



EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT 2015/2016

STADT WOLFSBURG





Einzelhandels- und Zentren- konzept für die Stadt Wolfsburg 2015 / 2016

- Bericht -

BBE Standort- und
Kommunalberatung
Münster

Von-Esmarch-Straße 168 ■ 48149 Münster
Tel. (02 51) 87 119-0 ■ Fax (02 51) 87 119-19
Internet: www.bbe-standort.de
E-Mail: info@bbe-muenster.de

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader
Dipl.-Ing. Christian Paasche

Münster, im August 2016

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	1
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung.....	1
1.2 Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes	3
1.3 Methodische Vorgehensweise	5
2 Herausforderungen im Einzelhandel	9
2.1 Fokus: Sicherung der Grund- und Nahversorgung	10
2.2 Fokus: Online-Handel.....	12
2.3 Fokus: Demografischer Wandel	15
3 Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen	17
3.1 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	17
3.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit.....	17
3.1.2 Zentralörtliche Bedeutung & Stellung in der Region	19
3.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung.....	21
3.2 Analyse der quantitativen Angebotsstrukturen.....	23
3.2.1 Betriebe und Sortimente	27
3.2.2 Verkaufsflächen	29
3.3 Analyse der räumlichen Strukturen	34
3.3.1 Ortsratsbereich Stadtmitte	36
3.3.1.1 Hauptzentrum Innenstadt.....	38
3.3.1.2 Nahversorgungszentrum Schachtweg.....	49
3.3.1.3 Standortbereiche der Nahversorgung.....	52
3.3.1.4 Sonstige Standortbereiche.....	54
3.3.2 Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld	57
3.3.2.1 Stadtteilzentrum Fallersleben	59
3.3.2.2 Standortbereiche der Nahversorgung.....	62
3.3.2.3 Sonstige Standortbereiche.....	64

3.3.3 Ortsratsbereich Vorsfelde	66
3.3.3.1 Stadtteilzentrum Vorsfelde	68
3.3.3.2 Nahversorgungszentrum Drömling-Center	72
3.3.3.3 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung	75
3.3.3.4 Sonstige Standortbereiche	78
3.3.4 Ortsratsbereich Mitte-West	80
3.3.4.1 Nahversorgungszentrum Laagbergstraße	82
3.3.4.2 Nahversorgungszentrum Schlesierweg	85
3.3.4.3 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung	88
3.3.5 Ortsratsbereich Almke / Neindorf	94
3.3.6 Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke	96
3.3.6.1 Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße	97
3.3.7 Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau	102
3.3.8 Ortsratsbereich Detmerode	104
3.3.8.1 Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt	105
3.3.9 Ortsratsbereich Ehmen / Mörse	109
3.3.9.1 Nahversorgungszentrum Mörser Straße	111
3.3.9.2 Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße	114
3.3.9.3 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung	117
3.3.9.4 Nicht schützenswerte Standortbereiche	118
3.3.10 Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf	121
3.3.10.1 Standortbereiche der Nahversorgung	122
3.3.10.2 Sonstige Standortbereiche	124
3.3.11 Ortsratsbereich Hehlingen	128
3.3.11.1 Sonstige Standortbereiche	129
3.3.12 Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp	131
3.3.12.1 Nahversorgungszentrum Jembker Straße	132
3.3.13 Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen	136

3.3.13.1	Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring.....	137
3.3.13.2	Sonstige Standortbereiche	140
3.3.14	Ortsratsbereich Nordstadt.....	142
3.3.14.1	Nahversorgungszentrum Allerstraße	143
3.3.14.2	Nahversorgungszentrum Hansaplatz	146
3.3.14.3	Weitere Standortbereiche der Nahversorgung.....	149
3.3.15	Ortsratsbereich Wendschott	151
3.3.15.1	Standortbereich der Nahversorgung	152
3.3.16	Ortsratsbereich Westhagen	154
3.3.16.1	Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ	156
3.3.16.2	Weitere Standortbereiche der Nahversorgung.....	158
3.4	Nahversorgungssituation in Wolfsburg.....	162
3.4.1	Größere Anbieter der Nahversorgung innerhalb eines ZVB	167
3.4.2	Größere Anbieter der Nahversorgung außerhalb ZVB	172
3.4.3	Prüfstandorte der Nahversorgung	196
3.5	Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen	200
3.5.1	Einzugsbereich des Wolfsburger Einzelhandels	200
3.5.2	Kaufkraftpotenzial in Wolfsburg	210
3.5.3	Kaufkraftbindungsquoten.....	214
3.6	Passantenfrequenzzählung in der Stadt Wolfsburg	219
3.6.1	Passantenfrequenzzählung in der Innenstadt.....	221
3.6.2	Passantenfrequenzzählung im Stadtteilzentrum Fallersleben	225
3.6.3	Passantenfrequenzzählung im Stadtteilzentrum Vorsfelde.....	230
4	Integration weiterer Plankonzeptionen	234
4.1	Wohnen & Bauen - Masterplan 2020	236
4.2	Büromarktanalyse 2010.....	239
5	Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung	242
6	Zentren- und Sortimentskonzept.....	247

6.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	247
6.2	Standortstruktur & Zentrenhierarchie	250
6.3	Zentrale Versorgungsbereiche und sonstige Einzelhandelsstandorte	254
6.3.1	Hauptzentrum	256
6.3.2	Stadtteilzentren	261
6.3.3	Nahversorgungszentren	265
6.3.4	Entwicklungsstandorte der Nahversorgung.....	275
6.3.5	Bestandsstandorte der Nahversorgung.....	282
6.3.6	Sonder- / Fachmarktstandorte	283
6.3.7	Zusammenfassung: Zentren- und Standortstruktur im Überblick	288
6.4	Sortimentsliste	290
6.4.1	Einordnung und Herleitung einer örtlichen Sortimentsliste	290
6.4.2	Wolfsburger Sortimentsliste.....	294
6.5	Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung.....	303
6.5.1	Exkurs: Steuerung des nicht großflächigen Handels	304
6.5.2	Ansiedlungsgrundsätze für den zentrenrelevanten Einzelhandel	307
6.5.3	Ansiedlungsgrundsätze für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	311
6.5.4	Ansiedlungsgrundsätze für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel	315
6.5.5	Zusammenfassung: Ansiedlungsgrundsätze im Überblick	318
7	Strategien und Empfehlungen für die Stadt Wolfsburg	320
7.1	Entwicklungspotenziale in der Stadt Wolfsburg	320
7.2	Strategien und Empfehlungen für den mittelständischen Handel.....	335
8	Schlusswort	341
9	Abbildungsverzeichnis	343



Der Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Der Auftraggeber kann den vorliegenden Bericht innerhalb sowie außerhalb seiner Organisation unter Angabe der Quelle, d. h. Nennung der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster als Urheber, verwenden und verbreiten, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist die Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Ähnliches insbesondere auch durch andere als den Auftraggeber (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Urhebers gestattet. Sämtliche Rechte verbleiben bei der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster.

Foto Titelblatt: WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung

Im Herbst 2010 ist der Einzelhandelsentwicklungsplan (EEP) der Stadt Wolfsburg durch den Rat der Stadt als Grundlage für eine einzelhandelsbezogene Ansiedlungs- und Strukturpolitik beschlossen worden. Grundlage des Einzelhandelsentwicklungsplans sind hierbei die empirischen Erhebungen aus dem Jahr 2009 gewesen. In der Stadt Wolfsburg haben sich zwischenzeitlich jedoch erhebliche Veränderungen der Einzelhandelsstrukturen, aber auch bei der Wohnbauland- und Bevölkerungsentwicklung, ergeben. Daneben haben sich die rechtlichen Rahmenbedingungen insbesondere zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels verändert, so dass die Stadt Wolfsburg dies zum Anlass genommen hat, ein aktuelles Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufzustellen.

Einzelhandelsentwicklungsplan 2010 (EEP)

Die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland wird seit Jahren durch anhaltende strukturelle Veränderungsprozesse geprägt. Sowohl die konzeptionelle Ausrichtung und das Erscheinungsbild als auch die räumliche Struktur dieses Wirtschaftssektors haben sich in den vergangenen Jahrzehnten nachhaltig gewandelt. Aufgrund veränderter Standort- und Objektanforderungen sind zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentren entstanden, wodurch die Innenstädte und Stadtkerne in ihrer Funktionalität und Attraktivität oftmals an Bedeutung eingebüßt haben. Auch ist die Zielvorstellung einer wohnortnahen und dezentralen Grundversorgung der Bevölkerung aufgrund der Konzentrationsprozesse im Einzelhandel zunehmend schwieriger zu erhalten bzw. zu realisieren.

Strukturelle Veränderungen im deutschen Einzelhandel

Für die Funktionalität sowie Attraktivität gewachsener Zentren mit ihrem vielfältigen Angebot an Versorgungsstrukturen, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen Einrichtungen kommt dem Einzelhandel eine zentrale Bedeutung zu. Die Zentren sind oftmals nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Stadt, sondern auch Kommunikations- und Identifikationspunkt für viele Bürger sowie „Aushängeschild“ für die Stadt. Es besteht daher ein öffentliches sowie privates Interesse am Erhalt sowie der Förderung der Funktionsfähigkeit und der Nutzungsvielfalt der Zentren mit ihren örtlichen Besonderheiten. Dies bedeutet, dass städtebauliche Fehlentwicklungen wie Leerstände, Trading-down-Prozesse oder Mindernutzungen und damit einhergehend ein Attraktivitätsverlust der Zentren vermieden werden sollen. Die Einzelhandelsentwicklung ist daher auf geeignete Standortbereiche zu lenken, ohne

Öffentliches Interesse zur Steuerung

zugleich über Gebühr in den marktwirtschaftlichen Standortwettbewerb eingreifen zu wollen.

Städtebauliche Zielvorstellungen und wirtschaftliche Rahmenbedingungen sind somit in ein ausgewogenes und zugleich verträgliches Verhältnis zu stellen. Der räumlichen Steuerung insbesondere des großflächigen Einzelhandels sowie der Sicherung und Entwicklung zukunftsfähiger Angebotsstrukturen durch die Kommunen kommt hierbei eine wesentliche Rolle zu. Dies geschieht letztlich vor dem Hintergrund veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen.¹

Ausgewogenes
Verhältnis
unterschiedlicher Ziele

Die Stadt Wolfsburg sieht sich innerhalb dieses Spannungsfeldes unterschiedlicher Zielsetzungen vor der Aufgabe, eine auf die ortsspezifische Situation abgestimmte Gesamtkonzeption mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlich-funktional ausgewogenen Steuerung der örtlichen Einzelhandelsentwicklung zu erarbeiten, um so zum Erhalt und zur Entwicklung städtebaulich schützenswerter Nutzungs- und Standortstrukturen beizutragen. Als fachlicher Beitrag zur Bauleit- und Stadtentwicklungsplanung soll das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept daher wesentliche städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung auf Basis der aktuellen gesetzlichen Grundlagen des Bundes bzw. des Landes formulieren.

Konzept für gemeinde-
entwicklungspolitische
Entscheidungen

Die Notwendigkeit eines solchen städtebaulichen Konzeptes im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ist in entsprechenden Urteilen des OVG NRW hervorgehoben worden, da „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann (...) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, in aller Regel die Feststellung zulassen, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist“.²

Grundlage des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist eine aktuelle Bestandsaufnahme der örtlichen Angebotsstrukturen sowie eine Analyse der Nachfragesituation wie auch der städtebaulichen und bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen. Die Analyse bildet die Basis zur Formulierung von Leitlinien und Zielsetzungen für einzelne Standortbereiche in Wolfsburg sowie für räumlich-funktionale Steuerungsinstrumente im Hinblick auf stadtverträgliche und zugleich wirtschaftlich tragfähige Einzelhandelsentwicklungen. Bestandteile des vorliegenden Konzeptes sind:

Bestandteile des
Konzeptes

- eine umfassende und differenzierte Analyse der städtebaulichen und einzelhandelsspezifischen Ausgangssituation,

¹ Novellierung Baugesetzbuch, aktuelle Rechtsprechung des Bundes- / Oberverwaltungsgerichts, Entwurf des novellierten LROP, 2016

² OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 – 7 D 8/04 NE

- eine detaillierte Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation im Einzelhandel,
- die Formulierung übergeordneter Leitlinien und Zielvorstellungen zur Steuerung des Einzelhandels,
- die Entwicklung eines räumlichen hierarchischen Zentrenmodells mit Zuweisung von Versorgungsfunktionen für die einzelnen Standorte,
- die Herleitung und Darstellung zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer exakten räumlichen Lage und Ausdehnung (parzellenscharf) sowie ihrer Versorgungsfunktion (ggf. inkl. etwaiger Potenzialflächen),
- die Darstellung und Einordnung sonstiger Standorte und Agglomerationen des Einzelhandels (insb. großflächige Sonderstandorte),
- die Erarbeitung einer ortstypischen Sortimentsliste („Wolfsburger Liste“),
- die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels („Ansiedlungsregeln“).

Darüber hinaus sind u. a. Aussagen zu zukünftigen, bedarfsgerechten Entwicklungsmöglichkeiten, Maßnahmen zur Sicherung der Nahversorgung, Vorgaben und Empfehlungen für die Bauleitplanung sowie die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung auch des nicht großflächigen Einzelhandels Bausteine eines Konzeptes.

Für die Projektbearbeitung und -durchführung sind als Projektleiter Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader sowie Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche von der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster verantwortlich.

1.2 Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes

Die (planungsrechtliche) Steuerung des Einzelhandels ist Gegenstand der kommunalen Planungshoheit. Die öffentliche Hand kann durch das Bau- und Planungsrecht sowie die kommunale Genehmigungspraxis aktiv Einfluss auf die räumlich-funktionale Entwicklung des örtlichen Einzelhandels nehmen und bestimmte Entwicklungen auf städtebaulich gewünschte Standorte lenken. Für die Steuerung von Einzelhandelsvorhaben im Zuge von Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung ist jedoch eine sorgfältig erarbeitete städtebauliche Begründung unerlässlich. Dies gilt insbesondere für mögliche Ausschlüsse, Untersagungen und Einschränkungen, welche frei von willkürlichen Festsetzungen sein müssen. Eine fundierte Untersuchung der örtlichen Verhältnisse und

EHK =
Steuerungsinstrument

hierauf basierend die hinreichend konkrete Ableitung der einzelnen Planungsziele sind für eine rechtssichere Steuerung grundlegende Voraussetzung. Hierzu ist in aller Regel ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erforderlich. Die Inhalte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als Grundlage der Bauleitplanung müssen sowohl hinreichend bestimmt, schlüssig, nachvollziehbar als auch auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein.

Ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt ein städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Instrument zur Festlegung der künftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung dar. Es ist Grundlage für eine sachgerechte Planung und Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung (großflächiger) Einzelhandelsvorhaben. Das Konzept entwickelt Rechtskraft durch einen politischen Beschluss, i. d. R. einen Ratsbeschluss und ist dann im Rahmen der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen.

Grundlage für sachgerechte Abwägung

Einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept kommt als informelle städtebauliche Planung nicht die Funktion von bindenden Vorentscheidungen zu. Ein derartiges Konzept erzeugt zwar eine interne Bindungswirkung innerhalb der Verwaltung, nicht jedoch unmittelbare Rechtswirkung nach außen. Weder wird bestehendes Baurecht aufgehoben noch neu geschaffen. Ein Konzept schafft vielmehr die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze wie Empfehlungen, die im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind. Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z. B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.³ Bebauungspläne ohne eine entsprechende fachlich fundierte Grundlage leiden hingegen an Begründungsmängeln.

Schaffung einer städtebaulichen Begründung

Mit der Aufstellung kommunaler Einzelhandels- und Zentrenkonzepte und der sich hieran anschließenden notwendigen planungsrechtlichen Umsetzung durch Bauleitpläne können die Städte und Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren unterstützen bzw. eine ausgewogene Versorgungsstruktur sicherstellen. Zentrenkonzepte sind demnach nicht nur allein auf die Sicherung des Bestandes, sondern auch auf die Konzeption einer anzustrebenden Versorgungs- und Zentrenstruktur ausgelegt. Dies schafft eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben im Sinne einer zukunftsorientierten Zentrenstruktur.

EHK = städtebauliche Begründung

³ Der Zeitpunkt der jeweiligen Planung / Planumsetzung richtet sich nach ihrer Erforderlichkeit, d. h. die Gemeinde kann sich darauf beschränken, zunächst nur dort bauleitplanerisch aktiv zu werden, wo ein konkreter Handlungsbedarf besteht.

Die Steuerung des örtlichen Einzelhandels im Rahmen der kommunalen Planungshoheit unterliegt dabei rechtlichen Grundlagen und Zielvorgaben des Bundes bzw. des jeweiligen Landes. So werden im Rahmen

- des Baugesetzbuches (BauGB),
- der Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- des Landesraumordnungsprogramms Niedersachsen (LROP) sowie
- der aktuellen Rechtsprechung (diverse Urteile des Bundes- und Oberverwaltungsgerichtes)

klare und eindeutige Anforderungen formuliert.

