auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückzuführen ist. Eine Rückkehr zum Trend des Verkaufsflächenwachstums ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.)

unwahrscheinlich. Die Umsatzentwicklung lag zwischen 2002 und 2014 unterhalb des Indexwertes von 2000 und stagnierte nahezu. Dies führte folglich dazu, dass die Flächenproduktivität bei steigenden Verkaufsflächen stetig abnahm. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt. Zwischen 2020 und 2021 ist ein signifikanter Rückgang der Umsätze sowie der Flächenproduktivität festzustellen, welche insbesondere auf die zeitweisen Schließungen von Teilen des Einzelhandels infolge der behördlichen Maßnahmen gegen die Corona-Pandemie zurückzuführen sind (vgl. Abbildung 24).

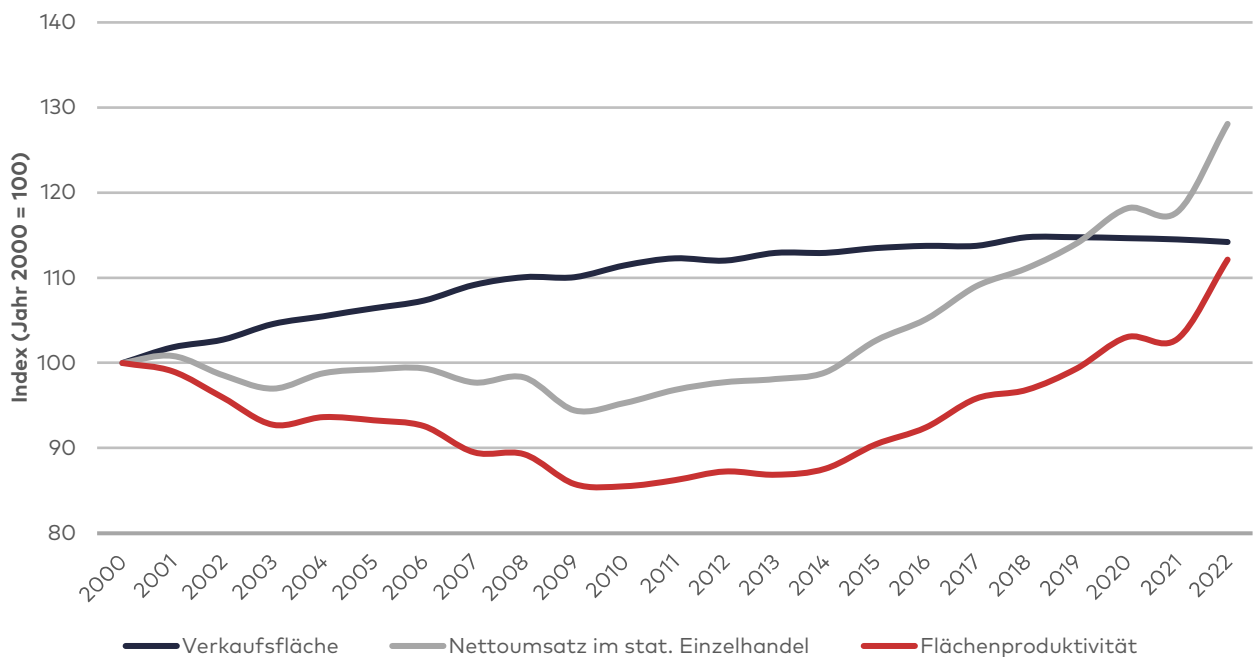


Abbildung 24: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzliche Entwicklungen zu konstatieren.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. Im Jahr 2021 erreichte der Einzelhandelsumsatz im Online-Segment mit rd. 86,7 Mio. Euro (rd. 14,7 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) seinen Höchststand. Nach einem Umsatzrückgang im Jahr 2022, der insbesondere mit der krisenbedingten allgemeinen Konsumzurückhaltung, steigenden Produktions- und Lieferkosten sowie einem gewissen „Nachholeffekt“ des stationären Handels nach den Lockdowns zu begründen ist, kann für das Jahr 2023 wieder ein Wachstum des Online-Segments erwartet werden. Das Niveau des Jahres 2021 wird allerdings gemäß aktuellen Prognosen nicht erreicht (siehe Abbildung 25).

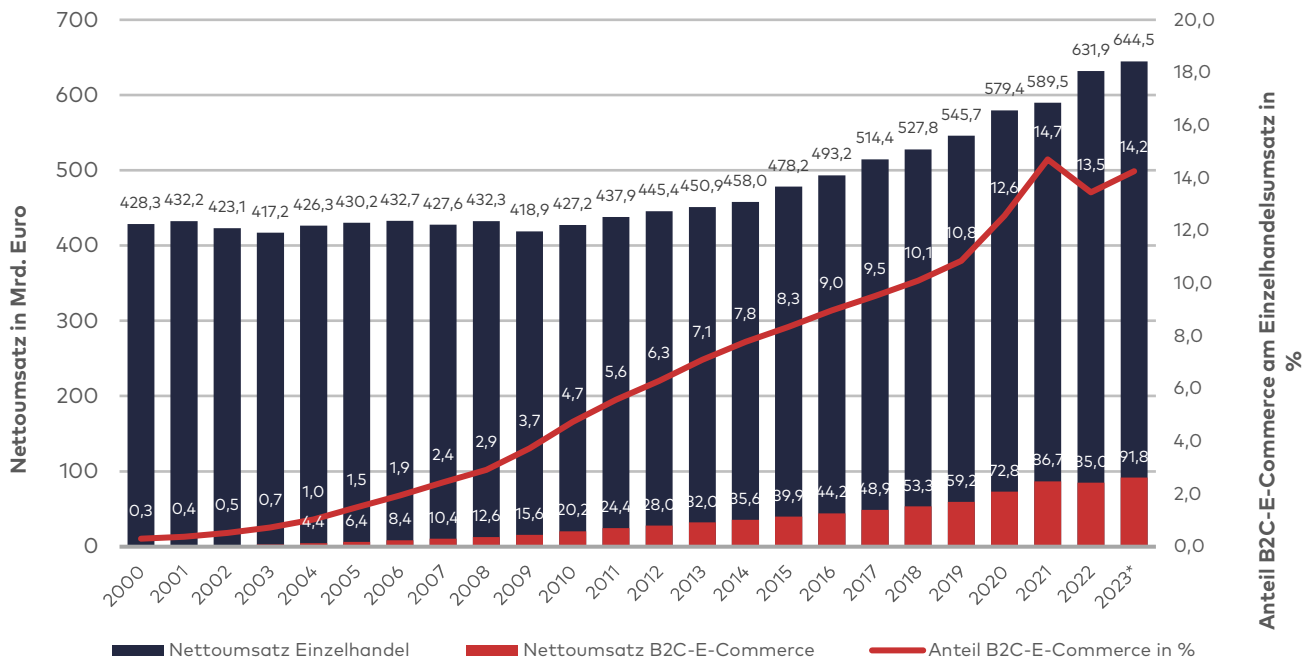


Abbildung 25: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik ist der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz im Einzelhandel hoch und nimmt stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen. Auf Grundlage von Daten des Handelsverbandes Deutschland und des Instituts für Handelsforschung ist im Jahr 2021 von branchenspezifischen Online-Marktanteilen von rd. 37 bis 46 % in Segmenten wie z. B. Fashion & Accessoires, Unterhaltungselektronik und Freizeit & Hobby auszugehen. Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter ist ein noch dynamischeres Wachstum zu erwarten, allerdings von einem deutlich niedrigeren Ausgangsniveau aus. Es ist davon auszugehen, dass die im Zuge der weltweiten Krisen zu beobachtende Konsumzurückhaltung in der Tendenz sowohl den stationären als auch den digitalen Einzelhandel trifft. An der Entwicklungsdynamik in den einzelnen Warengruppen wird sich somit mittelfristig nichts ändern. Die nachfolgende Abbildung zeigt die prognostizierte Entwicklung der Online-Anteile verschiedener Branchen bis 2027.

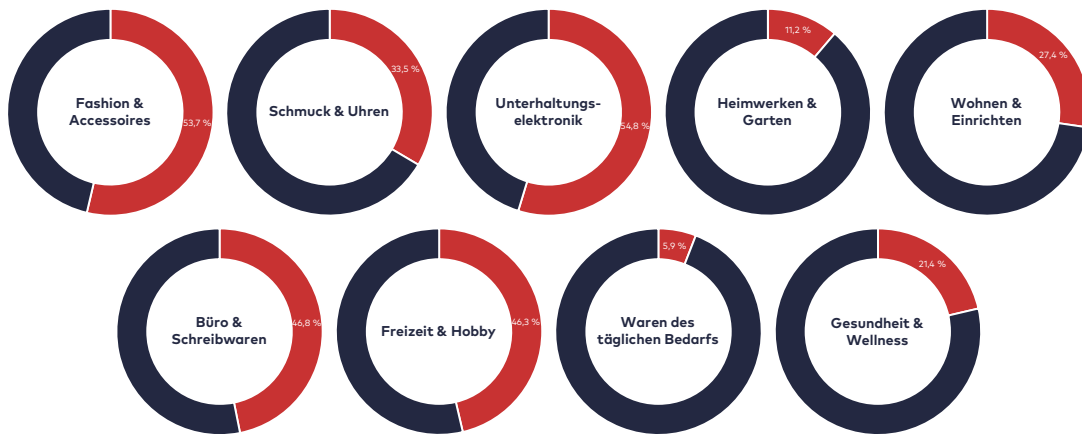


Abbildung 26: Prognostizierte Entwicklung des Online-Handels bis 2027 differenziert nach Sortimenten

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; auf Grundlage von Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE)

Weltweite multiple Krisen

Die derzeit weltweit multiplen Krisen wirken sich voraussichtlich langfristig auf angebots- und nachfrageseitige Aspekte aus. Während angebotsseitig ein verringertes Expansionsgeschehen in vielen Bereichen des Einzelhandels zu beobachten ist, das v. a. auf steigende Energiekosten und Bauzinsen sowie auf die allgemeine Konsumzurückhaltung in Deutschland zurückzuführen ist, ist nachfrageseitig v. a. aufgrund steigender Verbraucherpreise und inflationsbedingt sinkender Real-löhne ein zurückhaltendes Konsumverhalten zu beobachten. Ob sich dieser Trend auch langfristig abzeichnet, bleibt abzuwarten. Absehbar werden die oben genannten Aspekte (u. a. Energiekrise, Wirtschaftskrise, Ukraine-Krieg) das Konsumklima innerhalb des Prognosezeitraums bis 2028 deutlich negativ beeinflussen.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Mögliche warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt beträgt rd. 105 %, wobei jedoch sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsperspektiven in Form von Spielräumen zur Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben (siehe Abbildung 27).

Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches sollen grundsätzlich von allen Kommunen, gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft, im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden. Die Vorgaben des LROP sehen in dem Zusammenhang für jeden grundzentralen Kongruenzraum eine Zentralität von 100 % vor.

Für Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches werden versorgungsstrukturelle Perspektiven der Zentralität je nach Sortiment zwischen 100 % und 150 % als angemessen erachtet. Diese begründet sich durch die Versorgungsfunktion als Mittelzentrum. Ein Großteil der Kaufkraft im langfristigen Bedarfsbereich wird jedoch durch die Oberzentren gebunden.

Aus der dargestellten warengruppenspezifischen Entwicklungsperspektive (siehe Abbildung 27) ergeben sich gewisse Entwicklungspotenziale für einige Warengruppen.

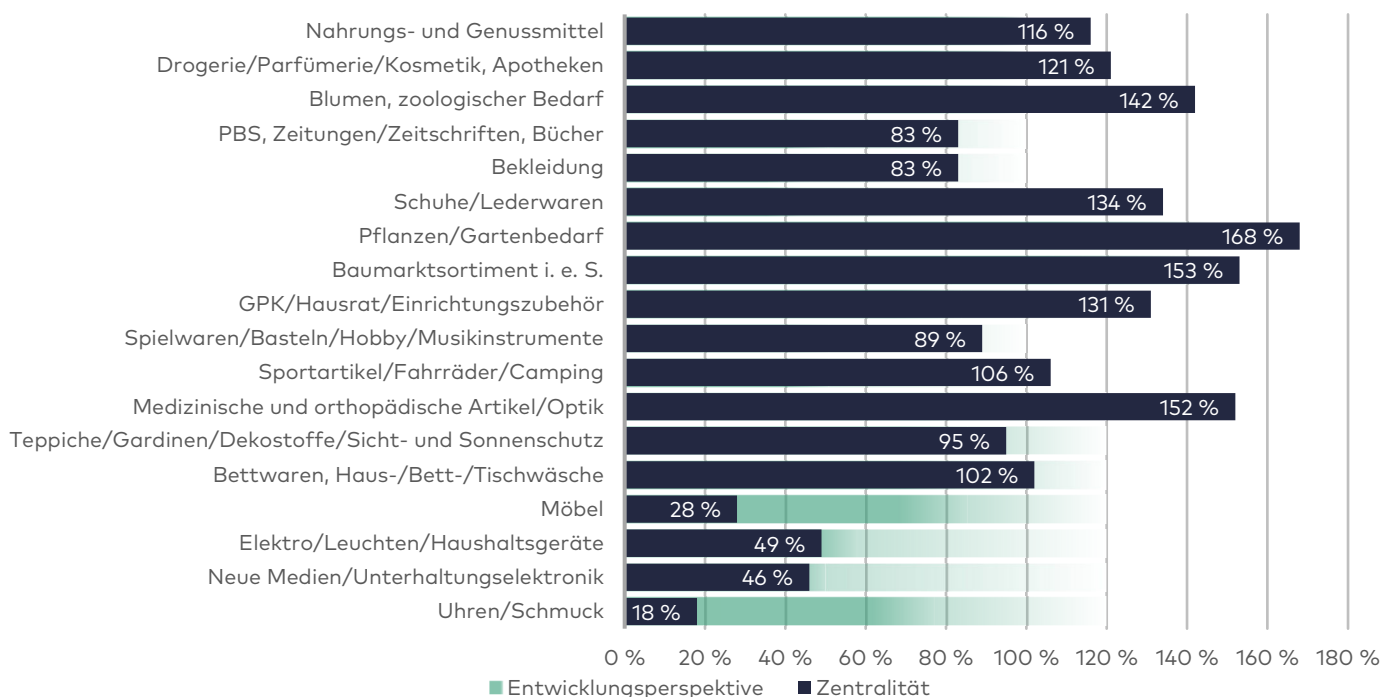


Abbildung 27: Warenspezifische Entwicklungsperspektive








Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Für die Stadt Alfeld ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale v. a. in den Warengruppen Bekleidung, Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Möbel, Neue Medien/Unterhaltungselektronik sowie in der Warengruppe Uhren/Schmuck.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der warengruppenspezifischen Entwicklungsperspektive zugrunde gelegten Parameter ist der Tabelle 8 zu entnehmen.

