

## **öffentliche Sitzung**

### **Bekanntgabe**

an den

Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Kultur

**Die Verwaltung hat mit der AWTK-Sitzung vom 13.09.2023 den Arbeitsauftrag erhalten, über die wirtschaftliche Situation zu berichten, im Besonderen über den Bereich der Innenstadt.**

Mit dieser schriftlichen Bekanntgabe wird dem o.g. Arbeitsauftrag Folge geleistet:

Grundlage der Beantwortung bilden statistische Zahlenwerte zur Stadt oder zum Landkreis Helmstedt sowie Zahlenmaterial, das die Verwaltung zusammengestellt hat. Manche statistischen Werte werden nur bis zur Landkreisebene erhoben. Die tendenzielle Entwicklung lässt sich dennoch ableiten.

Innenstadt:

#### Aufgaben einer Verwaltung:

Die Aufgaben einer Kommune sind klar definiert über die Tätigkeiten der Fachbereiche Sicherheit und Ordnung und der Bauverwaltung. Darüber hinaus kann die Verwaltung auf freiwilliger Basis in beratender und initiativgebender Form tätig werden (Informationen zu Sanierungsmöglichkeiten, Mitwirken bei Initiativen zu Belebung der Innenstadt, Vermittlerin, Ansprechpartnerin u. ä.)

Der Betrieb eines Einzelhandels, eines Gewerbes oder einer Dienstleistung –ob in Innenstadtlage oder nicht- obliegt dem Zivilrecht. Die Möglichkeit der rechtlichen Einflussnahme einer Stadtverwaltung ist somit begrenzt.

Die Verwaltung kann Einfluss auf die bauliche und ausstattungsstechnische Gestaltung der Innenstadt nehmen. Diese Form der Einflussnahme sollte besondere Beachtung finden, um die vorhandene Kaufkraft in die Innenstadt zu ziehen.

In Eigenverantwortung oder gemeinsam mit anderen Innenstadtakteuren/innen kann diese Einflussnahme durch gezielte Einzelmaßnahmen wie Feste, Aktionen und Angebote gezielt in die Wahrnehmung Dritter gebracht werden.

#### Hemmnisse bei der Innenstadtentwicklung:

Seit 2019 anhaltender Krisenmodus deutschlandweit

Corona, Ukraine-Krieg / Energiekrise mit Rohstoffmangel, Rezession, Inflation sowie der allgemeine „Wandel im Handel“, der stark vom Online- und Versandhandels beeinflusst wird.

Dass Rat und Verwaltung seit längerem sehr aktiv sind, um auf unterschiedlichen Ebenen die Innenstadt zu stärken und den Hemmnissen entgegenzuwirken, wird in der folgenden tabellarischen Aufstellung aufgezeigt:

<b>Maßnahme</b>	<b>jährlich</b>	<b>einmalig</b>
Vollzeitmitarbeiterin in der Verwaltung: Innenstadtentwicklerin zzgl. zeitanteilig Leitung und Sachbearbeitung der Wirtschaftsförderung	EG 11	
Förderung des Vereins HE aktuell/Stadmarketing e.V.	93.200 €	
Zuschuss Weihnachtsbeleuchtung:	476 €	
Mitgliedsbeitrag Helmstedt aktuell	300 €	
Aufwand Betriebshof (inkl. Anschaffungen, Lohnkosten) Rundungswert in 2023, jährlich variierend	22.000 €	
Kultur: Stadtbücherei und Universitätstage	194.100 €	
Sanierungsinvest:		ca. 34.380.829 €
React:		ca. 863.303 €

Nicht berücksichtigt sind die Erstellungskosten und Kosten für Maßnahmen aus den vorhandenen Konzepten wie z.B. dem Einzelhandelskonzept, Stadtentwicklungskonzept

**Fazit:** In der Vergangenheit und der Gegenwart sind Rat und Verwaltung sowohl finanziell als auch personell mit einem hohen Aufwand der Stadtsanierung, der kulturellen Angebote und vielfältiger Maßnahmen nachgekommen, die der Stärkung der Innenstadt dienen.

<b>Aktionen</b>	<b>Bemerkungen</b>
Netzwerk Erlebnis Innenstadt:	Teilnahme relevanter Unternehmensvertreter, im Durchschnitt 2 mehrere Verwaltungsmitarbeitende
Umsetzung der Maßnahmen von der Prioritätenliste aus dem Netzwerk Innenstadt	z. B. Beschaffung Schirme, Parklets, Ersetzung Quin-Möbel
Kreativlabor	Soll in einer anderen Immobilie über Frau Wagner wiederaufgenommen werden.
Aktiv gegen Leerstand und Unterstützung „Start-up“ Leerstandskataster*	„Stadtladen“ in der Kornstraße (weiter dazu auf Seite 3)
Überprüfung eines Gutschein-Modells für die Innenstadt	In Bearbeitung
BID-Initiative:	Bemühungen der Grundstücksinhaber scheiterten aufgrund geringer Beteiligung

Teilnahme von Wifö und Bauplanung an Quartiersmanagement Altstadt der Caritas	Monatlich
Umsetzung Grünflächenkonzept (Begrünung Innenstadt)	Arbeitsgruppe ist einberufen
Helmstedt aktuell e.V.	Regelmäßiger Austausch

Ebenso negativ ist das Niedersächsische Gesetz über Ladenöffnungs- und Verkaufszeiten in seiner jetzigen Fassung, das nicht den Bedarfen der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Erfordernisse angepasst ist. Die bestehenden Gesetzmäßigkeiten lassen die Erfüllung dieser Erwartungshaltung nicht ausreichend zu. Beispielhaft zu erwähnen ist hier: Regelungen zu den Sonntagsverkäufen.

Durch den Onlinehandel ist die Erwartungshaltung im Sinne der „permanenten“ Verfügbarkeit und Vergleichbarkeit der Produkte vor allem hinsichtlich der Preise gestiegen.

Weitere Felder, auf denen die Verwaltung tätig ist:

Die Stadt Helmstedt unterhält eine Gewerbeimmobilienplattform\* (Leerstandskataster), in der auf freiwilliger Basis Eigentümer die Möglichkeit erhalten, ihren Leerstand einzupflegen. Intensiver kann hier nicht unterstützt werden, da wir in den Immobilienmarkler-Markt nicht eingreifen dürfen und wollen.

Ferner ist anzumerken, dass auf das „an-wen-vermietet-wird“ und „ob-überhaupt-vermietet-wird“ die Stadtverwaltung rechtlich gesehen keinen Einfluss hat.

Die Gespräche mit Eigentümer/innen von Innenstadtimmobilen sind durch die Innenstadtentwicklerin gewährleistet und werden ergänzt bzw. derzeit verantwortet durch den Bürgermeister, dem Ersten Stadtrat und der Wirtschaftsförderin.

Die schnelle Kommunikation mit der gesamten Händlerschaft ist nicht möglich, weil nicht alle Händler bereit sind, ihre Mailadressen bekannt zu geben bzw. nicht mehr via Mail kommunizieren. Ein Austausch via Facebook ist zum einen verwaltungsintern nicht gewollt (Datenschutz). Zum anderen deckt es eben auch nicht die ganze Bandbreite der Händlerschaft ab. Via Post ist ebenso nur schwerlich eine Kommunikation möglich. Hinzu kommt, das verstärkt Händler/innen mit Migrationshintergrund tätig sind, die weder das angestrebte Miteinander verstehen, noch in einfache Kommunikation mit uns treten können.

Die Kommunikation per Telefon ist ebenso mühselig, wie die der persönlichen Gesprächsaufnahme, da in vielen Fällen die Eigentümer nicht das Tagesgeschäft abdecken und somit die Entscheidungsträger nicht immer vor Ort sind bzw. nicht direkt telefonisch erreichbar sind. Die interessierte Händlerschaft findet den Weg in die Verwaltung meist auf kurzem Wege und wird bei Fragen unterstützt.

Der Arbeitsauftrag vom 13.09.2023 enthielt auch eine Nachfrage zu „Homeyer und Strotmann“: Es kann mitgeteilt werden, dass die Wirtschaftsförderin im persönlichen Austausch mit dem Geschäftsführer steht. Dieser hat mitgeteilt, dass eine Schließung nicht geplant ist.

Mit dem „Netzwerk Erlebnis Innenstadt“ wurde erneut der Versuch gestartet, alle Akteure der Innenstadt und die Händlerschaft auf einen regelmäßigen Austausch und eine gemeinsame Projektarbeit einzuladen. Die Händlerschaft war bei diesen Treffen sehr gering bis gar nicht vertreten. Die unter Corona versuchten Initiativen, die Händlerschaft fit zu machen für den Online-Handel scheiterte mangels Masse.

Die Projekte „Stadtladen“, „MVZ“ und „Heiraten“ in Helmstedt sind als indirekte Innenstadtbelebung auf den Weg gebracht. Vor allem Arztpraxen gelten als Frequenzträger für potenzielle Kunden/innen. Die Verwaltung legt Wert auf eine Verortung der Projekte in der Innenstadt.

### Empfehlungen für die Innenstadt

Die Innenstadt sollte in der öffentlichen Wahrnehmung als Treffpunkt und Kommunikationsort sowie als Lebensort verstanden, gedacht und zukünftig entwickelt werden.

„Wohnen, Arbeiten, Leben“ wäre ein Zukunftsthema, das konzeptionell erarbeitet werden sollte. Der Aufenthalt muss für alle Nutzergruppen angenehm gestaltet werden = Schaffen einer Wohlfühlumgebung, die Sicherheit und Verbindlichkeit vermittelt; in vielerlei Hinsicht:

- konsequente Erreichbarkeit aller Angebote trotz körperlicher Einschränkungen mit (Doppel-) Kinderwagen, Rollstuhl, Gehhilfen, Einschränkungen der Sinne oder der Sprache, etc.
- Einhalten von gebotenen Standards wie z. B. zu Hygiene, Immissionen, Sicherheit, Sauberkeit, Aufgeschlossenheit gegenüber Kindern, Jugendlichen, etc. zu nennen.

Die Umsetzung aller Maßnahmen aus den vorhandenen Konzepten (z. B. Grünflächenkonzept, die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes etc.) sowie die Sanierung von Immobilien in den vergangenen Jahren und auch das zukünftige Sanierungsinteresse, das Verwaltung und Rat bekunden, zeigen deutlich auf, dass die neue Wahrnehmung der Innenstadt zur Umsetzung gebracht wird.

### Kennzahlen Kaufkraft:

Kaufkraft 2023 je Einwohner/in	7.262 Euro (HE) 6.870 Euro (Peine) 7.368 Euro (Niedersachsen) 7.463 Euro (Deutschland)
Kaufkraftindex* (mit Online- und Versandhandel)	97,3 (HE) 92,1 (Peine) 98,7 (Niedersachsen) 100,0 (Deutschland)
Mittelwert, IHK BS, Städte ab 10.000 EW:	93,25
Zentralitätsindex**	160,0 (HE) 133,4 (Peine) 100,8 (Niedersachsen) 100,0 (Deutschland)
Mittelwert, IHK BS, Städte ab 10.000 EW:	98,21

Quelle: IHK Braunschweig

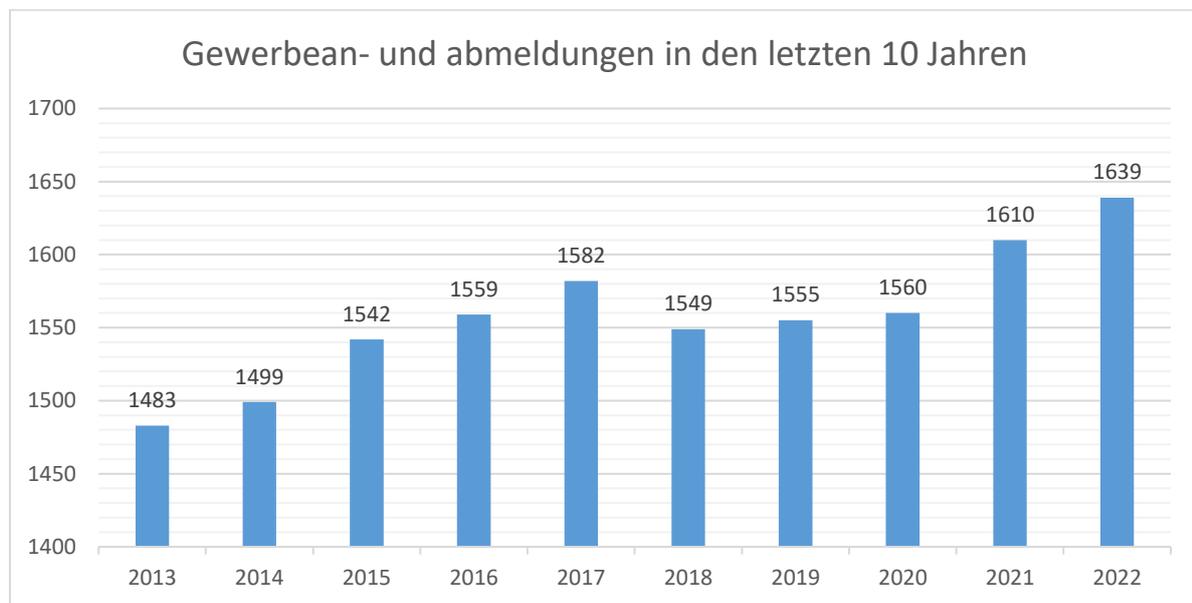
**Fazit:** In Helmstedt ist eine vergleichsweise gute Kaufkraft vorhanden, die durch gezielte Maßnahmen in die Innenstadt gezogen werden sollte. Es ist zu beachten, dass die derzeit anhaltende Rezession das Einkaufsverhalten auch durch gut gedachte Einzelmaßnahmen kaum verändern wird. Das Profil als Lebensort, Treffpunkt und Kommunikationsort mit sehr

guter Aufenthaltsqualität sollte der Fokus der zukünftigen (Innen-)Stadtentwicklung sein. Erste Maßnahmen dazu setzen Rat und Stadtverwaltung bereits um: Ausstattung und Begrünung Innenstadt.

### Wirtschaftliche Entwicklung:

Folgend aufgeführte statistische Angaben über einen Zeitraum von 10 Jahren geben Auskunft über die wirtschaftliche bzw. die generellen Parameter der Stadtentwicklung der Stadt Helmstedt.

### Allgemeine Gewerbean- und -abmeldungen



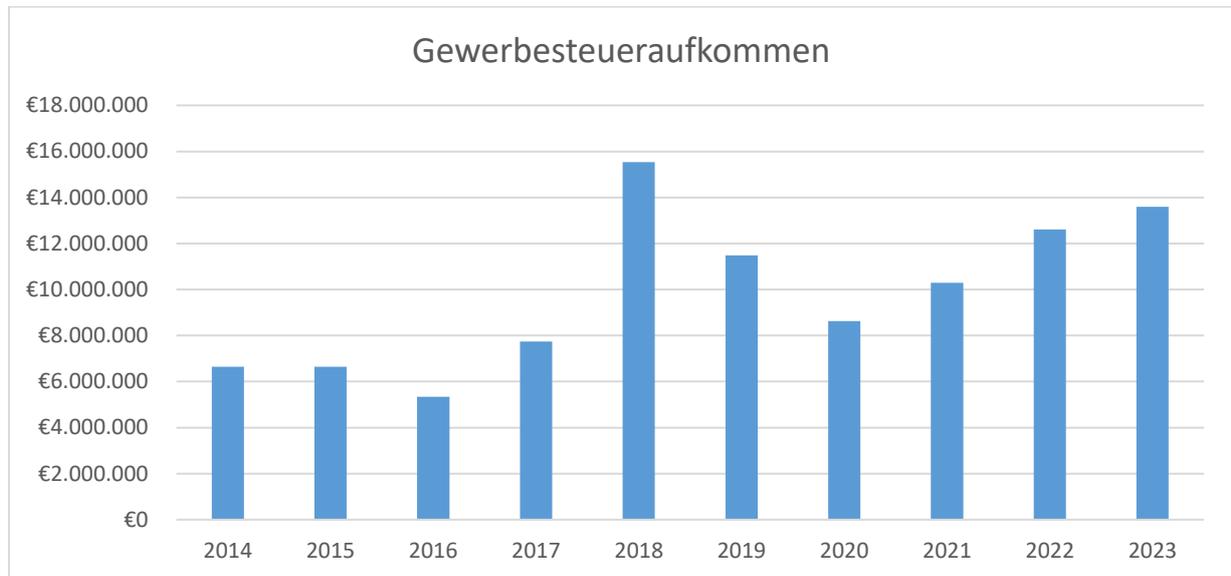
Quelle: Stadt Helmstedt

**Fazit:** Die Auswertung kann lediglich im Zeitraum 2013-2022 erfolgen. Für das Jahr 2023 stehen die erforderlichen Daten noch nicht zur Verfügung. Die Gewerbeanmeldungen verzeichnen eine positive Entwicklung. Von ursprünglich 1483 Gewerbeanmeldungen im Jahr 2013 auf 1639 im Jahr 2022. Das entspricht einem Zuwachs von 10,5 %. Die Abmeldungen sind bei diesen Zahlen berücksichtigt.