Neben einer städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels schafft ein Konzept die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit für die gewerbliche Wirtschaft. Durch eindeutige Regelungen und Festlegungen können sowohl örtliche als auch sonstige Akteure ihre Planungen und Investitionsentscheidungen vorantreiben, ohne gleichzeitig mit einem „unfairen Wettbewerb“ städtebaulich nicht geeigneter, aber oftmals wirtschaftlich interessanter Standorte rechnen zu müssen. Die Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sollen dabei den Wettbewerb im Einzelhandel nicht verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf städtebaulich geeignete Standortbereiche lenken, so dass sowohl bestehende Betriebe als auch Ansiedlungsvorhaben hiervon profitieren. Darüber hinaus kann das Aufzeigen wirtschaftlicher Potenziale einen Beitrag zu einer aktiven Standort- und Wirtschaftspolitik darstellen.

1.3 Methodische Vorgehensweise

Grundlage gemeindlicher Einzelhandelskonzepte ist eine fundierte und differenzierte Untersuchung der örtlichen Gegebenheiten. Sie bildet die Basis für die hieraus abgeleiteten konzeptionellen Empfehlungen wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist.

Rechtliche Grundlagen
des Konzeptes

Planungs- und
Investitionssicherheit &
aktive Standortpolitik

Wesentliche
Leistungsbausteine

Abb. 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept basiert auf einer umfangreichen und differenzierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse der Angebotsstrukturen sowie der Nachfragesituation in der Stadt Wolfsburg. Hierfür sind die nachfolgenden Analyseschritte vorgenommen worden, die eine funktionale (nach Sortimenten) sowie räumliche (nach Standortlagen) Differenzierung erlauben:

- Überprüfung, Abgleich und Auswertung einzelhandelsrelevanter Daten auf Basis der flächendeckenden Vollerhebung des Wolfsburger Einzelhandelsbesatzes (Datenstand: August 2015)
- Qualitative Bewertung des Angebotes des strukturprägenden örtlichen Einzelhandels
- Städtebauliche Bewertung einzelner Lagen oder Standorte
- Analyse der örtlichen Nachfragesituation

Mit den vorgenannten methodischen Analysebausteinen erfüllt das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept die rechtlichen Anforderungen zur Verabschiedung als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Vor dem Hintergrund der verwaltungsinternen Bindungswirkung wurde für die Erarbeitung des Konzeptes ein breit angelegter und intensiv geführter Kommunikations- und Abstimmungsprozess unter Beteiligung des Rates der Stadt Wolfsburg, der Verwaltung, örtlicher Akteure sowie der Träger öffentlicher Belange durchgeführt. Ziel ist es, die konzeptionellen

Notwendige
Analyseschritte

Kommunikations- /
Abstimmungsprozess

Empfehlungen auf Grundlage einer breiten Akzeptanz per Ratsbeschluss verabschieden zu können. Hierbei wurden folgende Schritte gewählt:

- Abstimmungsgespräche mit der WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG)
- Abstimmungs- und Informationsgespräche mit der Verwaltung:
 - Vertreter des Geschäftsbereichs Stadtplanung und Bauberatung (GB 06)
 - Vertreterin des Referats Strategische Planung, Stadtentwicklung, Statistik (Referat 21)
 - Vertreterin der WMG
- Einrichtung eines projektbegleitenden Arbeitskreises bestehend aus Vertretern nachfolgender Akteure und Institutionen⁴:
 - Aufsichtsratsvorsitzende der WMG
 - Geschäftsbereichsleiter des Geschäftsbereichs Stadtplanung und Bauberatung (GB 06)
 - Referatsleiter des Referats Strategische Planung, Stadtentwicklung, Statistik (Referat 21)
 - Vertreterinnen und Vertreter der WMG
 - Vertreter der Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg, Geschäftsstelle Wolfsburg
 - Vertreterin des Zweckverbands Großraum Braunschweig, Abteilung Regionalplanung
 - Vertreterinnen und Vertreter der örtlichen Kaufmannschaft
- Gesonderte Abstimmungs- und Informationsgespräche mit den politischen Vertretern aus dem projektbegleitenden Arbeitskreis
- Abstimmungs- und Informationsgespräche mit den politischen Vertretern aus den jeweiligen Ortsratsbereichen („Sprechstunden“)
- Vorstellung des Konzeptes im Wirtschaftsausschuss der WMG sowie im Ausschuss für Stadtentwicklung, Stadtmarketing und Strategische Planung (Strategieausschuss) der Stadt
- Erneute Information der politischen Vertreter der Ortsratsbereiche der Stadt Wolfsburg (im April / Juni 2016)

Abstimmungsgespräche

Arbeitskreise

Gesonderte
Abstimmungs- und
Informations-
veranstaltungen

⁴ Besonderer Dank für zahlreiche Hinweise und Vorschläge gebührt den Mitgliedern des projektbegleitenden Arbeitskreises.

- Beratung und Beschlussfassung des Konzeptes im Wirtschafts- und Strategieausschuss (im Juni 2016)
- Beratung und Beschlussfassung des Konzeptes in der Sitzung des Verwaltungsausschusses (am 21. Juni 2016)
- Beratung und Beschlussfassung des Konzeptes im Rat der Stadt Wolfsburg (am 22. Juni 2016)

Beratung und
Beschlussfassung

Die auf diese Weise eingegangenen Anregungen sind im Planungsprozess berücksichtigt und entsprechend abgewogen worden.

2 Herausforderungen im Einzelhandel

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen haben sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten derart dynamische und grundlegende Veränderungen hinsichtlich des Erscheinungsbildes, der Funktionsweise sowie der räumlichen Ausprägungen gezeigt wie im Einzelhandel. Maßgeblich verantwortlich sind dabei insbesondere nachfolgende Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite sowie deren mögliche Bedeutung und Herausforderung für die künftige Stadtentwicklung.

Allgemeine
Herausforderung für die
Stadtentwicklung

Abb. 2: Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel (Beispiele)

ENTWICKLUNGEN IM EINZELHANDEL	BEDEUTUNG FÜR DIE STADTENTWICKLUNG
Anhaltendes Flächenwachstum und rückläufige Betriebszahlen	Ausdünnen kleinteiliger Versorgungsstrukturen
Unternehmenskonzentration	Verlust der „Angebotsvielfalt“
Zunehmender Filialisierungsgrad	Gefahr der Uniformität
Marktanteilsverschiebung zugunsten von Discount- und Fachmarktbetrieben	Nachfrage- und Ansiedlungsdruck auf nicht integrierte Standortlagen wächst
Entstehung neuer Handelsformate / Einzelhandels-großprojekte	Handelsformate mit veränderten Standortanforderungen (z. B. autokundenorientierte Standortpräferenzen)
Bedeutungszuwachs Online-Handel	Neue Herausforderungen für den örtlichen Handel
Bedeutungsverlust innerstädtischer Kauf- und Warenhäuser	Verlust struktur- und standortprägender innerstädtischer „Flaggschiffe“
Veränderte Standortentscheidungen bei Einkaufszentren	Innerstädtische Einkaufszentren mit Chancen und Risiken
Wandel der demographischen Strukturen	Bedeutung der wohnungsnahen Versorgung wächst
Veränderung der Konsumentenbedürfnisse und der Einkaufsgewohnheiten	Ausdifferenzierung des Angebots mit differierenden räumlichen Anforderungen

Quelle: eigene Darstellung

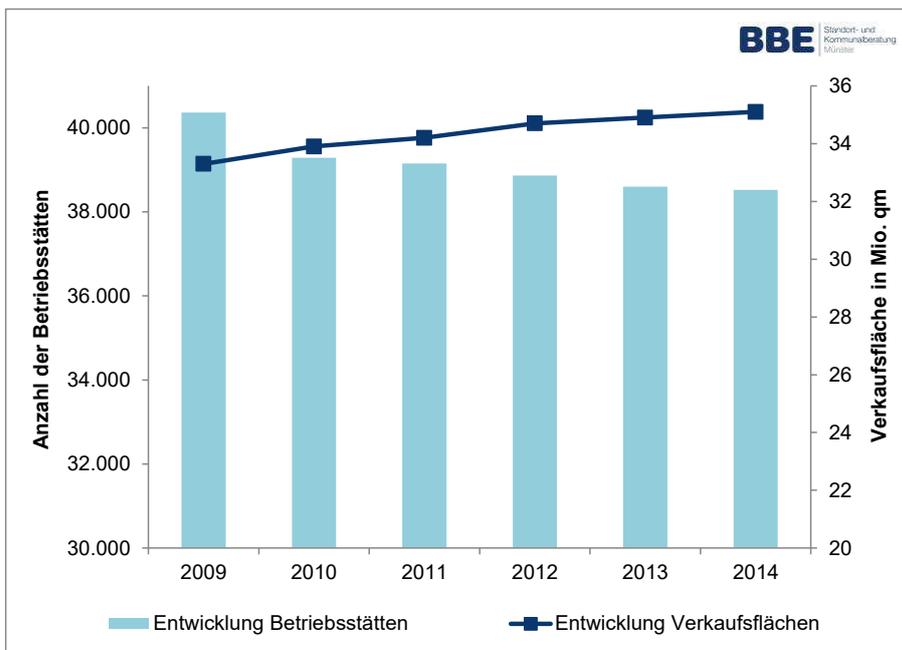
Die Städte und Gemeinden stehen vor besonderen Herausforderungen, die sich neben den allgemeinen Veränderungen aus dem Wettbewerb mit anderen Städten und Standorten ergeben. Aufgrund der Vielzahl der veränderten Parameter soll nachfolgend auf die Aspekte eingegangen werden, die für die Stadt Wolfsburg die wesentlichen Rahmenbedingungen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung darstellen.

Herausforderungen für
die Stadt Wolfsburg

2.1 Fokus: Sicherung der Grund- und Nahversorgung

Die Entwicklung des deutschen Lebensmitteleinzelhandels ist seit vielen Jahren durch steigende Verkaufsflächengrößen der jeweiligen Betriebsstätten bei gleichzeitig sinkender Anzahl von Anbietern gekennzeichnet.

Abb. 3: Entwicklung der Betriebsstätten



Quelle: eigene Darstellung; EHI Retail Institute, Köln 2015

So liegt mittlerweile die Markteintrittsgröße je nach Betreiber bei Discountmärkten zwischen 1.000 und 1.300 qm Verkaufsfläche, bei Anbietern mit Vollsortiment bei mindestens 1.500 bis 1.800 qm Verkaufsfläche. Auch die vielerorts geplante oder realisierte Erweiterung der bestehenden Discountmärkte auf obige Dimensionierungen ist ein deutliches Zeichen der aufgezeigten Entwicklung.

Mit steigenden Anforderungen an das wirtschaftliche Potenzial der Standorte bzw. des Einzugsgebietes geht ein Ausdünnen des Versorgungsnetzes vorrangig in Randlagen der Städte oder in deren kleineren Ortsteilen einher. In diesen Lagen wird es zunehmend schwerer, ein flächendeckendes und vielfältiges Angebot an Nahversorgungsleistungen für ihre Verbraucher vor Ort vorzuhalten.

Gerade in den Randlagen sowie in den kleineren Stadt- und Ortsteilen stellen Nahversorgungsbetriebe aber nicht nur die Versorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind oftmals Frequenzbringer für die weiteren Angebotsstrukturen. Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Entwicklung der Ortskerne sowie der Sicherung der Grund- und Nahversorgung eine besondere Bedeutung zu.

Größensprung der Betriebe

Frequenzfunktion

Bei der Herleitung kommunaler Zielvorstellungen zur planerischen Steuerung von Nahversorgungsanbietern spielt neben der räumlichen Ausdehnung des Stadtgebietes sowie der Siedlungsstrukturen die Verfügbarkeit von Flächen in den Zentren eine erhebliche Rolle. So verhindern oftmals kleinteilige Bebauungsstrukturen oder denkmalgeschützter Bestand die (gewollte) Entwicklung großflächiger Lebensmittelbetriebe in den Zentren.

Zielvorstellungen

Zugleich stellt die Sicherung einer möglichst umfassenden kleinmaschigen Nahversorgung ein wesentliches kommunales Ziel dar, welches einen moderaten Einsatz planungsrechtlicher Instrumente rechtfertigt. Eine funktionierende Nahversorgung zeichnet sich dadurch aus, dass sie Angebote des täglichen Bedarfs möglichst dezentral und wohnungsnah vorhält und die fußläufige Erreichbarkeit möglichst vieler Bürger sicherstellt. Hierzu können neben zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte (Solitärstandorte) beitragen.

Kleinmaschige
Nahversorgung

Es sind jedoch folgende Voraussetzungen sicherzustellen:

Voraussetzungen

- Standorte für Nahversorgung sind auf Wohnsiedlungsbereiche bzw. Wohnquartiere zu konzentrieren (Integration).
- Die Umsatzleistungen solcher Betriebe sind in einem angemessenen Umfang zur zu versorgenden Bevölkerung zu bemessen. Anders formuliert sollte die Nahversorgung einer Stadt oder Gemeinde nicht auf wenige leistungsstarke Betriebe konzentriert werden.
- Um den Bürgern eine mögliche Vielfalt unterschiedlicher Betriebsformen und Betreiber bieten zu können, ist die Angebotsvielfalt bei zukünftigen Entscheidungen einzubeziehen.

Bei der räumlichen Steuerung von Nahversorgungsbetrieben sind nicht nur die Betriebe oberhalb der Großflächigkeitsgrenze (≥ 1.200 qm Geschossfläche und ≥ 800 qm Verkaufsfläche) einzubeziehen, sondern auch die so genannten strukturprägenden Betriebe. So ist es in der Fachpraxis unstrittig, dass beispielsweise ein Betrieb mit 799 qm Verkaufsfläche erhebliche absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen haben kann. In den planungsrechtlichen Empfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden daher auch zu diesen Betriebstypen Aussagen getroffen.

Räumliche Steuerung

Dem Ausbau sowie der Sicherung bestehender Betriebe kommt bei der Aufrechterhaltung der Versorgungsstrukturen eine höhere Bedeutung als möglichen Neuerrichtungen zu. Etwaige freie Potenziale sind daher zunächst auf diese Betriebsstätten zu lenken, sofern sie die notwendige Integration und somit eine Nahversorgungsfunktion aufweisen.

Bestandssicherung vor
Neuerrichtung

Neben den marktüblichen Formaten und Betreibern des stationären Handels können sonstige Akteure durchaus Versorgungsfunktionen übernehmen. Hierbei seien u. a. Wochenmärkte oder mobiler Handel erwähnt, die sich in vielen Fällen nicht nur durch ihre Nähe zum Verbraucher, sondern auch zum Produzenten auszeichnen.

Angesichts der bereits heute deutlich erkennbaren Strukturbrüche und der daraus resultierenden städtebaulichen Folgen sowie vor dem Hintergrund des demographischen Wandels ist ein planerischer und behutsamer Umgang mit zukünftigen Entwicklungen der Nahversorgung wichtiger denn je.

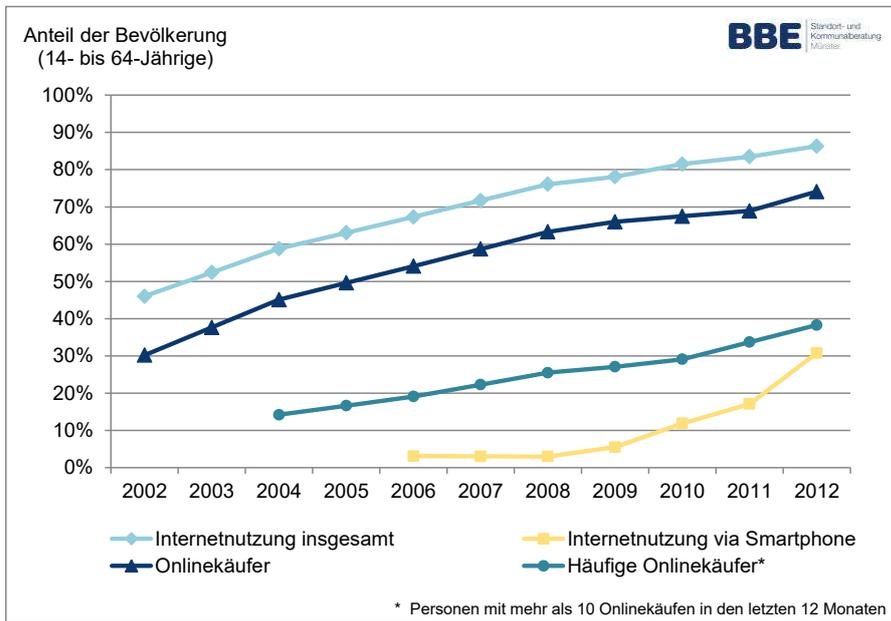
2.2 Fokus: Online-Handel

Neben den aktuellen Entwicklungen im stationären Einzelhandel mit ihren räumlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist mit der flächendeckenden Etablierung der Internetnutzung der Online-Handel in den Fokus vieler Verbraucher gerückt. Besonderer Beliebtheit erfreuen sich entsprechende Vertriebsformen nicht mehr nur bei jüngeren Verbrauchern, sondern unabhängig von Alters- und Käuferschichten.