Tabelle 8: Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven der Stadt Alfeld

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für die Stadt Alfeld bis 2028
Demografische Entwicklung		Leicht negative Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft		moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter		leichte Impulse bei Filialisten im kurzfristigen Bedarfsbereich, branchenübergreifend keine nennenswerten Impulse
Entwicklung der Flächenproduktivität		Nennenswerte positive Entwicklung nur in ausgewählten Sortimentsbereichen (konjunkturbedingte Abschwächung erwartet)
Entwicklung des Online-Handels		konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentspezifischen Unterschieden
Versorgungsfunktion (Zielperspektive)		sortimentspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des den qualifizierten Grundbedarf umfassenden Versorgungsauftrages
Weltweit multiple Krisen		Absehbar sich fortsetzende weltweite Krisen beeinträchtigen das Konsumklima und Lieferketten (aktuell u.a. Energiekrise, Wirtschaftskrise, Ukraine-Krieg und Covid-19-Pandemie)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

5.2.3 Warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven für die Stadt Alfeld

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie möglichen Entwicklungsimpulse ergeben sich für die Stadt bis 2028 absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven, die in der Tabelle 9 in qualitativer Form dargestellt werden. Auf eine quantitative Darstellung in Form von konkreten Verkaufsflächen wird an dieser Stelle bewusst verzichtet, da diese fälschlicherweise in der Praxis häufig als Handlungsschwellen verstanden werden. Aus diesem Grund wird im Folgenden eine qualitative Einordnung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven vorgenommen.

Tabelle 9: Handlungsbedarfe für die Stadt Alfeld bis 2028

Warengruppe	Handlungsbedarf	Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	■ □ □	Geringer quantitativer Handlungsbedarf in Anbetracht der aktuellen Ausstattung: Erhalt und Weiterentwicklung der räumlichen und qualitativen Nahversorgung. Verbesserung des teilweise nicht mehr adäquaten Marktauftritts insbesondere bei Märkten in integrierter Lage.
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	■ □ □	Geringer quantitativer Handlungsbedarf in Anbetracht der aktuellen Ausstattung. Sicherung und Entwicklung des Drogeriemarktes im zentralen Versorgungsbereich als bedeutender Magnetbetrieb.
Sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich	■ □ □	Sicherung der bestehenden Fachgeschäfte; mögliche Ergänzung um ein Fachgeschäft oder kleineren Fachmarkt (insb. Bücher)
Fashion & Accessoires	■ ■ □	Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion, Potenzial bei Bekleidung für kleine oder einen größeren Fachmarkt, dagegen geringerer Handlungsbedarf hinsichtlich Schuhe/Lederwaren, aufgrund der hohen Konkurrenz zum Online-Handel jedoch geringes Expansionsgeschehen
Heimwerk & Garten	□ □ □	Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion im Bereich Baumarkt und Pflanzenartikel, Potenzial für weiteren großen Baumarkt eingeschränkt, Arrondierung des bestehenden Angebotes
Freizeit & Hobby	■ □ □	Erhalt und Stärkung der bestehenden Strukturen, mögliche Ergänzung um Fachgeschäfte oder einen kleinen Fachmarkt (insb. Spielwaren), jedoch hohe Konkurrenz zum Online-Handel
Gesundheit & Wellness	□ □ □	Geringer quantitativer Handlungsbedarf in Anbetracht der aktuellen Ausstattung, Arrondierung und Sicherung und qualitative Weiterentwicklung des bestehenden Angebotes (insb. hinsichtlich des demographischen Wandels)
Wohnen & Einrichten	■ ■ ■	Potenzial insb. im Sortiment Möbel für mögliche Ergänzung um Fachgeschäfte/Fachmärkte; geringer Handlungsbedarf im Bereich GPK/Einrichtungszubehör, Arrondierung, Sicherung und qualitative Weiterentwicklung des Sortiments
Elektronik & Haushaltsgeräte	■ ■ □	Sicherung und qualitative Weiterentwicklung des Angebotes in der Warengruppe, aktuell nicht zeitgemäßer Marktauftritt des bestehenden Fachmarktes
Uhren & Schmuck	■ □ □	Sicherung und Stärkung bestehender Fachgeschäfte, mögliche Ergänzung um ein Fachgeschäft

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel. PBS= Papier, Büro, Schreibwaren; ■ = hoher Handlungsbedarf; □ = geringer Handlungsbedarf

Die Ermittlung der warenspezifischen Entwicklungsperspektiven verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Warengruppen. Für die Stadt bedeuten die Prognoseergebnisse zu den warengruppenspezifischen Entwicklungsperspektiven, dass

- die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen nur durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu),

- bei einer deutlichen Überschreitung der ermittelten Entwicklungspotenziale durch eine Realisierung von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten ein stadtentwicklungspolitisch nicht zielführender Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich der Stadt einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert können und
- bei Warengruppen mit begrenzten Entwicklungspotenzialen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell muss die hier dargestellte absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen verknüpft werden – nicht jeder rechnerische Handlungsbedarf entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichem Fachgeschäft oder Fachmarkt. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die von der hier ermittelten Entwicklungsperspektive ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind.

Vor dem Hintergrund der weiterhin dynamischen Entwicklung des Online-Handels sowie der konjunkturellen unsicheren Prognosen (Inflation, Ukraine-Krieg, weiterhin Corona-Pandemie) sind die ermittelten Prognosewerte als Anhaltswerte zu verstehen. Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte **keine „Grenze der Entwicklung“** darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die das absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenzial überschreiten, können zur Verbesserung des Einzelhandelsangebots der gesamten Stadt beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

6 Einzelhandelskonzept für die Stadt Alfeld (Leine)

Aufbauend auf der Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentrenrelevanter und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt entwickelt.

6.1 ZENTRENKONZEPT

Wesentlicher Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Innenstädte und Ortszentren sowie Neben- bzw. Stadtteilzentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essenzielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Gemeindegebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument ein stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die

räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

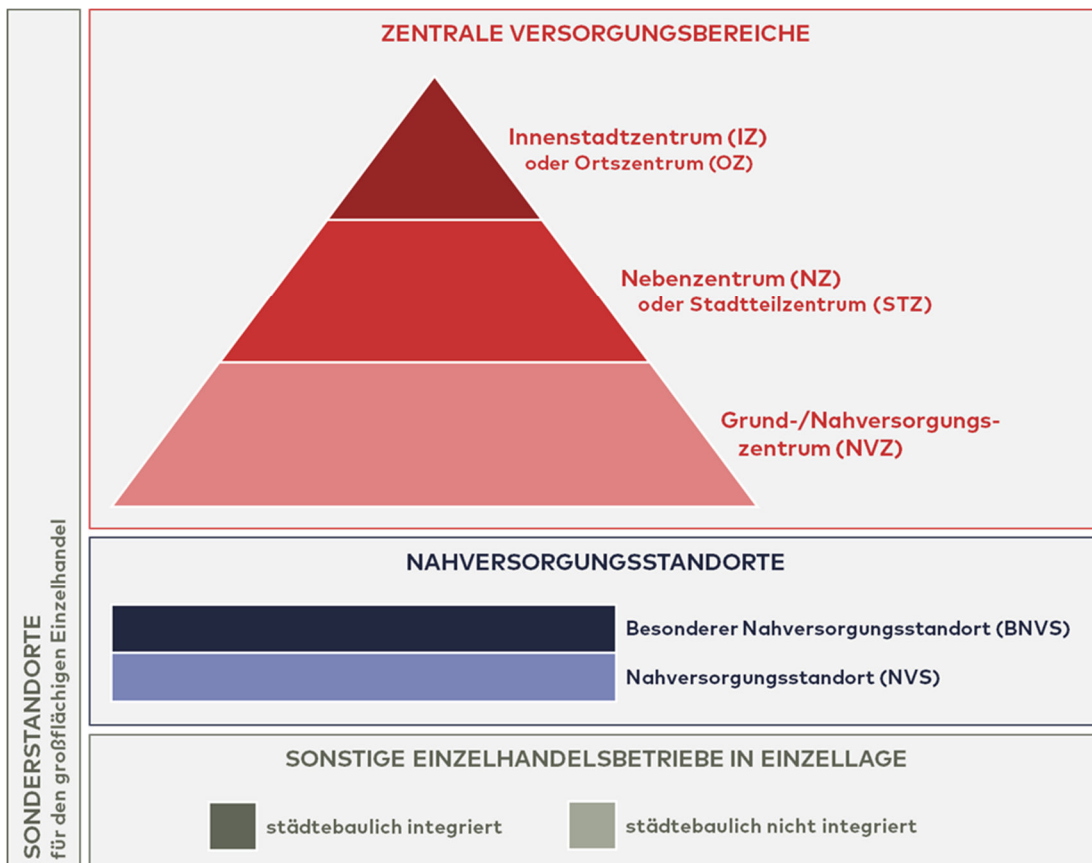


Abbildung 28: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes System aus einem Innenstadt-/Ortszentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 28). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Gebiet der Stadt bilden die zentralen Versorgungsbereiche das Standortsystem.

Die einzelnen Zentren typen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:²³

- 1. Innenstadt-/ Ortszentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet/Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
- 2. Neben-/ Stadtteilzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
- 3. Grund-/ Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw.

²³ Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

Zentren kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.²⁴

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.²⁵

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.²⁶

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.²⁷

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung

²⁴ Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

²⁵ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

²⁶ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

²⁷ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

und die Urbanität der Gemeinden zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbraucherernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.²⁸

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind, zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.²⁹

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 29 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

²⁸ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

²⁹ Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

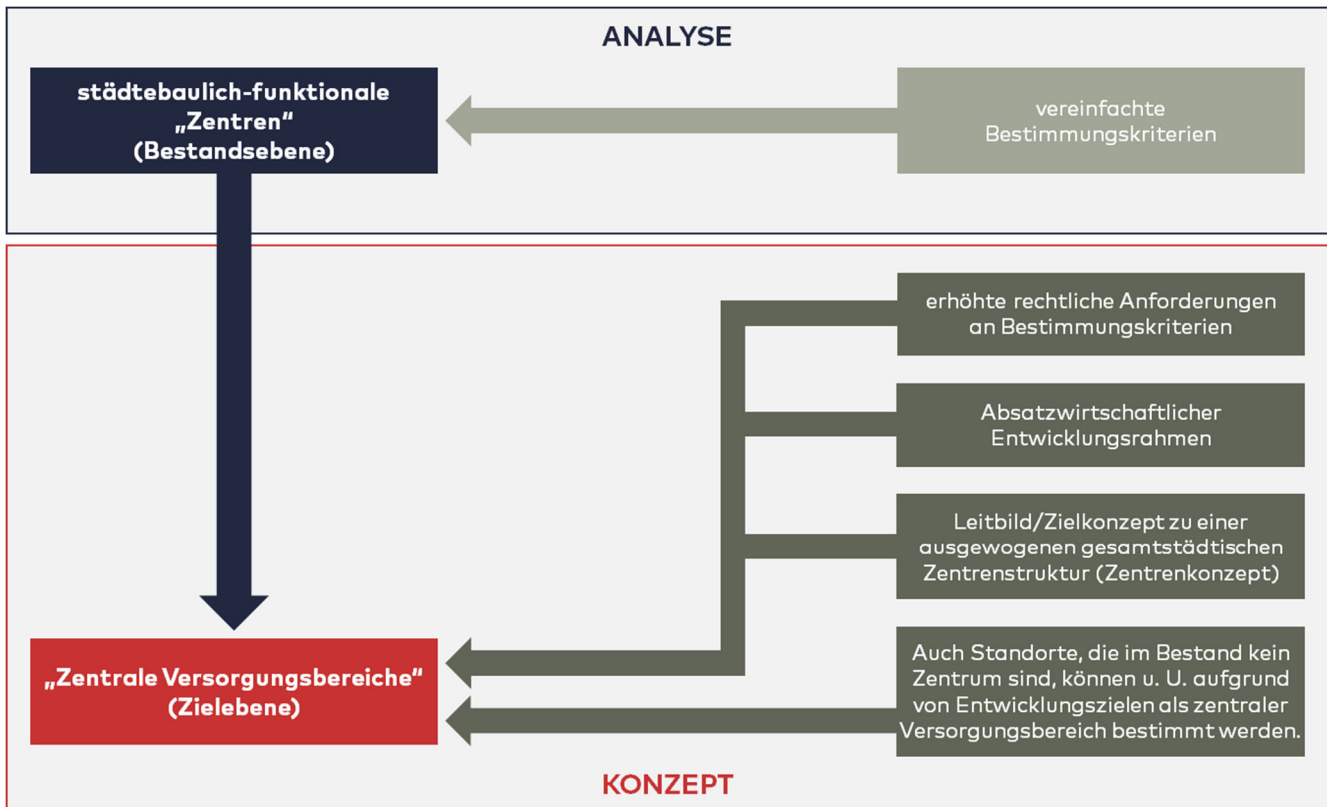


Abbildung 29: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, Stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche

Misstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.³⁰

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches begründen können.³¹

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder
- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

6.1.2 Zentrenstruktur der Stadt Alfeld (Leine)

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt aus dem Jahr 2012 definiert mit der Innenstadt Alfeld einen zentralen Versorgungsbereich innerhalb der Stadt Alfeld.