### Top 7 der arbeitnehmerstärksten Unternehmen im Landkreis Helmstedt

Unternehmen
Amazon (Helmstedt)
AWO Psychiatriezentrum (Königsutter) und weitere Standorte
Meisterbäckerei Steinecke (Mariental)
Helios Klinik (Helmstedt)
Plastic Omnium (Reinsdorf)
Sport Thieme (Grasleben)
EEW (Helmstedt)

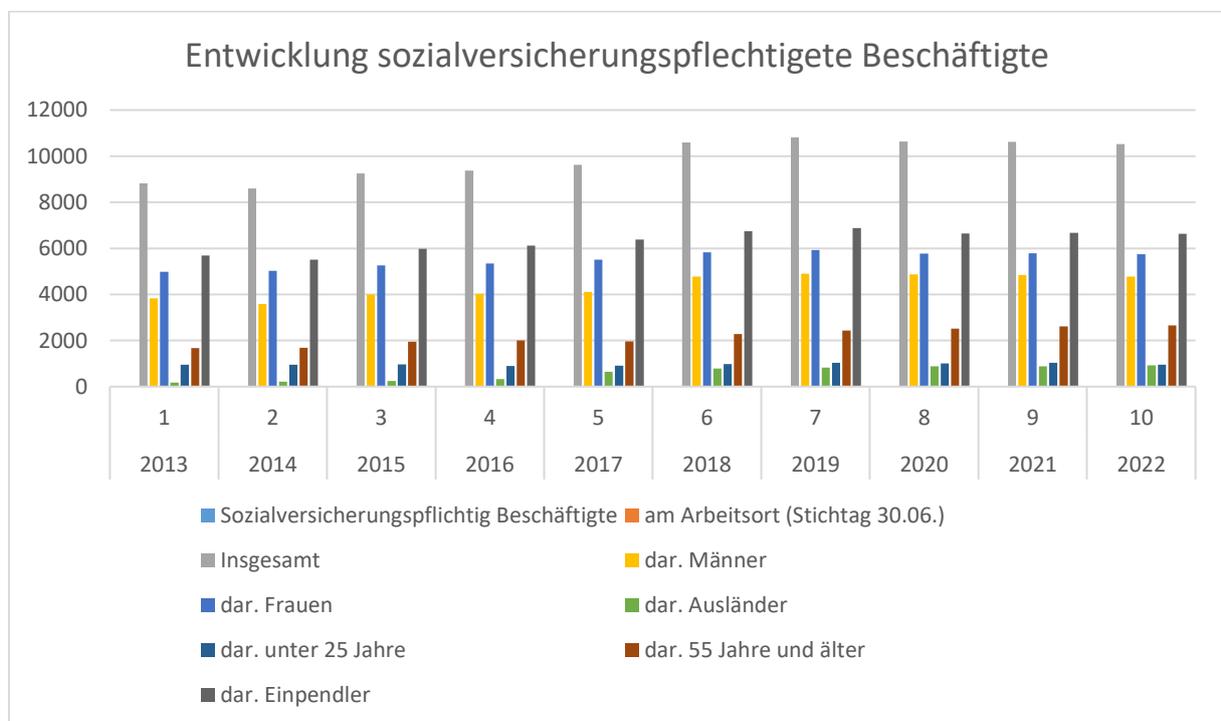
## Gewerbesteueraufkommen



Quelle: Stadt Helmstedt

**Fazit:** Das Gewerbesteueraufkommen hat sich innerhalb der vergangenen zehn Jahre mehr als verdoppelt. Von 6,6 Mio. Euro auf 13,58 Mio. Euro.

## Allgemeine Angaben sozialversicherungspflichtige Beschäftigte\*



Quelle: Agentur für Arbeit

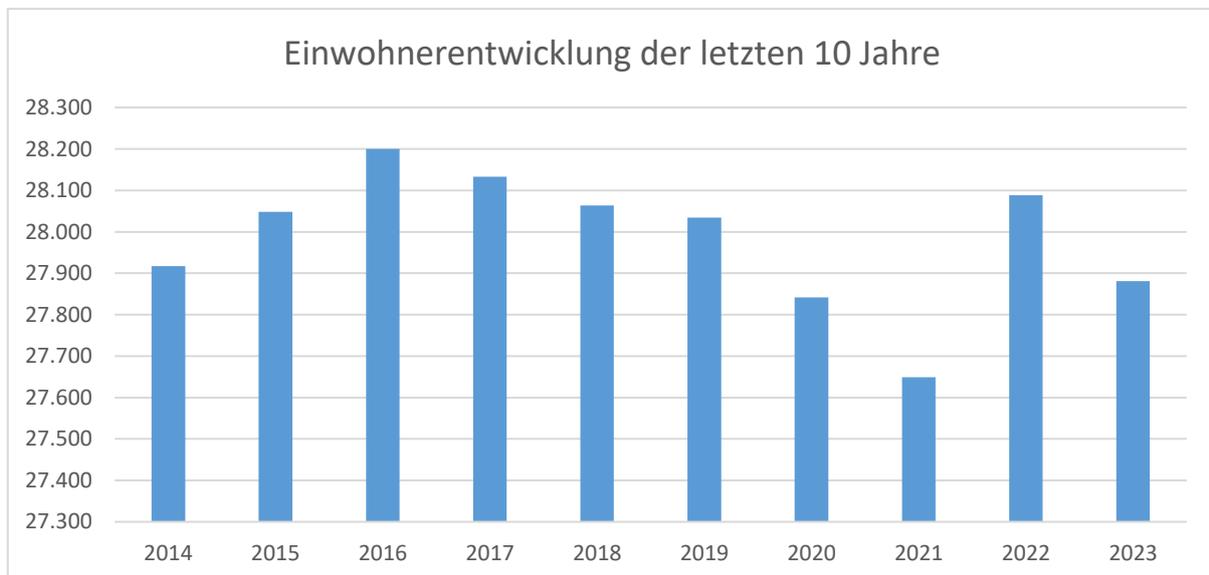
\*darin sind die Beschäftigten bei Amazon noch nicht enthalten; derzeit sind bei dem Unternehmen 2000 Personen beschäftigt

Die Auswertung kann lediglich im Zeitraum 2013-2022 erfolgen. Für das Jahr 2023 stehen die erforderlichen Daten noch nicht zur Verfügung.

Die Zahl der Erwerbstätigen ist im Zeitraum 2013-2022 insgesamt um 19,3 % gestiegen. Dabei verzeichnet der ausländische Beschäftigungsanteil mit einem Zuwachs von 532 % den höchsten Anstieg. In der Gruppe der unter 25-Jährigen hat sich die Zahl der Erwerbstätigen mit 0,84 % kaum nennenswert erhöht.

Die anstehende Großansiedlung von Intel, die positiven Wirtschaftsprognosen aus dem Großraum Wolfsburg/Hannover sowie die touristische und wirtschaftliche Entwicklung des ehem. Braunkohlerevieres werden einen starken Einfluss auf unsere zukünftige Stadtentwicklung nehmen. Diese gilt es durch zielgerichtete Strategien für Helmstedt vorzubereiten.

## **Einwohnerentwicklung**



Quelle: Stadt Helmstedt

Die Einwohnerzahl hat sich in den letzten 10 Jahren geringfügig verändert. Waren im Jahr 2014 noch 27.917 Einwohner in der Stadt Helmstedt gemeldet, so sind es im Jahr 2023 insgesamt 27.881 Einwohner (Haupt- und Nebenwohnsitz). Das entspricht einem Rückgang von rund 0,13 Prozent.

**Fazit:** Die geringfügig schwankende Einwohnerzahl ist positiv. Das sich innerhalb der Einwohnerzahl verändernde Verhältnis aus Bürger/innen mit und ohne Migrationshintergrund ist in der weiteren Stadtentwicklung zu berücksichtigen.

**Zusammenfassung:** Die wirtschaftliche Entwicklung ist positiv. Sie stellt uns jedoch vor unterschiedliche Herausforderungen, wie z. B. einer gelingenden Integration von Migranten/innen und Menschen mit Beeinträchtigungen.

Es ist ein Stadtprofil zu definieren, das in Abwägung zu den genannten wirtschaftlichen Entwicklungen im Großraum MD-Hannover, den demografischen Entwicklungen und den

Umwelt- und Klimaschutzzielen steht. Leben, Arbeiten und Wohnen muss smart und ganzheitlich gedacht und entwickelt werden.

**Empfehlung:**

Sowohl das Stadtentwicklungskonzept als auch das Einzelhandelskonzept sind fortzuführen. Dem vorgeschaltet sollte ein Prozess z. B. in Form von Strategiegesprächen stehen, der wesentliche Aspekte für die zukünftige (Innen-)Stadtentwicklung klar definiert. Ein übergeordnetes Stadtprofil mit daraus abgeleitetem Stadtmarketing ist zu entwickeln.

Ferner wird empfohlen, den Hinweis des Bürgermeisters und des ehemaligen Vorsitzenden des AWTK Folge zu leisten, über die weitere Entwicklung von Gewerbeflächen zu befinden. Die gemeldete Auslastung der im Eigentum der Stadt befindlichen Gewerbegebiete liegt bei ca. 90 %. Die Möglichkeit zur Schaffung von interkommunalen Gewerbegebieten sollte ebenso bedacht werden.

Gez. Wittich Schobert

(Wittich Schobert)

Erläuterung: Dieser schriftlichen Bekanntgabe wird als Anlage 1 das Stadtentwicklungskonzept der Stadt Peine beigefügt, das für die Region die aktuellsten Parameter benennt, Vergleichszahlen und Aussagen zu den (Innenstadt-)entwicklungen trifft sowie Bezug auf aktuelle Entwicklungstrends nimmt.

\*Kaufkraftindex: Kennziffer einer Stadt/Gemeinde in Relation zum Bundesdurchschnitt (= 100). Ein Beispiel: Eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 105 besagt, dass das für Einzelhandelsausgaben zur Verfügung stehende Einkommen um 5 % über dem Bundesdurchschnitt liegt.

\*\*Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus Division des Einzelhandelsumsatzes durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils als Index) x 100. Sie stellt das prozentuale Verhältnis der Einzelhandelsumsätze in einer Stadt/Gemeinde zur im Gemeindegebiet vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft her. Sie ist so ein Maß für die zentralörtliche Stellung einer Stadt/Gemeinde im Raum.

Quelle: IHK

**Anlagen**

Einzelhandelskonzept Stadt Peine

Übersicht Invest Innenstadt

Kaufkraftkennzahlen IHK BS

Einzelhandelszentralitäten IHK Stade

## Fördermittel in die Innenstadt

### Sanierungsgebiete

NÖ	7.048.829,32 €	Eigenmittel	2.042.160,70 €
HST	5.261.270,00 €	Eigenmittel	1.444.958,00 €
NWA	8.562.180,00 €	Eigenmittel	300.000,00 €
Conring	13.508.550,00 €	Eigenmittel	600.000,00 €
<b>Gesamt</b>	<b>34.380.829,32 €</b>		<b>4.387.118,70 €</b>

Aktueller Ausgabenstand 07.03.23 3.831.872,27 €

Angemeldet und bewilligt

Angemeldet und bewilligt

### React Maßnahmen

Umgestaltung Albrechtsplatz	30.940,00 €	Fördersatz	90	Zuschuss	27.846,00 €
Ärztelhaus	47.064,50 €	Fördersatz	90	Zuschuss	42.358,05 €
EDEKA	40.579,00 €	Fördersatz	90	Zuschuss	36.521,10 €
Grünflächen	30.725,80 €	Fördersatz	89,9994	Zuschuss	27.653,04 €
Innenstadtentwickler	78.426,30 €	Fördersatz	90	Zuschuss	70.583,67 €
Potentialanalyse	79.968,00 €	Fördersatz	90	Zuschuss	71.971,20 €
Nutzungskonzept Kornstraße	34.081,60 €	Fördersatz	90	Zuschuss	30.673,44 €
Kramers Gut Ergänzung	30.773,40 €	Fördersatz	90	Zuschuss	27.696,06 €
Kramers Gut Bauhistorische	147.322,00 €	Fördersatz	90	Zuschuss	132.589,80 €
Solar Hallenbad	30.750,00 €	Fördersatz	90	Zuschuss	27.675,00 €
Investitionen Innenstadt	276.444,00 €	Fördersatz	90	Zuschuss	248.799,60 €
Belebung Innenstadt Kunst	36.229,27 €	Fördersatz	89,9998	Zuschuss	32.605,78 €
<b>Gesamt</b>	<b>863.303,87 €</b>				<b>776.972,74 €</b>

Frau Opilo

Frau Opilo

### Fördermittel im Innenstadtbereich Gesamt

Sanierungsgebiete	29.993.710,62 €
React	776.972,74 €
<b>Gesamt</b>	<b>30.770.683,36 €</b>

ca

## Kaufkraftdaten im Vergleich: Einzelhandelskaufkraft 2023

Prognosewerte zur Kaufkraft für den Einzelhandel (inkl. Ausgaben im Internet- und Versandhandel) in den Städten und Gemeinden ab 10.000 Einwohnern im IIIK Bezirk Braunschweig

Gebietsname	Einwohner 2023	EH Kaufkraft in Mio. Euro	EH Kaufkraft je Einwohner in Euro	Index EH Kaufkraft (D = 100)
Bad Harzburg	21.785	152,22	6.987	93,6
Braunschweig	251.088	1.967,73	7.837	105,0
Clausthal Zellerfeld	14.579	83,79	5.747	77,0
Cremlingen	12.997	106,87	8.223	110,2
Edemissen	12.845	99,21	7.724	103,5
Goslar	50.076	357,45	7.138	95,7
Helmstedt	25.715	186,75	7.262	97,3
Ilsede	22.490	160,77	7.149	95,8
Königsutter am Elm	16.062	126,94	7.903	105,9
Langelsheim	14.901	106,20	7.127	95,5
Lehre	12.143	102,28	8.423	112,9
Lengede	14.271	110,16	7.719	103,4
Peine	51.769	355,63	6.870	92,1
Salzgitter	105.223	724,37	6.884	92,2
Schöningen	11.263	76,34	6.778	90,8
Seesen	19.085	132,00	6.916	92,7
Vechelde	18.859	150,06	7.957	106,6
Wendeburg	10.738	89,21	8.308	111,3
Wolfenbüttel	52.662	399,65	7.589	101,7
nachrichtlich aus dem IIIK Bezirk Lüneburg Wolfsburg:				
Gifhorn	44.036	333,75	7.579	101,6
Sassenburg	12.335	96,78	7.846	105,1
Wittingen	11.567	86,16	7.449	99,8
Wolfsburg	126.139	1.010,77	8.013	107,4

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung | Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2023

## Kaufkraftdaten im Vergleich: Einzelhandelsumsatz und -zentralität 2023

Prognosewerte über stationäre Einzelhandelsumsätze (ohne Internet- und Versandhandelsumsätze) und Zentralitätskennziffern in den Städten und Gemeinden ab 10.000 Einwohnern im IHK Bezirk Braunschweig