Im Jahr 2012 nutzten rd. 74 % der Personen zwischen 14 und 64 Jahren das Internet zum Kauf von Produkten und Dienstleistungen, was einem Anstieg von rd. 5 %-Punkten gegenüber dem Vorjahr entspricht. Etwa 38 % tätigen dabei mehr als 10 Einkäufe pro Jahr. Die Verbreitung von Smartphones hat zudem dazu geführt, dass die Kunden nicht ausschließlich an ihren heimischen Internetanschluss gebunden sind, sondern standortunabhängig Preise vergleichen oder Online-Käufe tätigen können. Diese Entwicklung führt im Sinne des Multi-Channel-Ansatzes zu einer zunehmenden Verzahnung des stationären Geschäfts mit dem Online-Handel.

74 % kaufen im
Internet ein

Abb. 4: Entwicklung von Internetnutzern / Onlinekäufern der 14- bis 64-jährigen Bevölkerung



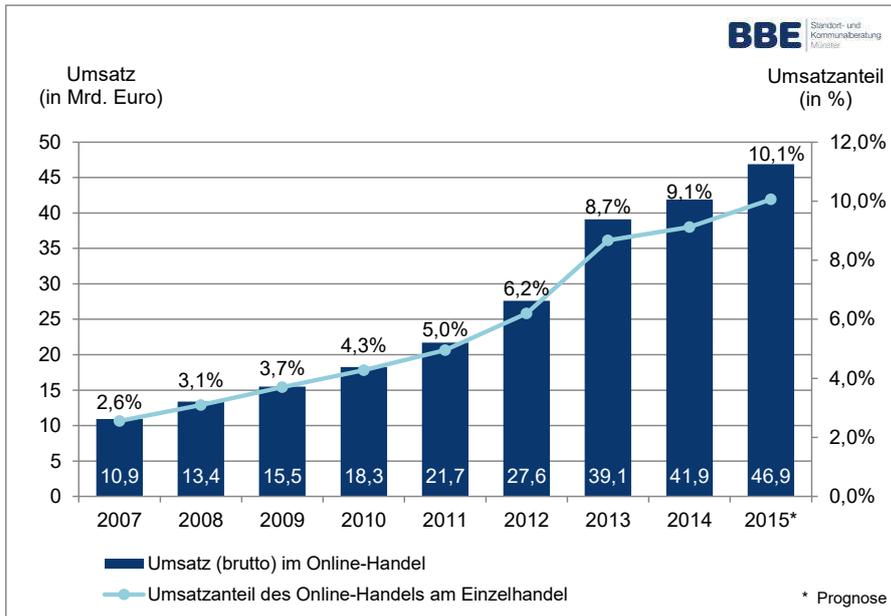
Quelle: eigene Darstellung; Institut für Demoskopie Allensbach, 2012

Der Online-Handel konnte in den vergangenen Jahren ein kontinuierliches Wachstum zwischen 15 und 30 % pro Jahr verzeichnen, sodass im Jahr 2013 ein Umsatz von 39,1 Mrd. € erreicht wurde, für das Jahr 2015 liegt die Prognose bei 46,9 Mrd. €. Dies entspricht knapp 9 % bzw. für 2015 rd. 10 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel. Vor dem Hintergrund stagnierender Einzelhandelsumsätze wird deutlich, dass dieser Anteil zukünftig weiter zunehmen wird.

Während der Umsatz im Online-Handel stetig wächst, sind die Umsätze der traditionellen Absatzwege des Versandhandels zunehmend rückläufig. Wurden im Jahr 2000 noch weniger als 5 % des Versandhandelsumsatzes im Internet erzielt, lag dieser Anteil 2011 bereits bei rd. 64 % und wird der Prognose nach für 2014 voraussichtlich sogar auf 88 % ansteigen. Der Online-Handel ersetzt demnach zum einen den traditionellen Versandhandel, führt aber auch zu deutlichen Kaufkraftverlusten des stationären Handels.

Etwa 9 % Anteil am Einzelhandelsumsatz

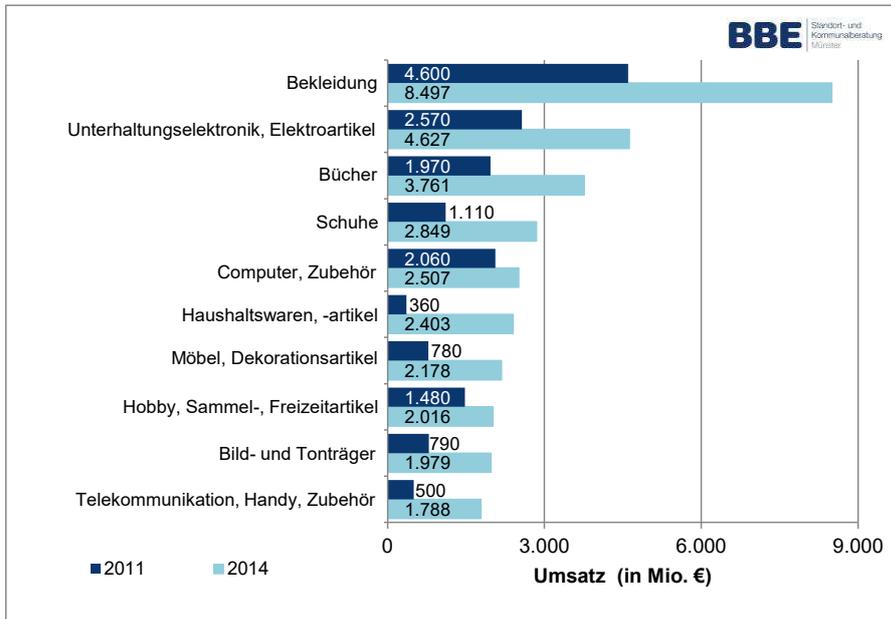
Abb. 5: Umsatzanteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz



Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2015; Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), 2015

Zwar konnten alle Branchen im Online-Handel in den vergangenen Jahren ein deutliches Umsatzwachstum verzeichnen, die Entwicklungen vollziehen sich jedoch sehr unterschiedlich. Die umsatzstärkste Branche ist mit zusammen rd. 11,4 Mrd. € der Bereich Bekleidung und Schuhe, gefolgt von der gesamten Unterhaltungselektronikbranche (UE, Elektroartikel / Computer und Zubehör / Bild- und Tonträger / Telekommunikation, Handy, Zubehör) mit insgesamt rd. 10,9 Mrd. € sowie Büchern mit rd. 3,8 Mrd. €. Sortimente wie Haushaltswaren, Möbel oder Freizeit- / Hobbyartikel befinden sich mit bereits deutlichem Abstand auf einem Umsatzniveau von etwa 2 Mrd. €. Es wird deutlich, dass insbesondere zentrenprägende Sortimentsgruppen zunehmend über das Internet gekauft werden. In einigen dieser Sortimentsgruppen werden bereits heute 15 bis 25 % der Kaufkraft im Internet ausgegeben. Dem gegenüber konnte sich der Online-Handel in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen, wie beispielsweise Nahrungs- und Genussmittel, noch nicht in gleichem Maße etablieren.

Zentrenprägende
Sortimente

Abb. 6: Umsatzstärkste Warengruppen im interaktiven Handel

Quelle: eigene Darstellung; Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), 2015

Ohne Zweifel stellt der Online-Handel den klassischen, stationären Einzelhandel vor Herausforderungen. So bedarf es kontinuierlicher Marktbeobachtungen, -anpassungen und einer entsprechenden Weiterentwicklung der Geschäftsstrategien, um sich zukünftig in diesem Wettbewerb behaupten zu können. Neben der oftmals als Bedrohung wahrgenommenen Konkurrenz des Online-Handels kann dieser für die stationären Einzelhändler gleichzeitig allerdings auch eine Chance darstellen, ihre bisherigen Vertriebskanäle auszuweiten bzw. miteinander zu vernetzen (sog. Multi-Channel-Vertrieb).

2.3 Fokus: Demografischer Wandel

Nahezu alle Städte und Gemeinden sehen sich erheblichen Veränderungen der Demografie ausgesetzt. Dies betrifft nicht nur die Einwohnerzahl und Altersstruktur der Bevölkerung, sondern auch hierdurch veränderte Lebens- und Einkaufsorientierungen.

Durch die älter werdende Bevölkerung ist teilweise ein Mobilitätsverlust breiter Bevölkerungsteile zu erwarten, so dass die Ansprüche an eine wohnungsnaher Versorgung deutlich steigen werden und dem Erhalt sowie der Entwicklung dezentraler Strukturen eine zunehmende Bedeutung zukommt.

Bedeutungszuwachs
Nahversorgung

Erfahrungen aus unterversorgten Ortsteilen oder Quartieren haben gezeigt, dass hierdurch der Wegzug der Bürger und somit die demografische Entwicklung noch beschleunigt wird. Zum Erhalt örtlicher Strukturen wird es umso wichtiger sein, die weiteren Angebote zur Daseinsvorsorge z. B. in örtlichen Netzwerken zu organisieren und so zum Verbleib in der eigenen Wohnung bzw. dem Wohnort oder Quartier beizutragen.

Erste Erfahrungen aus Modellprojekten zeigen, dass technische Assistenzsysteme einen Beitrag zu einem möglichst angenehmen und somit langen Verbleib in gewohnten Strukturen leisten können. So betreibt z. B. allein das Fraunhofer Institut eine Vielzahl von Modellprojekten zum Ambient Assisted Living (AAL).⁵ Es wird sich zeigen müssen, inwieweit diese Systeme mit örtlichen Kommunikations-, Dienstleistungs- und Einkaufsmöglichkeiten verknüpft werden können.

Der demografische Wandel macht aber auch vor den Betreibern lokaler Geschäfte nicht halt, so dass der Erosionsprozess im inhabergeführten Einzelhandel hierdurch noch beschleunigt wird. Bestand werden im Wettbewerb um qualifizierte Kaufleute nur die Standorte haben, die über attraktive Strukturen nicht nur der angebotenen Waren, sondern auch der Rahmenbedingungen wie z. B. Barrierefreiheit oder seniorengerechte Angebote haben.

Möglichkeiten technischer Assistenzsysteme

Nachfolge qualifizierter Kaufleute

⁵ Die Institute der Fraunhofer-Allianz Ambient Assisted Living arbeiten gemeinsam an ganzheitlichen AAL- und »Personal Health«-Systemlösungen. AAL steht für intelligente Umgebungen, die sich selbstständig, proaktiv und situationsspezifisch den Bedürfnissen und Zielen des Benutzers anpassen, um ihn im täglichen Leben zu unterstützen. Intelligente Umgebungen sollen insbesondere auch älteren, behinderten und pflegebedürftigen Menschen ermöglichen, selbstbestimmt in einer privaten Umgebung zu leben.

3 Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Zur Einordnung der Stadt hinsichtlich der einzelhandelsspezifischen und städtebaulichen Ausgangssituation erfolgt zunächst eine Darstellung der wirtschaftsräumlichen und standortrelevanten Rahmenbedingungen sowie die Analyse der Angebots- sowie Nachfragestrukturen in Wolfsburg als Grundlage für das Zentren- und Standortkonzept.

3.1 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

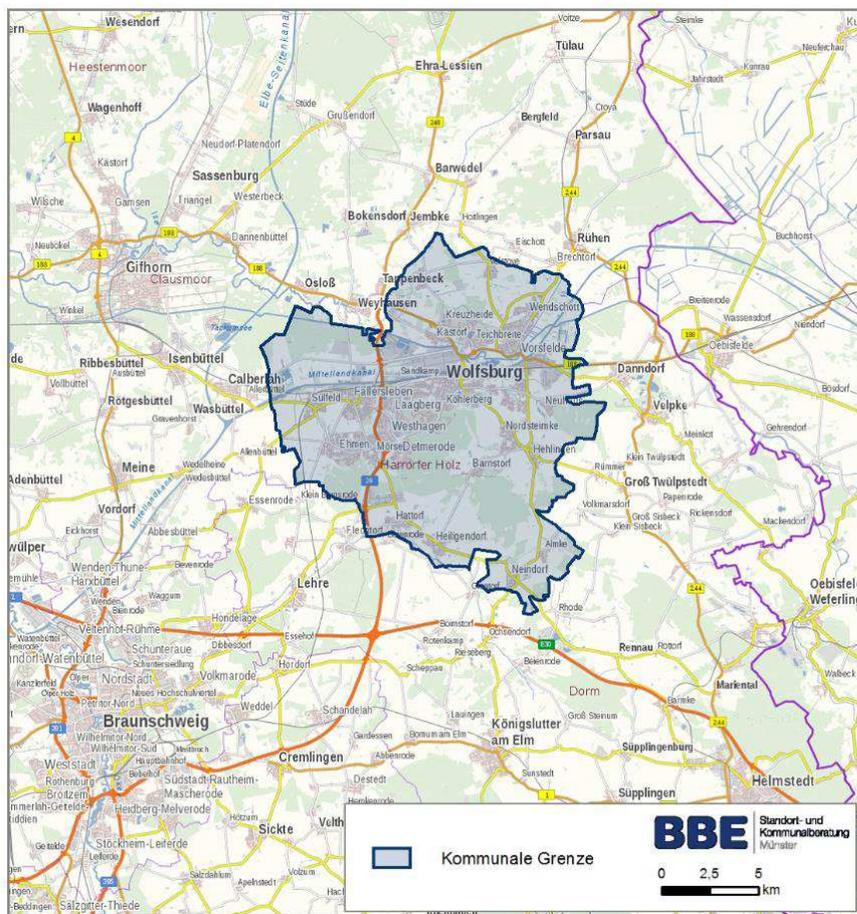
Im Nachfolgenden werden die wesentlichen Rahmenbedingungen und Standortfaktoren, die sich unmittelbar oder mittelbar auf die Nachfrage und das Einzelhandelsangebot in Wolfsburg auswirken können, dargestellt. Hierbei werden geographische, verkehrliche sowie siedlungs- und infrastrukturelle Gegebenheiten untersucht.

3.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit

Die Stadt Wolfsburg ist eine kreisfreie Großstadt der Großregion Braunschweig im Osten des Landes Niedersachsen nahe der Landesgrenze zu Sachsen-Anhalt. Die Stadt Wolfsburg grenzt im Norden und Westen an den Landkreis Gifhorn mit den Gemeinden Calberlah, Osloß, Weyhausen, Tappenbeck, Jembke, Tiddische und Rühren sowie im Süden und Osten an den Landkreis Helmstedt mit den Städten und Gemeinden Dannorf, Velpke, Groß Twülpstedt, Königslutter am Elm und Lehre. Die nächstgrößeren Städte sind Braunschweig (30 km) sowie die Landeshauptstädte Magdeburg (85 km) und Hannover (85 km).

Lage im Raum

Abb. 7: Räumliche Lage der Stadt Wolfsburg



Quelle: eigene Darstellung; ArcGIS Online; © Geo-Basis-DE / BKG 2016

Die Stadt Wolfsburg verfügt über eine sehr verkehrsgünstige Einbindung in das überregionale Verkehrsnetz. So besteht ein direkter Anschluss an die Bundesautobahn A 39, die als Nord-Süd-Achse über Braunschweig bis nach Salzgitter führt. Südlich von Wolfsburg besteht am Autobahnkreuz Wolfsburg / Königslutter zudem ein Anschluss an die Bundesautobahn A 2, die als Ost-West-Achse vom Ruhrgebiet bis zur Bundeshauptstadt Berlin reicht. Ebenfalls von Bedeutung sind die Bundesstraßen B 188, die von Westen nach Osten durch das nördliche Stadtgebiet verläuft, die B 248, die von Norden her nach Wolfsburg führt und dann zur oben genannten A 39 wird, sowie die stark frequentierte B 4.

Die Integration der Stadt Wolfsburg an das Schienenverkehrsnetz stellt sich ebenfalls günstig dar. Der Wolfsburger Hauptbahnhof liegt an den ICE-Fernverkehrsstrecken zwischen Hannover und Berlin, Köln und Berlin, Interlaken (Schweiz) und Berlin sowie Amsterdam und Berlin. Über diese Strecken können auch weitere Städte deutschlandweit erreicht werden.