Auf Grundlage der städtebaulichen Analyse (siehe Kapitel 4.5) und der Untersuchungsergebnisse hinsichtlich der dargestellten Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche, wird im Rahmen des vorliegenden Konzeptes für die Stadt der zentrale Versorgungsbereich aus dem Jahr 2012 fortgeschrieben. Eine Erläuterung der Funktionszuweisung sowie eine ggf. erforderliche angepasste Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt im Rahmen der Standortbetrachtung.

6.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Alfeld (Leine)

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Alfeld wurde bereits im EHK Alfeld 2012 ausgewiesen und ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhän-

³⁰ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereiches einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

³¹ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

gende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Stadt. Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte und eine ausgeprägte Nutzungsmischung und urbanes Leben auf, wenngleich diese nicht in allen Lagebereichen gleichermaßen ausgeprägt sind. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

Räumliche Ausprägung

Der ZVB Innenstadt Alfeld umfasst nicht nur den Hauptgeschäftsbereich des Einzelhandels, sondern auch Nebenlagen und Ergänzungsbereiche. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Stadt. Die Abgrenzung aus dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2012 hat sich grundsätzlich bewährt.

Auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen wird die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (siehe Kapitel 6.1.1) begründete und geringfügig geänderte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches vorgenommen:

- Im Wesentlichen erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich im Norden auf den räumlichen Bereich innerhalb des historischen Wallrings. Im Süden schließt der ZVB den Bereich des sog. Kaiserhofs mit ein.
- Im östlichen Bereich orientiert sich der zentrale Versorgungsbereich an den rückwärtigen Grundstücksgrenzen, die durch Einzelhandel oder zentrenergänzende Funktionen geprägt sind, insbesondere entlang der Holzer Straße, der Wallstraße und der Straße Am Mönchhof. Im Westen verläuft die Abgrenzung entlang des Perkwalls.
- Die Abgrenzung des ZVB bleibt somit unverändert und entspricht weiterhin der Abgrenzung des EHK 2012.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 30 für die Innenstadt Alfeld dargestellt.

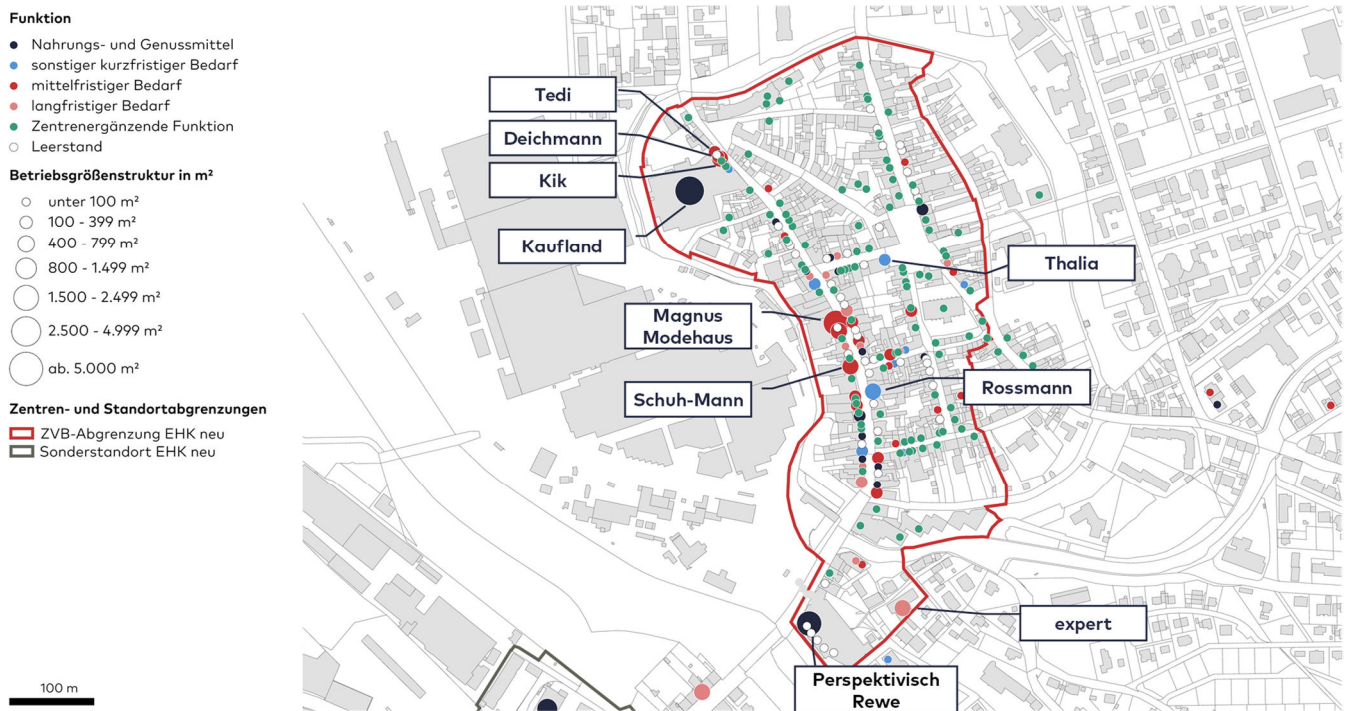


Abbildung 30: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Alfeld

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023, Kartengrundlage: Stadt Alfeld.

Auf Basis der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Alfeld ergeben sich folgende Ausstattungskennwerte (siehe Tabelle 10).

Tabelle 10: Ausstattungskennwerte des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Alfeld

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen	Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahrungs- und Genussmittel ■ sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich ■ mittelfristiger Bedarfsbereich ■ langfristiger Bedarfsbereich 	Anzahl der Betriebe*	57	48 %
	Gesamtverkaufsfläche in m ² *	14.900	27 %
	Anzahl der Leerstände**	39	41 %
	Zentrenergänzende Funktionen	107	-

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * anteilig bezogen auf Gesamtstadt; ** anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich.

Innere Organisation

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Alfeld ist kein homogenes Gebilde, sondern kann in verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Gliederung des zentralen Versorgungsbereiches werden die Hauptlage, die erweiterte Hauptlage, die Nebenlage sowie die Ergänzungsbereiche näher betrachtet (siehe Abbildung 31). Die Einordnung erfolgt dabei anhand der baulichen und handelsprägenden Strukturen der verschiedenen Lagebereiche.

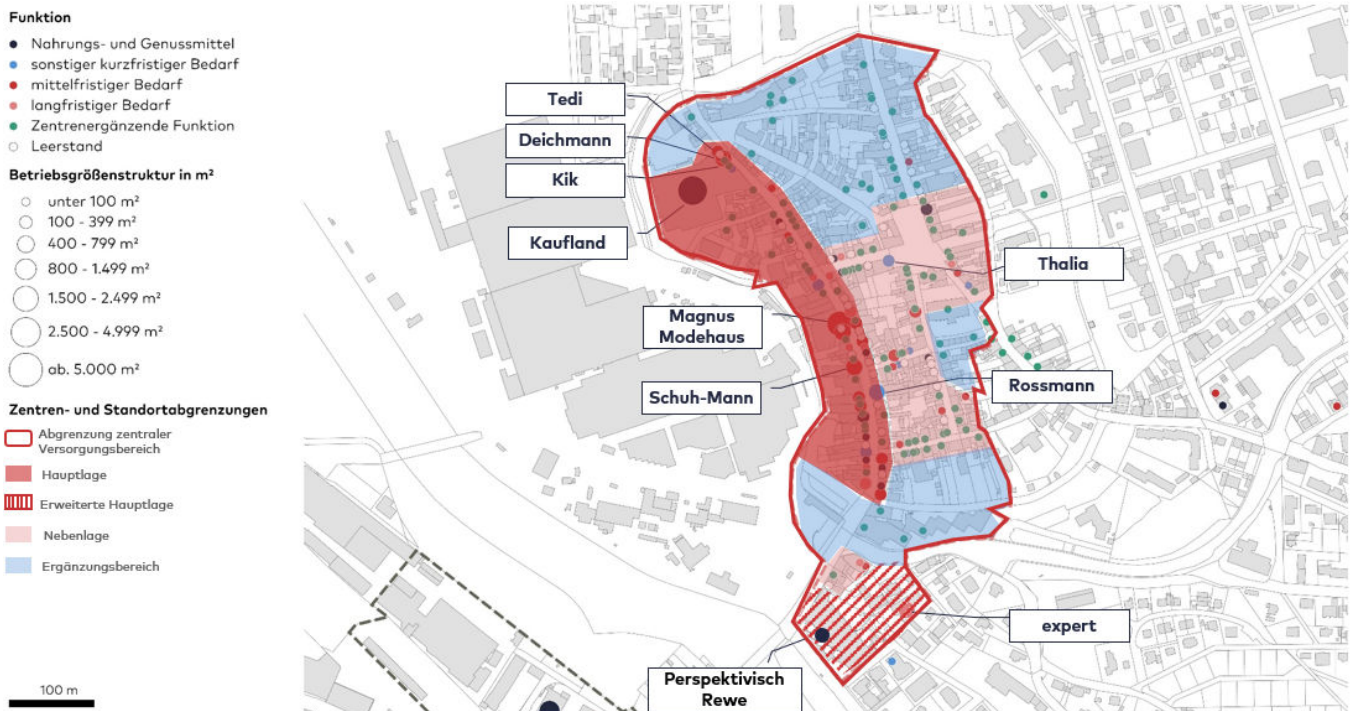


Abbildung 31: Innere Organisation der Innenstadt Alfeld

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023, Kartengrundlage: Stadt Alfeld.

Die **Hauptlage**, die sich entlang der Sedanstraße und Leinstraße im westlichen Bereich der Innenstadt erstreckt, zeichnet sich durch frequenzsteigernde und frequenzabhängige Nutzungen aus. Die Lage ist geprägt von einer Bündelung einzelhandelsbezogener Nutzungen mit Magnetwirkung und einem hohen Filialisierungsgrad. Außerdem zeichnet sich der Bereich durch einen hohen städtebaulichen funktionalen Zusammenhang aus, welcher sich beispielsweise in einer hohen Einzelhandelsdichte und einer dichten Bebauung äußert.

Lagespezifische Empfehlungen: Hauptlage

- Hauptlage als primärer Ansiedlungsraum für sämtliche Sortimente im ZVB Innenstadt
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion
- Profilierung der Hauptlage durch zielgruppenspezifische Angebote
- Schwerpunkt: Qualitative, filialisierte und inhabergeführte Angebote
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch weitere städtebauliche Aufwertung des Zentrums
- Herstellung einer Funktionsverbindung zwischen Planstandort REWE und der Hauptlage
- **Zielperspektive: Schwerpunktraum für klassische Handelsnutzungen und Aufenthalt**

Die **Erweiterte Hauptlage** umfasst den südlichen Bereich der Innenstadt Alfeld und wird westlich durch die Straße Ziegelmasch, südlich durch den Brunnenweg und nördlich sowie östlich durch den Walter-Gropius-Ring begrenzt. In diesem Bereich ist die Neuansiedlung eines Rewe-Marktes bis Ende 2024 geplant. Zudem befindet sich dort der Elektrofachmarkt Expert. Der Bereich zeichnet sich dadurch perspektivisch durch frequenzstarke Nutzungen und Fachmarktstrukturen aus. Mit der erweiterten Hauptlage und dem neuen Rewe-Markt besteht Potenzial zur

Stärkung des Zentralen Versorgungsbereichs (ZVB) und zur Bildung einer städtebaulichen Knochenstruktur.