Gebietsname	Einwohner 2023	Stationärer EII Umsatz in Mio. Euro	Stationärer EII Umsatz je Einwohner in Euro	Zentralitätsindex (D 100)
Bad Harzburg	21.785	136,72	6.276	106,5
Braunschweig	251.088	2.203,26	8.775	132,8
Clausthal Zellerfeld	14.579	69,25	4.750	98,0
Cremlingen	12.997	57,50	4.424	63,8
Edemissen	12.845	50,85	3.958	60,8
Goslar	50.076	445,06	8.888	147,7
Helmstedt	25.715	251,82	9.793	160,0
Ilse	22.490	136,60	6.074	100,8
Königsutter am Elm	16.062	88,72	5.524	82,9
Langelsheim	14.901	50,68	3.401	56,6
Lehre	12.143	47,70	3.928	55,3
Lengede	14.271	70,39	4.932	75,8
Peine	51.769	399,98	7.726	133,4
Salzgitter	105.223	595,62	5.661	97,5
Schöningen	11.263	106,79	9.481	165,9
Seesen	19.085	117,55	6.159	105,6
Vechelde	18.859	79,63	4.223	63,0
Wendeburg	10.738	42,31	3.940	56,3
Wolfenbüttel	52.662	348,51	6.618	103,4
nachrichtlich aus dem IHK Bezirk Lüneburg Wolfsburg:				
Gifhorn	44.036	347,07	7.882	123,4
Sassenburg	12.335	28,20	2.286	34,6
Wittingen	11.567	78,12	6.754	107,6
Wolfsburg	126.139	984,28	7.803	115,5

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung | Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2023

## Kaufkraftdaten im Vergleich: Einzelhandelskaufkraft und -umsatz 2023

Prognosewerte über Kaufkraftzu- und -abflüsse in den Städten und Gemeinden ab 10.000 Einwohnern im IHK Bezirk Braunschweig

Gebietsname	EH Kaufkraft in Mio. Euro	Stationärer EH Umsatz in Mio. Euro	Zu- oder Abfluss in Mio. Euro	Zu- oder Abfluss in % der Kaufkraft
Bad Harzburg	152,22	136,72	-15,50	-10,2
Braunschweig	1.967,73	2.203,26	235,53	12,0
Clausthal Zellerfeld	83,79	69,25	-14,54	-17,4
Cremlingen	106,87	57,50	-49,37	-46,2
Edemissen	99,21	50,85	-48,36	-48,7
Goslar	357,45	445,06	87,61	24,5
Helmstedt	186,75	251,82	65,07	34,8
Ilse	160,77	136,60	-24,17	-15,0
Königsutter am Elm	126,94	88,72	-38,22	-30,1
Langelsheim	106,20	50,68	-55,52	-52,3
Lehre	102,28	47,70	-54,58	-53,4
Lengede	110,16	70,39	-39,77	-36,1
Peine	355,63	399,98	44,35	12,5
Salzgitter	724,37	595,62	-128,75	-17,8
Schöningen	76,34	106,79	30,45	39,9
Seesen	132,00	117,55	-14,45	-10,9
Vechelde	150,06	79,63	-70,43	-46,9
Wendeburg	89,21	42,31	-46,90	-52,6
Wolfenbüttel	399,65	348,51	-51,14	-12,8
nachrichtlich aus dem IHK Bezirk Lüneburg Wolfsburg:				
Gifhorn	333,75	347,07	13,32	4,0
Sassenburg	96,78	28,20	-68,58	-70,9
Wittingen	86,16	78,12	-8,04	-9,3
Wolfsburg	1.010,77	984,28	-26,49	-2,6

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung | Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2023; Eigene Berechnungen

## Kaufkraft, Einzelhandelszentralität

### Einzelhandelszentralitäten 2023 im Bezirk der IHK Stade für Gemeinden/Städte mit mehr als 10.000 Einwohnern

	Bevölkerung	Kaufkraft	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz	Einzelhandelszentralität
<b>Cuxhaven, Landkreis</b>	<b>199.603</b>	<b>96,0</b>	<b>98,1</b>	<b>90,1</b>	<b>91,8</b>
Cuxhaven, Stadt	48.318	94,0	96,3	115,5	120,0
Loxstedt	16.441	104,2	104,0	53,0	51,0
Schiffdorf	14.665	106,9	106,0	172,3	162,5
Beverstedt	13.608	91,5	95,1	63,2	66,4
Hagen im Bremischen	11.110	98,9	100,7	61,8	61,4
Wurster Nordseeküste	17.164	92,4	96,1	70,3	73,1
Geestland, Stadt	31.304	101,1	101,9	68,4	67,1
<b>Osterholz, Landkreis</b>	<b>115.054</b>	<b>101,1</b>	<b>102,2</b>	<b>92,4</b>	<b>90,4</b>
Lilienthal	19.922	107,2	106,3	83,5	78,6
Osterholz-Scharmbeck, Stadt	30.438	95,0	98,4	132,8	135,0
Ritterhude	14.800	109,3	107,9	129,3	119,8
Schwanewede	20.408	101,4	102,7	61,2	59,6
<b>Rotenburg (Wümme), Landkreis</b>	<b>165.001</b>	<b>96,8</b>	<b>99,1</b>	<b>87,6</b>	<b>88,4</b>
Bremervörde, Stadt	18.666	91,6	95,3	142,6	149,6
Rotenburg (Wümme), Stadt	22.199	93,3	96,6	131,2	135,8
Scheeßel	12.962	99,1	101,2	76,6	75,6
Zeven, Stadt	13.828	90,4	94,6	166,2	175,6
<b>Stade, Landkreis</b>	<b>206.496</b>	<b>102,8</b>	<b>103,8</b>	<b>97,4</b>	<b>93,8</b>
Buxtehude, Hansestadt	40.139	104,9	105,6	129,4	122,5
Drochtersen	11.086	92,4	96,4	82,9	85,9
Harsefeld, Flecken	14.378	103,7	104,5	87,2	83,4
Jork	12.085	116,7	113,3	53,4	47,2
Stade, Hansestadt	47.579	98,2	100,6	148,0	147,1
<b>Verden, Landkreis</b>	<b>138.507</b>	<b>102,4</b>	<b>103,0</b>	<b>109,1</b>	<b>105,9</b>
Achim, Stadt	32.379	104,8	104,7	73,9	70,6
Kirchlinteln	10.054	106,4	105,3	43,7	41,5
Langwedel, Flecken	14.425	99,7	101,6	59,4	58,5
Ottersberg, Flecken	13.224	94,3	97,6	364,5	373,5
Oyten	16.085	105,0	105,0	99,6	94,9
Verden (Aller), Stadt	27.782	106,5	105,5	127,1	120,4
Niedersachsen	8.027.031	96,6	98,7	99,5	100,8
Deutschland	83.237.124	100	100,0	100,0	100,0

## Prognosezahlen für das Jahr 2023

### Bevölkerung

Prognostizierter Jahresdurchschnitt 2023. Die Fortschreibung des Bevölkerungsstandes erfolgte anhand von Prognosen zu Bevölkerungsbewegungen (Geburten, Sterbefälle, Zuzüge, Fortzüge).

### Kaufkraft

Die Kaufkraft ist das verfügbare Nettoeinkommen der Bevölkerung einer Region (abzüglich Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen). Das Nettoeinkommen wird neben Konsumzwecken (Ausgaben im Einzelhandel und Reisen) auch für Mieten, Altersvorsorge, Versicherungen und Sparen eingesetzt. Die Kaufkraft pro Kopf liegt in Deutschland bei 26.869,75 Euro.

Der Kaufkraftindex gibt dabei das Kaufkraftniveau einer Region pro Einwohner im Vergleich zum nationalen Durchschnitt an (Normwert = 100). Verfügt eine Region über einen Indexwert größer 100, so steht den Einwohnern dieser Region mehr Kaufkraft zur Verfügung als dem Bundesdurchschnitt.

### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Anteil der allgemeinen Kaufkraft, der für Ausgaben im Einzelhandel (inklusive Internet- und Versandhandel) verwendet wird. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt in Deutschland bei 7.463,64 Euro pro Kopf, was einem Wert von 100 im Einzelhandelsrelevante-Kaufkraft-Index entspricht.

### Umsatz

Umsatzkennziffer, die Einkäufe am Einkaufsort der Konsumenten erfasst. Point of Sale Umsatz Index (D = 100). Der Einzelhandelsumsatz am Einkaufsort liegt in Deutschland bei 6.290,82 Euro pro Kopf.

### Einzelhandelszentralität

Sie wird als Quotient aus dem Index des Einzelhandelsumsatzes und dem Index der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, multipliziert mit dem Faktor 100 berechnet. Sie beschreibt den Kaufkraftzufluss bzw. -abfluss einer Stadt oder Region und ist mithin ein Maß für die Attraktivität einer Stadt oder Region als Einkaufsort.

Wert >100 = Kaufkraftzufluss von außerhalb.

Wert <100 = Kaufkraftabfluss in andere Gebiete.

Berechnung: Einzelhandelszentralität = (Umsatzkennziffer/ Kaufkraftkennziffer)\*100

Hinweis: Bei der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ist auch der Online- und Versandhandel enthalten. Das impliziert, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Summe höher ist als der Einzelhandelsumsatz (Ort des Kaufaktes und Point of Sale sind beim Internet- und Versandhandel nicht identisch) und somit tendenziell mehr Gebiete Kaufkraftabflüsse als -zuflüsse verzeichnen. Die gewachsene Bedeutung des Online-Handels führt in Konsequenz dazu, dass alle Städte mit einer Einzelhandelszentralität von nicht mehr als ca. 118,6 (Stand: 2023) einen Kaufkraftabfluss verzeichnen.

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2023, basierend auf Statistisches Bundesamt.  
Stand: 09.05.2023.

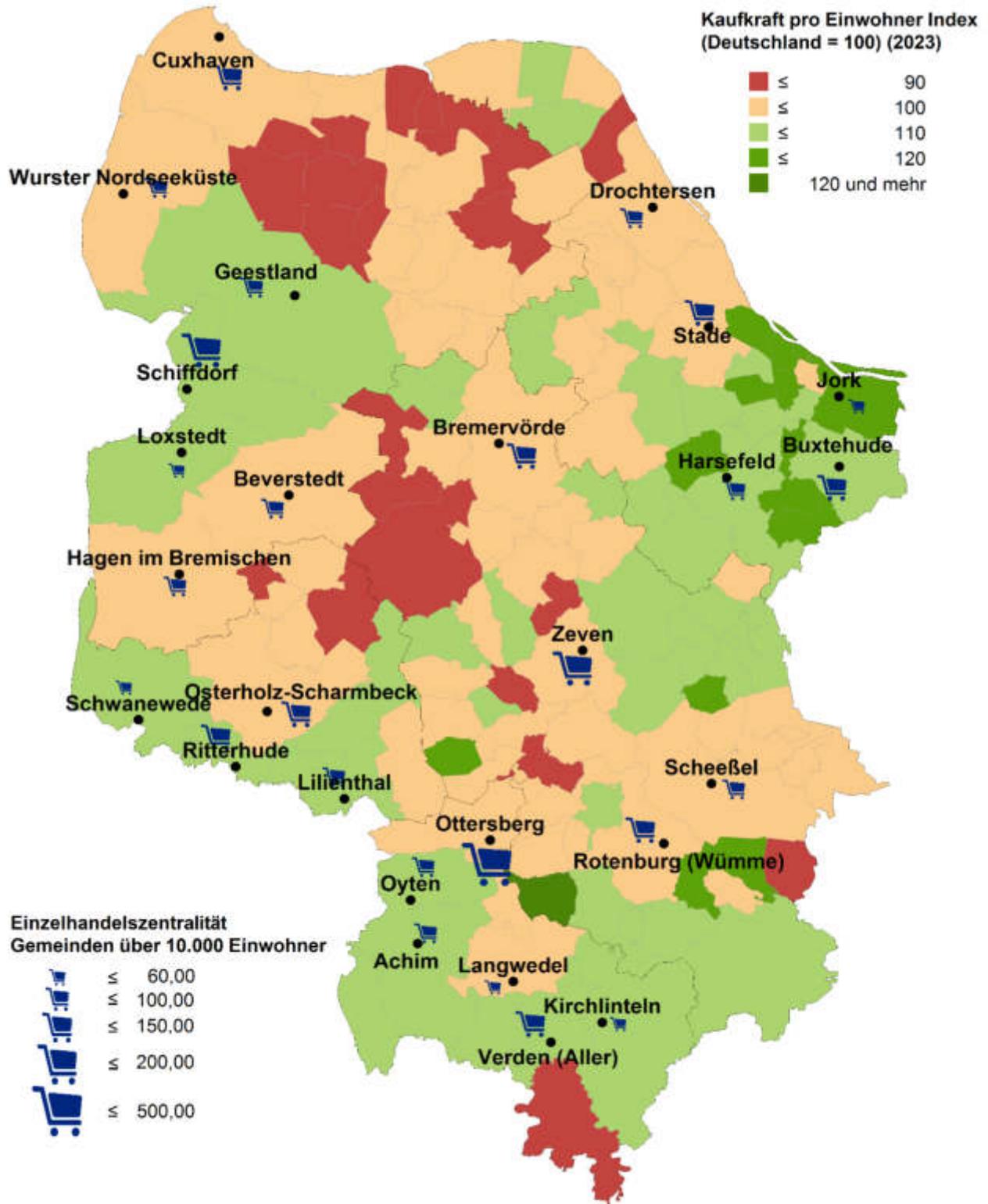
### Ansprechpartner:

IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum

Henrik Gerken

Tel.: 04141/524-285

E-Mail: henrik.gerken@stade.ihk.de



Datengrundlage: GfK Geomarketing, Michael Bauer Research GmbH, eigene Berechnungen.  
 Prognosezahlen für das Jahr 2023. Die Angaben für die Samtgemeinden sind Durchschnittswerte.