Günstige Einbindung in
das überregionale
Verkehrsnetz

Sehr gute Anbindung
an das
Schienenverkehrsnetz

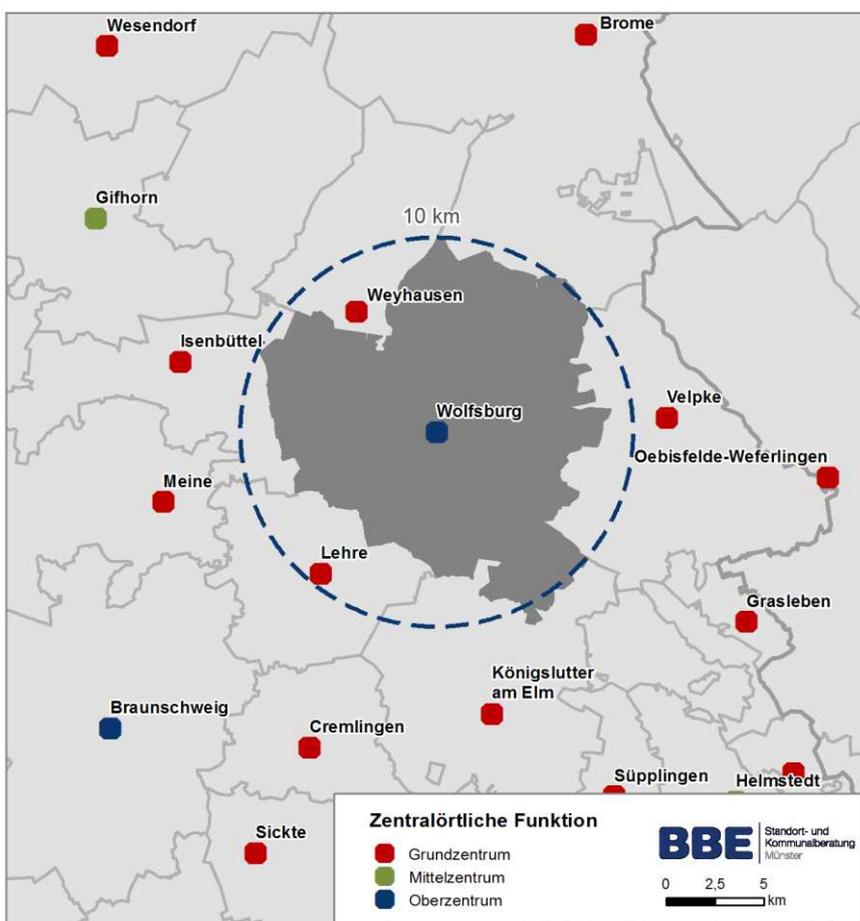
Im Rahmen des Regionalverkehrs fahren verschiedene Regionalbahnen zwischen Wolfsburg und den umliegenden Städten, wie z. B. Gifhorn, Magdeburg und Stendal. Der weitere, im Wolfsburger Stadtgebiet liegende Bahnhof Fallersleben ist ebenfalls an dieses Schienennetz angebunden.

3.1.2 Zentralörtliche Bedeutung & Stellung in der Region

Aus Sicht der Landes- und Regionalplanung sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als kreisfreie Stadt wird der Stadt Wolfsburg die zentralörtliche Versorgungsfunktion eines Oberzentrums zugewiesen. Aus raumordnerischer Sicht obliegt Wolfsburg nicht nur die Aufgabe, die eigene Bevölkerung mit Angeboten des täglichen Grundbedarfs, sondern auch die Bevölkerung des oberzentralen Verflechtungsbereichs mit Angeboten im mittel- und langfristigen Bedarfsdeckungsbereich zu versorgen.

Ausgewiesenes
Oberzentrum

Abb. 8: Zentralörtliche Funktion in der Region



Quelle: eigene Darstellung; © GeoBasis-DE / BKG 2016

Der Einzelhandelsstandort Wolfsburg ist eingebunden in ein regionales Geflecht attraktiver Wettbewerbsstandorte. Die nächstgelegene Stadt gleicher Zentralität ist Braunschweig in rund 30 km Entfernung. Weitere Oberzentren sind die Landeshauptstädte Hannover und Magdeburg in rund 85 km Entfernung. Durch die räumliche Lage befindet sich der Einzelhandelsstandort Wolfsburg zudem im Wettbewerb mit den Mittelzentren Gifhorn (ca. 20 km), Helmstedt (ca. 35 km) und Wittingen (ca. 40 km). Einkaufsverflechtungen bestehen darüber hinaus mit den angrenzenden Grundzentren.

Abb. 9: Regionale Wettbewerbsstandorte



Quelle: eigene Darstellung; © GeoBasis-DE / BKG 2016

Innerhalb der Region bildet Wolfsburg mit den Städten Braunschweig, Salzgitter und Wolfenbüttel einen Verbund mit internationaler Bedeutung, der insbesondere auf der Fahrzeugindustrie und Verkehrstechnologie basiert und von der Volkswagen AG sowie zahlreichen Unternehmen angelagerter Wirtschaftszweige geprägt ist. Innerhalb der Region hat die Stadt Wolfsburg als zweiteinwohnerstärkste Verwaltungseinheit eine

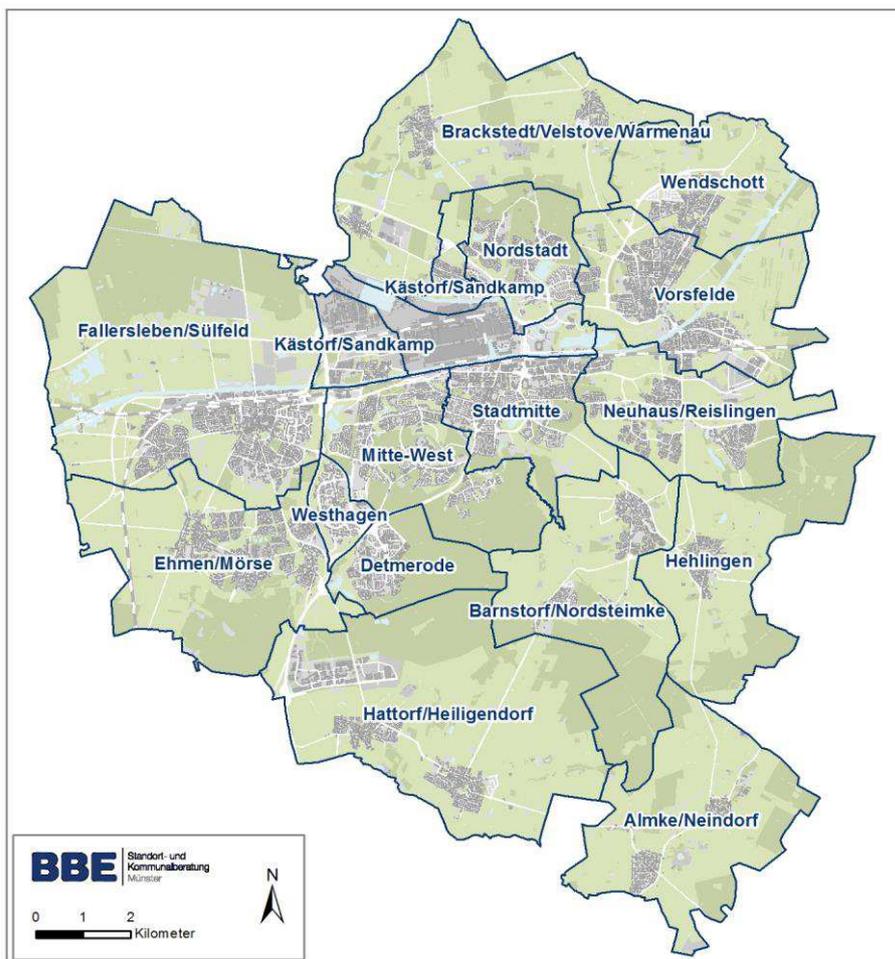
herausgehobene Bedeutung als Handels-, Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandort.

3.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung

Das Stadtgebiet von Wolfsburg unterteilt sich in die folgenden 16 Ortsratsbereiche: Almke / Neindorf, Barnstorf / Nordsteimke, Brackstedt / Velstove / Warmenau, Detmerode, Ehmén / Mörse, Fallersleben / Sülfeld, Hattorf / Heiligendorf, Hehlingen, Kästorf / Sandkamp, Mitte-West, Neuhaus / Reislingen, Nordstadt, Stadtmitte, Vorsfelde, Wendschott und Westhagen. Die Ortsratsbereiche setzen sich wiederum aus insgesamt 40 Stadt- und Ortsteilen zusammen.

Siedlungsstruktur

Abb. 10: Siedlungsstruktur und Ortsratsbereiche der Stadt Wolfsburg



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Einen Sonderfall stellt das Gebiet mit dem Stammwerk der Volkswagen AG in der Stadtgliederung dar. Obwohl es sich zentral im Wolfsburger Stadtgebiet befindet, ist es keinem Ortsratsbereich zugeordnet, sondern wird als „Sonderbezirk“ geführt.

Zum 31.12.2015 weist die Stadt Wolfsburg insgesamt 125.550⁶ Einwohner auf, die sich wie folgt auf die einzelnen Ortsratsbereiche verteilen:

Rd. 125.550 Einwohner

Abb. 11: Bevölkerungsverteilung in Wolfsburg

Ortsratsbereiche	31.12.2015	Bev.-anteil
Almke/Neindorf	2.162	1,7%
Barnstorf/Nordsteimke	3.936	3,1%
Brackstedt/Velstove/Warmenau	3.326	2,6%
Detmerode	7.602	6,1%
Ehmen/Mörse	9.558	7,6%
Fallersleben/Sülfeld	14.012	11,2%
Hattorf/Heiligendorf	4.053	3,2%
Hehlingen	1.776	1,4%
Kästorf/Sandkamp	2.006	1,6%
Mitte-West	18.387	14,6%
Neuhaus/Reislingen	7.659	6,1%
Nordstadt	9.896	7,9%
Stadtmitte	15.936	12,7%
Vorsfelde	12.815	10,2%
Wendschott	2.976	2,4%
Westhagen	9.450	7,5%
Gesamt	125.550	100,0%

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Stadt Wolfsburg – Strategische Planung, Stadtentwicklung, Statistik; Statistisches Informationssystem der Stadt Wolfsburg, Zugriff erfolgte im Juni 2016

Die Ortsratsbereiche Stadtmitte und Mitte-West in der Kernstadt sowie die ehemals eigenständigen Ortsratsbereiche Fallersleben / Sülfeld im Westen und Vorsfelde im Nordosten stellen hierbei die

⁶ Stadt Wolfsburg - Strategische Planung, Stadtentwicklung, Statistik; Statistisches Informationssystem der Stadt Wolfsburg; Stand 31.12.2015

bevölkerungsstärksten Ortsratsbereiche dar. Bei einer Fläche von insgesamt 204,02 km² entspricht die Gesamteinwohnerzahl einer Bevölkerungsdichte von 615 Einwohnern je km².

Prognostiziert wird für Wolfsburg in der Perspektive bis 2025 eine deutlich positive Bevölkerungsentwicklung mit einem Wert von rd. 8,4 % (von 2015 bis 2025). Die Bevölkerungsvorausberechnung der Stadt Wolfsburg sieht hierbei insbesondere in den Altersgruppen 6-18 und 25-45 sowie 45-65 erhöhte Bevölkerungszuwächse, ebenso in der Altersgruppe über 85 Jahre.

Positive
Bevölkerungs-
entwicklung

Abb. 12: Bevölkerungsvorausberechnung⁷

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. Basisjahr
2015 (Basisjahr)	125.550	---
2025	136.135	8,4%
Saldo Basisjahr - 2025	10.585	---

Quelle: eigene Darstellung; Stadt Wolfsburg, Auswertung Einwohnermelderegister; Bevölkerungsprognose 2015

Räumlich differenziert erwartet die Stadt Wolfsburg insbesondere für die Ortsratsbereiche Barnstorf / Nordsteimke, Hehlingen und Stadtmitte deutliche Bevölkerungszuwächse. Lediglich die Ortsratsbereiche Detmerode, Vorsfelde, Westhagen und Kästorf / Sandkamp haben Einwohnerinbußen von bis zu -4,5 %.⁸

Aufgrund der positiven Bevölkerungsentwicklung bis 2025 sind im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zusätzliche Entwicklungsspielräume für die Kaufkraftentwicklung bzw. die zukünftige Einzelhandelsentwicklung abzuleiten. Hierbei entstehen aber auch neue Anforderungen an den Einzelhandel und insbesondere an seine Standortwahl. Im Zuge des demographischen Wandels wird vor allem die Alterung der Gesellschaft bzw. der örtlichen Bevölkerung in Wolfsburg eine zunehmende Bedeutung erhalten.

Bevölkerungszuwachs & demografischer Wandel

3.2 Analyse der quantitativen Angebotsstrukturen

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist im Auftrag der WMG Wolfsburg im Sommer 2015 durch ein externes Gutachterbüro durchgeführt worden, d. h. alle Betriebsstätten des Einzelhandels und des Ladenhandwerks innerhalb des Stadtgebietes von Wolfsburg

Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes

⁷ Nur Hauptwohnsitz

⁸ Stadt Wolfsburg, Daten & Fakten, Wolfsburg Statistk 2016

wurden mittels Betriebsbegehungen hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Kern- und Teilsortiment, Verkaufsfläche, Betriebstyp, Standortlage) vor Ort erfasst.⁹ Anschließend wurde der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster der erhobene Datensatz für die weiterführende Bearbeitung durch die WMG zur Verfügung gestellt. Im Zeitraum September bis November 2015 wurden durch die Projektleiter der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster Vor-Ort-Begehungen der wesentlichen Standortbereiche des Einzelhandels vorgenommen und diese mit den Erhebungen aus dem Sommer 2015 abgeglichen bzw. auf Plausibilität geprüft. Die Betriebsstätten sind dabei hinsichtlich ihres Marktauftrittes, ihrer Objekteigenschaften, ihrer Standortgüte sowie ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit bewertet worden. Auch wurde eine Nutzungskartierung der wesentlichen Standortbereiche vorgenommen.

Gemäß der nachfolgenden Warengruppensystematik wurden die Verkaufsflächen¹⁰ insgesamt sowie nach Teilflächen pro Warensortiment differenziert ausgewertet, um so – mit Blick auf die Identifizierung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente – die örtliche Sortimentsliste ableiten zu können:

Warengruppensystematik

Abb. 13: Erhebungssystematik¹¹

Warengruppe	Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren)
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel) Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Papier- /Büro-/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel Zeitschriften und Zeitungen Bücher Antiquariate
Bekleidung/Wäsche	Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren) Pelz- und Kürschnerwaren Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher
Schuhe, Lederwaren	Schuhe (ohne Sportschuhe) Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)

⁹ Nicht erhoben wurden Betriebsstätten des atypischen Handels wie Autohäuser sowie einige Angebotsformen wie mobiler Handel, Automatenverkauf oder Wochenmärkte. Diesen Angebotsformen wird durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte bei der Ermittlung freier Potenziale im Weiteren Rechnung getragen.

¹⁰ Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.2005 (BVerwG, Urteil 4 C 10.04) findet Anwendung. Bei der Ermittlung und Berechnung der Verkaufsfläche ist die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich bzw. die Fläche, die im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Verkaufsvorgang steht, d. h. einschließlich Kassenzonen, Kassenvorraum, Windfang, Pfandrücknahmerraum, Schaufenster etc. (siehe Einzelhandelserlass NRW vom 22.09.2008).

¹¹ Die Zuordnung der Sortimente und Betriebe erfolgt nach der gleichen Systematik wie bei der Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraft, um letztendlich eine vergleichbare Zuordnung zu ermöglichen.

Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial) Fußbodenbeläge, Tapeten Rollläden, Rollos, Markisen Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore) Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune Herde, Öfen, Kamine Sauna Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör) Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung) Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter) Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik) Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielkonsolen) Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte) Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte) Sportbekleidung und -schuhe Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank) Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe) Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe) Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe) Boote und Zubehör Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe) Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe) Künstler- und Bastelbedarf Musikinstrumente und Musikalien Pokale, Vereinsbedarf
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel) Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen) Matratzen und Lattenroste Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel) Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse Antiquitäten und antike Teppiche Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle) Bettwaren (ohne Bettwäsche) Vorhänge und Gardinen
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte) elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte) elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte) Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielkonsolen) bespielte Ton- und Bildträger Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
Uhren/Schmuck	Uhren und Schmuck
Sonstiges	Kinderwagen Sammelbriefmarken, -münzen Erotikartikel

Quelle: eigene Darstellung

Der Handel mit Pkw zählt nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne und wurde wie auch der Handel mit Kraft-, Brenn- und Baustoffen nicht in die nachfolgenden Untersuchungen einbezogen.

Darüber hinaus weicht die Warengruppensystematik aus 2015 von der Warengruppensystematik aus 2010 in einigen Warengruppen bzw. deren Teilsortimenten gemäß nachfolgender Auflistung ab.

Atypischer Handel

Abweichungen zur Erhebungssystematik 2010

Abb. 14: Warengruppensystematik 2010 - 2015

Warengruppensystematik Junker & Kruse	Warengruppensystematik CIMA
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel, Reformwaren
Gesundheit und Körperpflege	Gesundheit und Körperpflege (ohne Optik)
medizinische und orthopädische Artikel	
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Zeitungen / Zeitschriften; Blumen
	Bücher, Schreibwaren
Bekleidung	Bekleidung, Wäsche
Schuhe / Lederwaren	Schuhe / Lederwaren
Baummarktsortimente	
Gartenmarktsortimente	Baummarktspezifische Sortimente (ohne Blumen)
Blumen (Indoor) / Zoo	
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Glas / Porzellan / Keramik / Hausrat
	Spielwaren
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbybedarf
Sport und Freizeit	Sportartikel
Möbel	Möbel, Antiquitäten
Wohnrichtung	Gardinen, Teppiche, Heimtextilien
Elektro / Leuchten	
Elektronik / Multimedia	Elektroartikel / Unterhaltungselektronik
Uhren / Schmuck	Uhren / Schmuck, Optik

Quelle: eigene Darstellung

Es findet, soweit möglich, ein Abgleich mit den Daten aus 2010 (EEP) statt.

