



Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Salzgitter

Auftaktveranstaltung Mittwoch, 01. März 2017

Monika Kollmar, Niederlassungsleitung / Dirk Riedel, Dipl.-Kfm. | Wi.geogr. M.A.



Ausgewählte Tätigkeitsfelder

Grundlagenforschung

Folgewirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Gutachten zu bauplanungsrechtlichen Festsetzungen

Beratung von Bund und Ländern

Markt- und
Meinungsforschung

Fachplanungen

Vergnügungs-
stättenkonzepte



regionale und
kommunale
Einzelhandels- und
Zentrenkonzepte

Nahversorgungskonzepte

(Gerichts-)Gutachterin

Markt- und
Standortanalysen

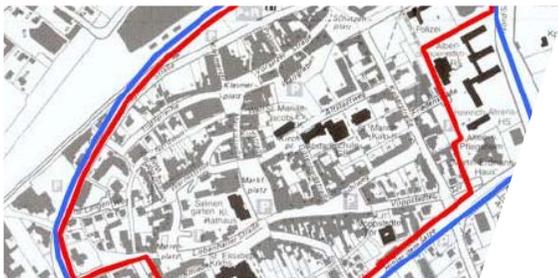
Immobilien-
wirtschaftliche Bewertungen
(Due Diligence)



Allgemeine Trends im Einzelhandel



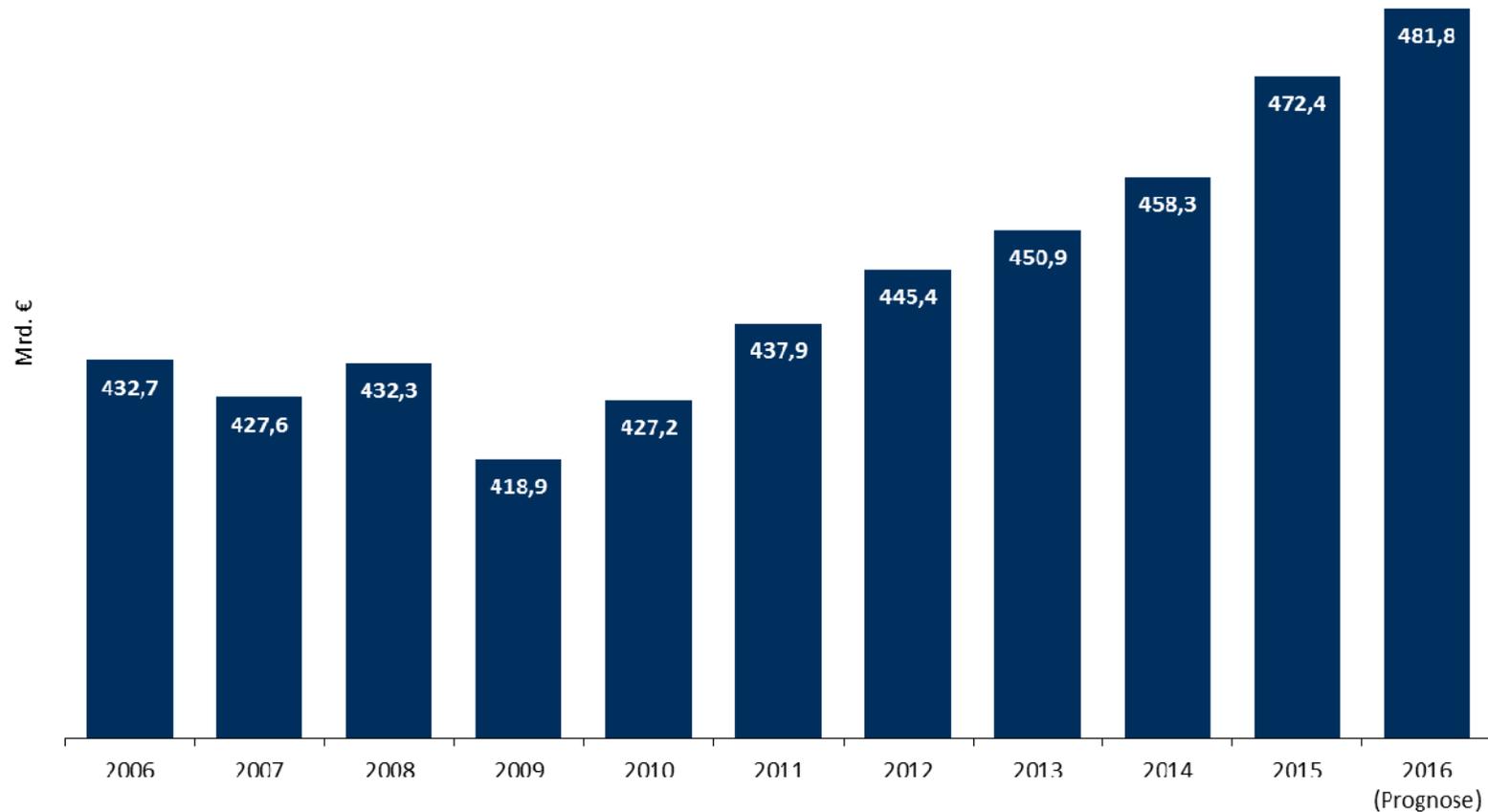
Rechtliche Rahmenbedingungen für den Einzelhandel



Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes



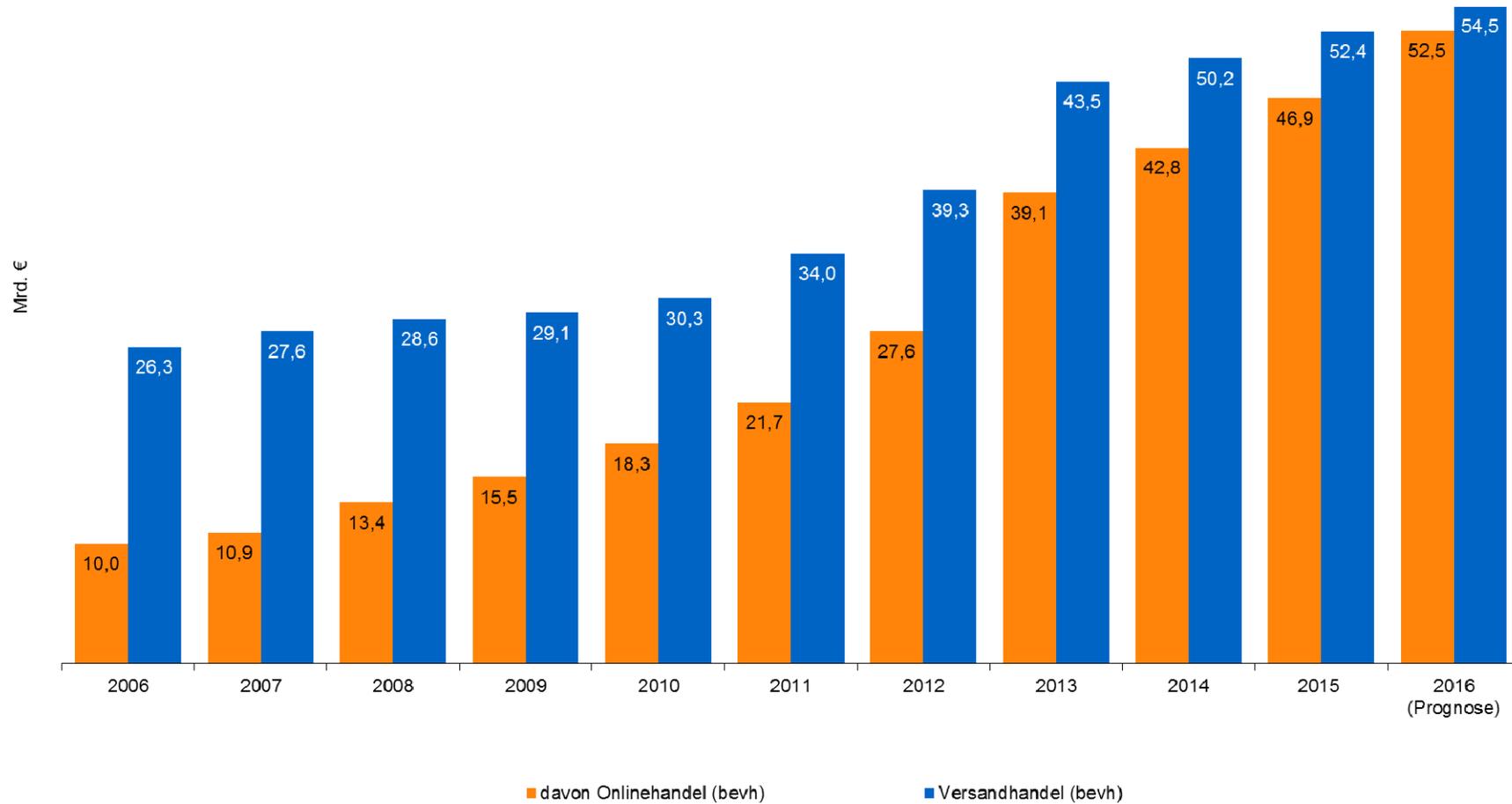
Die Einzelhandelsumsätze steigen wieder, ...