# Fort- schreibung

## Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Peine

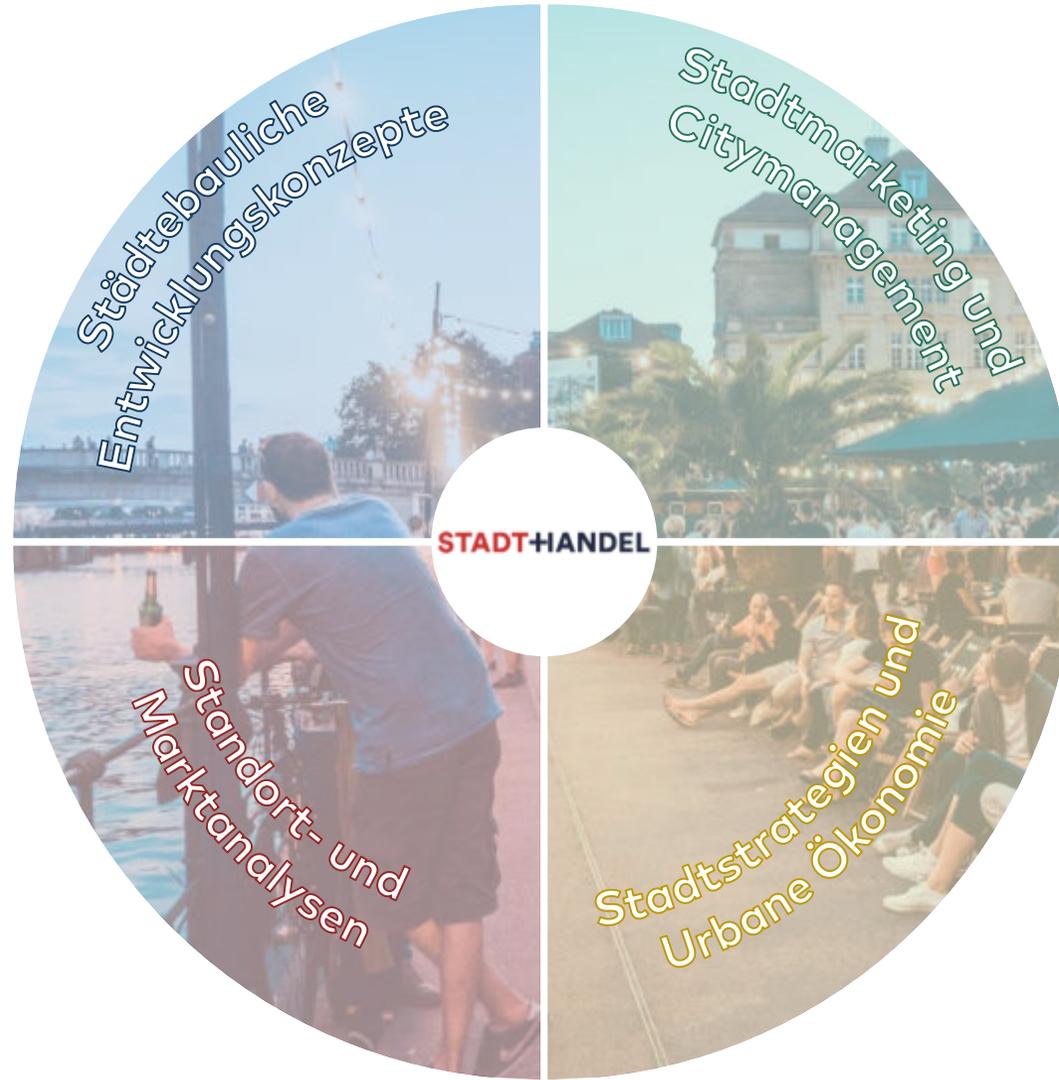
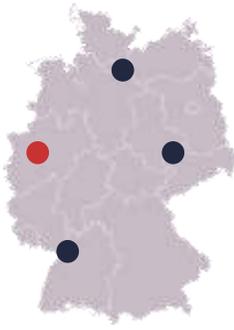
Öffentliche Auftaktveranstaltung | 25.01.2023 | Rathaus der Stadt Peine