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehungen wurden die Verkaufsflächen der örtlichen Anbieter hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage¹² detailliert erfasst. Auf Basis der Flächenerhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener Flächenproduktivitäten¹³, qualitativer Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2015 zudem eine Umsatzprognose für den gesamten Einzelhandel in Wolfsburg vorgenommen.¹⁴

Differenzierte Erhebung
des Einzelhandels

¹² Differenzierung nach schützenswerten Lagen (zentrale Versorgungsbereiche wie Hauptgeschäftsbereich, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum), integrierte Standortlagen, nicht integrierte Standortlagen

¹³ EHI Retail Institute, Köln 2015

¹⁴ Die Ergebnisse dieser Berechnungen weisen gegenüber sekundärstatistischen Verfahren wie z. B. der Zentralitätskennziffer der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Abweichungen auf. Ursachen liegen in der Methodik der Ermittlung (Fortschreibung der GfK-Daten auf Basis der Handels- und Gaststättenzählung aus dem Jahr 1993; Problematik der Zuordnung bei Filialbetrieben, da diese in

Intensivbegehungen der Innenstadt von Wolfsburg, der Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde sowie der sonstigen bedeutenden Einzelhandelsstandorte wurden zur Analyse der Detailstrukturen und Identifizierung möglicher Entwicklungspotenziale durchgeführt.

3.2.1 Betriebe und Sortimente

Im Stadtgebiet von Wolfsburg sind zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 701 Einzelhandelsbetriebe mit einem Ladenlokal ansässig. Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe) nehmen dabei erwartungsgemäß den größten Anteil ein.

701 Einzelhandelsbetriebe

Gegenüber der letzten Primärerhebung anlässlich der Konzeptfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungsplans aus dem Jahr 2010 hat sich die Zahl der Betriebsstätten von ehemals 773 Betrieben um rd. 9,3 % reduziert. Die Entwicklungen in der Stadt Wolfsburg spiegeln damit den bundesweit zu beobachtenden Konzentrationsprozess im Einzelhandel mit immer größeren Betriebseinheiten bei gleichzeitig rückläufiger Betriebsstättenanzahl wider.

Entwicklung ggü. 2010

Innerhalb der einzelnen Sortimente hat es hierbei unterschiedliche Entwicklungen gegeben. Während bei Sortimenten der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe) insbesondere mit der Erweiterung des Designer Outlet Wolfsburg (DOW) eine sehr positive Entwicklung der Betriebsstättenanzahl zu verzeichnen ist, sind in anderen Sortimenten rückläufige Entwicklungen festzustellen.

Bei den Teilsortimenten konnten insgesamt 1.760 Sortimente (Fachabteilungen) festgestellt werden. Somit sind auf Abteilungsebene alle Angebotsstrukturen vielfach besetzt.

1.760 Teilsortimente

aller Regel ihre Umsatzsteuer nicht am Ort ihrer Betriebsstätten, sondern am Unternehmenssitz melden).

Abb. 15: Betriebe und Sortimente¹⁵

Warengruppe	Betriebe 2010	Betriebe 2015	Veränderung ggü. 2010	Sortimente 2015
	Erhebung CIMA	nach Kernsortimenten	in %	nach Teilsortimenten
Nahrungs- und Genussmittel	231	224	-3,0%	272
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	77	83	mit Optik	158
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	99	28	ohne Blumen	144
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	407	335		574
Bekleidung/Wäsche	117	133	13,7%	197
Schuhe, Lederwaren	26	33	26,9%	144
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	38	65	mit Blumen	191
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	26	15	-42,3%	144
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	31	34	9,7%	133
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	238	280		809
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	37	29	-21,6%	151
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	48	7	-22,9%	57
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video		30		81
Uhren/Schmuck	43	17	ohne Optik	41
Sonstiges	0	3		47
Überwiegend langfristiger Bedarf	128	86		377
Gesamt (ohne Leerstände)	773	701	-9,3%	1.760

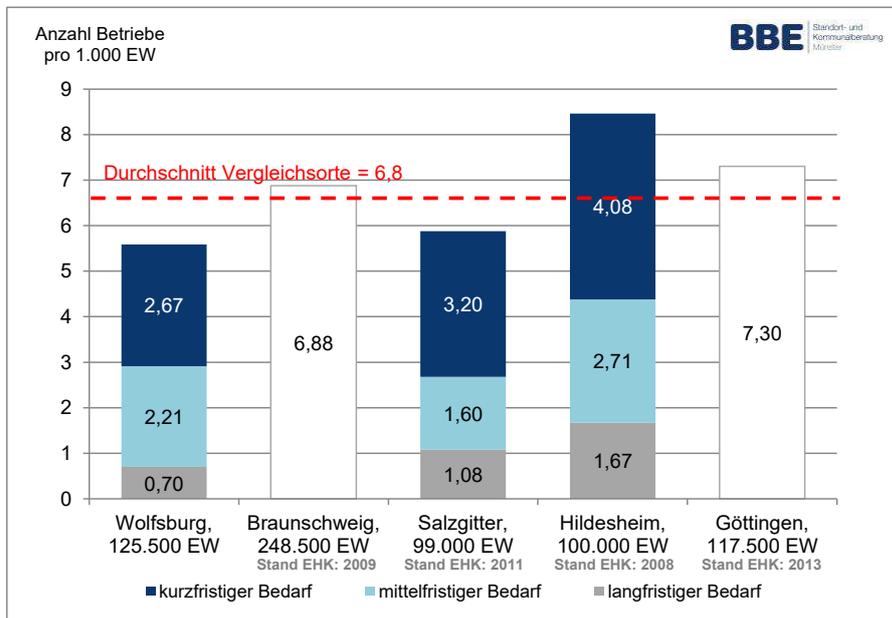
Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Städten in Niedersachsen liegt die Angebotsdichte insgesamt – gemessen in Betriebsstätten je 1.000 Einwohner – mit 5,6 Betriebsstätten leicht unter dem Durchschnitt von 6,8. Allerdings handelt es sich hierbei zunächst um eine rein quantitative Betrachtung, die noch keine Aussage zur Qualität des örtlichen Einzelhandels beinhaltet.

Leicht unterdurchschnittliche Betriebsstätten-dichte

¹⁵ Aufgrund einer veränderten Erhebungssystematik in der Zuordnung einzelner Warengruppen / Sortimente ist die Vergleichbarkeit in den rot markierten Warengruppen und Sortimenten gegenüber 2010 nicht bzw. nicht unmittelbar gegeben.

Abb. 16: Betriebsstätdendichte im Vergleich



Quelle: eigene Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; Einzelhandelskonzepte der Städte; Zeitraum 2008-2015

3.2.2 Verkaufsflächen

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 308.600 qm Verkaufsfläche. Bei der Bewertung des Verkaufsflächenbestandes fällt auch hier der hohe Besitz der Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel und im Bereich der persönlichen Ausstattung, aber auch bei Bau- und Gartenmarktsortimenten bzw. Möbeln auf, wobei letztgenannte auf die üblichen Betriebsgrößen zurückzuführen sind. Die weiteren Sortimentsgruppen nehmen dem gegenüber einen flächenmäßig geringeren Anteil ein.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Entwicklung seit der letztmalig vorgenommenen Primärerhebung in 2010. Es wird deutlich, dass in vielen Sortimentsgruppen die quantitative Verkaufsflächenausstattung zugenommen hat. Hier sind insbesondere Zuwächse in den Warengruppen Schuhe / Lederwaren, Hausratartikel sowie Spiel- und Sportwaren und damit im mittelfristigen Bedarfsdeckungsbereich festzustellen. Die Warengruppen Möbel / Wohneinrichtung sowie Haushaltsgeräte / Unterhaltungselektronik haben quantitativ hingegen Verluste zu verzeichnen.

Rd. 308.600 qm
Verkaufsfläche

Entwicklung seit 2010

Abb. 17: Verkaufsflächen in Wolfsburg (2010 und 2015)¹⁶

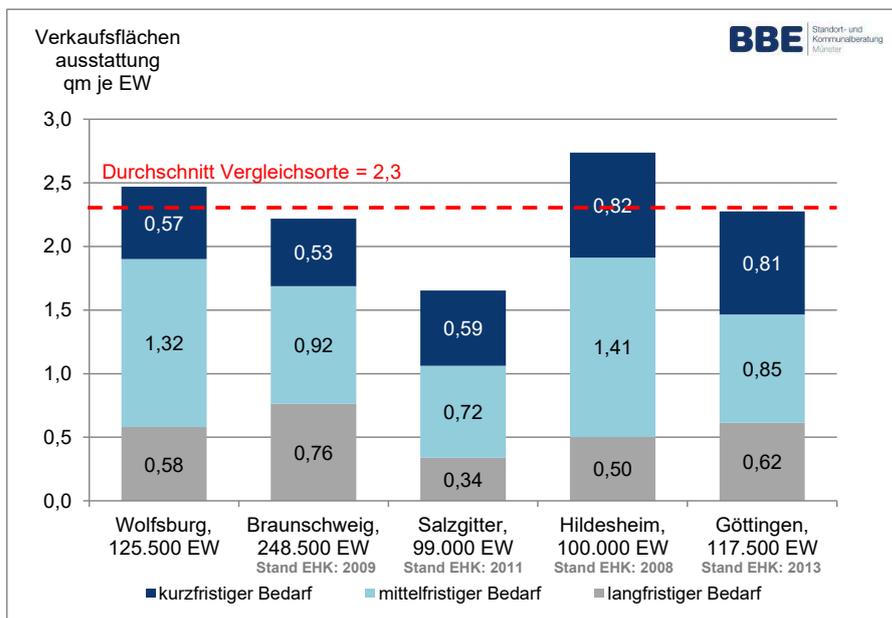
Warengruppe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche	Veränderung ggü.		Flächen- ausstattung 2015
	2010	2015	2010		
	in qm	in qm	in %		in qm je Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel	51.360	52.340	1,9%		0,42
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	16.365	13.390	mit Optik		0,11
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	7.000	5.130	ohne Blumen		0,04
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	74.725	70.860			0,57
Bekleidung/Wäsche	32.475	34.940	7,6%		0,28
Schuhe, Lederwaren	6.190	8.860	43,1%		0,07
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	75.810	96.240	mit Blumen		0,77
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	10.940	13.195	20,6%		0,11
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	9.050	11.055	22,2%		0,09
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	134.465	164.290			1,32
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	55.475	51.970	-6,3%		0,41
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	18.775	6.890	-9,7%		0,05
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video		10.065			0,08
Uhren/Schmuck	2.170	1.210	ohne Optik		0,01
Sonstiges	0	3.310			0,03
Überwiegend langfristiger Bedarf	76.420	73.445			0,58
Gesamt (ohne Leerstände)	285.610	308.595	8,0%		2,47

Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015

Die Verkaufsflächenausstattung ist ein Indikator, der die Flächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl einer Stadt stellt. Der Verkaufsflächenbesatz im Verhältnis zur Einwohnerzahl entspricht in Wolfsburg einer Flächenausstattung von 2,47 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Damit liegt die quantitative Flächenausstattung deutlich oberhalb des Bundesdurchschnitts, der sich in etwa auf 1,52 qm Verkaufsfläche je Einwohner beläuft. Mit rd. 2,47 qm liegt die Ausstattung in Wolfsburg zudem über der vergleichbarer Oberzentren in der Region.

Verkaufsflächenaus-
stattung: 2,47 qm / EW

¹⁶ Die Zuordnung einzelner Warengruppen / Sortimente ist aufgrund einer unterschiedlichen Warengruppensystematik nur bedingt gegeben.

Abb. 18: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

Quelle: eigene Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; Einzelhandelskonzepte der Städte; Zeitraum 2008-2015

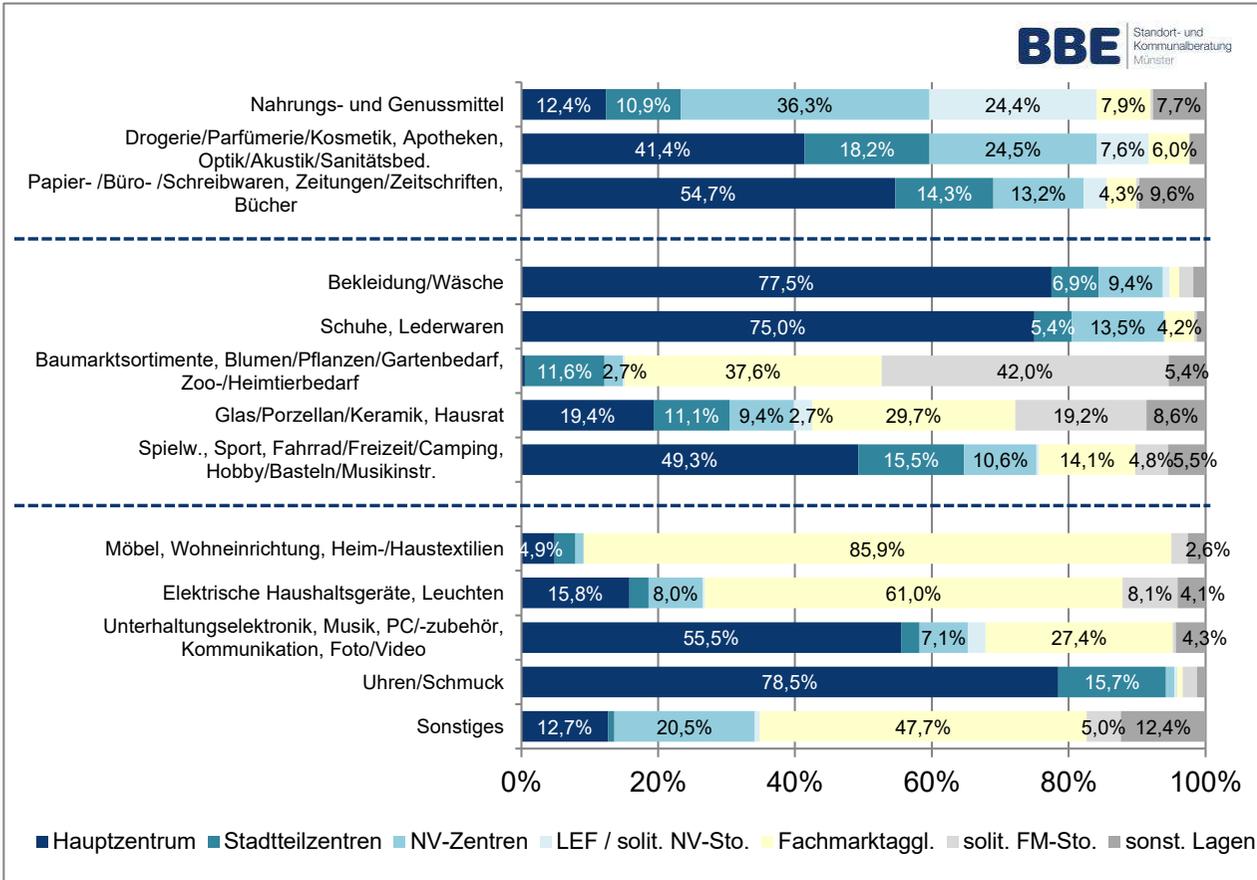
Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahversorgung mit den Sortimenten:

- Nahrungs- und Genussmitteln, Getränke, Tabak, Reformwaren (inkl. Ladenhandwerk) und
- Drogerie, Parfümerie, Kosmetik

beläuft sich auf 0,53 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Auch dieser Wert liegt leicht oberhalb des Bundesdurchschnitts von etwa 0,45 bis 0,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Zusammen mit den weiteren Sortimenten im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich ergibt sich eine Verkaufsflächenausstattung von 0,57 qm Verkaufsfläche je Einwohner, während die Flächenausstattung im aperiodischen Bedarfsdeckungsbereich bei 1,90 qm Verkaufsfläche je Einwohner liegt. Damit hat das quantitative Flächenangebot im aperiodischen Bereich gegenüber der letzten Untersuchung in 2010 mit 1,78 qm Verkaufsfläche je Einwohner weiter zugenommen, während diese im periodischen Bedarfsbereich in Relation nahezu konstant geblieben ist. Zu berücksichtigen ist allerdings auch die positive Bevölkerungsentwicklung der Stadt Wolfsburg, so dass der absolute Flächenbesatz, wie bereits angeführt, zugenommen hat (siehe Abb. 17).