Quelle: GMA-Darstellung nach EHI 2016



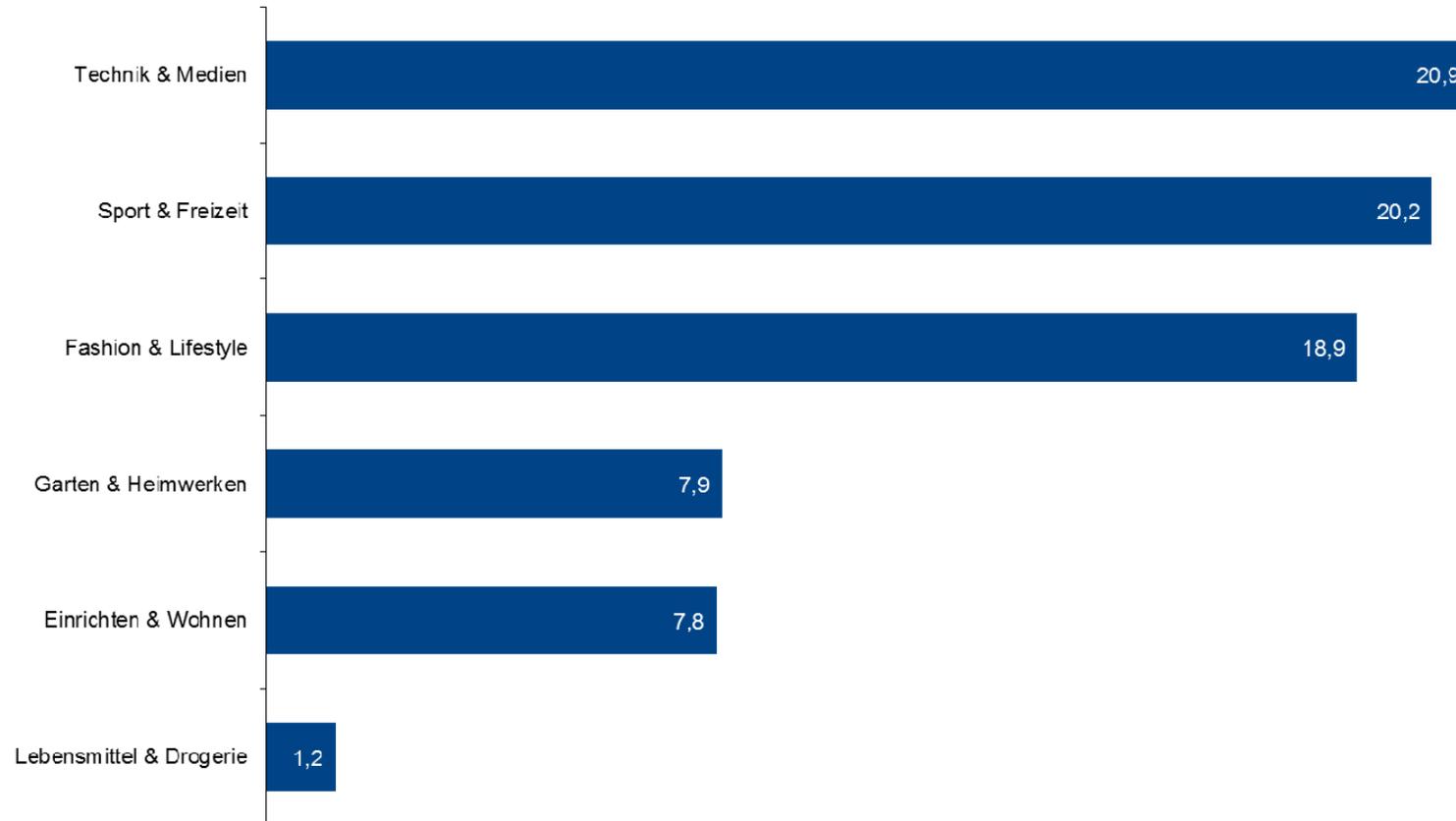
...aber vor allem durch den Onlinehandel...



Quelle: GMA-Darstellung 2017 nach Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh)



... und nicht in allen Branchen gleichermaßen



Quelle: Institut für Handelsforschung (IFH) Köln, Branchenreport Online-Handel 2014



Lebensmitteleinzelhandel braucht größere Verkaufsflächen

Daten	Lebensmittel-discounter	Supermarkt (inkl. Getränkemarkt)	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	800 – 1.500 m ²	1.500 – 2.500 m ²	> 2.500 / 5.000 m ²
Parkplätze	100	100	250
Grundstücksgröße	ab 3.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 8.000 m ²
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 5.000 EW	ab 15.000 EW
Beispiele			