M.Sc. Björn Wickenfeld

# Büro

Büro | Trends | Fortschreibungsgründe | Vorgehen | Ausblick

# Büroprofil

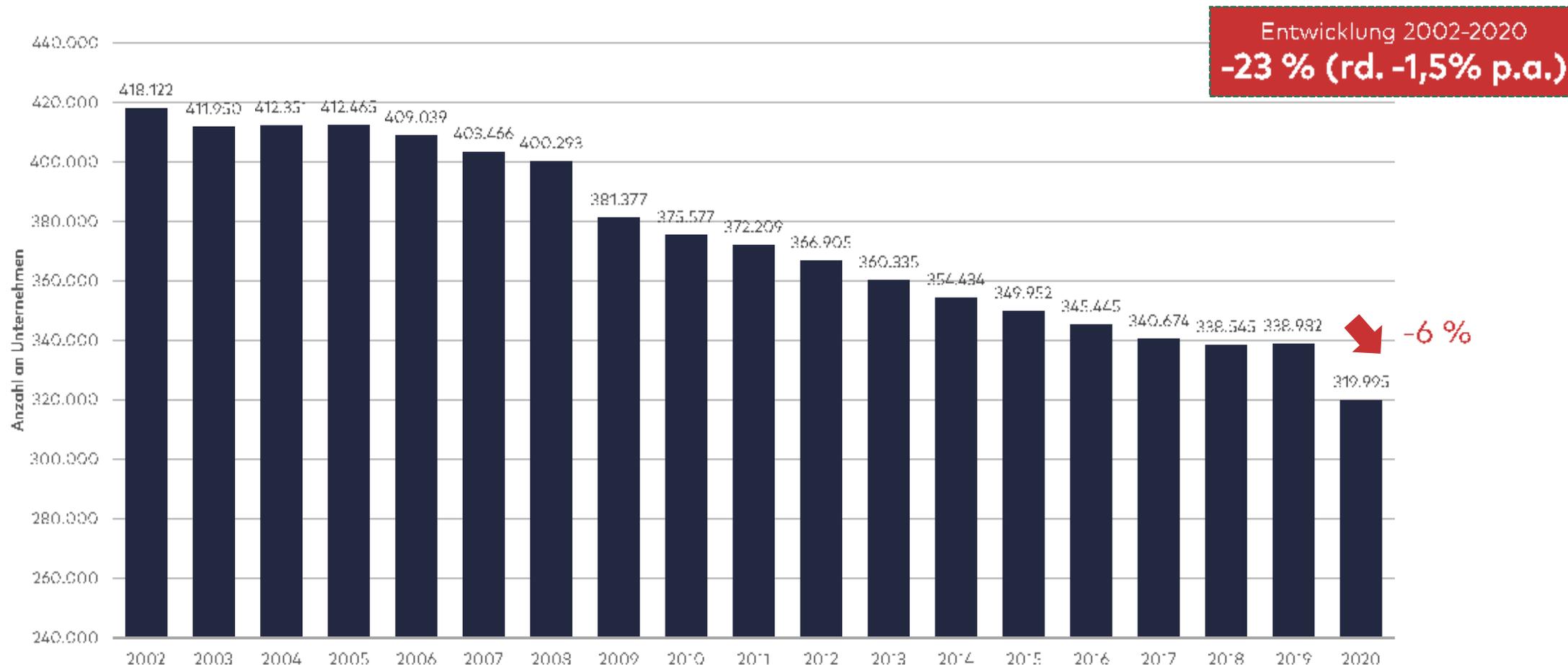


# Trends

Büro | Trends | Fortschreibungsgründe | Vorgehen | Ausblick

# Angebotsseite

## Entwicklung der Anzahl der Unternehmen im deutschen Einzelhandel



# Angebotsseite

## Entwicklung der Verkaufsfläche in Deutschland



# Konzentrationsprozesse halten an

## Konzentrationsprozesse halten an

Warenhaus-Unternehmen 

SB-Warenhaus-Unternehmen   

Supermärkte   

Lebensmitteldiscounter      

Drogeriemärkte  

Buchhäuser   

Großtextiler   

Unterhaltungselektroniker  

Sporthaus-Betreiber   

# Trends der Einzelhandelsentwicklung

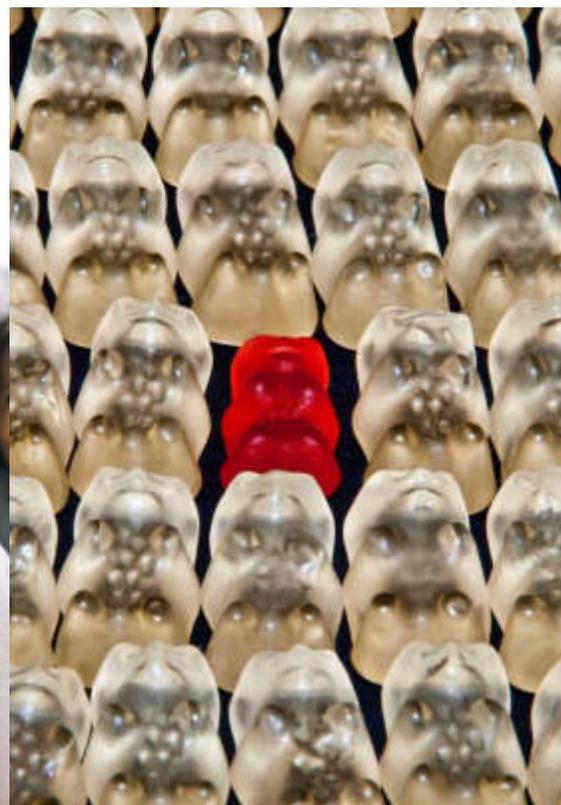
## Gesellschaftliche Wandlungsprozesse



Wertewandel



Demografischer Wandel



Individualisierung

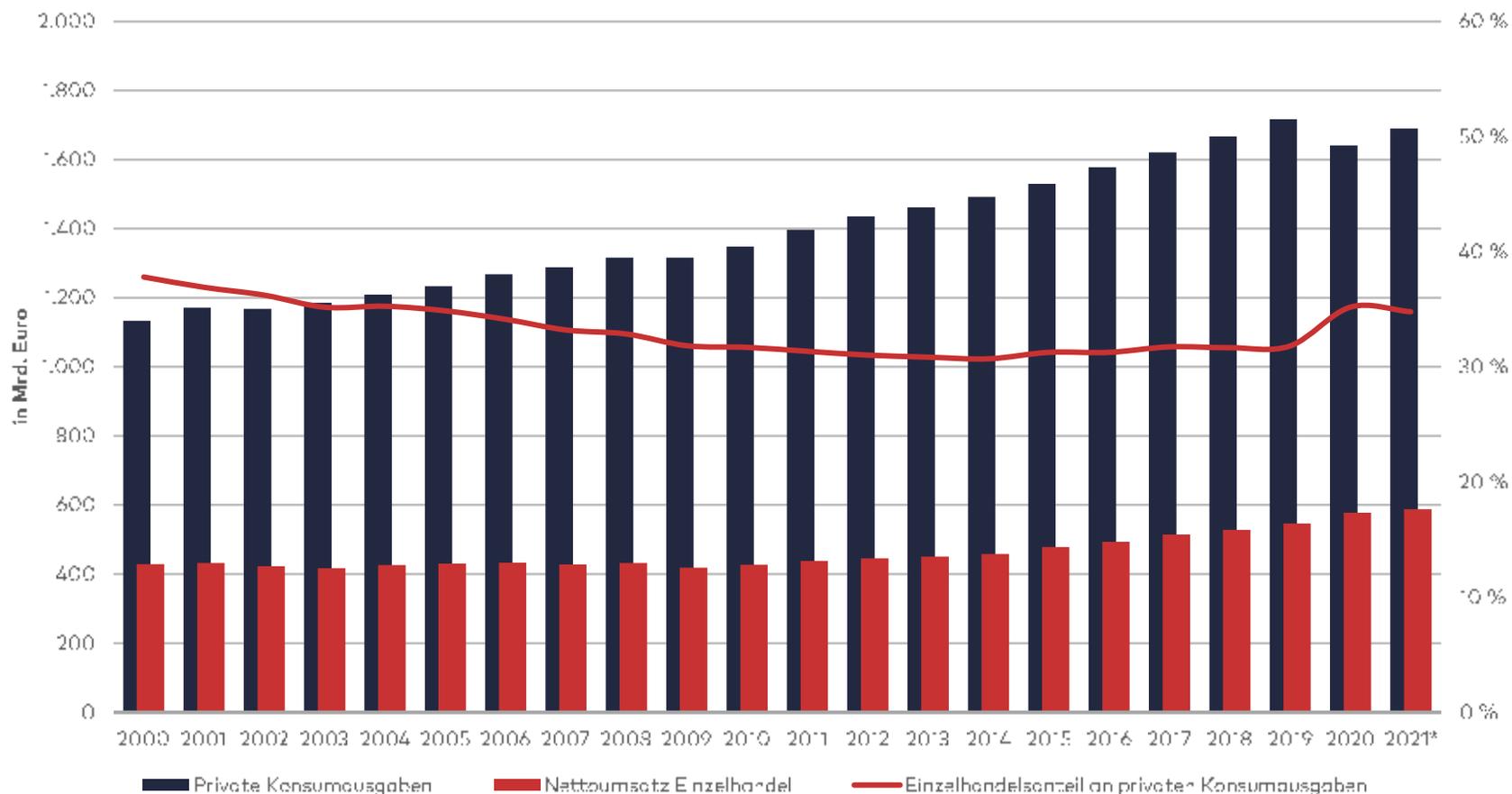


Online-Affinität

# Konsumausgaben

## Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland

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

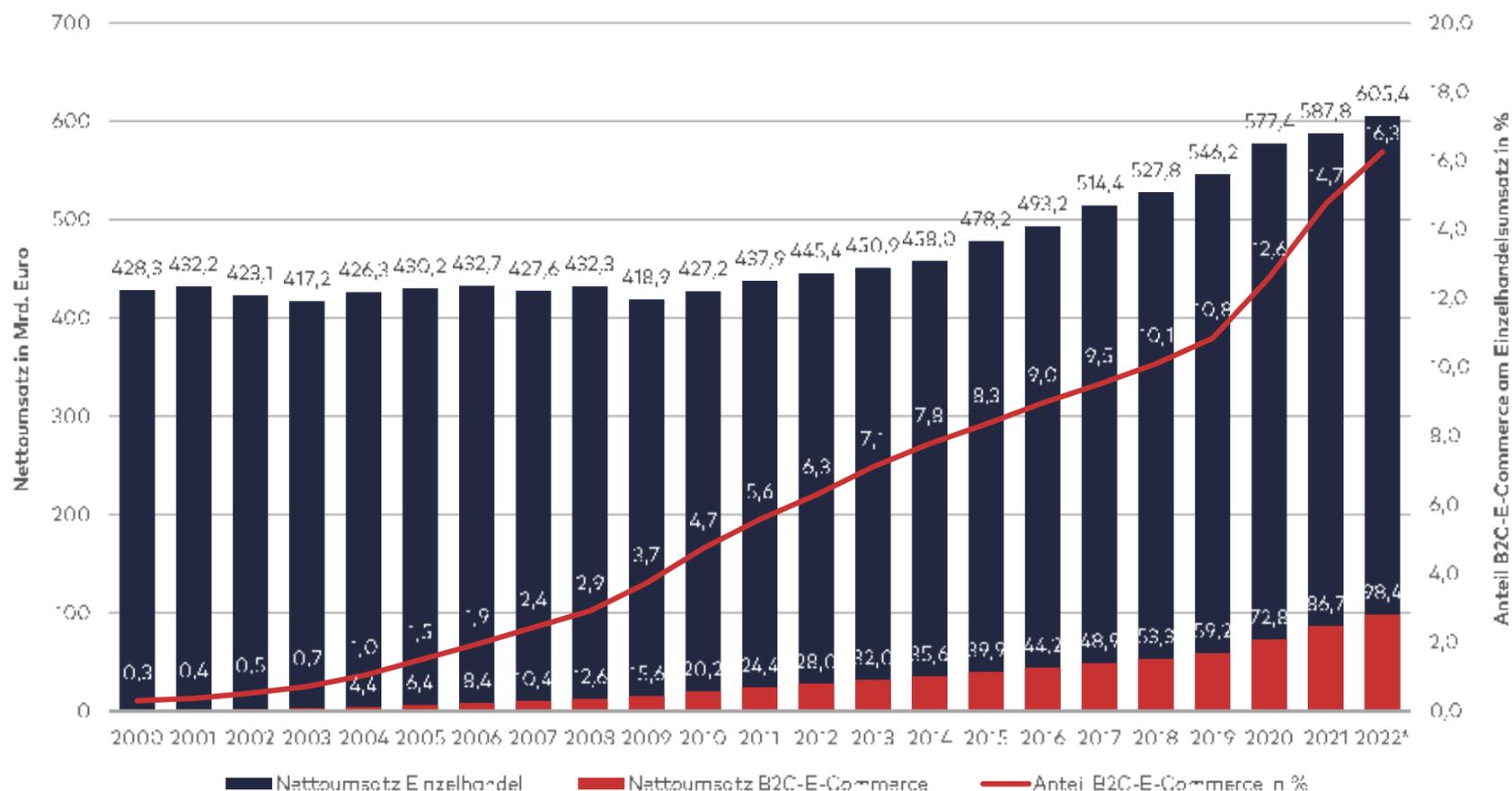


### Entwicklung 2000 – 2021

Konsumausgaben	+ 49,2 %
EH-Umsatz	+ 37,2 %

# Entwicklung des Online-Handels

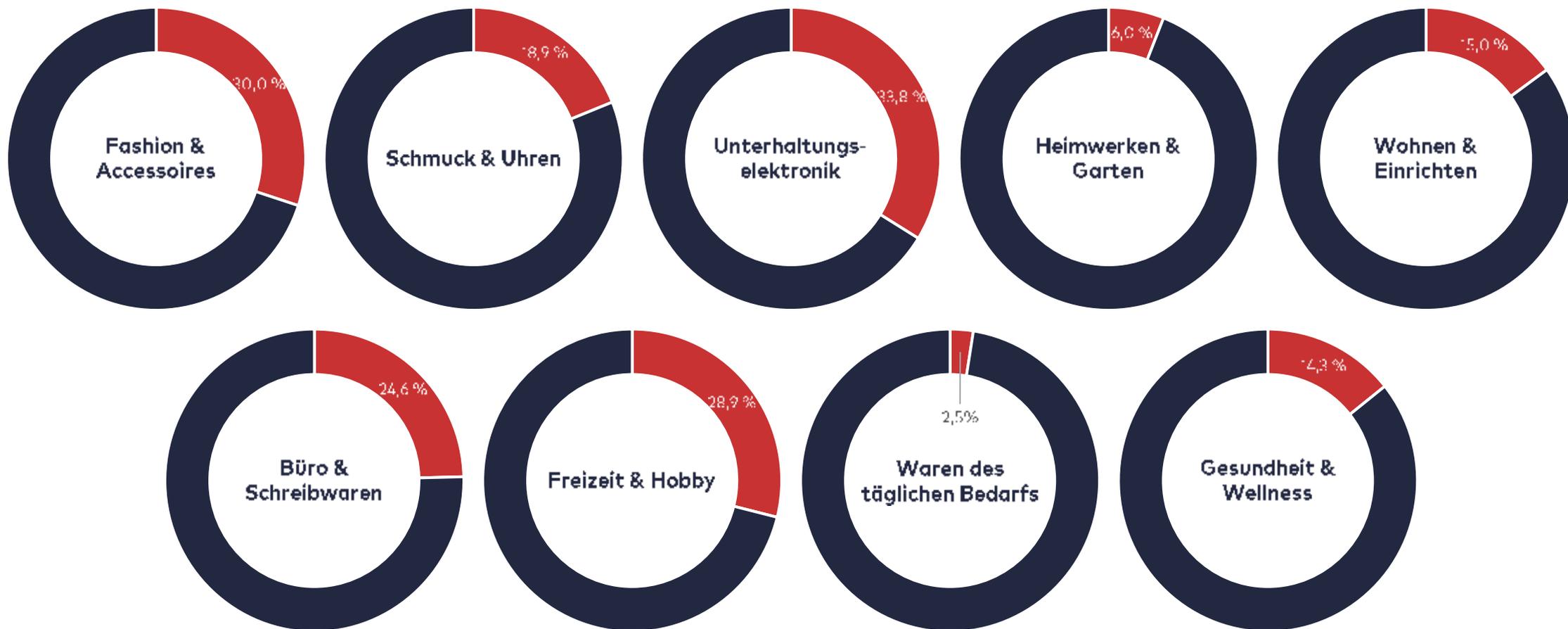
## Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz



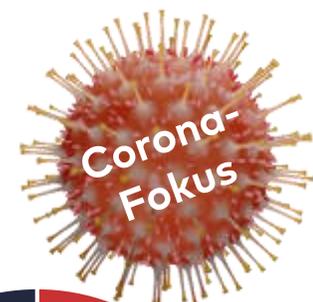
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel, Datum: Statistisches Bundesamt, Handel und Deutschland (HDE), Prognose.

# Entwicklung des Online-Handels

## Anteil E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2019

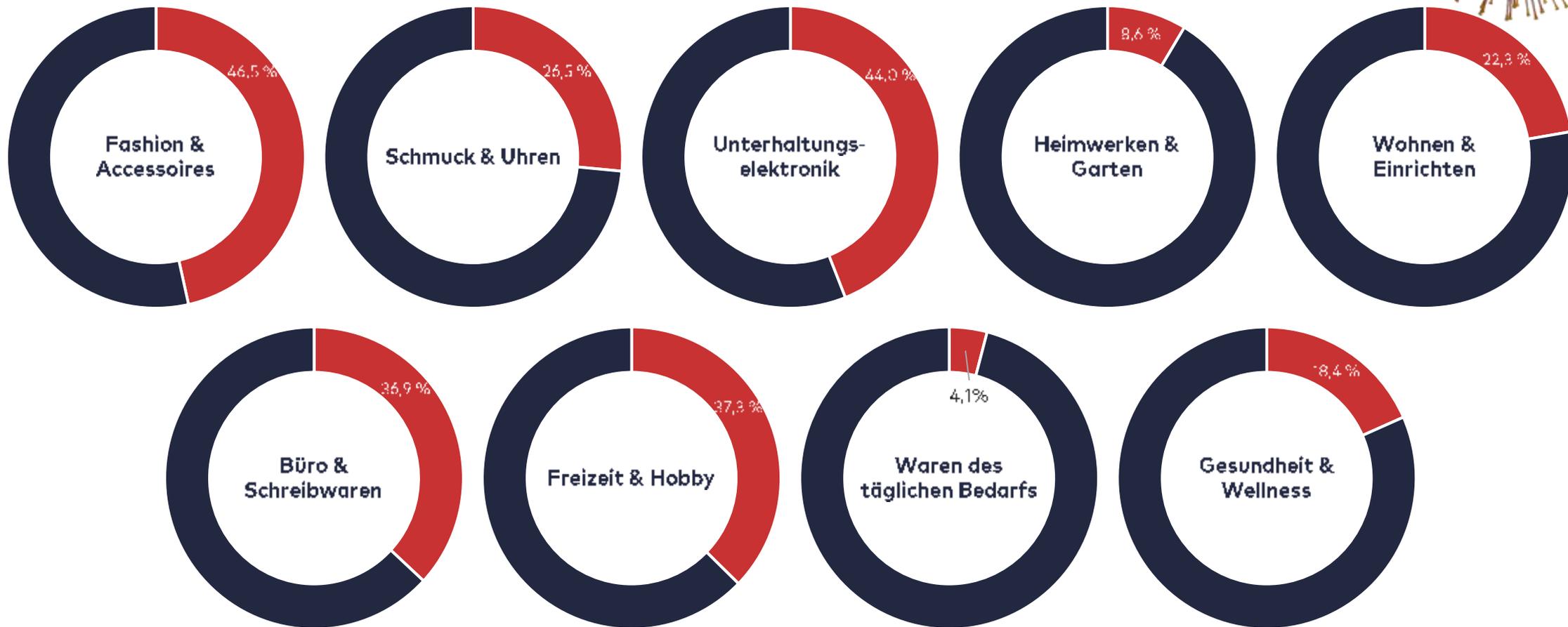


Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Daten: Handelsverbände Deutschland e.V. (HDE); Institut für Handelsforschung (IH) 2020



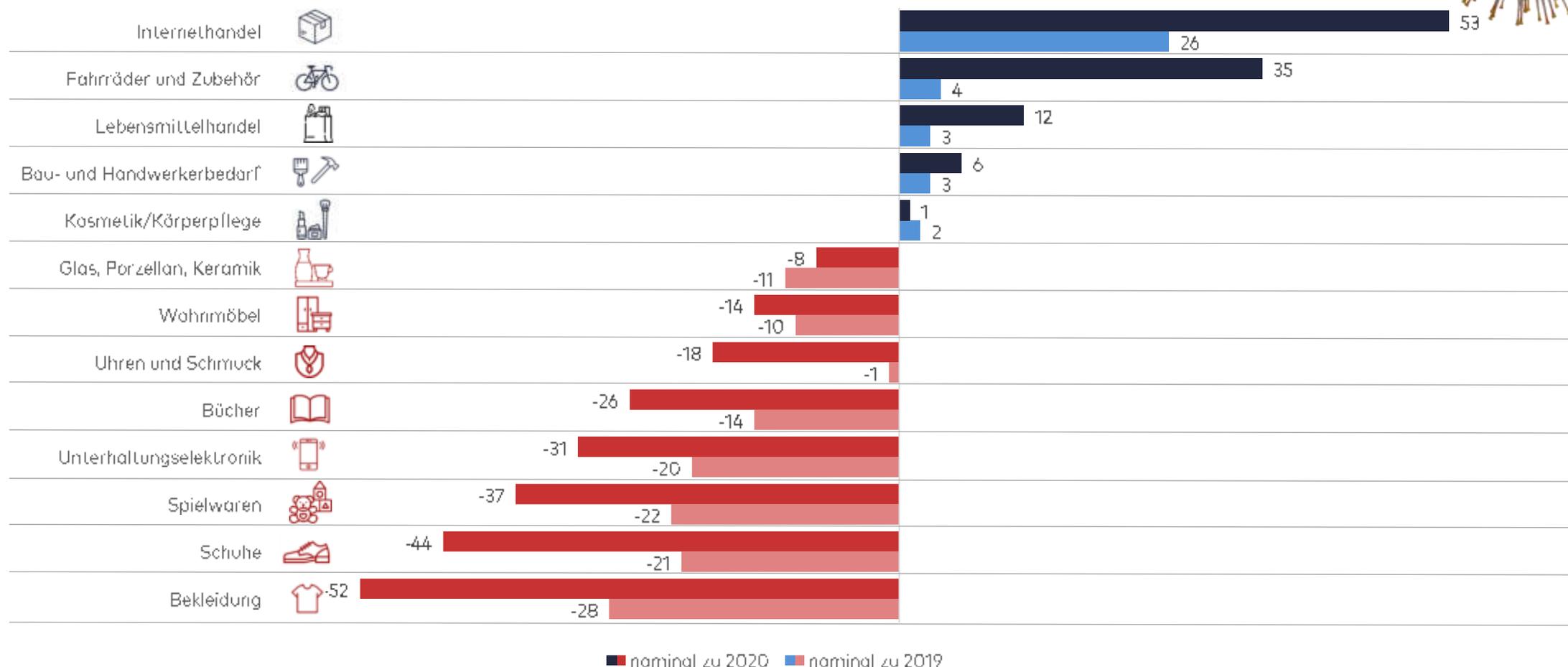
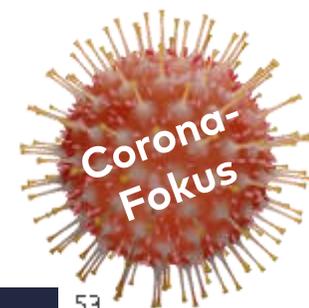
# Nachfrageseite

## Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2021



# Einzelhandelsumsatz 1. Halbjahr 2021

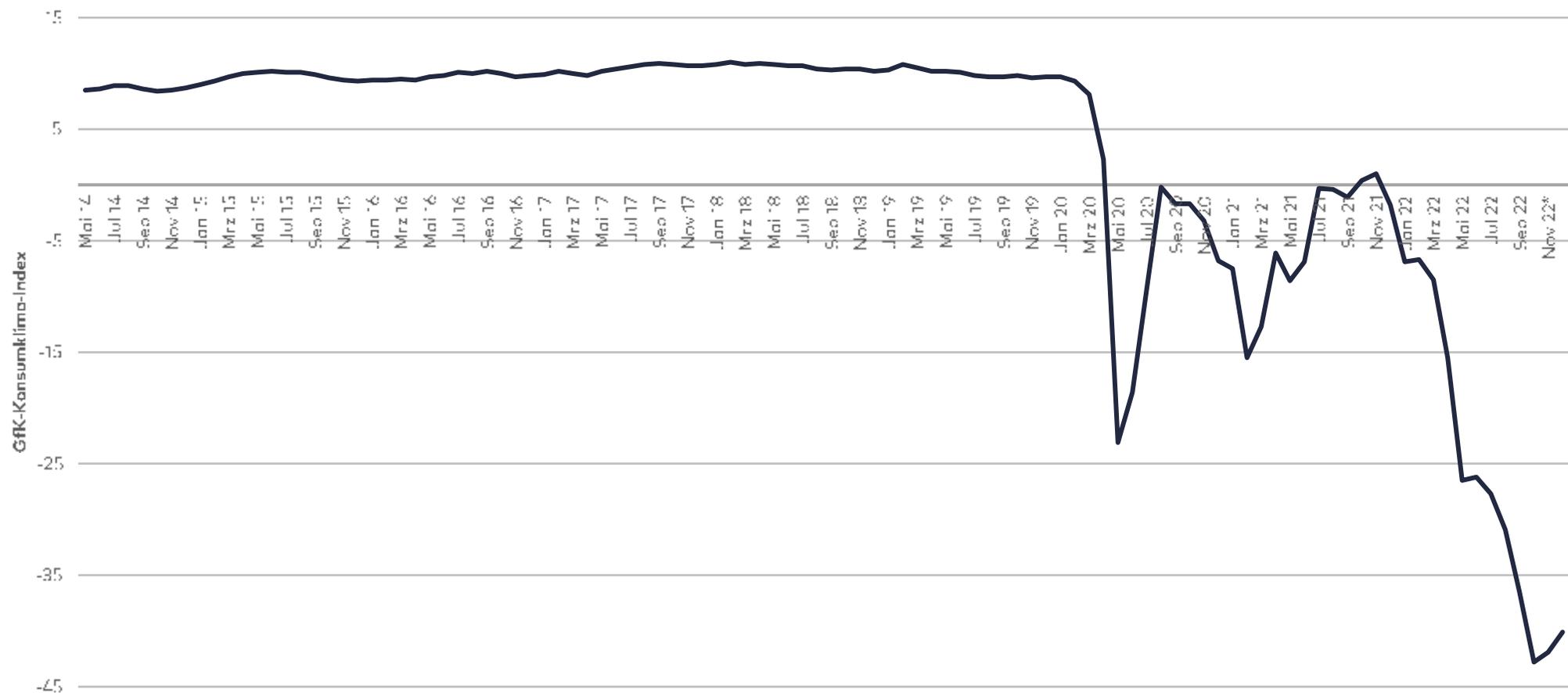
## nominale Veränderung zu 2019 und 2020, in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung, Daten nach: -DE Konsum, Monitor 2021, cons erste It von Freepik Made by Micoe Premium, Freepik Smashicons - Flat'car

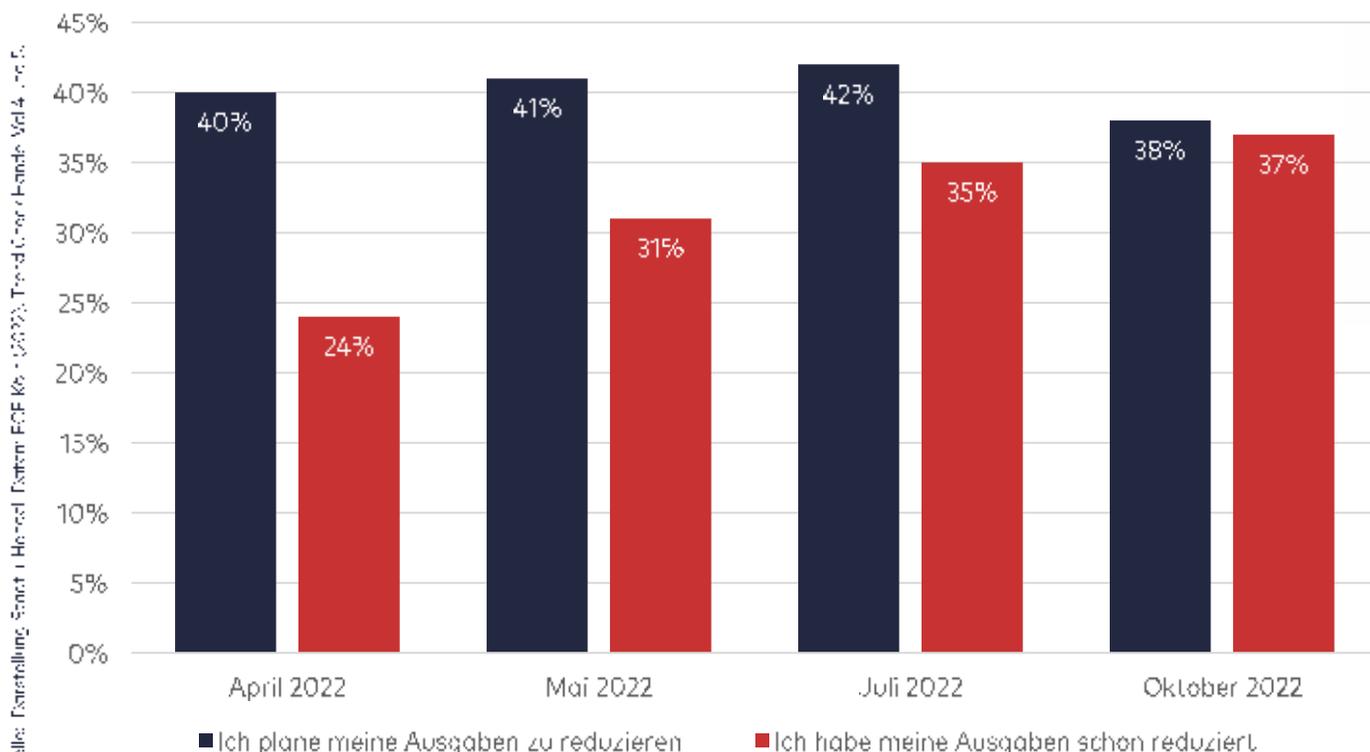
# Trends der Einzelhandelsentwicklung

## Beeinflussung des Konsumklimas durch Corona und den Ukraine-Krieg

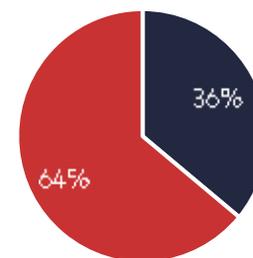


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK); \*Prognose

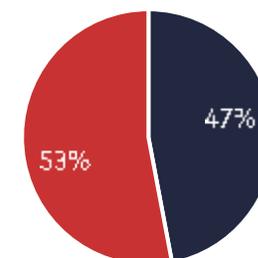
# Beeinflussung der Nachfrage durch den Ukraine-Krieg