Verkaufsflächen-
ausstattung
periodisch / aperiodisch

Abb. 19: Verkaufsflächenausstattung nach Standortlagen¹⁷



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015

¹⁷ Gemäß Abgrenzung Einzelhandelsentwicklungsplan (EEP) 2010

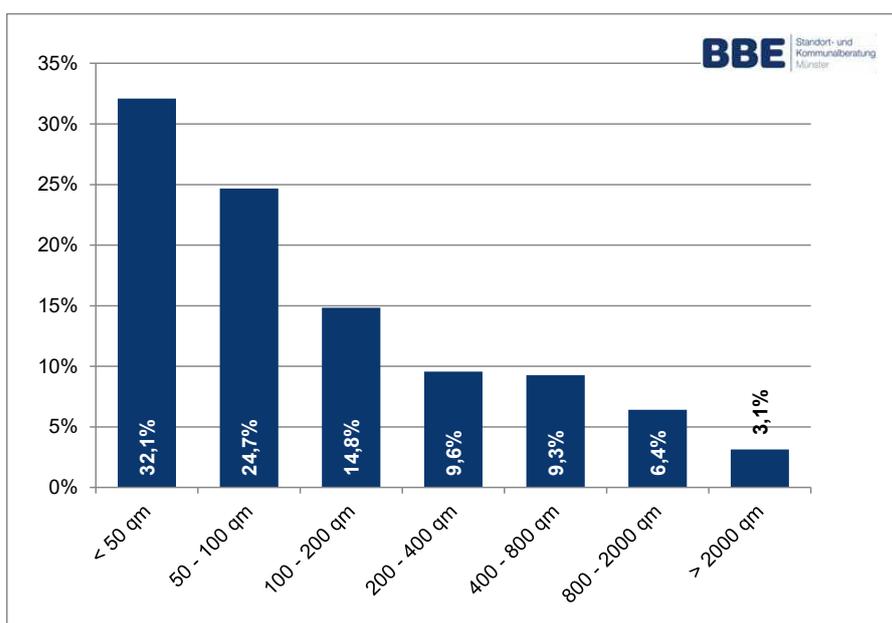
Bei einer Ausdifferenzierung der Sortimente nach Standortlagen wird deutlich, dass insbesondere die innenstadtrelevanten Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Uhren / Schmuck und Unterhaltungselektronik größtenteils innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs der Stadt Wolfsburg sowie der Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde angeboten werden. Nahrungs- und Genussmittel sind hingegen überwiegend auch in Nahversorgungszentren und an solitären Nahversorgungsstandorten und demnach dezentral und wohnungsnah ansässig. Nicht zentrenprägende Sortimente wie Baumarktsortimente / Gartenbedarf und Möbel liegen erwartungsgemäß überwiegend außerhalb der Zentren in nicht integrierten Fachmarkttagglomerationen oder solitären Fachmarktstandorten.

Ausdifferenzierung nach Sortimenten und Lagen

Die Verkaufsflächenstruktur ist durch eine Kleinteiligkeit der Ladenlokale geprägt, wenngleich auch zahlreiche großflächige und standortprägende Magnetbetriebe in der Innenstadt von Wolfsburg bzw. in der Gesamtstadt vorhanden sind. So sind 81,2 % der Betriebsstätten in der Gesamtstadt bzw. 86,2 % der Ladenlokale im Innenstadtzentrum kleiner als 400 qm.

Verkaufsflächenstruktur

Abb. 20: Anteile der Einzelhandelsbetriebe der Gesamtstadt nach Verkaufsflächenkategorien



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015

Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 308.600 qm liegt die durchschnittliche Verkaufsflächengröße für Betriebsstätten aller Branchen und Standortlagen rein rechnerisch bei knapp 440 qm. Bei den Betrieben mit einem nah- und zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt liegt der

Durchschnittliche Betriebsstättengröße

Durchschnittswert mit rechnerisch rd. 240 qm deutlich niedriger, steht allerdings in direktem Zusammenhang mit zahlreichen kleinstflächigen Betriebstypen wie z. B. Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Kiosken.

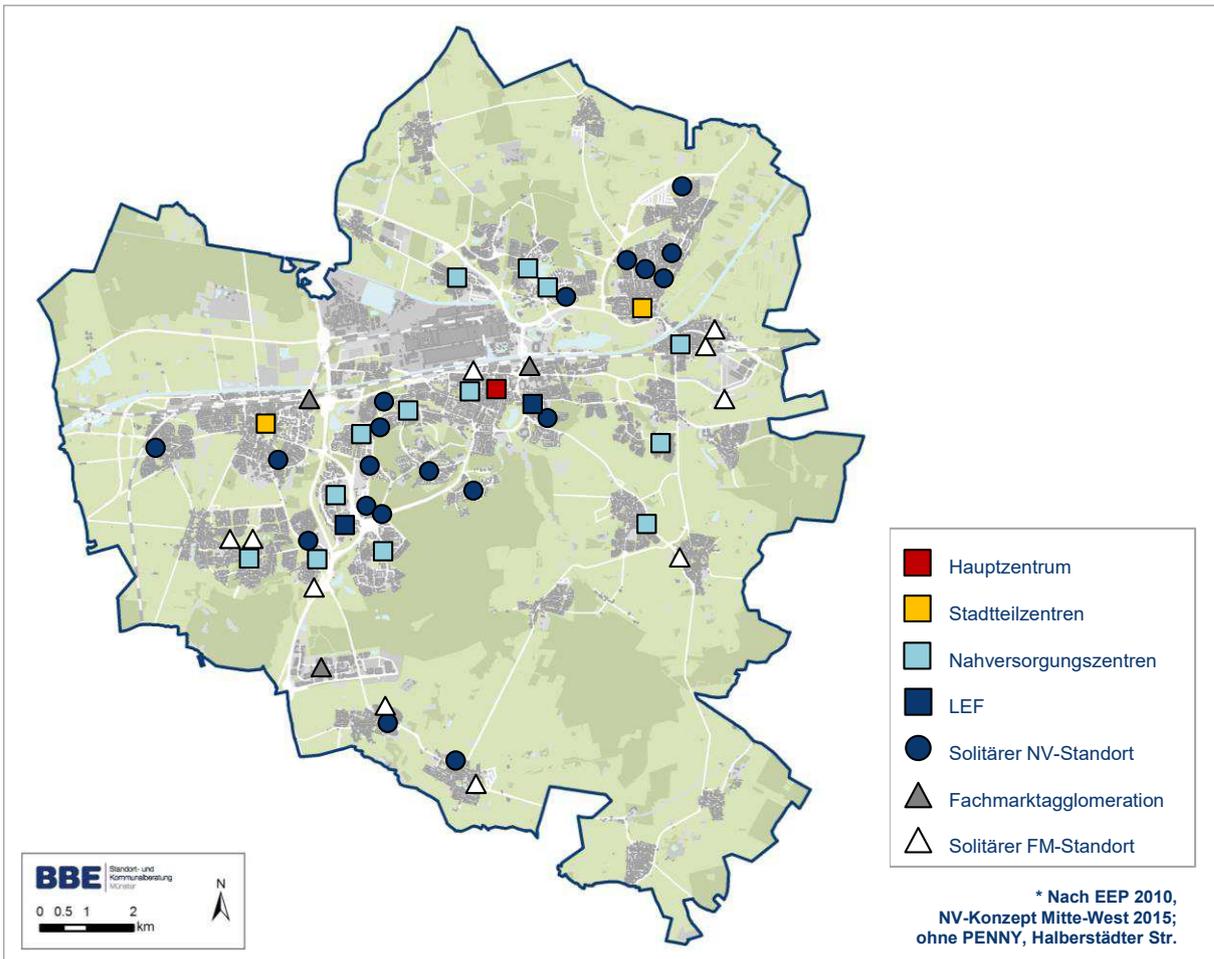
Durch den Angebotsbesatz filialisierter und teilweise großflächiger Magnetbetriebe und die Ergänzung durch kleinteilige Fachgeschäfte besteht eine hohe Sortimentsdichte und Angebotsvielfalt, die aus Kundensicht die Funktionalität und Attraktivität des Wolfsburger Einzelhandels ausmacht.

3.3 Analyse der räumlichen Strukturen

Im Folgenden werden die räumlichen Strukturen des Wolfsburger Einzelhandels differenziert nach den Standortlagen innerhalb der jeweiligen Ortsratsbereiche analysiert und dargestellt. Dabei wird der Fokus auf die wesentlichen Einzelhandelsschwerpunkte der 16 Ortsratsbereiche gelegt. Grundlage hierfür ist zunächst der Einzelhandelsentwicklungsplan (EEP) 2010 der Stadt Wolfsburg sowie auch das Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015 wie es der nachfolgenden Karte zu entnehmen ist.

Einzelhandels-
schwerpunkte
gemäß EEP 2010 und
NV-Konzept
Mitte-West 2015

**Abb. 21: Einzelhandelsschwerpunkte gemäß EEP 2010 / NV-Konzept
Mitte-West 2015**



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Neben quantitativen Betrachtungen, wie Anzahl der Betriebsstätten oder Verkaufsflächenausstattungen, spielt die räumliche Verteilung dieser Flächen eine erhebliche Rolle bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes. Anhand relevanter Kennzahlen des Einzelhandels (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsätze etc.) soll die Bedeutung dieser Schwerpunkte identifiziert werden.

In den Ortsratsbereichen finden sich gemäß EEP 2010 aktuell folgende Standortkategorien wieder:

- Hauptzentrum Innenstadt
- Stadtteilzentren
- Nahversorgungszentren

Standortkategorien
nach EEP 2010

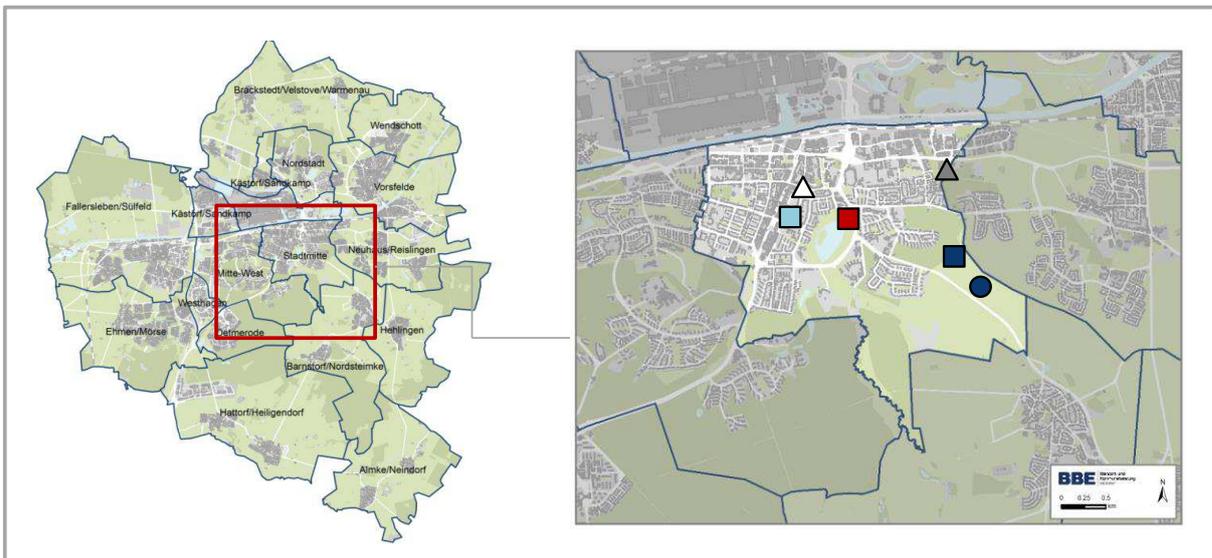
- LEF (Bereich mit lokaler Einzelhandelsfunktion)¹⁸
- Solitäre Nahversorgungsstandorte
- Fachmarkttagglomerationen
- Solitäre Fachmarktstandorte

3.3.1 Ortsratsbereich Stadtmitte

Der Ortsratsbereich Stadtmitte liegt zentral in der Stadt Wolfsburg und erstreckt sich über die sieben Stadtteile Heßlingen, Rothenfelde, Stadtmitte, Schillerteich, Hellwinkel, Steimker Berg und Köhlerberg. Insbesondere der nördliche Bereich ist hierbei von kompakter Siedlungsstruktur geprägt. Insgesamt umfasst der Ortsratsbereich 15.936 Einwohner.

Räumliche Lage

Abb. 22: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Stadtmitte



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der Einzelhandelsbesatz verteilt sich hierbei neben Streulagen insbesondere auf nachfolgende Standortlagen:

Standortkategorien
gemäß EEP 2010

¹⁸ Siehe auch Erläuterungen im Einzelhandelsentwicklungsplan für die Stadt Wolfsburg - Fortschreibung 2010; S. 179

Abb. 23: Standortlagen im Ortsratsbereich Stadtmitte

Standortkategorie	Standortlage
 Hauptzentrum	Hauptzentrum Innenstadt
 Stadtteilzentren	---
 Nahversorgungszentren	NVZ Schachtweg
 LEF	Reislinger Straße
 Solitärer NV-Standort	PENNY, Anemonenweg
 Fachmarkttagglomeration	Dieselstraße
 Solitärer FM-Standort	Sozialkaufhaus (ehemals Möbelhaus ALSDORFF), Heinrich-Nordhoff-Straße

Quelle: eigene Darstellung

Insgesamt weist der Ortsratsbereich Stadtmitte 329 und damit fast die Hälfte aller Wolfsburger Betriebe (46,9 %) auf. Gegenüber der letzten Primärerhebung in 2010 lässt sich jedoch eine rückläufige Entwicklung von -7,3 % ablesen. Diese ist, wie bereits angeführt, im Wesentlichen auf den zunehmenden Konzentrationsprozess im Einzelhandel zurückzuführen und entspricht damit den bundesweit zu beobachtenden Entwicklungstrend.

Einzelhandelsbesatz

Die Betriebe verteilen sich auf eine Gesamtverkaufsfläche von rund 80.100 qm (25,9 % Flächenanteil ggü. Gesamtstadt). Auch hier ist trotz neuerlicher Entwicklungen (DOW-Erweiterung) insgesamt ein leichter Rückgang der Verkaufsfläche gegenüber 2010 zu verzeichnen. Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner ist mit 5,00 qm weiterhin sehr hoch. Der gesamtstädtische Schnitt liegt bei 2,47 qm Verkaufsfläche je Einwohner.

Abb. 24: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Stadtmitte

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	329	-7,3 %	46,9 %
Verkaufsfläche in qm	80.140	-3,6 %	25,9 %
VK-Ausstattung je EW in qm	5,00	5,45	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	103,3	+16,2 %	12,7 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	324,9	-20,0 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung von Stadtmitte liegt insgesamt bei rund 103,3 Mio. €. Gegenüber 2010 bedeutet dies einen Zuwachs von 16,2 %. Dies ist neben der positiven Bevölkerungsentwicklung auch auf einen Anstieg der Verbrauchsausgaben im Einzelhandel zurückzuführen.

Nachfragepotenzial

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in der Wolfsburger Stadtmitte im Vergleich zur Gesamtstadt mit 324,9 zu 116,1 besonders hoch, was vorrangig auf die überregionale Bedeutung der Wolfsburger Innenstadt als Einzelhandelsstandort zurückzuführen ist. Im Vergleich zu 2010 ist jedoch eine leichte Negativentwicklung um -20,0 % Prozentpunkte festzustellen. Neben einer veränderten Einwohnerzahl ist dies im Besonderen auch auf die bundesweit zu beobachtende Entwicklung sinkender Flächenleistungen im Einzelhandel zurückzuführen.

Umsatz-Kaufkraft-
Relation

Die Standorte unterscheiden sich hinsichtlich ihrer augenblicklichen Struktur, aber auch hinsichtlich ihrer zukünftigen Eignung als Standorte des Einzelhandels.

3.3.1.1 Hauptzentrum Innenstadt

Der wichtigste und prägendste Einzelhandelsschwerpunkt in Wolfsburg ist in der Innenstadt verortet, die sich über die drei Stadtteile Heßlingen, Stadtmitte und Rothenfelde ausdehnt. Das Hauptzentrum der Stadt Wolfsburg erstreckt sich hierbei im Wesentlichen ab dem Kreuzungsbereich Braunschweiger Straße, Ecke Siemensstr. / Berliner Ring im Süden, dem sog. Südkopf mit dem dort befindlichen SÜDKOPF-CENTER, beidseitig entlang der Porschestraße bis zum Kreuzungsbereich Heßlinger Straße / Heinrich-Nordhoff-Straße, dem sog. Nordkopf, sowie darüber hinaus bis zum Designer Outlet Wolfsburg (DOW). Des Weiteren zählen von der Porschestraße abgehende Straßen wie die Heinrich-Nordhoff-Straße bis zum Hauptbahnhof, die Goethestraße bis zur Einmündung Eichendorffstraße sowie die Rothenfelder Straße bis zum Kreuzungsbereich Berliner Ring zum Innenstadtbereich.

Räumliche Abgrenzung

Aufgrund der Gründung der Stadt Wolfsburg im Jahr 1938 und der damit einhergehenden sehr jungen Stadthistorie unterscheidet sich die im Zusammenhang mit dem VW-Autowerk neu gegründete Stadt hinsichtlich Planung und Bau vom klassischen Bild der Europäischen Stadt. Die stadträumliche Gestaltung der Innenstadt von Wolfsburg ist hinsichtlich Architektur, Bebauungsdichte, Nutzungsstruktur etc. daher geprägt durch unterschiedliche Detailstrukturen der jüngeren Stadtgeschichte.