Lagespezifische Empfehlungen: Erweiterte Hauptlage

- Schwerpunktlage Nahrungs- und Genussmittel als Ergänzung zur Hauptlage
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion insbesondere im Bereich der großformatigen Angebote (Lebensmittelfachmarkt, Elektromarkt)
- Stärkung der städtebaulich-funktionalen Verbindung zur Hauptlage als südliches Eingangstor zum ZVB
- **Zielperspektive: Schwerpunktraum für Lebensmittelmarkt und Fachmarktstrukturen (soweit mit den Vorgaben der Seveso-III-Richtlinie vereinbar); Verbindungsfunktion**

Die **Nebenlage** umfasst die Marktstraße, den Marktplatz, den Bereich über und unter der Kirche, die Kurze Straße, die Straße Winde, die Paulistraße sowie den Bereich entlang der Bahnhofstraße und des Walter-Gropius-Rings. Diese Bereiche sind durch weniger frequenzstarke Nutzungen und einen geringeren Filialisierungsgrad geprägt. Zudem weisen sie einen schwächeren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang auf, was unter anderem in einer geringeren Handeldichte zum Ausdruck kommt. Ein Magnetbetrieb fehlt in diesen Bereichen.

Lagespezifische Empfehlungen: Nebenlage

- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion
- Sicherung und Stärkung von kleinteiligen Einzelhandelsangeboten
- Erhalt und Stärkung von zentrenergänzenden Funktionen bzw. der Funktionsvielfalt (bspw. Gastronomie, Wochenmarkt)
- Positivraum für arrondierende Nutzungen und Angeboten als funktionale Ergänzung zur Hauptlage
- sofern möglich: Aktivierung von Leerständen, sofern nicht möglich Nachnutzung abseits des Einzelhandels
- **Zielperspektive „Kleinteiliger Handel“: Lagebereich im Schwerpunkt mit einer Funktionsmischung aus kleinteiligem Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen**

Der **Ergänzungsbereich** umfasst die Lagen im ZVB Innenstadt, welche eine deutlich untergeordnete Handelsfunktion aufweisen und die Hauptlagen funktional ergänzen (u.a. Burgfreiheit, Hinter d. Schule, Holzer Straße, Perkstraße, Ständehausstraße). Der Fokus liegt hier auf den zentrenergänzenden Funktionen.

Lagespezifische Empfehlungen: Ergänzungsbereich

- Sicherung als ergänzender Lagebereich des Zentrums mit Schwerpunkt einzelhandelsferne Nutzungen (insb. Kultur, öffentliche Einrichtungen, Dienstleister)
- Fokus im Bereich des Einzelhandels: Frequenzunabhängiger Einzelhandel mit Zielkundschaft
- Weitere Stärkung des Lagebereichs als Aufenthaltsort und Inwertsetzung der historischen Struktur
- Betonung der Eingangssituationen zur Innenstadt

- Nach Möglichkeit Verbesserung des städtebaulich-funktionalen Zusammenhangs zwischen den weiteren Hauptlagen (insb. Verbindung Hauptlage- erweiterte Hauptlage)
- **Zielperspektive: Schwerpunktraum für ergänzende Nutzungen, Eingangssituationen, Einzelhandel insb. Einzelhandel mit Zielpublikum.**

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Alfeld für die Stadt ist vor allem die Sicherung und Weiterentwicklung im Sinne einer mittelzentralen Versorgungsfunktion eine künftige Herausforderung, aus welcher nachfolgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele abgeleitet werden. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt, die einen Bezug zur Innenstadt aufweisen, berücksichtigt werden.

Entwicklungsziele Innenstadt Alfeld

- Ausweisung des ZVB Innenstadt als zentraler Versorgungsstandort für die Stadt Alfeld mit einer mittelzentralen Versorgungsfunktion in den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern
- Sicherung und Erhöhung der Funktionsvielfalt des ZVB Innenstadt (Attraktivierung Wohnen, Erhalt und Stärkung von Festen in der Innenstadt (z.B. Frühlingsfest), Sicherung und Stärkung der Aufenthaltsqualität, ggf. auch durch temporäre Maßnahmen)
- Qualitative und branchenspezifische Abrundung des Einzelhandelsangebotes
- Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften
- Gleichzeitig Sicherung und Stärkung sowie Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe
- Erhalt und Stärkung der städtebaulich-funktionalen Verbindung
- Umnutzung bestehender Leerstände ggf. auch durch Zwischennutzungen oder Nutzungen abseits des Einzelhandels
- Fortführung der Modernisierung und Instandsetzung Gebäude und Ladenlokale

6.2 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.6 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in der Stadt ausgesprochen.

6.2.1 Nahversorgungsstandorte

In der Stadt wird die Fortschreibung bzw. Ausweisung sogenannter Nahversorgungsstandorte geprüft. Dabei handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die Anforderungen der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nah-

versorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln.

Die Prüfung von Nahversorgungsstandorten in diesem Bericht orientiert sich an den Bestandsstrukturen sowie an aktuellen Planvorhaben in der Stadt. Um auch zukünftige, zum Zeitpunkt der Konzeptausarbeitung noch nicht absehbare Standortentwicklungen bewerten zu können, werden im Folgenden die durch das Einzelhandelskonzept vorgegebenen Kriterien für Nahversorgungsstandorte aufgeführt.

Kriterien für Nahversorgungsstandorte

- **Der Standort muss städtebaulich integriert sein:** Der Standort muss im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung stehen bzw. soll idealerweise größtenteils von Wohnbebauung umgeben sein. Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren). Bei einer perspektivischen bauleitplanerisch gesicherten Realisation der städtebaulichen Integration gilt dieses Kriterium ebenfalls als erfüllt.
- **Der Standort soll in das Netz des ÖPNV eingebunden sein:** Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr optimal dar.
- **Der Standort soll nicht zu stark in die Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche eingreifen:** Zentrale Versorgungsbereiche sind die primären Standortbereiche zur Sicherung der Nahversorgung. Nahversorgungsstandorte sichern nachgeordnet die wohnortnahe Versorgung von Siedlungsbereichen, die (auch perspektivisch) nicht ausreichend durch zentrale Versorgungsbereiche versorgt werden. Diese Funktion ist bei einer zu großen Nähe von Nahversorgungsstandorten an zentrale Versorgungsbereiche i. d. R. nicht erfüllt. Darüber hinaus können bei einer zu großen Nähe städtebaulich negative Wechselwirkungen zwischen Betrieben an Nahversorgungsstandorten und Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen nicht ausgeschlossen werden. In dem Zusammenhang ist jedoch zu berücksichtigen, inwieweit in einem bestehenden zentralen Versorgungsbereich entsprechende Versorgungsstrukturen bereits vorhanden sind, bzw. sich perspektivisch realisieren lassen. So kann ein Lebensmittelmarkt, der sich an einen zentralen Versorgungsbereich anschmiegt, grundsätzlich auch zu dessen Stärkung und Frequentierung beitragen, wenn innerhalb des Zentrums keine entsprechenden Strukturen verortet sind und sich diese perspektivisch auch nicht realisieren ließen. Dies ist im Einzelfall zu prüfen und städtebaulich zu bewerten.
- **Ausrichtung auf Nahversorgung:** Das Einzelhandelsangebot eines Lebensmittelmarktes (Bestand/geplant) ist überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet. Dieses Kriterium gilt als erfüllt, wenn mind. 90 % der Verkaufsfläche

für den kurzfristigen Bedarf aufgewendet werden. Hiervon abweichen können max. Fachgeschäfte.

- **Der Standort soll wesentlich zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung beitragen:** Das Kriterium ist als erfüllt anzusehen, wenn der Standort die Nahversorgung als Ganzes verbessert bzw. sichert. Dabei muss ein überwiegender Teil folgender Teilkriterien erfüllt sein:
 - Sicherung/Optimierung der räumlichen Nahversorgung: Ein nicht unerheblicher Anteil der Bevölkerung im fußläufigen Nahbereich des Standortes soll insb. durch diesen Standort versorgt werden.
 - Sicherung/Optimierung der quantitativen Nahversorgung: Der (Vorhaben-)Betrieb am Standort soll im situativen Nahbereich zur Verbesserung der räumlichen – insbesondere fußläufigen bzw. wohnortsnahen Nahversorgung – beitragen. Es wird als Orientierungswert eine Kaufkraftabschöpfung von 50% im jeweils situativen Nahbereich angenommen.
 - Sicherung/Optimierung der qualitativen Nahversorgung: Der (Vorhaben-) Betrieb am Standort soll zur Verbesserung des Betriebstypenmixes, z. B. bei fehlendem oder nicht marktgängigem Lebensmittelvollsortimenten, bzw. zum Erhalt attraktiver Nahversorgungsstrukturen beitragen.

Im Rahmen der Konzeptfortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt werden Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet identifiziert und ausgewiesen. Dabei handelt es sich um Ansiedlungen von strukturprägenden bzw. großflächigen Lebensmittelmärkten in städtebaulich integrierter Lage, die zum Teil durch kleinteilige Einzelhandelsbetriebe und zentrenergänzende Funktionen ergänzt werden. Die solitären Nahversorgungsstandorte übernehmen eine wichtige Funktion im Rahmen der wohnortnahen Grundversorgung.

Prüfung Standortbereich Hildesheimer Straße

Am Nahversorgungsstandort Hildesheimer Straße befindet sich ein Lebensmittel-supermarkt (Edeka) sowie eine Bäckerei, ein Blumen- sowie Zeitungsgeschäft. Der Standort befindet sich östlich der Kernstadt, umgeben von Wohnbebauung und einer leichten gewerblichen Prägung im Osten, womit er sich in städtebaulich integrierter Lage befindet. Der Standort gewährleistet eine qualitativ und quantitativ hochwertige Nahversorgung durch ein vollsortimentiertes Angebot, und nimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die nordöstliche Kernstadt ein. Die Anbindung an das öffentliche Nahverkehrsnetz ist durch die Bushaltestelle Neuer Friedhof/Hildesheimer Straße in 200 Metern Entfernung sichergestellt. Somit erfüllt dieser Standort die Anforderungen an Nahversorgungsstandorte und wird daher als **Nahversorgungsstandort Hildesheimer Straße** ausgewiesen.

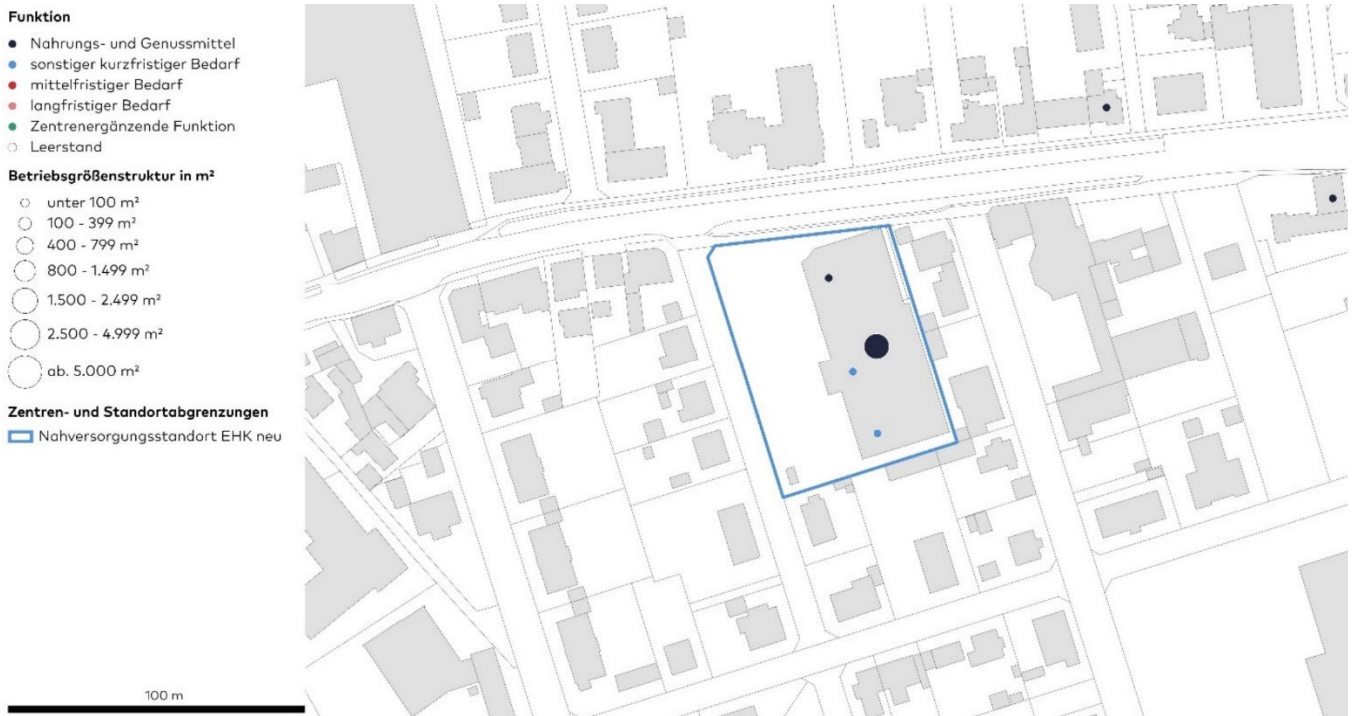


Abbildung 32: Bewertung des Standorts Hildesheimer Straße (Edeka)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine).