Ich kaufe aktuell **mehr online ein**, da man dort besser die Preise vergleichen kann



■ ja ■ nein  
Gesamt



■ ja ■ nein  
18 bis 29 Jahre

# Trends der Einzelhandelsentwicklung

## Wandel des Einkaufsverhaltens



Kopplung



Entkopplung



Erlebnisorientierung



Polarisierung

# Trends der Einzelhandelsentwicklung

## Einzelhandelsentwicklung in Klein- und Mittelstädten



Konzentration



Discount-orientierung



Nachfolge-problematik



Leerstand/Trading-Down

# Trends der Einzelhandelsentwicklung (Fokus: Nahversorgung)

## Kundenansprüche



# Trends der Einzelhandelsentwicklung (Fokus: Nahversorgung)

Kundenansprüche ändern sich also... (Nachfrageseite)



Nachhaltigkeit/Bio-Boom



Nähe/Regionalität



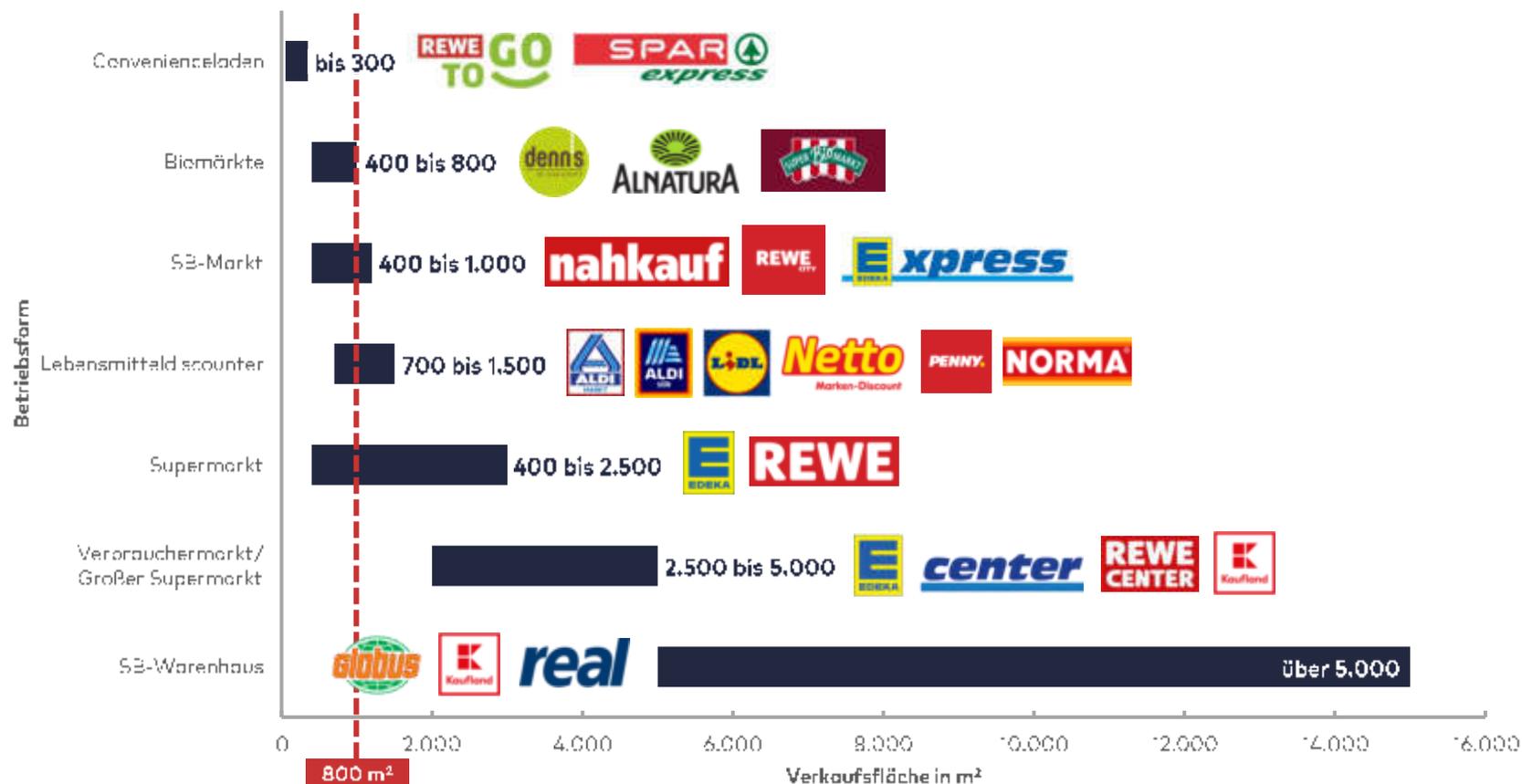
Convenience



Genuss/Erlebnis

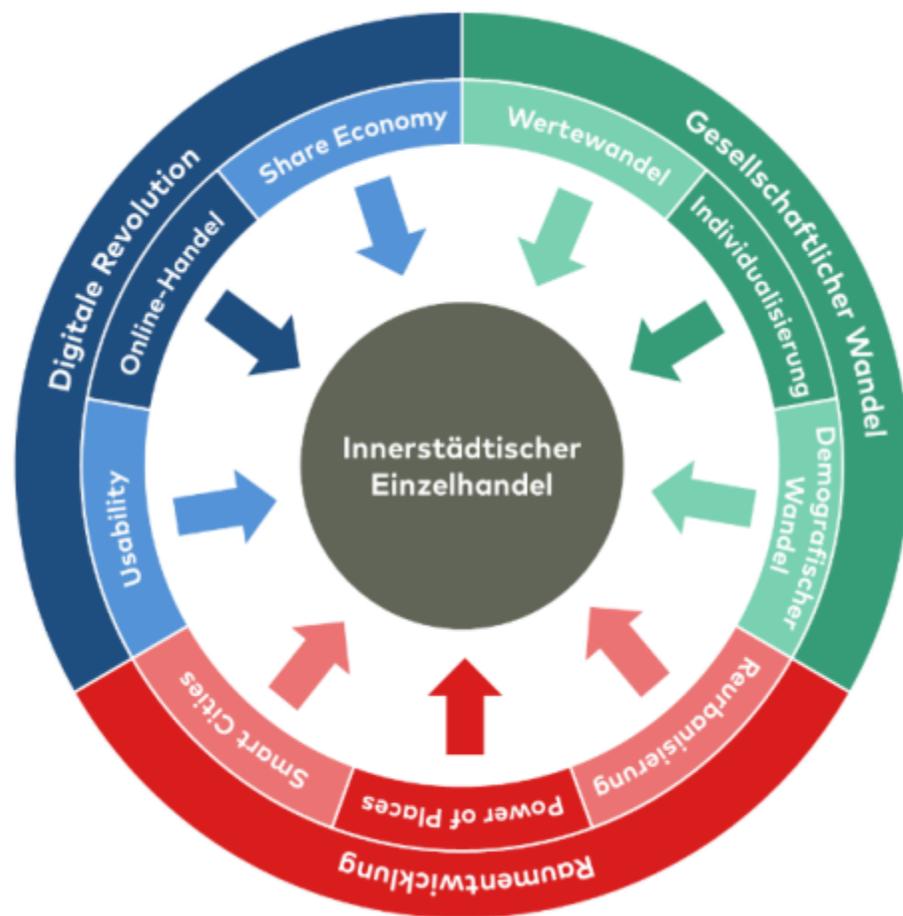
# Trends der Einzelhandelsentwicklung

## Verkaufsflächenanforderungen von Lebensmittelanbietern



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Trends im Einzelhandel

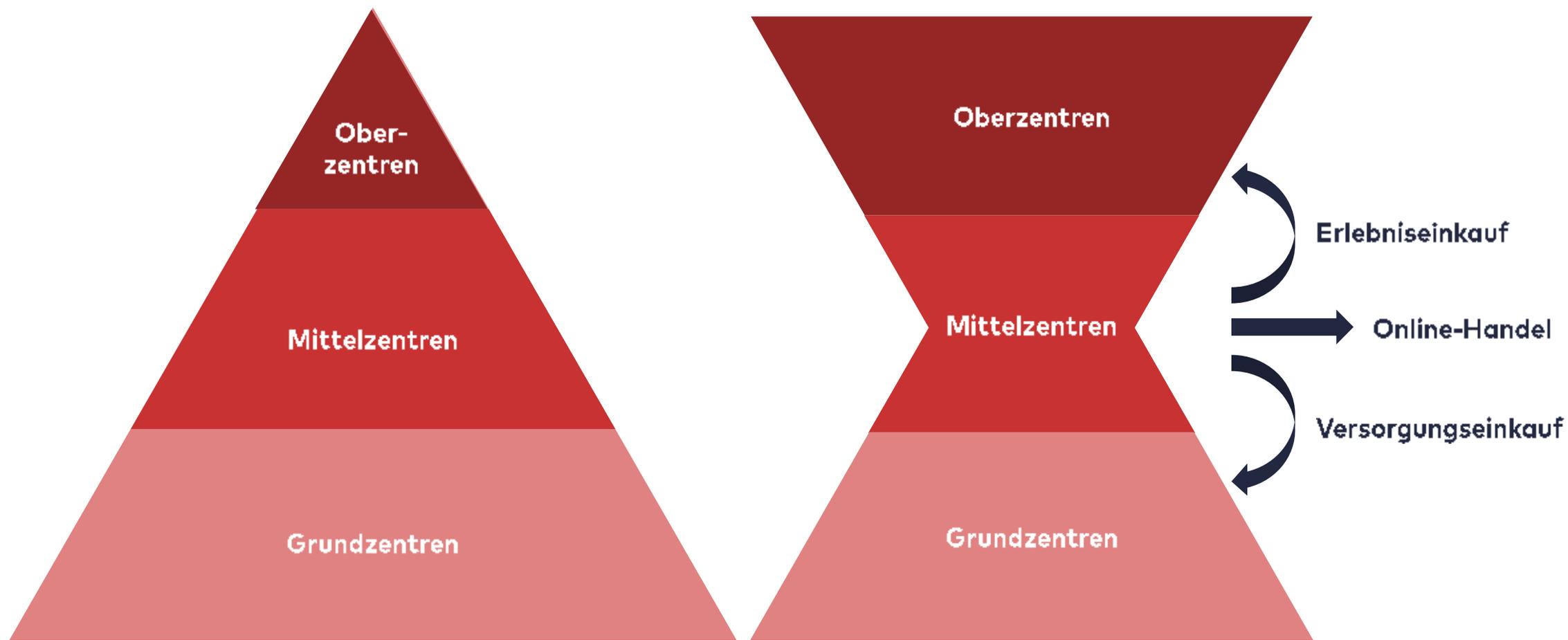


Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Fortschreibungs- gründe

**Büro | Trends | Fortschreibungsgründe | Vorgehen | Ausblick**

# Positionierung Peines als Mittelzentrum?



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Städtebaulich problematische Entwicklungen

Fehlentwicklungen außerhalb der Innenstadt begrenzen!



„Nahversorger“ auf der „grünen Wiese“



„Innenstadterlebnis“ auf der „grünen Wiese“

# Städtebaulich problematische Entwicklungen

Fehlentwicklungen innerhalb der Innenstadt begrenzen!



Leerstände/Mindernutzungen durch begrenztes Marktvolumen



Im Extremfall Verödung von Ortskernen

# Maßstabssprung im Lebensmitteleinzelhandel

Moderne Einzelhandelsstrukturen in Peine städtebaulich zielführend gestalten!



Quelle: Foto Stadt + Handel.

# Geänderte rechtliche Rahmenbedingungen

## Einzelhandel unter neuen Rahmenbedingungen rechtssicher steuern!

- **Überarbeitete Festlegungen zur Raumordnung auf Landesebene**  
(→ LROP Niedersachsen)
- **Angepasste Rechtsgrundlagen**  
(→ z. B. Baunutzungsverordnung)
- **Neue Rechtsprechung zur Einzelhandelssteuerung**  
(→ z. B. Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche)

# Einzelhandelskonzept als Instrument der Stadtentwicklung

## Das Einzelhandelskonzept...

- ... dient als Grundlage zur **räumlichen Steuerung von Einzelhandelsbetrieben**
- ... hat die Zielstellung: **Entwicklung, Schutz und Stärkung der Zentren und der Nahversorgung**
- ... dient der **Vermeidung von Fehlentwicklungen außerhalb der Zentren**
- ... benennt **Entwicklungs- und Tabubereichen** (Wo soll Handel stattfinden?)
- ... trifft Aussagen dazu, **wo welches Sortiment** zulässig sein soll
- ... ist außerhalb der Verwaltung nur **bindend**, wenn es z. B. durch Bauleitpläne umgesetzt wird
- ... schafft zusätzliche Rechts- und Investitionssicherheit
- ... ist eine Basis für eine „aktive“ Standortentwicklung

# Vorgehen

Büro | Trends | Fortschreibungsgründe | **Vorgehen** | Ausblick

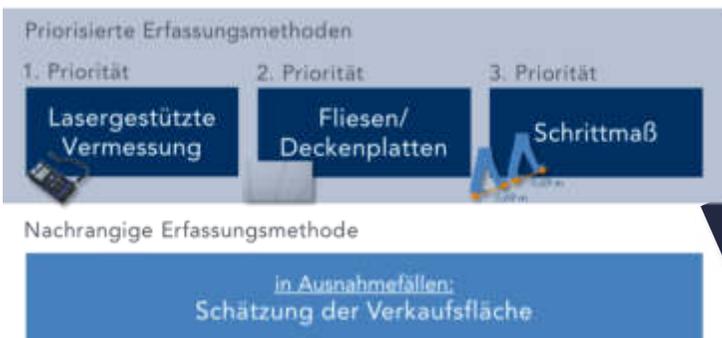
# Konzeptbausteine



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Analysephase

## Vollerhebung des Peiner Einzelhandels (Februar 2023)



### Adressenbasierte Verortung im GIS



### Verknüpfung mit einer detaillierten Datenbank

Ort	Stadtteil/Ortsteil	Straße	Flussname	Fliesen	Name des Einzelhandelsbetriebs	Leg	Gr	GVEP	Hauptwarengruppe
Allee	B West	Oststrassenerstrasse		134	Service Point Niflas			50	Neue Medien/ Unterhaltungselektronik
Allee	B West	Pfaffenweg		4	Gärtnerei Schulte Eckel			1600	Pflanzen/ Gartenbedarf
Allee	B West	Pfaffenweg		115	Hof Schulte-Röhning Hoffladen			50	Nahrungs- und Genussmittel
Allee	B West	Waldtellerstrasse		204	Hof Maraschköner			50	Nahrungs- und Genussmittel
Allee	C Nord	Bakchplatz		2	K. Prasa & Bach			100	PBS, Zeitschriften/ Zeitschriften, Bücher
Allee	C Nord	Bakchstrasse		1	Bäckerei Hobeig		Q2	50	Nahrungs- und Genussmittel
Allee	C Nord	Bakchstrasse		3	Leerstand		Q2	150	Leerstand
Allee	C Nord	Burgemeister-Corral-Ring		70	Leerstand		Q2	200	Leerstand
Allee	C Nord	Burgemeister-Corral-Ring		70	Susan Bäckerei		Q2	50	Nahrungs- und Genussmittel
Allee	C Nord	Eintrachtstrasse		1	Kiosk Bachler		Q2	0	Nahrungs- und Genussmittel
Allee	C Nord	Eintrachtstrasse		9	-13 Scholdra		Q2	350	Baumarkt/Sortiment Le S
Allee	C Nord	Gerichtstrasse		5	Handparadies		Q2	100	Neue Medien/ Unterhaltungselektronik
Allee	C Nord	Gerichtstrasse		9	Foto Video Amanann		Q2	100	GPK/ Hausrat/ Einrichtungsbekör
Allee	C Nord	Gerichtstrasse		17	Stadtthaler Apotheke		Q2	100	Ordnung/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken
Allee	C Nord	Hessebergstrasse		1	Hagsee Kiosk		Q2	50	Nahrungs- und Genussmittel
Allee	C Nord	Hellstrasse		8	Leerstand		Q2	200	Leerstand
Allee	C Nord	Hellstrasse		22	Leerstand		Q2	100	Leerstand
Allee	C Nord	Hellstrasse		40	Gourmet-Läden		Q2	100	Nahrungs- und Genussmittel