Stadträumliche
Gestaltung

Abb. 25: Fotos Hauptzentrum Innenstadt



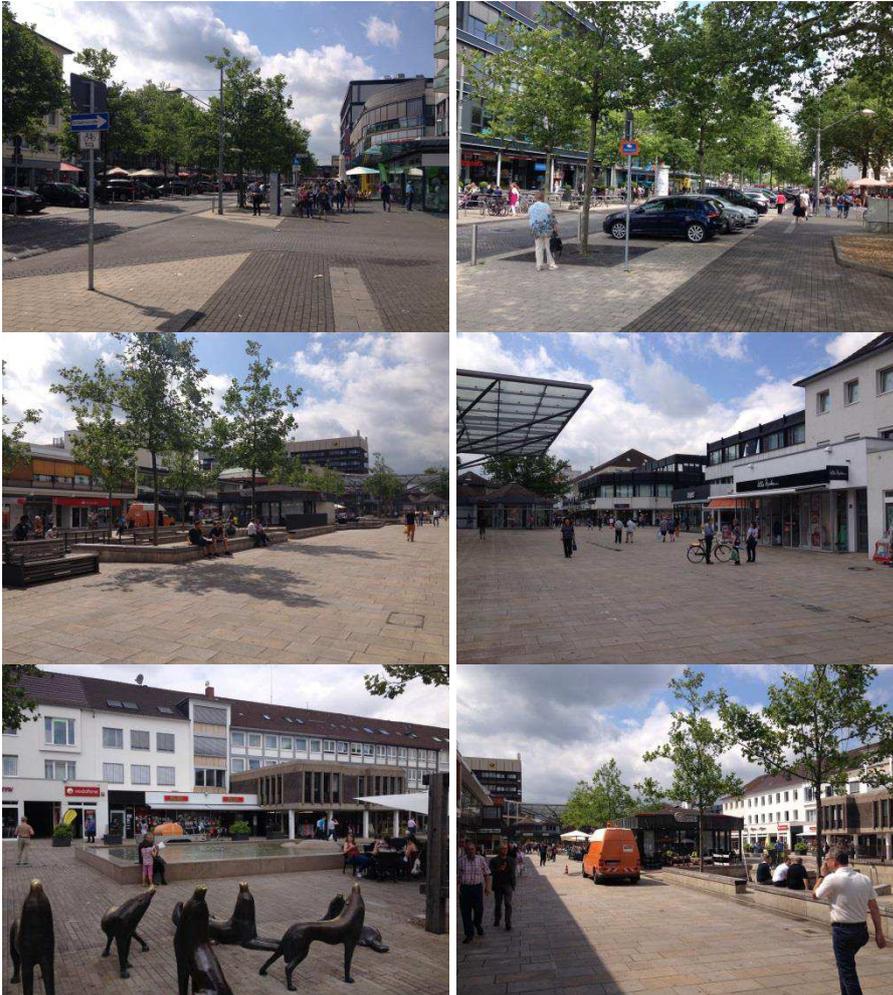
Quelle: eigene Fotos

Den stadträumlichen Mittelpunkt mit der höchsten Nutzungs- und Einzelhandelsdichte bildet die Fußgängerzone entlang der Porschestraße zwischen Kleist- und Goethestraße, die nach einer Sanierung im Jahr 2009 städtebaulich aufgewertet wurde. Die Aufenthalts- und Verweilqualität innerhalb des verkehrsberuhigten Bereiches ist aufgrund der ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raumes u. a. durch eine attraktive Oberflächengestaltung, Möblierung, Außengastronomie und Begrünung als gut zu bezeichnen. Neben der Verweilqualität trägt die Gestaltung des öffentlichen Raumes außerdem zu einer Unverwechselbarkeit der Stadt bei. Im Bereich Nordkopf besteht u.a. mit dem PHAENO sowie der Verbindung zur AUTOSTADT ein attraktives „Tor zur Innenstadt“.

Der positive Gesamteindruck wird jedoch durch die in der Innenstadt gelegenen Pavillon-Bauten negativ beeinflusst, da diese eine unattraktive Architektur sowie einen z. T. renovierungsbedürftigen Gebäudezustand aufweisen und die Sichtbeziehungen innerhalb der Hauptlage einschränken. Insgesamt ist der Marktauftritt der in Wolfsburg ansässigen Betriebe größtenteils als marktgerecht einzustufen, wenngleich aber auch einzelne Ladenlokale insbesondere bei der Schaufenstergestaltung und der Art der Warendarbietung Optimierungspotenziale zu verzeichnen haben.

Gute Aufenthalts-
und Verweilqualität

Abb. 26: Fotos öffentlicher Raum Hauptzentrum Innenstadt

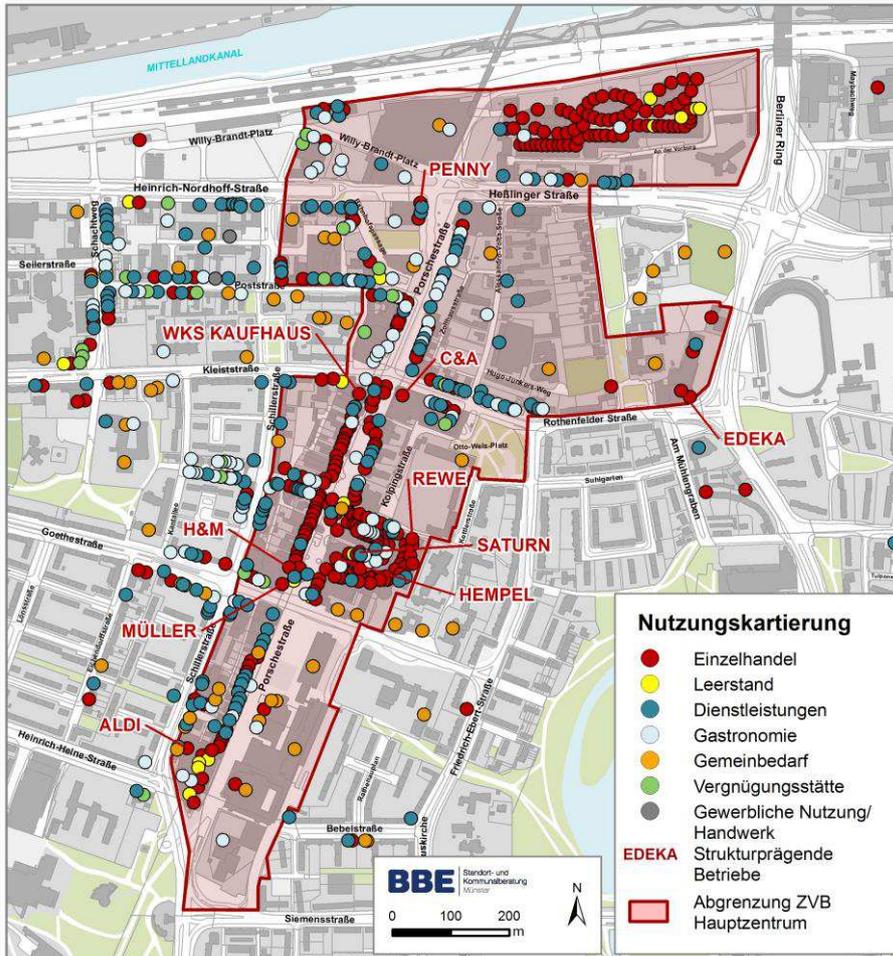


Quelle: eigene Fotos

Das Hauptzentrum ist gekennzeichnet durch ein weitestgehend verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge nicht nur im Einzelhandel, sondern auch bei öffentlichen Einrichtungen bzw. Einrichtungen des Gemeinbedarfs, der Gastronomie und Dienstleistungen vor allem im nördlichen und südlichen Abschnitt der Porschestraße sowie in den Nebenlagen. Der Einzelhandel konzentriert sich im Wesentlichen auf die Erdgeschosslagen der einzelnen Geschäftseinheiten, bei größeren Betrieben auch auf die oberen Geschosse.

Verdichtetes Nutzungs-
und Angebotsgefüge

Abb. 27: Nutzungsmischung Hauptzentrum Innenstadt¹⁹



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In der Innenstadt von Wolfsburg sind zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 276 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die zusammen ein Angebot von rd. 67.650 qm Verkaufsfläche vorhalten. Damit liegen etwa 22 % der gesamten Verkaufsfläche von Wolfsburg in der Innenstadt, wobei gegenüber den Untersuchungen aus 2010 eine insgesamt stabile Verkaufsflächenentwicklung festzustellen ist.

276 Betriebe in der
Innenstadt

¹⁹ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Abb. 28: Betriebe und Verkaufsflächen im Hauptzentrum Innenstadt

Warengruppe	Anzahl Betriebe Gesamtstadt	Anzahl Betriebe Innenstadt	Anteil Innenstadt in %	VK-Fläche in qm Gesamtstadt	VK-Fläche in qm Innenstadt	Anteil Innenstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	224	42	18,8%	52.340	6.500	12,4%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	83	37	44,6%	13.390	5.550	41,4%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	28	10	35,7%	5.130	2.805	54,7%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	335	89	26,6%	70.860	14.855	21,0%
Bekleidung/Wäsche	133	93	69,9%	34.940	27.070	77,5%
Schuhe, Lederwaren	33	24	72,7%	8.860	6.645	75,0%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	65	4	6,2%	96.240	490	0,5%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	15	9	60,0%	13.195	2.555	19,4%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	34	15	44,1%	11.055	5.445	49,3%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	280	145	51,8%	164.290	42.205	25,7%
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	29	10	34,5%	51.970	2.540	4,9%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	7	0	0,0%	6.890	1.090	15,8%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	30	18	60,0%	10.065	5.585	55,5%
Uhren/Schmuck	17	12	70,6%	1.210	950	78,5%
Sonstiges	3	2	66,7%	3.310	420	12,7%
Überwiegend langfristiger Bedarf	86	42	48,8%	73.445	10.585	14,4%
Gesamt (ohne Leerstände)	701	276	39,4%	308.595	67.645	21,9%

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015

Die Innenstadt von Wolfsburg übernimmt oberzentrale Versorgungsfunktionen. Der Angebotsbesatz konzentriert sich insbesondere auf typisch innenstadtrelevante Angebote aller Bedarfsbereiche, wobei der Angebotsschwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich (rd. 62 %), und hier insbesondere im Bereich der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe, etc.) liegt. Wesentliche Magnetfunktion für die Innenstadt übernehmen größere Filialbetriebe, z. B. C&A, H&M, die CITY-GALERIE mit SATURN und dem Bekleidungshaus HEMPEL, das WKS KAUFHAUS sowie das DOW in nördlicher Lage zur Fußgängerzone, aber auch die zahlreichen inhabergeführten Fachgeschäfte und sonstigen Filialbetriebe. Im Bereich der Nahversorgung finden sich neben Lebensmittelspezialgeschäften und Betrieben des Ladenhandwerks mit REWE, EDEKA, ALDI und PENNY größere frequenzerzeugende Betriebsformate in der CITY-GALERIE sowie in den Zugangsbereichen der Innenstadt wieder.

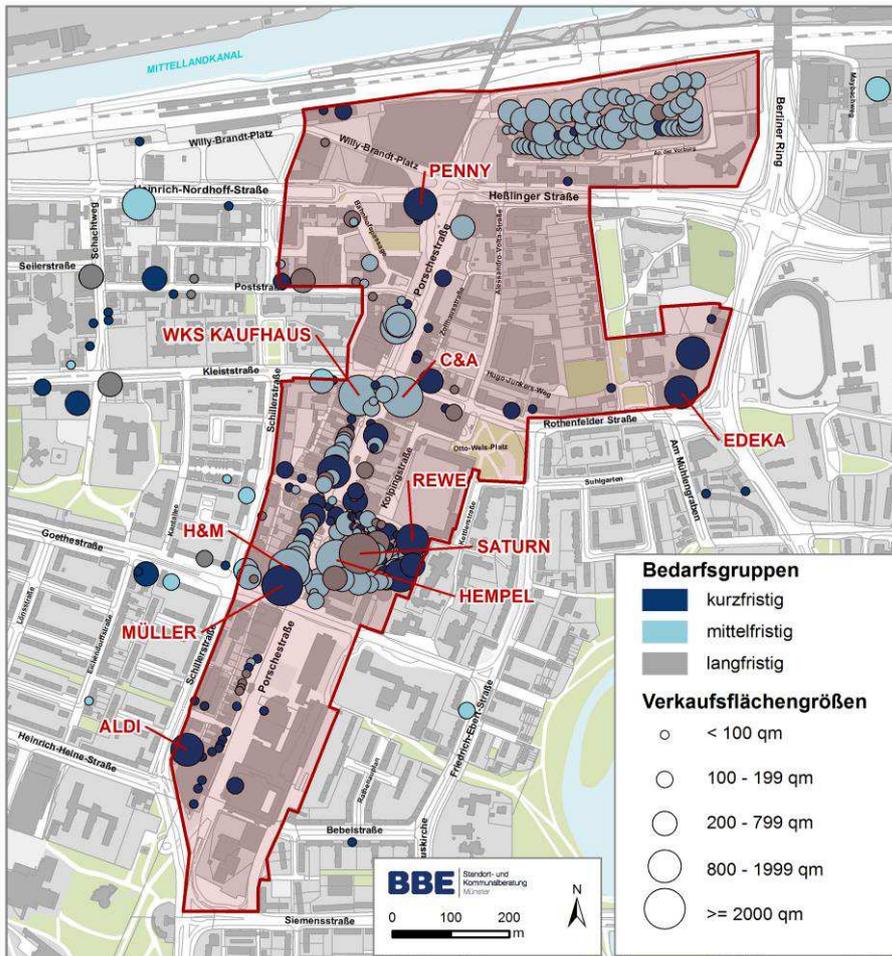
Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei 245 qm Verkaufsfläche. Knapp 50 % aller Betriebe sind kleiner als 100 qm. Davon sind die meisten Betriebe der kurzfristigen Bedarfsstufe zuzuordnen. Außerdem weist die Innenstadt mehrere standortprägende, filialisierte, aber auch inhabergeführte Magnetbetriebe auf. Zum Erhebungszeitpunkt befanden sich 16 großflächige Betriebe (> 800 qm) mit insgesamt 28.800 qm Verkaufsfläche in der Innenstadt. Das ergibt einen Verkaufsflächenanteil gegenüber der gesamten Innenstadt von 42,5 %. Insbesondere die CITY-GALERIE dient als Frequenzerzeuger. Andere Einkaufspassagen wie

Angebotsschwerpunkte

Betriebsstruktur

das SÜDKOPF-CENTER können nach Marktaustritt des REAL-SB-Warenhauses ihrer Magnetfunktion nicht mehr gerecht werden, so dass Funktionsverluste die Folge sind.

Abb. 29: Bedarfsgruppen und Betriebsgrößen Hauptzentrum Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

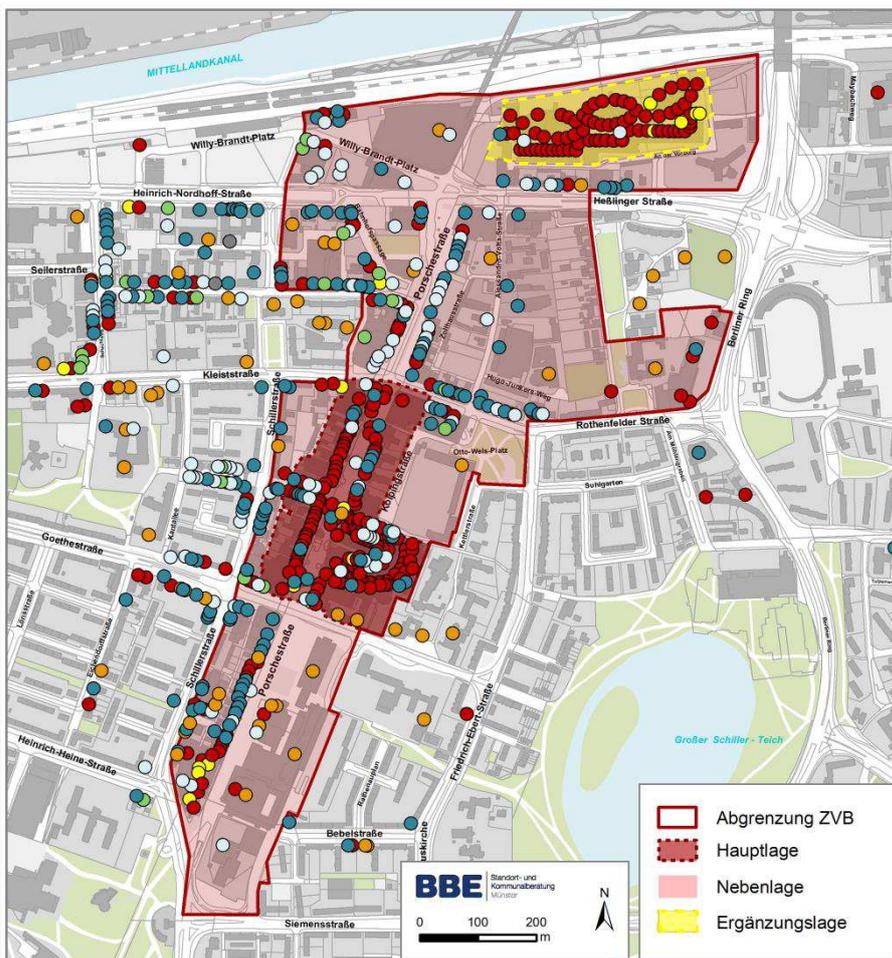
Der Einzelhandelsbesatz verteilt sich nicht räumlich gleichmäßig entlang des Hauptgeschäftsbereichs, sondern konzentriert sich im Besonderen auf den Kernbereich entlang der Fußgängerzone an der Porschestraße, und hier im Besonderen auf den Bereich zwischen Kleiststraße und Goethestraße. Innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs ist somit eine Ausdifferenzierung nach Einzelhandelslagen angebracht. Die Qualität einer Einzelhandelslage definiert sich über nachfolgende Faktoren:

- Dichte des Geschäftsbesatzes

Ausdifferenzierung nach Einzelhandelslagen

- Quantität und Qualität des Warenangebotes
- Qualität der Außendarstellung der Geschäfte (Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation, Ausleuchtung etc.)
- Baulicher Erhaltungszustand der Gebäude- / Geschäftseinheiten
- Kontinuität der Laufwegen (doppelte Laufwege, einfache Laufwege, disperse Laufwege)
- Aufenthaltsqualität / Gestaltung des öffentlichen Raumes

Abb. 30: Einzelhandelslagen im Hauptzentrum Innenstadt



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Die Haupteinkaufslage (1a-Lage) befindet sich entlang der Porschestraße zwischen Kleiststraße und Goethestraße. Auf diesen Bereich konzentriert sich mit rd. 51 % rund die Hälfte aller innerstädtischen Verkaufsflächen, so dass hier eine sehr hohe Einzelhandelsdichte mit

Haupteinkaufslage

durchgängigem Einzelhandelsbesatz bei einer Ausgestaltung als Fußgängerzone festzustellen ist. Prägend ist neben einem insgesamt attraktiven Einzelhandelsbesatz zudem ein städtebaulich ansprechendes Umfeld mit einer hohen Verweilqualität.