Tabelle 11: Bewertung des Standorts Hildesheimer Straße (Edeka)

Standortmerkmale

Städtebauliche Integration	○ ○ ●
ÖPNV-Erreichbarkeit	○ ○ ●
Ausrichtung auf Nahversorgung	○ ○ ●
Sicherung/Optimierung der Nahversorgung	○ ○ ●
Eignung als Nahversorgungsstandort	○ ○ ●
Ausweisung als Nahversorgungsstandort	✓

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als **Nahversorgungsstandort Hildesheimer Straße**
- Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung des Angebotes entsprechend der Versorgungsfunktion.

Prüfung Standortbereich August-Wegener-Straße

Am Standortbereich August-Wegener-Straße befindet sich ein Lebensmitteldiscounter (Aldi Nord). Der Standort liegt im Osten am Siedlungsrand und ist im Norden von Wohnbebauung und im Osten von Seniorenwohnen umgeben und befindet sich somit in städtebaulich integrierter Lage. Der Standort sichert insbesondere die quantitative Versorgungsfunktion für die Ortsteile Langenholzen und Sack, bietet aufgrund des discountorientierten Angebotes jedoch nur eine bedingte qualitative Versorgung. Die Anbindung an das öffentliche Nahverkehrsnetz ist durch die Bushaltestellen Senator-Behrens-Straße oder Langenholzen in jeweils etwa 600 Metern Entfernung gewährleistet, aufgrund der Entfernung zu den beiden Bushaltestellen ist die Anbindung jedoch nicht als optimal zu werten. Aktuell bestehen jedoch Bestrebungen im unmittelbaren Umfeld des Lebensmittelmarktes ein zusätzliches Haltestellenpaar zu schaffen. Der Standortbereich erfüllt somit weitgehend die Anforderungen an Nahversorgungsstandorte und wird daher als **Nahversorgungsstandort August-Wegener-Straße** ausgewiesen.

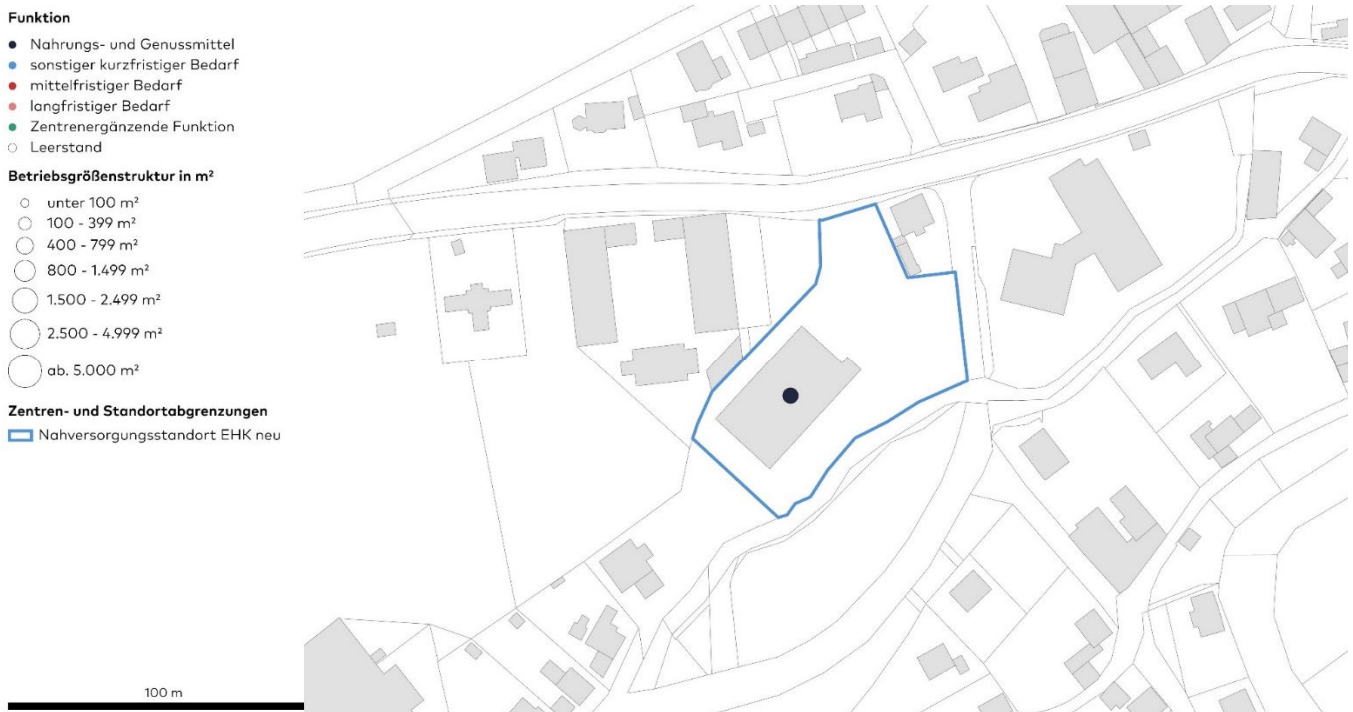


Abbildung 33: Bewertung des Standorts August-Wegener-Straße (Aldi Nord)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023; Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine).

Tabelle 12: Bewertung des Standorts August-Wegener-Straße (Aldi Nord)

Standortmerkmale

Städtebauliche Integration	
ÖPNV-Erreichbarkeit	
Ausrichtung auf Nahversorgung	
Sicherung/Optimierung der Nahversorgung	
Eignung als Nahversorgungsstandort	
Ausweisung als Nahversorgungsstandort	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als **Nahversorgungsstandort August-Wegener-Straße**
- Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung des Angebotes entsprechend der Versorgungsfunktion.
- Verbesserung der ÖPNV-Anbindung: In dem Zusammenhang wird aktuell die Installation eines weiteren Bushaltestellenpaares im unmittelbaren Umfeld des Lebensmittelmarktes geprüft.

Prüfung Standortbereich Im Perk

In der Stadt Alfeld (Leine) ist die Verlagerung und Erweiterung eines LIDL-Marktes von der Hannoversche Straße 46 an den Standort Im Perk geplant. In diesem Zuge ist ebenfalls die Ansiedlung eines dm-Marktes am neuen Standort vorgesehen. Die städtebaulichen Entwicklungszielstellungen der Stadt Alfeld (Leine) sind in dem Zusammenhang die Verbesserung der Versorgungssituation durch eine Verlagerung eines bislang nicht integrierten Lebensmittelmarktes in eine integrierte Lage sowie die Stärkung des städtischen Versorgungsangebotes im Bereich der Drogeriewaren.

Das Umfeld des Vorhabenstandortes wird neben Wohnbebauung auch durch Gewerbenutzungen und einen Kleingartenverein geprägt. Der Anschluss an das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) erfolgt über die nahegelegene Bushaltestelle „Perkwall/Sedanstraße“ rd. 300 m südöstlich des Vorhabenstandortes. Hier verkehren zahlreiche Buslinien. Die Erreichbarkeit mittels ÖPNV ist daher als ortsüblich zu bezeichnen. Der Standort würde eine Versorgungsfunktion für die nördliche Kernstadt und den bisher unterversorgten Ortsteil Eimsen einnehmen.

Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich ist die Innenstadt Alfeld rd. 300 m südöstlich des Vorhabenstandortes. Wechselwirkungen mit dem dortigen bisher einzigen strukturprägenden Drogeriemarkt in Alfeld sind zu erwarten, jedoch ist die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarktes aufgrund des Störfallbetriebes und der kleinteiligen Innenstadtstruktur aus fachlicher Sicht kaum umsetzbar. Die genauen vorhabenbedingten Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich sind durch eine Auswirkungsanalyse festzustellen.

Der Standortbereich erfüllt insgesamt die Anforderungen an Nahversorgungsstandorte und wird daher als perspektivischer **Nahversorgungsstandort Im Perk** ausgewiesen.

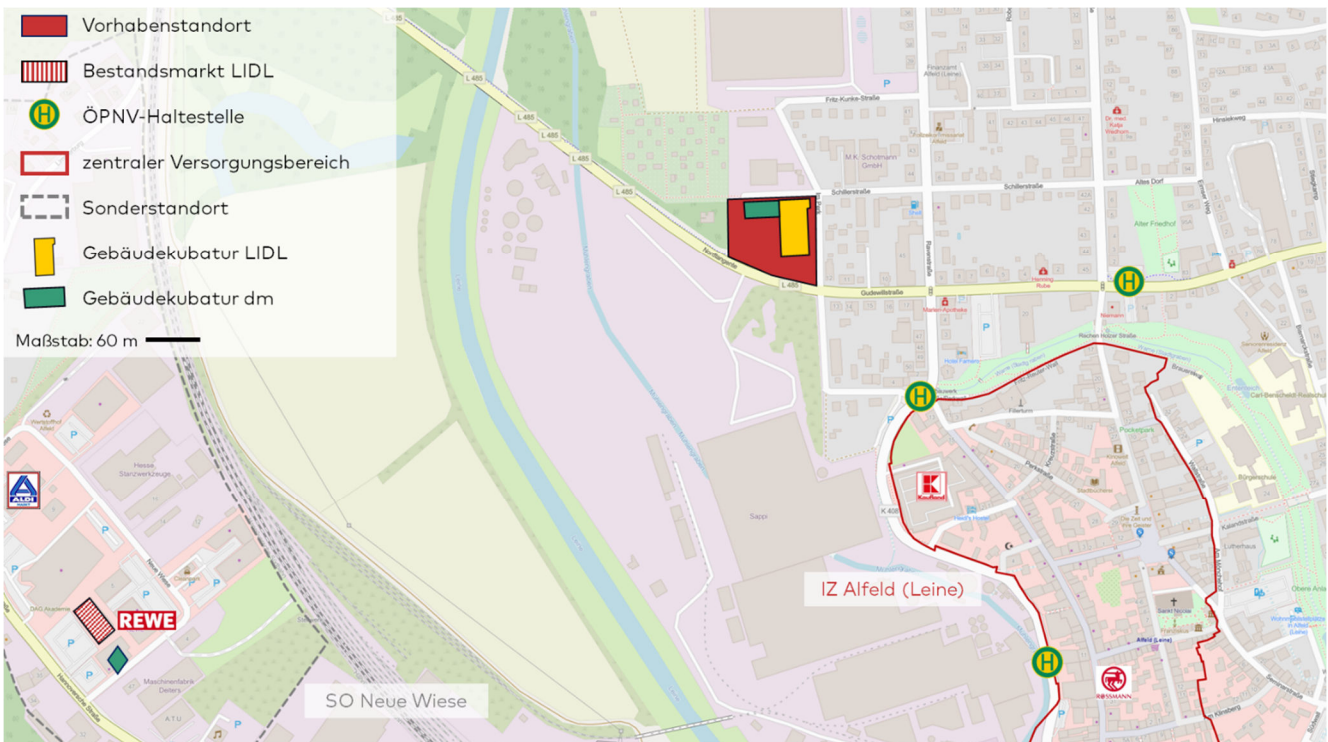


Abbildung 34: Bewertung des Standorts Im Perk (Lidl, dm)

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Tabelle 13: Bewertung des Standorts Im Perk (Lidl, dm)

Standortmerkmale

Städtebauliche Integration	○ ● ●
ÖPNV-Erreichbarkeit	○ ● ●
Ausrichtung auf Nahversorgung	○ ○ ●
Sicherung/Optimierung der Nahversorgung	○ ○ ●
Eignung als Nahversorgungsstandort	○ ● ●
Ausweisung als perspektivischer Nahversorgungsstandort	✓

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als perspektivischer **Nahversorgungsstandort Im Perk**
- Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung des Angebotes entsprechend der Versorgungsfunktion.

6.2.2 Handlungsprioritäten

Da bei einem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume bezogen auf die gesamte Stadt oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städte-

baulich relevante Größenordnungen erreicht werden, die wiederum mit Betriebs-schließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen. Im Sinne der übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung sowie unter Beachtung der vorrangigen Versorgungsfunktion, der Steuerungsleitsätze und der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale werden für die Nahversorgung daher nachfolgende Empfehlungen für die Weiterentwicklung ausgesprochen:

Empfehlungen zur Nahversorgung in der Stadt Alfeld

Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf den zentralen Versorgungsbereich

- Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen, insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels

Ziel 2: Integrierte Nahversorgungsstandorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Entwicklung, Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung von Nahversorgungsstandorten
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen an städtebaulich-funktional nicht gewünschten Standorten resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen, insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels
- gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Nahversorgung (auch in Nachbargemeinden) vermeiden

Ziel 3: Keine Ansiedlung sowie restriktiver Umgang mit Erweiterungen in dezentralen Lagen (unter Beachtung möglicher Planungsschäden)

- In dezentralen Lagen sollen keine Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden
- Mögliche Ausnahmen: Tankstellenshops, Kioske, Hofläden

Sonstige Empfehlungen:

- Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes (ohne negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Nahversorgung)
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Modernität, Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung von alternativen Angeboten (bspw. 24-h Markt, Hofläden, Lebensmittelhandwerkern mit erweitertem Sortimentsangebot, Lieferdienste) in kleineren Ortsteilen bzw. Randbereichen ohne das Kaufkraftpotenzial für einen eigenen marktgängigen „Standard“-Lebensmittelmarkt

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 6.4.2), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des zentralen Versorgungsbereiches als auch der wohnortnahen Versorgung in

der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

6.3 SONDERSTANDORTKONZEPT

Neben dem zentralen Versorgungsbereich und den Nahversorgungsstandorten bestehen in der Stadt drei weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomerationen mit einem gewissen Standortgewicht bzw. mit einer perspektivischen Bedeutung für den Einzelhandel. Zur Erhöhung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes der Stadt kann die Angebotsergänzung mit großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment im Rahmen der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale eine wichtige Rolle spielen. Hier ist aus städtebaulicher und stadtentwicklungspolitischer Sicht eine Bündelung dieser Angebote an ausgewählten Standorten sinnvoll.

Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt werden die drei Sonderstandorte aus dem EHK 2012 fortgeschrieben. Die grundsätzlichen Entwicklungszielstellungen sind bei der Entwicklung aller bestehenden und zukünftigen Sonderstandorte zu beachten. Nachfolgend werden die empfohlenen Sonderstandorte mit den wesentlichen Rahmenbedingungen sowie weiteren standortspezifischen Entwicklungsempfehlungen dargestellt.

6.3.1 Sonderstandort Neue Wiese/Limmerburg

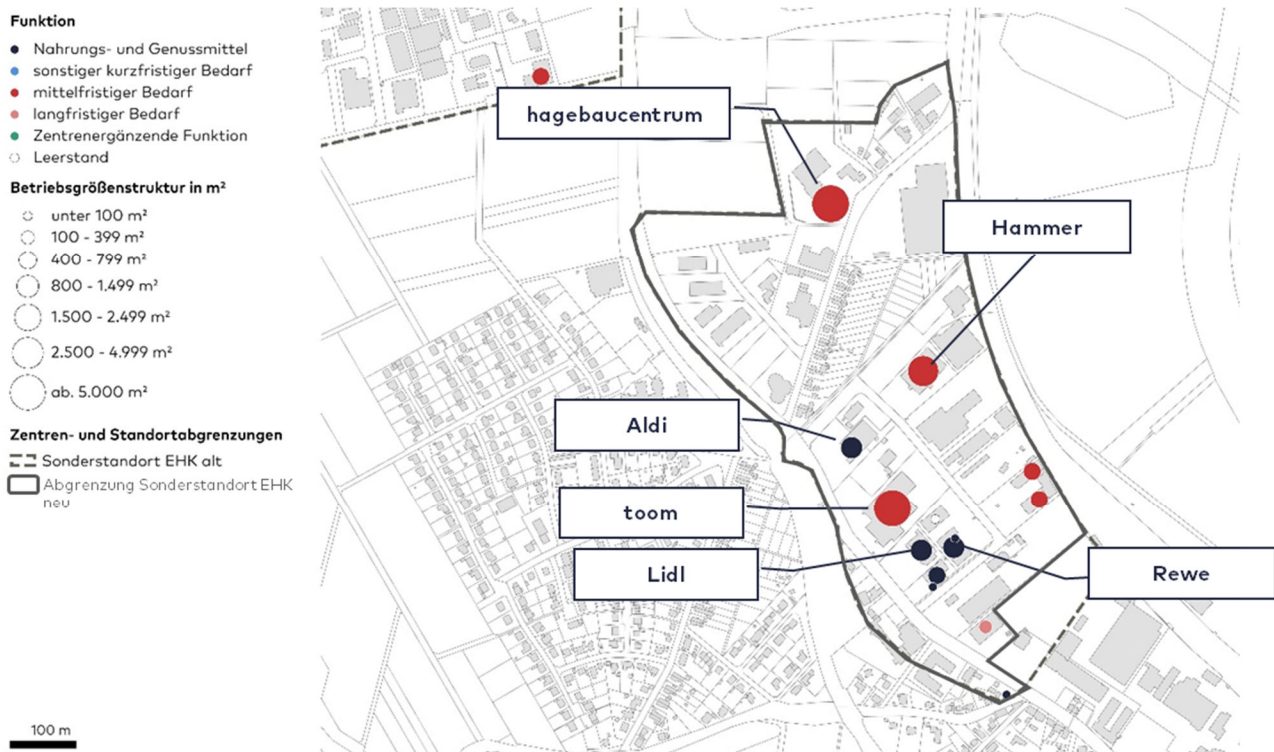


Abbildung 35: Sonderstandort Neue Wiese/Limmerburg

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023, aktualisiert 08/2024; Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine).

Der Standortbereich Neue Wiese/Limmerburg befindet sich westlich der Kernstadt in dezentraler Lage. Durch die direkte Lage an der B 3 und der Hannoversche Straße besteht eine sehr gute verkehrliche Anbindung an das überörtliche Straßennetz, aber auch die Innenstadt ist gut erreichbar. Der Standort verfügt über

eine Versorgungsfunktion für das westlich angrenzende Wohngebiet, ist darüber hinaus jedoch eher auf Autokunden ausgerichtet.

Der Angebotsschwerpunkt liegt in den Sortimenten Baumarktsortiment i.e.S., Pflanzen- und Gartenbedarf und Nahrungs- und Genussmitteln. Ergänzt wird das Angebot durch Fachmärkte im Sortiment Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren. Damit umfasst der Standort einen Angebotsschwerpunkt im mittelfristigen Sortimentsbereich, weist in hohem Maße jedoch auch nahversorgungsrelevante sowie innerstädtische Leitsortimente auf. Der zentral gelegene Lebensmitteldiscounter Lidl wird voraussichtlich seinen Standort an den Nahversorgungsstandort Im Perk verlagern. In dem Zusammenhang wird eine Nachnutzung mit nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment empfohlen.

Durch die Ausrichtung auf Autokunden und die funktionale Gestaltung der Gebäude ist das Erscheinungsbild funktional gestaltet, weshalb der Standort nur eine geringe Aufenthaltsqualität bietet. Zudem weisen einzelne Fachmärkte einen nicht mehr zeitgemäßen Marktauftritt auf.

Der Standort wird als Sonderstandort fortgeschrieben. Im Südosten wird die Abgrenzung des Sonderstandortes um zwei Flurstücke verkleinert, auf beiden Flurstücken wird von Seiten der Stadt Alfeld keine Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben angestrebt. Für den Sonderstandort werden folgende Entwicklungsempfehlungen ausgesprochen:

Entwicklungsempfehlungen Neue Wiese/Limmerburg

- Positivstandort für Einzelhandel mit nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment
- Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment haben Bestandsschutz, geringfügige Veränderungen im Rahmen von Modernisierungsmaßnahmen sollen zum Erhalt der genehmigten Nutzung möglich sein.
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächen-erweiterungen von Betrieben mit zentrenrelevantem sowie zentren- sowie nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment.

6.3.2 Sonderstandort Limmer-West

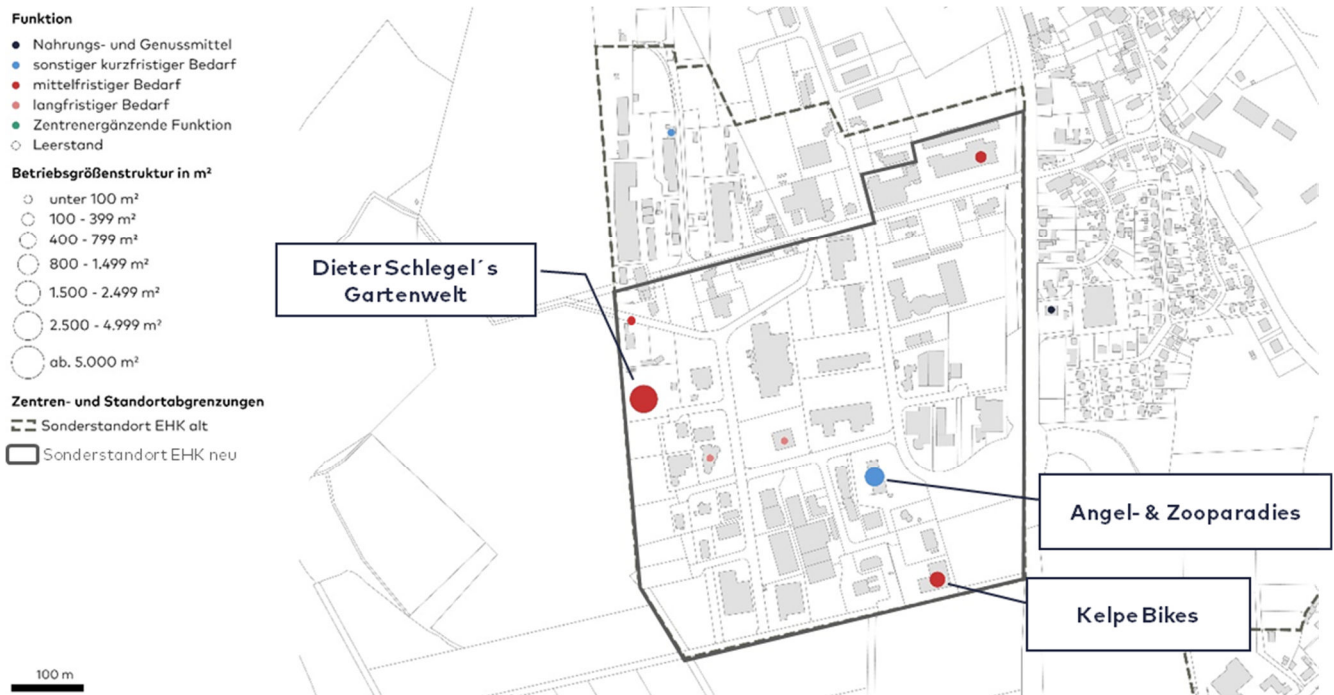


Abbildung 36: Sonderstandort Limmer-West

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023, aktualisiert 08/2024; Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine).

Der Sonderstandort liegt im Süden des Ortsteils Limmer in dezentraler Lage in gewerblich/industriell geprägtem Umfeld. Aufgrund der Lage an der B3, ausreichenden Parkplätzen und der Bushaltestelle Limmer ist er mit dem MIV sowie dem ÖPNV gut erreichbar. Der Angebotsschwerpunkt liegt in den Sortimenten zoologischer Bedarf, Pflanzen-/Gartenbedarf und Sportartikel/Fahrräder/Camping. Somit ist der Standort geprägt von Angebotsstrukturen überwiegend im mittelfristigen Bedarfsbereich. Die Versorgungsfunktion im kurzfristigen Bedarfsbereich beschränkt sich auf das Sortiment Blumen/zoologischer Bedarf. Aufgrund geringer Angebotsstrukturen im nördlichen Bereich wird die Abgrenzung entlang des Bruncker Stieges gekürzt. Der Standort wird als Sonderstandort fortgeschrieben. Für den Bereich werden folgende Entwicklungsempfehlungen ausgesprochen:

Entwicklungsempfehlungen Sonderstandort Limmer-West

- Positivstandort für Einzelhandel mit nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment
- Fokus auf Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Versorgungsfunktion (i.S. der städtischen Gesamtzentralität)
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von Betrieben mit zentrenrelevantem sowie zentren- sowie nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment.

6.3.3 Sonderstandort Am Bahnhof

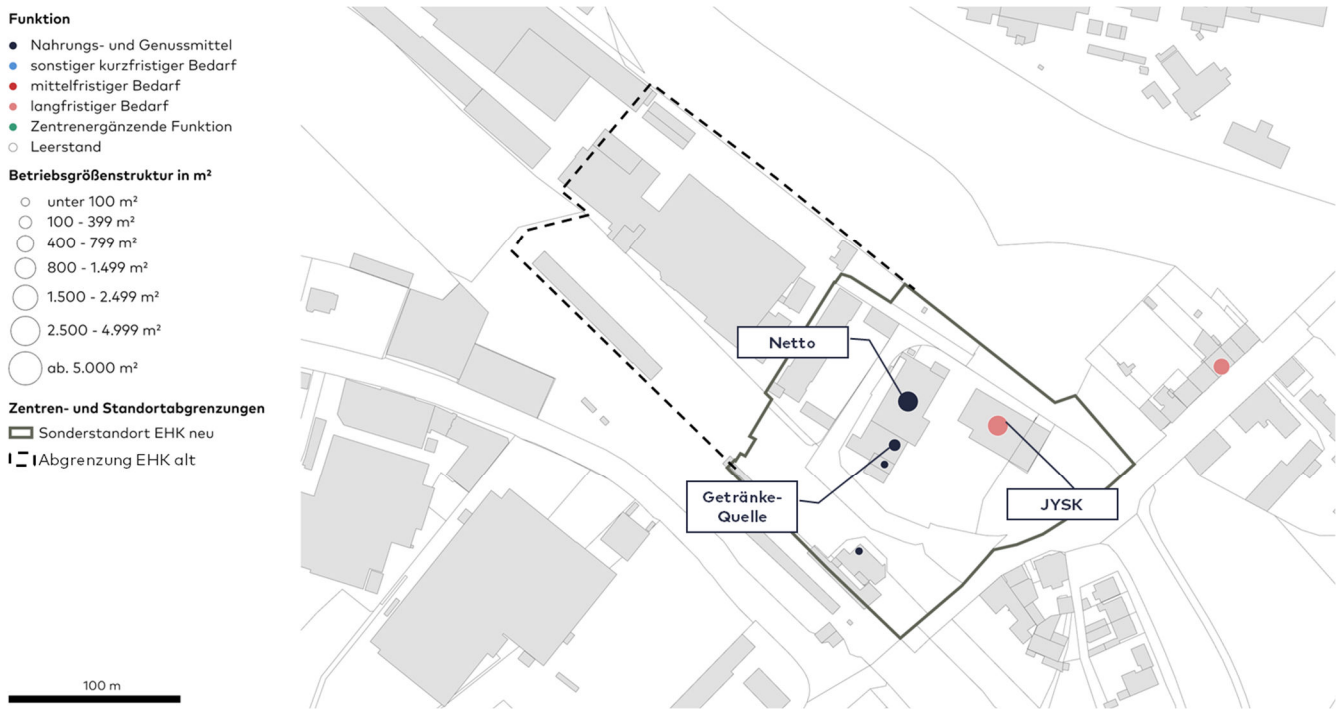


Abbildung 37: Sonderstandort Am Bahnhof

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 04/2023, aktualisiert 08/2024; Kartengrundlage: Stadt Alfeld (Leine).