Quelle: GMA-Standortforschung 2016, ca.-Werte, gerundet

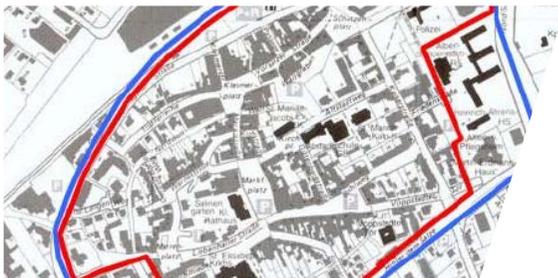




Allgemeine Trends im Einzelhandel



Rechtliche Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

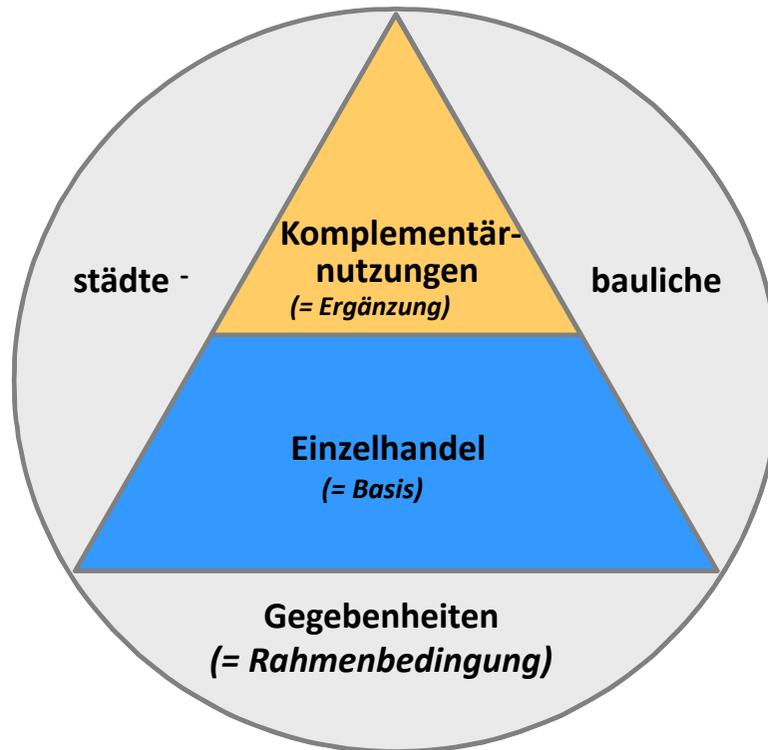


Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes





Bewertungsmaßstäbe / rechtliche Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche...



GMA-Darstellung 2016

Einzelhandel / Komplementärnutzungen:

- /// quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- /// qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

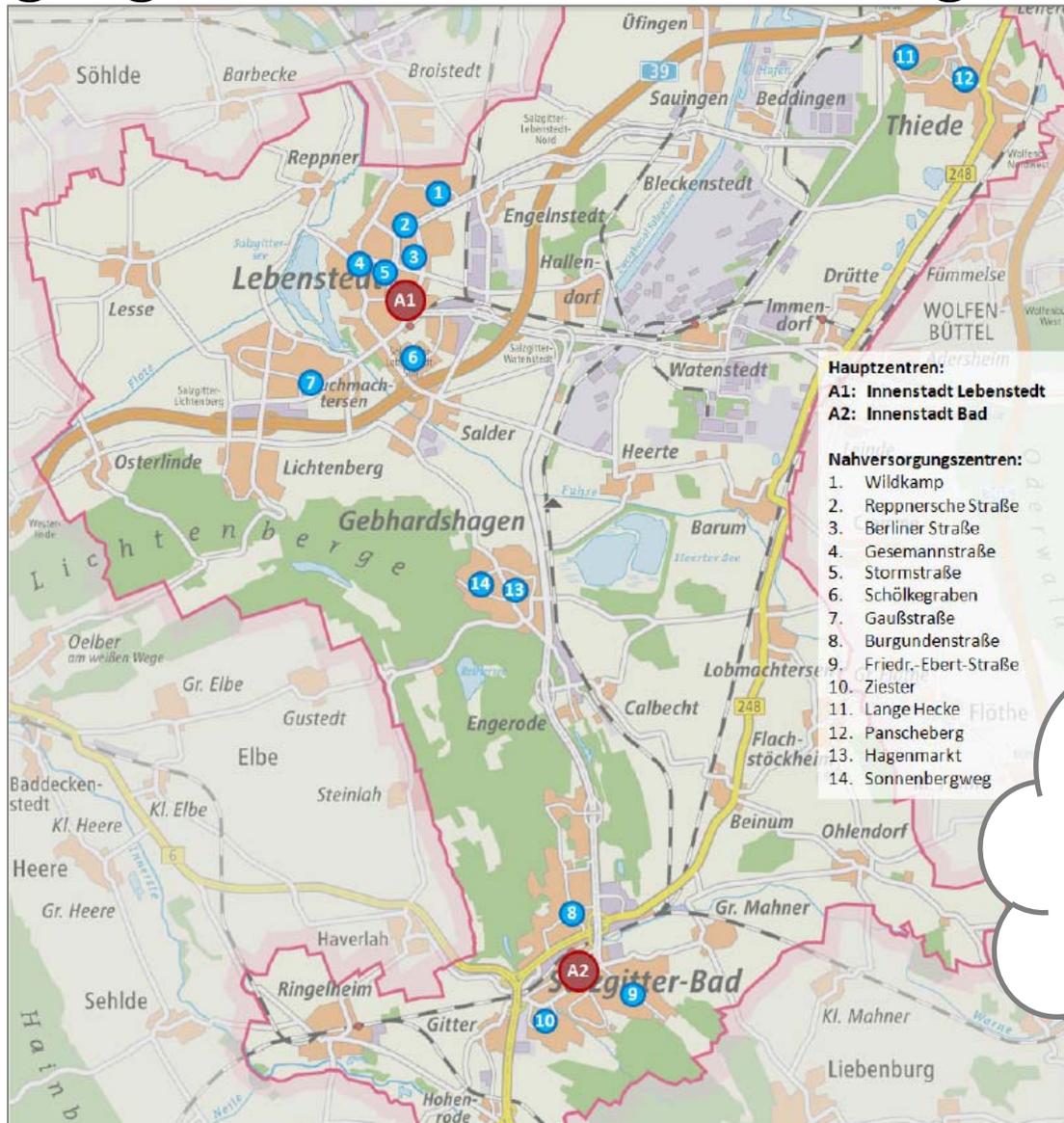
Städtebauliche Gegebenheiten:

- /// stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barrierewirkung / Bahngleise / Topografie / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen etc.)
- /// Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle).

- /// mind. ein größerer Nahversorgungsbetrieb (+ ergänzende Funktionen)
- /// Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus
- /// mit gewisser städtebaulicher Bedeutung (z. B. Aufenthaltsqualität)



...und die Folgen für zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Salzgitter



Quelle: CIMA 2011



Ziele und Grundsätze des neuen LROP-VO für das Land Niedersachsen



- 01 gleichwertige **Lebensverhältnisse**
- 02 Definition von **Einzelhandelsgroßprojekten**
- 03 **Kongruenzgebot**
(periodisch: grundzentral; aperiodisch: oberzentral)
- 04 **Konzentrationsgebot**
- 05 **Integrationsgebot**
Ausnahme: EH-Großprojekte mit > 90 % periodischen Sortimenten
- 06 **Nicht zentrenrelevante Kernsortimente:** Standort, relativer Anteil
zentrenrelevanter Randsortimente, Raumverträglichkeit
- 07 Interkommunale **Abstimmung**
- 08 **Beeinträchtungsverbot**
- 09 **Besondere Ziele** (Tourismusregion Lüneburger Heide)
- 10 Ausnahmen für **Standorte mit herausgehobener Bedeutung**
für die Nahversorgung



Besondere Regelungen im Zweckverband Großraum Braunschweig



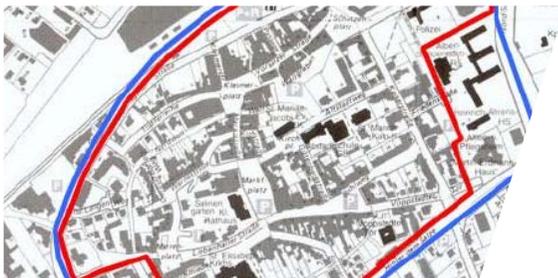
u. a. m.



Allgemeine Trends im Einzelhandel



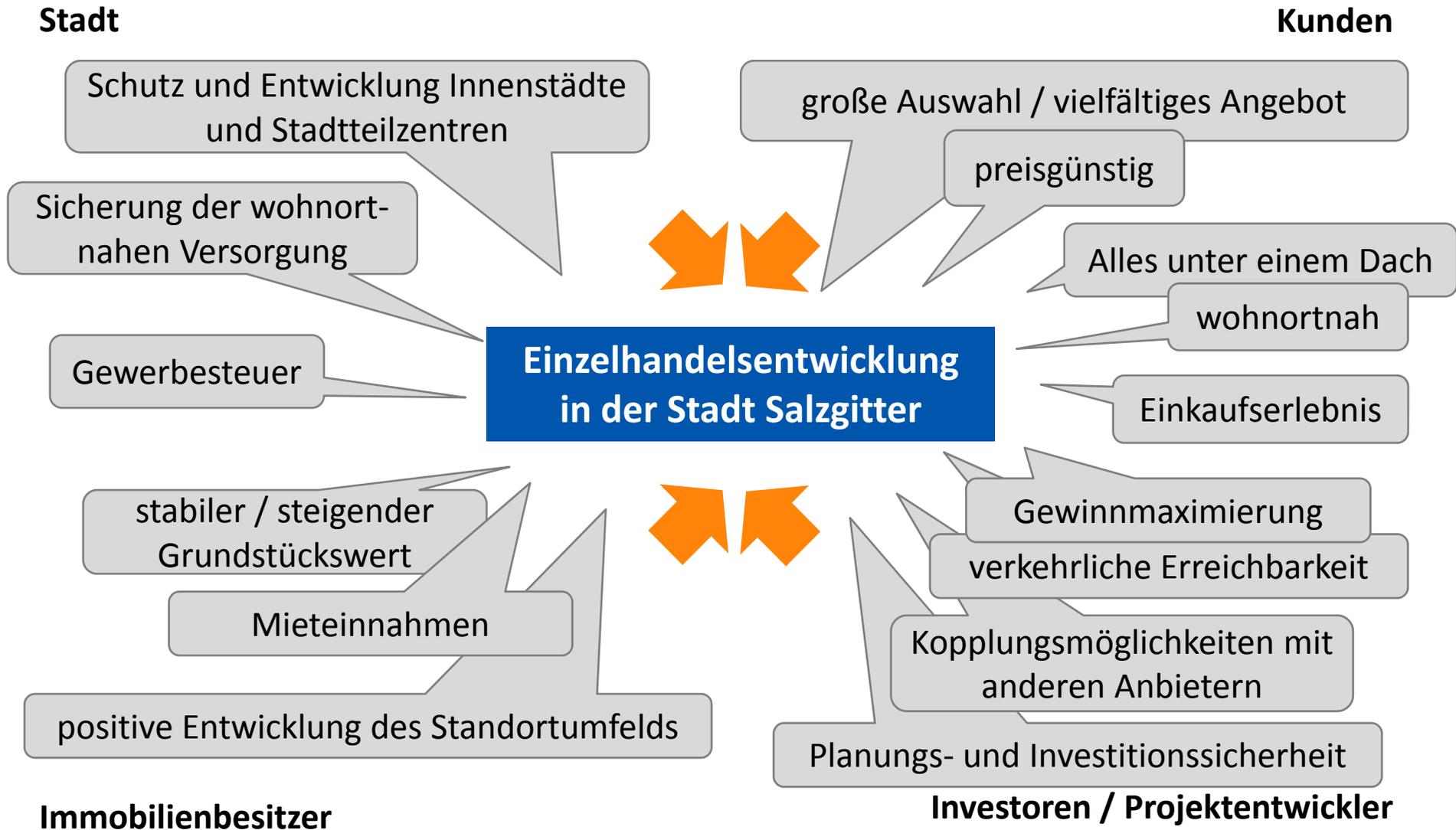
Rechtliche Rahmenbedingungen für den Einzelhandel



Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes



Einzelhandels(entwicklungs-)konzepte und ihre Bedeutung





Arbeitsschritte



- /// Aufbereitung des relevanten **Tatsachenmaterials**
(v. a. Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation, Auswirkungen des Onlinehandels und Bewertung der Versorgungssituation unter Berücksichtigung der Entwicklung seit 2006 bzw. 2008 und 2011)
- /// Bewertung der **Entwicklungsmöglichkeiten**
- /// Überprüfung der räumlichen Abgrenzung und ggf. Neuabgrenzung der **Zentren- und Standortstruktur**
- /// Darstellung der **Entwicklungspotenziale der Zentren / Sonderstandorte**
- /// Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung **Nahversorgung**
- /// Fortschreibung der **Sortimentsliste** für die Stadt Salzgitter
- /// Empfehlungen zur **Einzelhandelssteuerung / B-Plan-Festsetzungen**



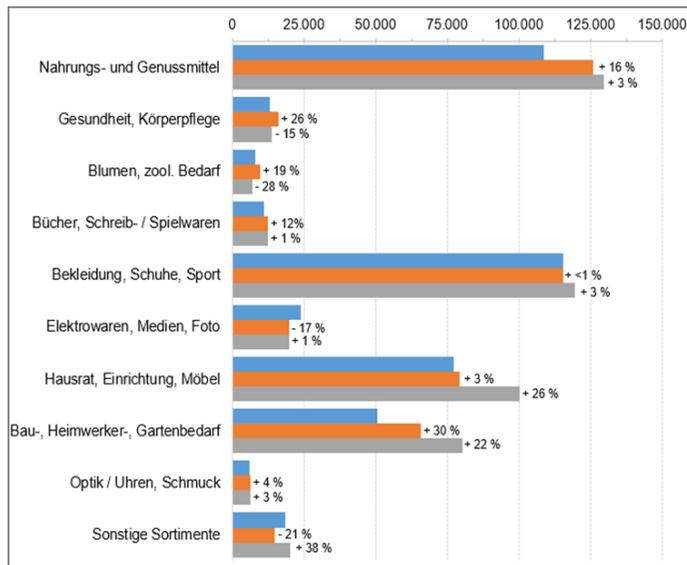
Projekttablauf





Methodische Bausteine (a)

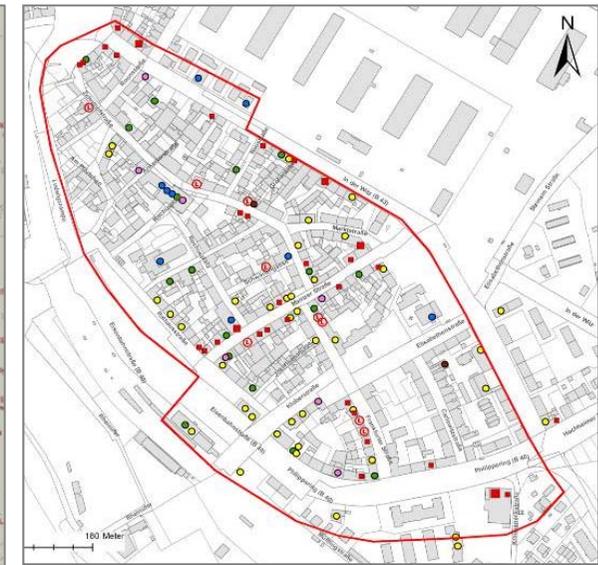
- Vor-Ort-Erhebung und Kartierung des **Einzelhandels** (inkl. Tankstellen und Ladenhandwerk) sowie Umsatzschätzung
- Erhebung und Kartierung der **sonstigen zentrenprägenden Nutzungen** und der **Leerstände** in zentralen Versorgungsbereichen
- **städtebauliche Analyse** der Einzelhandelsstandorte
- Analyse der **Nachfragesituation** (Marktgebiet, Kaufkraft usw.)