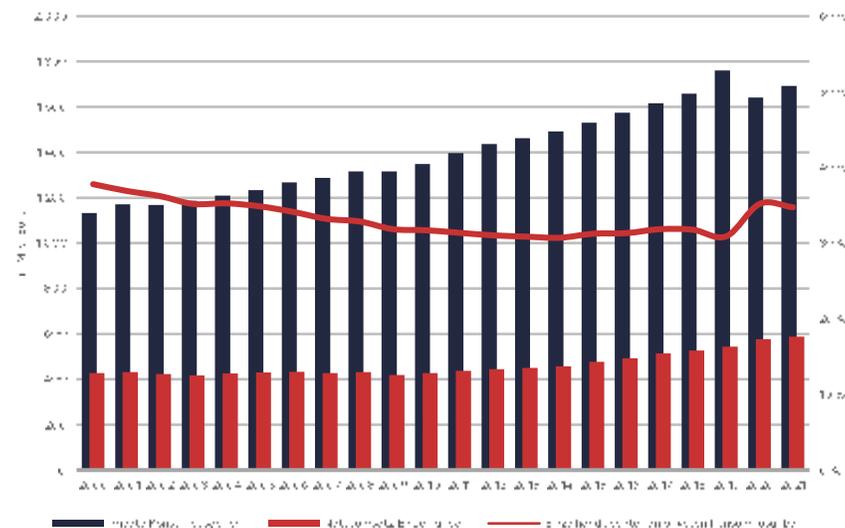
# Analysephase

## weitere empirische Bausteine

Baustein	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
<b>Vor-Ort Begehungen</b>	Erhebung durch Stadt + Handel	02/2023	Begehung der Innenstadt und weitere zentraler Versorgungsbereiche/Standorte	Städtebauliche Analyse, Stärken/Schwächen/Potenziale der jeweiligen Standorte
<b>Händler*innenbefragung</b>	Befragung durch Stadt + Handel	02/2023	Standardisierte Online-Befragung	Umsatzherkunft/Einzugsbereiche, Geschäfts-/Umsatzentwicklung, Standorteinschätzung, Angebotslücken, Stärken-Schwächen-Analyse
<b>Bevölkerungsbefragung</b>	Befragung durch Stadt + Handel	02/2023	Standardisierte Online-Befragung	Einkaufsorientierung, Angebotslücken, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Stärken-Schwächen-Analyse
<b>Kundenherkunftserhebung</b>	Erhebung durch Stadt + Handel	02/2023	Auslage von Zählformularen in Einzelhandelsbetrieben in Peine	Kundenherkunft, Einzugsbereiche
<b>Expert*inneninterviews</b>	Interviewführung durch Stadt + Handel	04-05/2023	Web-/Telefonische Interviews	Aktuelle Herausforderungen für den Einzelhandel in Peine, Einschätzung zur Einzelhandelsstruktur und -entwicklung, Einzugsbereiche, Zentrenentwicklung

# Ermittlung von Entwicklungspotenzialen

- Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale für die nächsten 5 - 10 Jahre anhand einer umfangreichen Modellrechnung:
- Eingehende Faktoren u. a.:
  - Einwohnerentwicklung
  - Kaufkraftentwicklung
  - Verschiebung Vertriebskanäle (Stationärer Handel – Online-Handel)
  - Verschiebung der Kaufkraft u.a. durch den demographischen Wandel
  - Entwicklung von Flächenproduktivitäten
  - Zentralörtlicher Versorgungsauftrag
- Teilräumliche Differenzierung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten



Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2027 (Prognose)



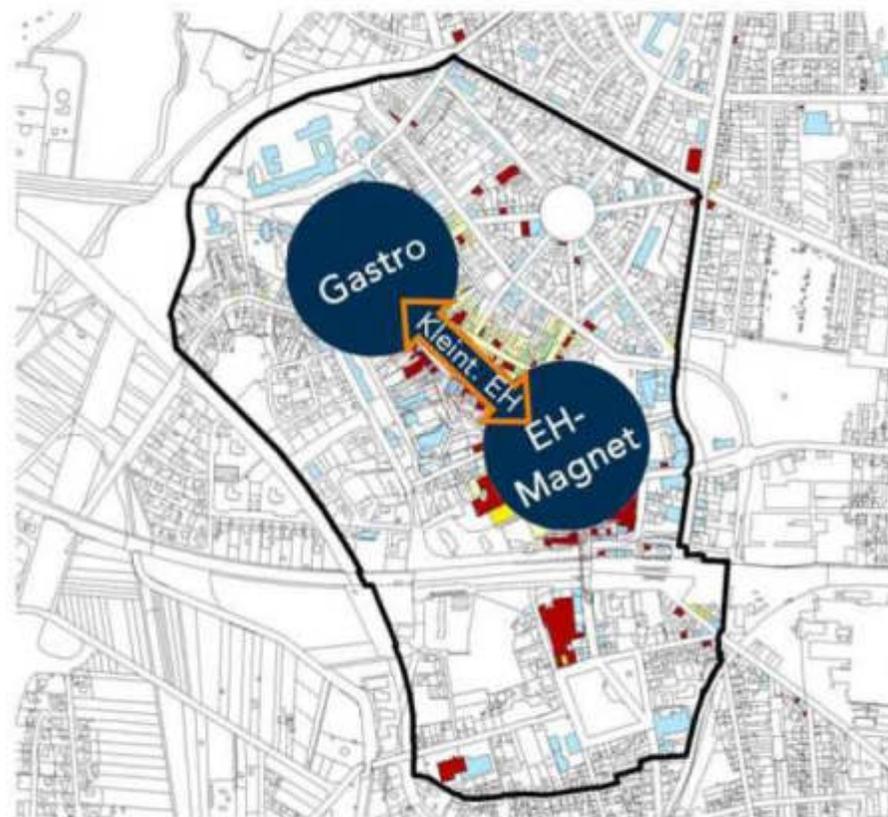
# Zentrale Versorgungsbereiche

## Abgrenzung und Bewertung

Definition „Zentrale Versorgungsbereiche“  
BVerwG: Urteil vom 11. Oktober 2007; BVerwG: Urteil vom 17. Dezember 2009

- räumlich abgrenzbare Bereiche
- Einzelhandelsnutzungen, ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote haben eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus
- städtebaulich integrierte Lage

### Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich (ZVB) 2009/2010:



- **Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich**
- **Schwerpunktbereich Gastronomie**
- **Schwerpunktbereich kleinteiliger Einzelhandel**
- **Schwerpunktbereich großflächiger Einzelhandel**

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2009; Kartengrundlage: Stadt Peine

### Bewertungskriterien

Räumliche Integration	○○○
Verkehrliche Erreichbarkeit	○○○
Versorgungsfunktion	○○○
Einzelhandelsbesatz	○○○
Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur	○○○
Zentrenergänzende Funktionen	○○○
Städtebauliche Struktur	○○○
Städtebauliches Erscheinungsbild	○○○
Markante Entwicklungen seit 2011	↑ ↓
Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)	↑ ↓
<b>Gesamtbewertung</b>	○○○

# Ableitung von Handlungsempfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des Innenstadtzentrums

- Ableitung von Maßnahmen zur Erhöhung der Resilienz und der Lebendigkeit der Innenstadt auf Grundlage von :

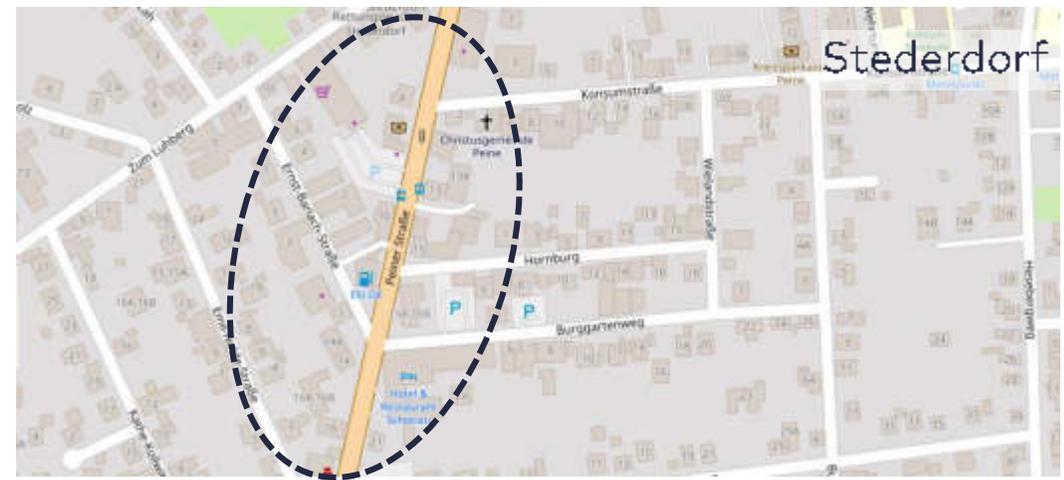
- Städtebaulichen Analysen
- Resilienzcheck
- Befragungen
- Erfahrungen aus aktuell 30 City-/Innenstadtmanagements
- Ergebnisse aus Arbeitskreisen
- Wichtig: Blick auch abseits des klassischen Einzelhandels – multifunktionale Innenstadt



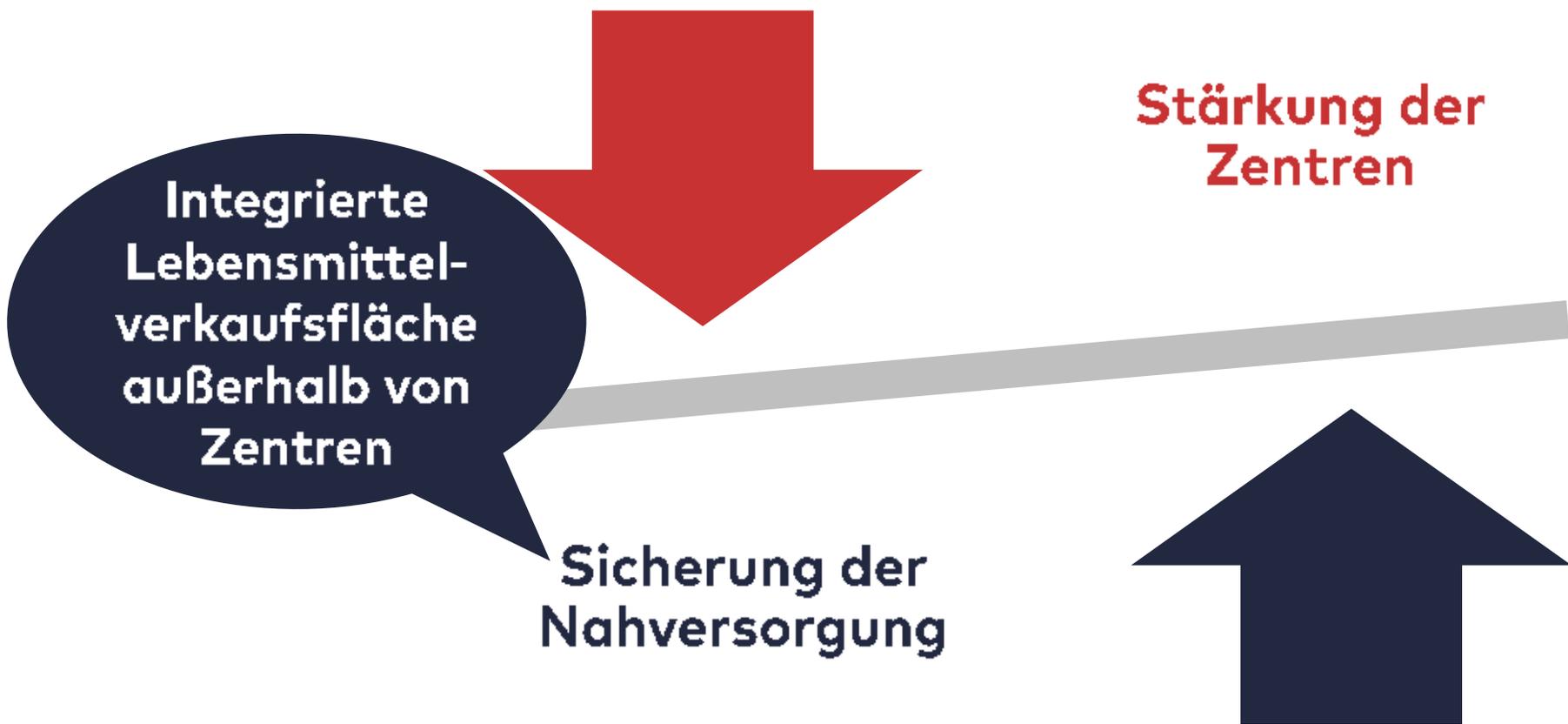
Oberziele/Teilziele/Maßnahmen	Akteure	Umsetzung
<b>Oberziel: Funktionsvielfalt</b>		
<b>Teilziel: Optimierung der Aufenthaltsqualität und städtebauliche Aufwertung der Einkaufsinnenstadt</b>	Stadt, Sponsoren, Immobilieneigentümer, Investoren	Mittelfristig
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sanierung von Gebäudeensembles und Einzelimmobilien               <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Heinrich-Julius-Straße</li> <li>◦ Breiter Weg</li> </ul> </li> <li>• Ergänzung/Modernisierung der Stadtmöblierung, insbesondere kommunikationsorientierte Stadtmöblierung               <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Holzmarkt</li> <li>◦ Fischmarkt</li> <li>◦ Breiter Weg</li> </ul> </li> <li>• Stadtgestaltung durch temporäre und zeitlich unbefristete Elemente (z. B. stadtspezifische Skulpturen, Grünlemente)</li> <li>• Installation von Spielgeräten bzw. eines Kinderplatzes</li> </ul>		
<b>Teilziel: Multifunktionale Angebote und Ansiedlung von Frequenzbringern aus den Bereichen zentrenergänzende Funktionen</b>	Stadt, Sponsoren, Immobilieneigentümer, Investoren, Gastronomen	Mittelfristig
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablierung und Ansiedlung von Frequenzbringern im Bereich zentrenergänzender Funktionen, z. B.:               <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Co-Working Space</li> <li>◦ Packstation</li> <li>◦ Fahrrad-Reparaturstation</li> <li>◦ Ladestationen für E-Mobilität (Fahrrad und Auto)</li> </ul> </li> <li>• Stärkung gastronomischer Angebote               <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Bessere Nutzung der Platzsituationen (Fischmarkt, Holzmarkt)</li> <li>◦ Stärkung des außergastronomischen Angebote</li> <li>◦ Testrestaurant als Möglichkeit für potenzielle neue Gastronomen</li> <li>◦ Etablierung eines Kinder- und Jugendkafés</li> <li>◦ Ausbau und Stärkung von Angebote für Studierende</li> <li>◦ Unterstützung von Gastronomen durch Senkung der Sondernutzungsgebühr für Außergastronomie</li> <li>◦ Ausgabe von Gutscheineften für Einzelhandel und Gastronomie (im Idealfall Kombination der drei Standortbereiche Einkaufsinnenstadt - Domareal - Altstadt)</li> <li>◦ Übersichtliche Darstellung der Gastronomiebetriebe in einem gemeinsamen Gastronomieführer, insb. für Besucher und Touristen (Print/Online)</li> </ul> </li> </ul>		