Der Sonderstandort Am Bahnhof befindet sich südwestlich der Kernstadt in teilintegrierter Lage am Bahnhof Alfeld und weist einen gewissen räumlich-funktionalen Bezug zur südlich gelegenen Wohnbebauung auf. Aufgrund der Lage am Bahnhof und ausreichenden Parkplätzen ist die Erreichbarkeit mit MIV als auch ÖPNV gegeben. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (Netto, Getränke-Quelle, Kiosk) und Möbel, womit der Standort von Angebotsstrukturen im kurz- und langfristigen Bedarfsbereich geprägt ist. Das funktionale Erscheinungsbild des Standorts beeinträchtigt die Aufenthaltsqualität. Er übernimmt die Versorgungsfunktion für den Durchgangsverkehr und das südwestliche Gebiet der Kernstadt, das jedoch vorwiegend gewerblich und industriell geprägt ist. Zudem gibt es angrenzend strukturprägenden Leerstand. Da das Gebäude unter Denkmalschutz steht, sind die Entwicklungsmöglichkeiten für großflächigen Einzelhandel jedoch eingeschränkt. Die Abgrenzung des Sonderstandortes wird im Nordwesten aufgrund gewerblicher Nutzung eingeschränkt. Der Standort wird als Sonderstandort fortgeschrieben. Für den Bereich werden folgende Entwicklungsempfehlungen ausgesprochen:

Entwicklungsempfehlungen Sonderstandort Am Bahnhof

- Positivstandort für Einzelhandel mit nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment
- Lebensmittelmarkt weist eine gewisse Versorgungsfunktion für das westliche Stadtgebiet auf, im Falle einer Planung einer Verkaufsflächenerweiterung sollte eine vorhabenspezifische Bewertung im Rahmen einer Auswirkungsanalyse erfolgen
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen von Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment

- Reaktivierung des denkmalgeschützten Gebäudes im nördlichen Standortbereich (auch außerhalb des Einzelhandels)

6.4 SORTIMENTSLISTE

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in der Stadt als zentrenrelevant, als zentren- und nahversorgungsrelevant sowie als nicht zentrenrelevant und als nicht zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht. Dabei wird die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2012 in modifizierter Form fortgeschrieben.

6.4.1 Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die den Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und
- die dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentralen Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

6.4.2 Sortimentsliste für die Stadt Alfeld („Alfelder Liste“)

Neben den rechtlichen Anforderungen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Alfeld aus dem Jahr 2012 ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente. Des Weiteren wird das Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes (WZ 2008) bei der Bewertung berücksichtigt. Für eine ausführliche Sortimentsliste mit Bezug zum Warenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes wird auf den Anhang verwiesen.

Tabelle 14: Sortimentsliste für die Stadt Alfeld (Kurzfassung)

zentrenrelevante Sortimente	nahversorgungsrelevante Sortimente*	nicht zentrenrelevante Sortimente**
Augenoptik	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	Angeln
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel	Bettwaren, Matratzen
Briefmarken und Münzen	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Baumarktsortiment i. e. S.
Bücher	(Schnitt-)Blumen	Campingartikel (ohne Campingmöbel)
Elektrogroßgeräte	Zeitungen/Zeitschriften	Fahrräder und Zubehör
Elektrokleingeräte		Gardinen, Sicht-/ Sonnenschutz
Glas/Porzellan/Keramik		Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)
Heimtextilien		Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Hausrat/Haushaltswaren		Kinderwagen
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		Lampen/Leuchten
Kürschnerware		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		Pflanzen/Samen
Musikinstrumente und Musikalien		Teppiche (Einzelware)
Neue Medien/Unterhaltungselektronik		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf		
Parfümerieartikel und Kosmetika		
Schuhe, Lederwaren		
Spielwaren		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf		
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel). Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * gleichzeitig auch zentrenrelevant; ** gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant; erläuternd, aber nicht abschließend.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2012 ergeben sich folgende wesentliche Änderungen:

- Zusammenfassung der Sortimente **Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör, Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger), Computer (PC-Hardware und -Software) und Telekommunikationsmittel** und Zuordnung zum neu geschaffenen Sortiment **Neue Medien/Unterhaltungselektronik**.
- Aufteilung des Sortiments **Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/ Sonnenschutz)** in die Sortimente **Heimtextilien als zentrenrelevantes Sortiment** und **Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz** (weiterhin nicht zentren- und nicht- nahversorgungsrelevant).
- Aufteilung **Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel)** in **Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)** (zentren- und nahversorgungsrelevant) und **Parfümerieartikel und Kosmetika (zentrenrelevant)**.
- Zusammenfassung der Sortimente **Bettwaren und Matratzen**.
- Auflösung des Sortiments **Erotikartikel** (bisher nicht zentren- und nahversorgungsrelevant) und Überführung in eindeutig zuordbare Sortimente

- Neue Sortimente: **Briefmarken und Münzen, Kürschnerwaren**

Gegenüber der Annahme des LROP Niedersachsen, wird bei folgenden Sortimenten aufgrund der örtlichen Situation der Stadt von der Regelannahme der Zentrenrelevanz abgewichen:

- Fortschreibung der Steuerungslogik der Sortimentsliste des EHK 2012 durch Einstufung des Sortiments **Teppiche (Einzelware)** aufgrund geringer Prägung des zentralen Versorgungsbereiches und Beschaffenheit sowie Größe des Sortiments als nicht-zentrenrelevant und nicht-nahversorgungsrelevant.
- Fortschreibung der Steuerungslogik der Sortimentsliste des EHK 2012 durch Einstufung der Sortimente **Campingartikel (ohne Campingmöbel) und Fahrräder und Zubehör**, die aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit Merkmale eines nicht-zentrenrelevanten Sortimentes aufweisen als nicht-zentrenrelevant.
- Einstufung des Sortiments **Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (ohne Tiernahrung)** aufgrund geringer Prägung des zentralen Versorgungsbereiches als nicht-zentrenrelevant. Vorhandene Strukturen von Betrieben mit diesem Sortiment werden durch einen Fachmarkt außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches geprägt, daher wird hier die Steuerungslogik der Sortimentsliste des EHK 2012 fortgeschrieben.
- Fortschreibung der Steuerungslogik der Sortimentsliste des EHK 2012 durch Einstufung des Sortiments **Lampen/Leuchten** als nicht zentren- und nicht-nahversorgungsrelevant, da sich rd. 97% der sortimentspezifischen Verkaufsfläche an dezentralen Standorten befinden.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2008) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden (vgl. Anhang), um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

6.5 STEUERUNGSLEITSÄTZE

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in der Stadt und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

6.5.1 Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt insbesondere zugunsten einer samtgemeindlichen gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

6.5.2 Steuerungsleitsätze für die Stadt Alfeld

Folgende Steuerungsleitsätze werden für die Stadt empfohlen:

Leitsatz I: Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment soll primär auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentriert werden.

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär und ohne Verkaufsflächenbegrenzung auf den **ZVB Innenstadt** fokussiert werden, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Innenstadt zu begünstigen.
- In den sonstigen **städtebaulich integrierten Lagen** sollen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment deutlich untergeordnet und nur zur Versorgung des „engeren Gebietes“ (i. d. R. Läden zur Versorgung des Gebietes) angesiedelt werden.
- **In dezentralen Lagen** sollen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment restriktiv gehandhabt werden.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Innenstadt Alfeld als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für die Innenstadt von Alfeld daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei dem Hauptzentrum um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt begründet sich aus dem Schutz des zentralen Versorgungsbereichs vor einem zu deutlichen Standortgewicht an den hierarchisch nachgeordneten Standorten. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche angemessener Entwicklungsrahmen für diese erhalten.

Zusätzlich zu den genannten Regelungen können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortiment auch in den sonstigen städtebaulich integrierten

Lagen ausnahmsweise, in stark begrenztem Maße und deutlich untergeordnet zulässig sein, wenn keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind i. d. R. dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment eine strukturprägende Größenordnung nicht überschreiten und überwiegend das auf die Nahversorgung bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell im „engeren Gebiet“ begrenzt ergänzen.

Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär im zentralen Versorgungsbereich und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Nahversorgungsstandorten vorgesehen werden.

- Aufgrund der hohen Bedeutung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz, sollen Einzelhandelsvorhaben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment weiterhin primär auf den **zentralen Versorgungsbereich** fokussiert werden (klein- und großflächig).
- Sekundär zur Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung sind Lebensmittelmärkte auch nachgeordnet an **Nahversorgungsstandorten zulässig**, sofern negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und das Vorhaben standortgerecht dimensioniert ist.
- In sonstigen **städtebaulich integrierten** Lagen nur ausnahmsweise deutlich nachgeordnet (deutlich kleinflächig) zur Versorgung des „engeren Gebietes“ (z. B. Lebensmittelhandwerk, Nachbarschafts-/Convenienceladen).
- In **städtebaulich nicht integrierten** Lagen sollen keine Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden (als Ausnahme möglich: Tankstellenshops, Kioske, Hofläden). Zudem Beachtung des Bestandsschutzes und Vermeidung möglicher Planungsschäden.

Zur Sicherung bzw. Entwicklung der Nahversorgung können nachgeordnet auch an **Nahversorgungsstandorten** (siehe Kriterien zu Nahversorgungsstandorten und Standortbewertungen im Nahversorgungskonzept) Lebensmittelmärkte gemäß der formulierten Entwicklungsziele und -empfehlungen (siehe Kapitel 6.2) vorgesehen werden, sofern negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und das Vorhaben standortgerecht dimensioniert ist.³² Drogeriefachmärkte sind aufgrund ihrer Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nur ausnahmsweise an Nahversorgungsstandorten zulässig; hierbei ist eine Risikoabschätzung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorzunehmen und dessen Ergebnis sorgfältig städtebaulich abzuwägen. Mehr als unerhebliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt müssen in dem Zusammenhang ausgeschlossen werden können.

³² Neben den im Konzept ausgewiesenen (bestandsorientierten) Nahversorgungsstandorten können zukünftig auch weitere Lagen als Nahversorgungsstandort eingestuft werden, sofern sie die konzeptionellen Kriterien eines Nahversorgungsstandortes (siehe dazu auch Kapitel 6.2.1) erfüllen.

Dabei soll (gemäß der übergeordneten Entwicklungszielstellungen) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei den zentralen Versorgungsbereich zu schädigen oder in seinen Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Unabhängig davon kann **in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** und deutlich nachgeordnet kleinflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Form von Betrieben des Lebensmittelhandwerks oder so genannten Nachbarschafts- oder Convenienceläden als Ergänzung zur bestehenden Nahversorgungsstruktur zulässig sein, sofern diese der Versorgung des „engeren Gebietes“ dienen und die Konzeptkonformität gewahrt wird.

In städtebaulich dezentralen Lagen ist zukünftig kein Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorzusehen. Ausnahmsweise können hier deutlich kleinflächige Tankstellenshops, Hofläden oder Kioske zugelassen werden.

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollten primär an den Sonderstandorten oder im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden. Darüber hinaus ist eine Ansiedlung grundsätzlich auch an anderen Standorten im gesamten Stadtgebiet möglich (großflächig nur im zentralen Siedlungsgebiet), wenn städtebauliche und/oder stadtentwicklungspolitische Gründe dafür und raumordnerische nicht dagegen sprechen.

- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist die Verkaufsfläche der zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente gemäß der landesplanerischen Vorgaben auf **max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche** eines Vorhabens und maximal 800 m² zu begrenzen – eine **ausdifferenzierte Begrenzung** der einzelnen Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden (unter Beachtung bestehenden Baurechts und möglicher Planungsschäden).
- Es soll stets eine deutliche **inhaltliche Zuordnung** des Randsortiments³³ zum Hauptsortiment gegeben sein.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich im gesamten Gebiet der Stadt vorgesehen werden, wenn und/oder stadtentwicklungspolitische Gründe dafür und landesplanerische nicht dagegen sprechen, in dem Zusammenhang sind großflächige Betriebe nur im zentralen Siedlungsbereich landesplanerisch möglich.