Quelle: GMA 2015



Quelle: EEK 2011, CIMA



Quelle: GMA 2015



Methodische Bausteine (b)

/// Einzelhandelsbefragung
(schriftlich oder online)



/// Expertengespräche

/// telefonische Haushaltsbefragung
(ca. 800 telefonische Interviews und ggf. online)



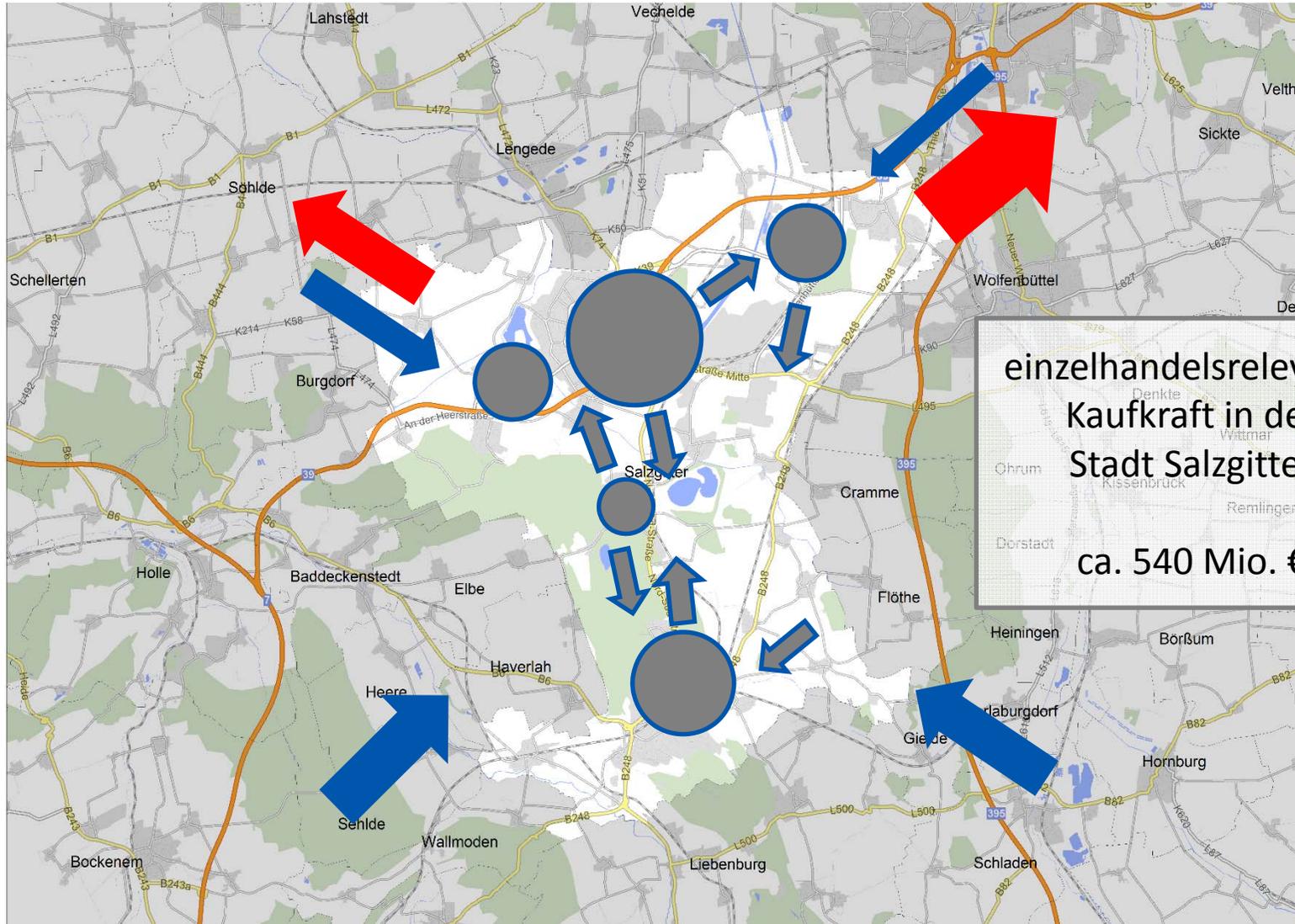
/// Passantenbefragung
(in den Innenstädten Lebenstedt und Bad)

/// Kundenherkunftserhebung
(in / an ausgewählten Nahversorgungszentren / Standorten)