# Umgang mit möglichen Zentren im Stadtgebiet

- Ortsmitten Vöhrum und Stederdorf: Prüfung inwieweit eine Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches möglich und sinnvoll ist
- Prüfungsrelevant insbesondere:
  - Kriterien der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche
  - Entwicklungspotenziale in Bezug auf die Versorgungsgebiete
  - Marktauftritt und Entwicklungsperspektiven der bestehenden Anbieter
  - Mögliche Versorgungsfunktionen
  - Entwicklungsempfehlungen



# Trends: Auf den richtigen Standort kommt es an!



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Nahversorgung

## Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2024)	62.432 (-2,4 %)					
Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	26.900			4.600		
Verkaufsflächenausstattung in m <sup>2</sup> je Einwohner	0,43			0,07		
Sortimentspezifische Zentralität	0,95			1,01		
Verkaufsfläche nach Lagebereich	56 % ZVB	11 % siL	33 % niL	80 % ZVB	8 % siL	12 % niL
Betriebstypenmix	2x Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus 2x Lebensmittelsupermarkt 14x Lebensmitteldiscounter 90x sonstige Lebensmittelmärkte			3x Drogeriefachmarkt* 20x sonstige Drogeriewarengeschäfte		
<b>Quantitative Nahversorgungssituation</b>						
<b>Qualitative Nahversorgungssituation</b>						

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt – am 01.11.2018; Einwohner: Stadt Peine (Stand: 30.09.2018; nur Hauptwohnsitz); ZVB-Angabe: 2011; Verkaufsfläche aJ<sup>2</sup> = 100 m<sup>2</sup> je Einwohner; zzgl. Drogeriemarkt in Weite: halt (bei Bestands-erhebung geschlossen).

# Analyse und Bewertung - räumlich



- Erreichbarkeitsisochronen
- Betriebstypen
- Betriebsgrößenklasse
- Lagezuordnung
- Standorttyp
- Versorgte/nicht versorgte Bereiche (mit Potenzialbewertung)

# Nahversorgungsstandorte

## Standortspezifische Empfehlungen



Städtebauliche Integration



Räumlicher Bezug zu bestehenden Wohngebiete gewährleistet, perspektiv Verbesserung durch neues Wohngebiet

Wohnbauentwicklung im Umfeld



-

Beitrag zur räumlichen Nahversorgung



Sicherung des Betriebes (bedarfsgerechter Ausbau)

ÖPNV-Erreichbarkeit



-

Städtebauliche Gestalt / Architektur



Aufwertung im Zuge absehbarer Modernisierung (Geschossigkeit, Fassaden, Materialien, Parkplatzgestaltung)

Standortangemessenes Nahversorgungsgewicht (Komplementäre/Agglomeration)



Zurückhaltender Umgang mit Ergänzungen (Schutz nahegelegener ZVB)

Marktfähigkeit relevanter Anbieter



Sicherung des Betriebes (bedarfsgerechter Ausbau)

Nähe/Gefährdungspotenzial für zentrale Versorgungsbereiche



bedarfsgerechter Ausbau, kein Übergewicht gegenüber Betrieben im ZVB, Verträglichkeitsnachweis

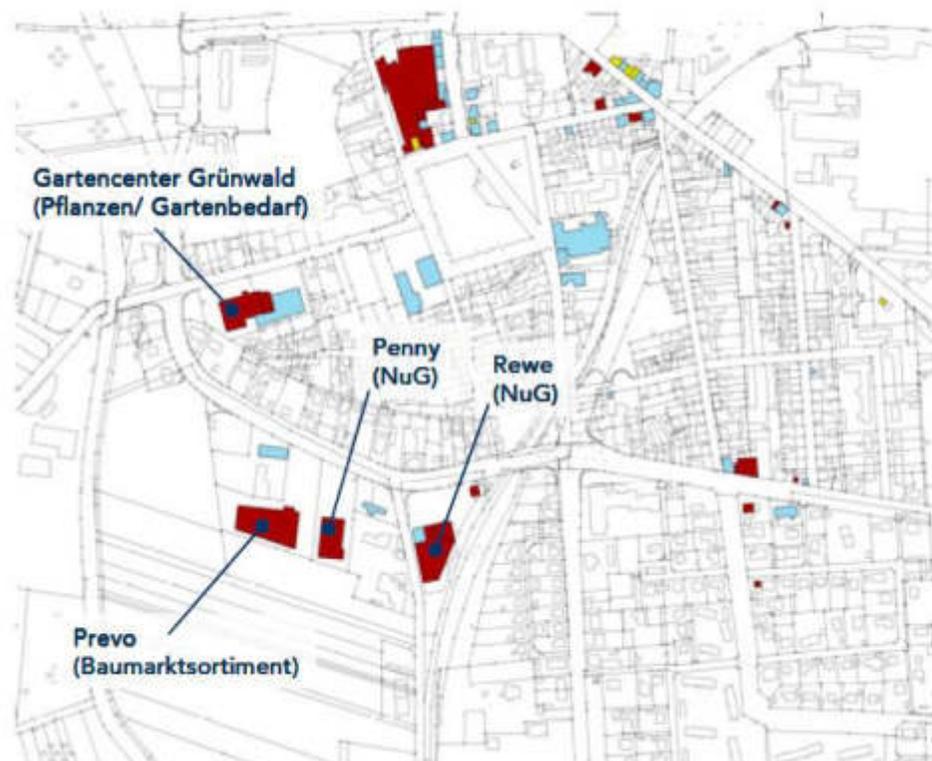
Priorität



# Sonderstandorte/ergänzende Standorte

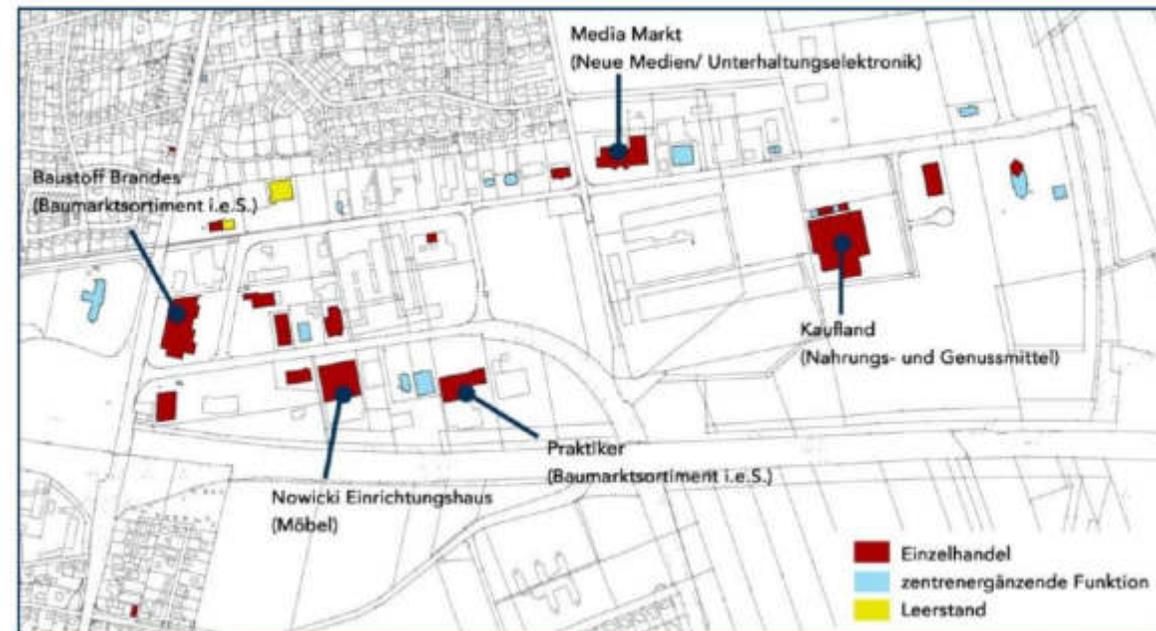
## Städtebaulich zielführender Umgang

Sonderstandort Wiesenstraße



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2009; Kartengrundlage: Stadt Peine

Einzelhandelsbestand an der Standortagglomeration Gewerbegebiet Nord



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2009; Kartengrundlage: Stadt Peine

# Sortimentsliste (Prüfung)

## zentrenrelevante Sortimente: \*

Augenoptik  
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)  
Bücher  
Fahrräder und Zubehör  
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör  
Glas/Porzellan/Keramik  
Haus-/Bett-/Tischwäsche  
Hausrat  
Heimtextilien  
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche  
Medizinische und orthopädische Geräte  
Musikinstrumente und Musikalien  
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Kunststoffe  
Schuhe/Lederwaren  
Spielwaren  
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmaterial)  
Telekommunikationsartikel  
Uhren/Schmuck  
Waffen/Jagdbedarf  
Wohnrichtungsbedarf (ohne Möbel)/Bilder/ Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände

## nahversorgungsrelevante Sortimente: \*\*

(nahversorgungsrelevante Sortimente sind auch zentrenrelevant)

Blumen  
Drogerie/Kosmetik/Parfümerie  
Nahrungs- und Genussmittel  
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)  
Zeitungen Zeitschriften

## nicht zentrenrelevante Sortimente: \*\*\*

Angeln  
Baumarkt-Sortimente im engeren Sinn  
- Bauelemente  
- Baustoffe  
- Bodenbeläge  
- Eisenwaren  
- Elektroinstallationsmaterial  
- Farben/Lacke/Tapeten  
- Sanitär- und Installationsbedarf  
Bettwaren

Teppiche (ohne Teppichböden)  
Unterhaltungselektronik  
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere  
Sonstige Sortimente, die aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nicht für zentrale Lagen geeignet sind

gezielte Überprüfung der bestehenden Sortimentsliste

# Kommunale Sortimentsliste

Herleitung: Vertiefende Diskussion häufig diskutierter Sortimente, oftmals:

- Leuchten/Lampen
- Teppiche
- Bettwäsche/Bettwaren
- Elektrogroßgeräte
- Fahrräder und Zubehör
- Arbeitsbekleidung
- Reitsportartikel
- Waffen/Jagdbedarf/Angeln
- Zoologischer Bedarf
- ...

Bewertung der Sortimentsmerkmale von **Bettwäsche/ Bettwaren (ohne Matratzen)** in Bezug auf die Zentrenrelevanz

	Sortimentsmerkmal gegeben?	Begründung
Einzelhandelsstruktur	X	4 % ZVB   <b>96 % außerhalb</b>
Besucherfrequenz	X	vornehmlich Zielpublikum
Integrationsfähigkeit	✓	gängige Flächenkonzepte in ZVB umsetzbar
Kopplungsaffinität	X	vornehmlich Zielpublikum
Transportfähigkeit	(✓)	können vom Kunden teilweise mitgenommen werden
Besondere Zielperspektive	✓	Entwicklungspotenzial für ZVB gegeben

**→ Empfehlung: aufgrund der Zielperspektive zentrenrelevant!**

Quelle: Eigene Darstellung Stadt Peine

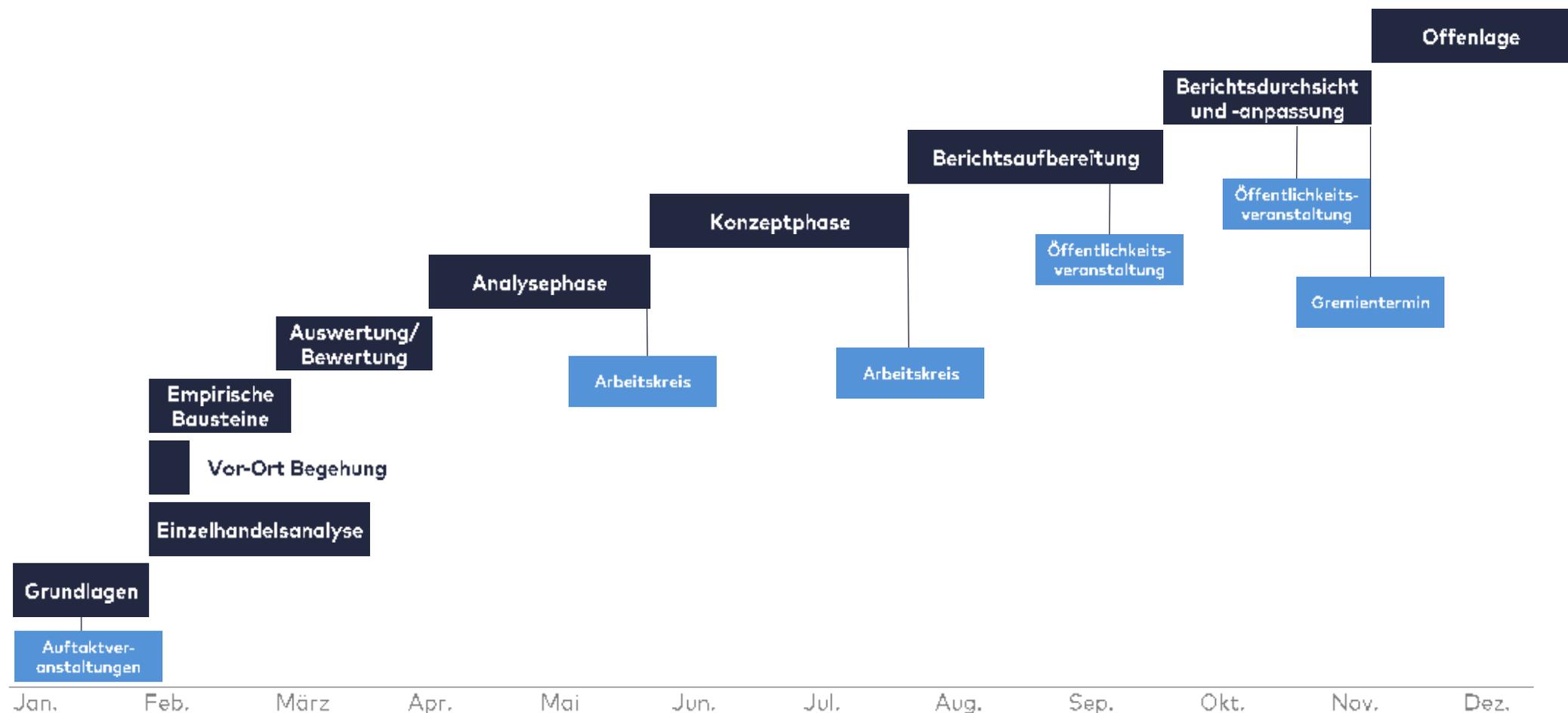
# Ausblick

Büro | Trends | Fortschreibungsgründe | Vorgehen | **Ausblick**

# Nächste Schritte

- **Vor-Ort-Begehung** und **Städtebauliche Analyse** der Einzelhandelsstandorte/Standortbereiche
- Erhebung von **Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben** sowie weiteren zentrenergänzenden Funktionen
- Durchführung der **Online-Befragung von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben**
- Durchführung der **Online-Befragung von Bürger\*innen**
- Durchführung **Kundenherkunftsanalyse** und Vorbereitung der **Expert\*innengespräche**
- **Auswertung** der Einzelhandelsbestandsdaten und Erhebungsergebnissen
- **Bewertung** der Einzelhandelsentwicklung

# Zeitplan für 2023



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# STADT+HANDEL

**Stadt + Handel Beckmann und  
Föhler Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://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 49

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