Dabei sollen nach Möglichkeit großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment auf die Sonderstandorte und den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Alfeld fokussiert werden. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind die

³³ Der Begriff Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil des OVG NRW – AZ: 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

Verkaufsflächen der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente auf bis **zu 10 % bzw. max. 800 m² der Gesamtverkaufsfläche** je Betrieb zu begrenzen. Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden. Zudem soll stets **eine deutlich inhaltliche Zuordnung** des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

Leitsatz IV: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben.

Zulässig sind derartige Betriebe, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und
- eine Verkaufsflächenobergrenze von **max. 800 m²** nicht überschreitet

Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Ebenso sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte Waren** veräußern oder die Waren (im Falle eines Handwerksbetriebs) als **branchenübliches Zubehör** betrachtet werden können bzw. im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.

Entsprechende Ausnahmeregelungen für den „Annexhandel“ auf Grundlage des §31 Abs. 1 BauGB sind sorgfältig im Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten.

Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des **§35 BauGB bzw. 201 BauGB**.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

7

Schlusswort

Die Stadt Alfeld (Leine) verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung– Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzepts durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 38).

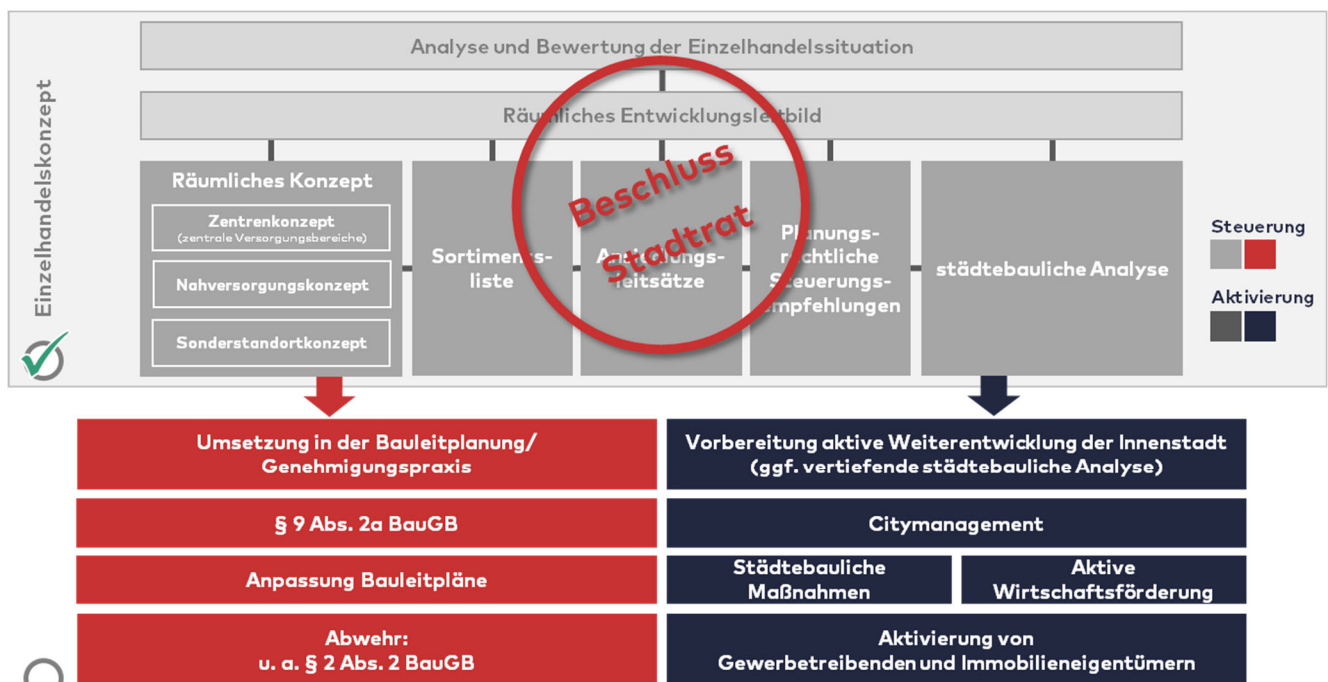


Abbildung 38: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive gesamtgemeindliche Politik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Um den Einzelhandel in der Stadt Alfeld wirkungsvoll steuern zu können, soll das **Einzelhandelskonzept im Rahmen der Bauleitplanung umgesetzt** werden. Hierzu ist zu prüfen, inwieweit bestehende Festsetzungen in Bebauungsplänen den Entwicklungszielstellungen des Einzelhandelskonzeptes entsprechen und ob diese in Hinblick auf die aktuelle Rechtsprechung angepasst werden müssten. Darüber hinaus ist zu prüfen, inwieweit die bestehende bauleitplanerische Steuerung an derer Nutzungen von der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes tangiert

wird. Ebenso ist zu prüfen, inwieweit eine bauleitplanerische Steuerung von weiteren Nutzungen, die wesentlich zur attraktiven Nutzungsmischung der Innenstadt beitragen, sinnvoll ist (bspw. Gastronomie auf Grundlage eines **Gastroniekonzeptes**).

Obschon dieses **Einzelhandelskonzept** zunächst ein **primär stadtplanerisches Instrumentarium** darstellt, kann es darüber hinaus auch für aktivierende Maßnahmen abseits der Bauleitplanung einen wertvollen Beitrag leisten, so z. B. für die Weiterentwicklung der Innenstadt als multifunktionales, resilientes Stadtzentrum. In dem Zusammenhang kann das Einzelhandelskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt bieten, um sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten (insbesondere benachbarte Städte und Gemeinden) sowie dem Online-Handel zu positionieren. Hierzu sind eine zielgruppenspezifische Betrachtung, eine Ausrichtung auf die Visitor Journey sowie spezifische Beteiligungsformate zu empfehlen, anhand derer konkrete Maßnahmen mit unterschiedlichen Umsetzungshorizonten abgeleitet werden können, beispielsweise im Rahmen eines konkreten **Innenstadtentwicklungskonzepts**.

Durch die aktuellen weltweiten, multiplen Krisen (Auswirkungen der Post-Corona Phase, Ukrainekrieg, Energiekrise, Rezession) ist aus fachgutachterlicher Sicht von Folgewirkungen auf die Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Stadt auszugehen. Da das Ende der Krisen noch nicht endgültig absehbar ist, kann derzeit keine abschließende Bewertung der Auswirkungen vorgenommen werden. Von einer Verstärkung des Trends von stationären zu digitalen Absatzkanälen ist allerdings auszugehen. Neben den unterschiedlichen Branchen des Einzelhandels stehen auch weitere wichtige Frequenznutzungen in Zentren vor der Herausforderung, die wirtschaftlichen Verwerfungen zu kompensieren. Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein **Bedarf zur Fortschreibung** der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu **aktualisierendes Einzelhandelskonzept** zu erkennen. Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzeptes bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß **alle fünf Jahre** bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzeptes erfolgen sollte.

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2023): Retail Real Estate Report Germany 2023/2024. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2022): Online-Monitor 2021. Berlin.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2022): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2022. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Landkreis Hildesheim (2016): Regionales Raumordnungsprogramm für den Landkreis Hildesheim. Hildesheim.

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2022): Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP-VO). Hannover.

Stadt+Handel (2012): Erarbeitung eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts für den Einzelhandel (Einzelhandelskonzept für die Stadt Alfeld (Leine).

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

DATENBANKEN

Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.): statistik.arbeitsagentur.de

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Landesamt für Statistik Niedersachsen (Hrsg.): statistik.niedersachsen.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG	SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes..... 11
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse14
Abbildung 3:	Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster16
Abbildung 4:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz18
Abbildung 5:	Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2022....19
Abbildung 6:	Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland20
Abbildung 7:	Entwicklung der Verkaufsflächen der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland21
Abbildung 8:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten..... 22
Abbildung 9:	Zentralörtliche Funktion Alfeld 22
Abbildung 10:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Alfeld und Umgebung 26
Abbildung 11:	Einzelhandelsbestand in Alfeld (Leine) nach Warengruppen und Lagebereichen..... 27
Abbildung 12:	Sortimentspezifische Einzelhandelszentralität von der Stadt Alfeld (Leine)31
Abbildung 13:	„In welche der folgenden Betriebsformen kann ihr Betrieb eingeordnet werden“ (links) und „Welches Sortiment bieten sie hauptsächlich an“ (rechts)..... 35
Abbildung 14:	„Haben Sie Bedarf an einer Erweiterung oder Betriebsvergrößerung am bestehenden Standort? Falls ja, ist dies am bestehenden Standort möglich?“ 35
Abbildung 15:	„Wie beurteilen Sie die Zukunftsperspektive für Ihren Betrieb am derzeitigen Standort?“ 36
Abbildung 16:	„Welche der folgenden Aspekte bzgl. Ihres Betriebsumfeldes sind für den Geschäftserfolg Ihres Betriebs besonders wichtig?“ 37
Abbildung 17:	„Hat Ihr Unternehmen Bedarf an einem Citymanagement? Falls ja, welche Aufgaben sollte das Citymanagement erfüllen?“ 37
Abbildung 18:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt..... 42
Abbildung 19:	Räumliche Nahversorgungssituation in Alfeld (Leine)..... 44
Abbildung 20:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für die Stadt Alfeld..... 46

Abbildung 21:	Methodik zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsperspektiven	47
Abbildung 22:	Einwohnerprognose für die Stadt Alfeld (Leine)	49
Abbildung 23:	Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland....	50
Abbildung 24:	Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel	51
Abbildung 25:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	52
Abbildung 26:	Prognostizierte Entwicklung des Online-Handels bis 2027 differenziert nach Sortimenten	53
Abbildung 27:	Warenspezifische Entwicklungsperspektive	54
Abbildung 28:	Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)	59
Abbildung 29:	Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen	62
Abbildung 30:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Alfeld.....	65
Abbildung 31:	Innere Organisation der Innenstadt Alfeld.....	66
Abbildung 32:	Bewertung des Standorts Hildesheimer Straße (Edeka).....	71
Abbildung 33:	Bewertung des Standorts August-Wegener-Straße (Aldi Nord).....	72
Abbildung 34:	Bewertung des Standorts Im Perk (Lidl, dm)	74
Abbildung 35:	Sonderstandort Neue Wiese/Limmerburg	76
Abbildung 36:	Sonderstandort Limmer-West	78
Abbildung 37:	Sonderstandort Am Bahnhof.....	79
Abbildung 38:	Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive gesamtgemeindliche Politik.....	88

Tabellenverzeichnis

TABELLE		SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen.....	12
Tabelle 2:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Alfeld (Leine).....	24
Tabelle 3:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreis Hildesheim	24
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen.....	25
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand in Alfeld (Leine)	27
Tabelle 6:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in der Stadt Alfeld (Leine).....	30
Tabelle 7:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Alfeld (Leine).....	42
Tabelle 8:	Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven der Stadt Alfeld.....	55
Tabelle 9:	Handlungsbedarfe für die Stadt Alfeld bis 2028	56
Tabelle 10:	Ausstattungskennwerte des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Alfeld.....	65
Tabelle 11:	Bewertung des Standorts Hildesheimer Straße (Edeka).....	71
Tabelle 12:	Bewertung des Standorts August-Wegener-Straße (Aldi Nord).....	73
Tabelle 13:	Bewertung des Standorts Im Perk (Rewe, dm).....	74
Tabelle 14:	Sortimentsliste für die Stadt Alfeld (Kurzfassung)	82
Tabelle 15:	Sortimentsliste für die Stadt Alfeld (Langfassung)	95

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch	MIV	motorisierter Individualverkehr
BauNVO	Baunutzungsverordnung	niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung	NuG	Nahrungs- und Genussmittel
BGF	Bruttogeschossfläche	NVS	Nahversorgungsstandort
BNVS	Besonderer Nahversorgungsstandort	ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof	OVG	Oberverwaltungsgericht
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht	PBS	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren
Drog	Drogeriewaren	RROP	Regionales Raumordnungsprogramm
EH	Einzelhandel	siL	städtebaulich integrierte Lage
EHK	Einzelhandelskonzept	VG	Verwaltungsgericht
EuGH	Europäischer Gerichtshof	VKF	Verkaufsfläche
EW	Einwohner	ZVB	zentraler Versorgungsbereich
GPK	Glas, Porzellan, Keramik		
GVKF	Gesamtverkaufsfläche		
LROP	Landes-Raumordnungsprogramm		

Anhang

Tabelle 15: Sortimentsliste für die Stadt Alfeld (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Briefmarken und Münzen	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Elektrogroßgeräte	47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten)
Elektrokleingeräte	47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselaufgaben o. ä.)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Kürschnerwaren	aus 47.71.0	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NUR: Einzelhandel mit Pelzwaren)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln und Anglerbedarf)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3 aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)

(Fortsetzung von Tabelle 15)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75 aus 47.78.9	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wasch- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Angeln	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)
Bettwaren, Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren, Matratzen)
Baummarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1 47.52.3 aus 47.53 aus 47.59.9 aus 47.78.9	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleiseisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten) Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gardinen, Sicht-/ Sonnenschutz	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen)
Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9 aus 47.52.1	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten) Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleiseisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32 aus 45.40	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1 47.79.1 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Samen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Teppiche (Einzelware)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Alfeld als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

info@stadt-handel.de
www.Stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43