Auf Basis der Untersuchungen sind umfangreiche Auswertungen möglich





Wesentliche Bausteine für das Einzelhandelskonzept

Städtebauliche Zielsetzungen der zukünftigen Standortpolitik

Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Salzgitter 2017

Standortkonzept

**Wo soll
Handel stattfinden?**

- Zentren- / Standortstruktur
- zentrale Versorgungsbereiche
- Nahversorgungslagen
- Sonderlagen

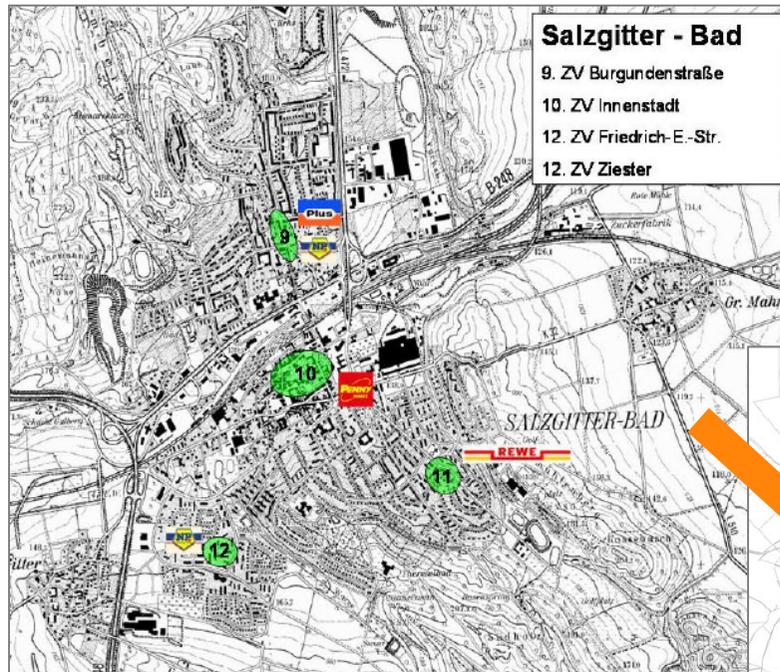
Sortimentskonzept

**Welches Sortiment soll
wo zulässig sein?**

- derzeitige räumliche Verteilung
- städtebauliche Zielsetzungen
- Landes- / Regionalplanung

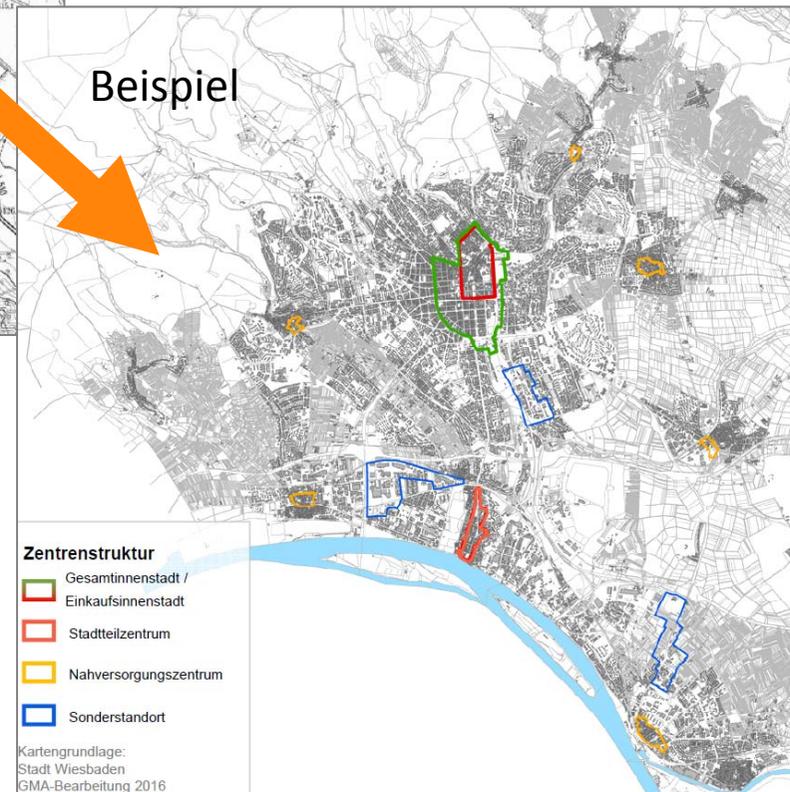


Überprüfung und ggf. Anpassung der Zentren- und Standortstruktur



Quelle:
Einzelhandelsentwicklungs-
konzept 2006, CIMA

Quelle:
Einzelhandelskonzept
Wiesbaden 2015, GMA





Zeitablauf





**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit**



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Siegburger Straße 215

50679 Köln

Telefon: +49 (0) 221 – 989438-0

Telefax: +49 (0) 221 – 989438-19

E-Mail: dirk.riedel@gma.biz

Internet: www.gma.biz