Abb. 31: Verteilung der Verkaufsfläche / Betriebe nach Lagen

Lage	%-Anteil Verkaufsfläche	%-Anteil EH-Betriebe
Hauptlage	61,8%	50,9%
Nebenlage	19,6%	23,6%
Ergänzungslage	18,6%	25,5%
Gesamt	100,0%	100,0%

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung

Als Ergänzung zur Haupteinkaufslage stellt sich das Designer Outlet Wolfsburg (DOW) mit hoher Einzelhandelsdichte als zusätzlicher Anker am nördlichen Ende der Innenstadt dar. Das DOW ist ein einheitlich geplantes Designer Outlet Center mit einer ansprechenden, dreiteiligen Kubatur der Baukörper, die durch eine südlich hiervon angeordnete Ladenzeile ergänzt wird. In der jüngeren Vergangenheit wurde das DOW um einen dritten Abschnitt baulich und funktional erweitert.

Ergänzung zur
Haupteinkaufslage

Städtebaulich betrachtet liegt das DOW in nördlicher Ergänzung zur Innenstadt, ist jedoch aufgrund der trennenden Wirkung der Heßlinger Straße nicht optimal an die Innenstadt angebunden. Aufgrund seiner konzeptionellen Ausrichtung und seiner verkehrszentralen Lage orientiert sich das DOW zudem auf den motorisierten Individualverkehr.

Abb. 32: Fotos DOW



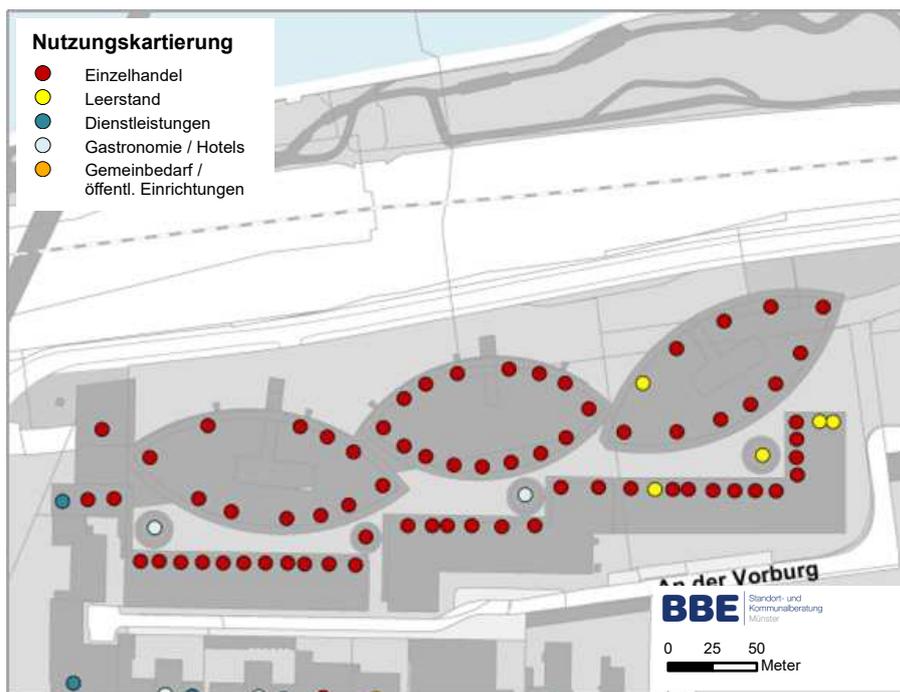


Quelle: eigene Fotos

Momentan befinden sich hier 70 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 12.600 qm (19 % ggü. Innenstadt; 4,1 % ggü. Gesamtstadt), die nur von einigen wenigen handelsaffinen Nutzungen (z. B. Gastronomie) ergänzt werden. Der Angebotsschwerpunkt findet sich im mittelfristigen Bedarfsbereich und hierbei insbesondere im Bereich der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe, etc.) mit rund 91 %.

Nutzungsmischung
und Besatz im DOW

Abb. 33: Nutzungsmischung DOW



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

An den Haupteinkaufsbereich (1a-Lage) schließen sich die funktional weniger bedeutenden Einzelhandelslagen mit einem geringeren und nicht durchgängigem Einzelhandelsbesatz z. T. mit Anbietern aus dem

Nebenlagen

Niedrigpreissegment, Unternutzungen und teilweise Leerständen an. Hier finden sich insbesondere den Einzelhandel ergänzende Nutzungen wie Dienstleister, öffentliche Einrichtungen und Gastronomiebetriebe.

Zu den innerstädtischen Nebenlagen gehört auch der Standortbereich u. a. eines EDEKA-Verbrauchermarktes. Der Standort befindet sich in verkehrszentraler Lage in räumlicher Nähe zur Innenstadt. Neben einer Versorgung des Nahbereichs (mit rd. 5.100 Einwohnern) sowie einer Ausrichtung auf den motorisierten Individualverkehr bei einem erweiterten Einzugsgebiet übernimmt der Standortbereich in Ergänzung zu den weiteren innerstädtischen Angebotsstrukturen (u. a. REWE, ALDI, PENNY) darüber hinaus eine wesentliche Versorgungsfunktion der Nahversorgung für die in der Innenstadt beschäftigten Personen.

Berliner Ring

Abb. 34: Fotos Berliner Ring



Quelle: eigene Fotos

Dem Bereich zwischen Kleiststraße und dem DOW kommt im Sinne einer „Brückenfunktion“ zwischen der Hauptlage und dem Ergänzungsbe-
reich beim DOW eine besondere Bedeutung zu. Aufgrund des derzeitigen Besatzes wird dieser Bereich seiner gesonderten Funktion derzeit noch nicht gerecht. Zwar sind auch hier durchaus attraktive Mieter insbesondere auch aus dem gastronomischen Bereich vorzufinden, der Gesamteindruck wird gegenwärtig jedoch negativ beeinflusst durch die dortigen Besatzstrukturen aus dem Niedrigpreissegment sowie durch einzelne Minder- / Unternutzungen und bauliche Lücken. Entsprechend ist die Wegebeziehung zwischen der Hauptlage und dem DOW für potenzielle Kunden nur bedingt attraktiv.

„Brückenfunktion“

Kritisch zu bewerten ist zudem die räumlich weitläufige Ausdehnung des Innenstadtbereichs, der sich, wie angeführt, vom Nordkopf bzw. dem DOW bis zum Südkopf und damit auf einer Länge von rd. 1,1 km erstreckt. Damit ist der Innenstadtbereich nahezu doppelt so lang wie ein in empirischen Studien ermittelter Wert der durchschnittlich zurückgelegten Distanzen von Innenstadtbesuchern von etwa 600 m. Dies wird noch verstärkt durch den großzügigen Straßenquerschnitt von z. T. 35 m bis 40 m. Vor diesem Hintergrund wird es auch künftig nur schwerlich

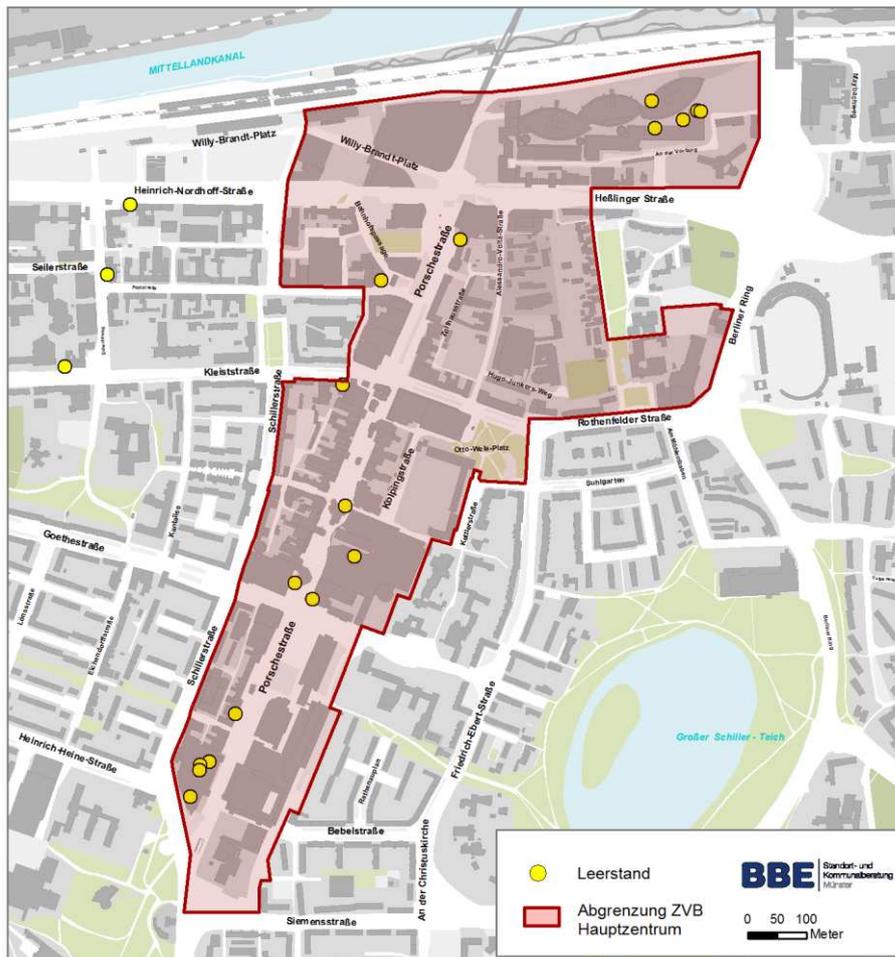
„Überdehnung“ der
Innenstadt

gelingen, die Porschestraße über die gesamte Ausdehnung als Haupteinkaufsstraße zu entwickeln. Vielmehr ist ein räumlicher Fokus auf den eigentlichen Kernbereich zwischen Goethestraße und Kleiststraße und weiter bis zum Nordkopf bzw. DOW zu richten. Der südliche Bereich wird bereits heute vorrangig durch öffentliche und kulturelle Einrichtungen geprägt, so dass auch künftige Entwicklungen eher auf handelsergänzende Nutzungen zu richten wäre.

Insgesamt befinden sich zum Erhebungszeitpunkt 17 Leerstände in der Innenstadt, die größtenteils nicht räumlich konzentriert liegen und daher nicht als stadtbildprägend zu bezeichnen sind. Leerstände in der Hauptlage sind überwiegend temporärer Art und lassen sich zumeist zügig neu vermieten. Lediglich im südlichen Bereich des Zentrums, im Bereich des SÜDKOPF-CENTERS ist eine räumliche Konzentration auch größerer Flächen (insbesondere die ehemalige REAL-Fläche) erkennbar.

Leerstände

Abb. 35: Leerstandsverteilung im Hauptzentrum Innenstadt



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.1.2 Nahversorgungszentrum Schachtweg

Westlich schließt sich an die Innenstadt das sog. Handwerkerviertel an, ein Quartier im Bereich zwischen Lessingstraße, Heinrich-Nordhoff-Straße, Kleiststraße und Bahnhofspassage, welches auch das Nahversorgungszentrum am Schachtweg umfasst. Der Einzelhandelsbesatz im Nahversorgungszentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang des Schachtweges zwischen dem Einmündungsbereich Seilerstraße im Norden und dem Kreuzungsbereich zur Kleiststraße im Süden. Neben dem Innenstadtzentrum handelt es sich hier um einen zusammenhängenden Geschäftsbereich mit Zentrencharakter im Ortsratsbereich Stadtmitte, wobei der dortige Geschäftsbesatz im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnquartiere übernimmt.

Räumliche Ausdehnung

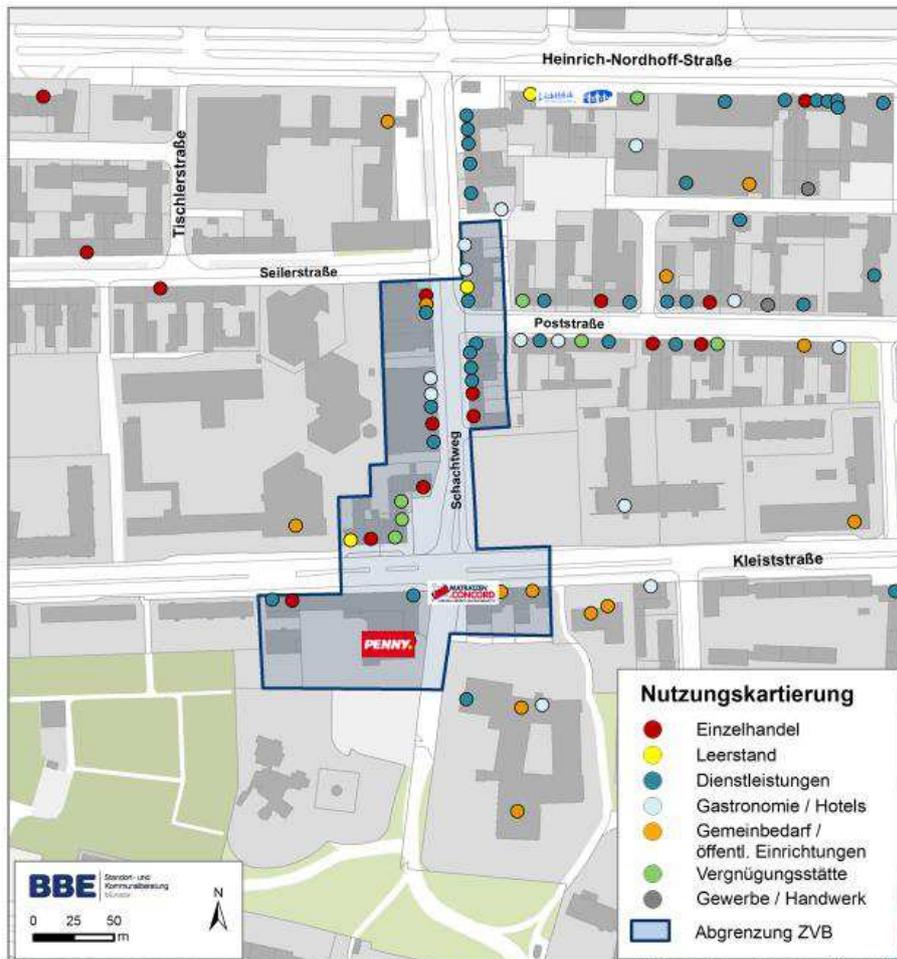
Abb. 36: Fotos Nahversorgungszentrum Schachtweg



Quelle: eigene Fotos

Das Handwerkerviertel ist geprägt durch kleinere Fachgeschäfte mit einem zum Teil spezialisierten Angebot. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich mit einem PENNY-Markt als Magnetbetrieb. Des Weiteren finden sich kleinteilige Fachgeschäfte u. a. des Ladenhandwerks sowie ein Matratzenfachmarkt CONCORD. Ergänzt werden die Versorgungsstrukturen durch handelsaffine Nutzungen, Dienstleistungen und gastronomische Angebote.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 37: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Schachtweg²⁰

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt befinden sich hier zum Zeitpunkt der Erhebung zehn Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.600 qm. Dies ist ein Verkaufsflächenrückgang von rund -6 % gegenüber der letzten Primärerhebung. Die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel nimmt hierbei einen strukturprägenden Flächenanteil ein (rund 60 %). Unter Einbeziehung der weiteren Angebotsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich lässt sich eine wichtige Versorgungsfunktion für die direkt umliegenden Wohnquartiere ableiten.

Einzelhandelsbesatz

²⁰ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Abb. 38: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Schachtweg

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	10
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.560 (-6,0 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	1.045 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	60 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	1,9 %
Veränderung ggü. EEP 2010	---

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

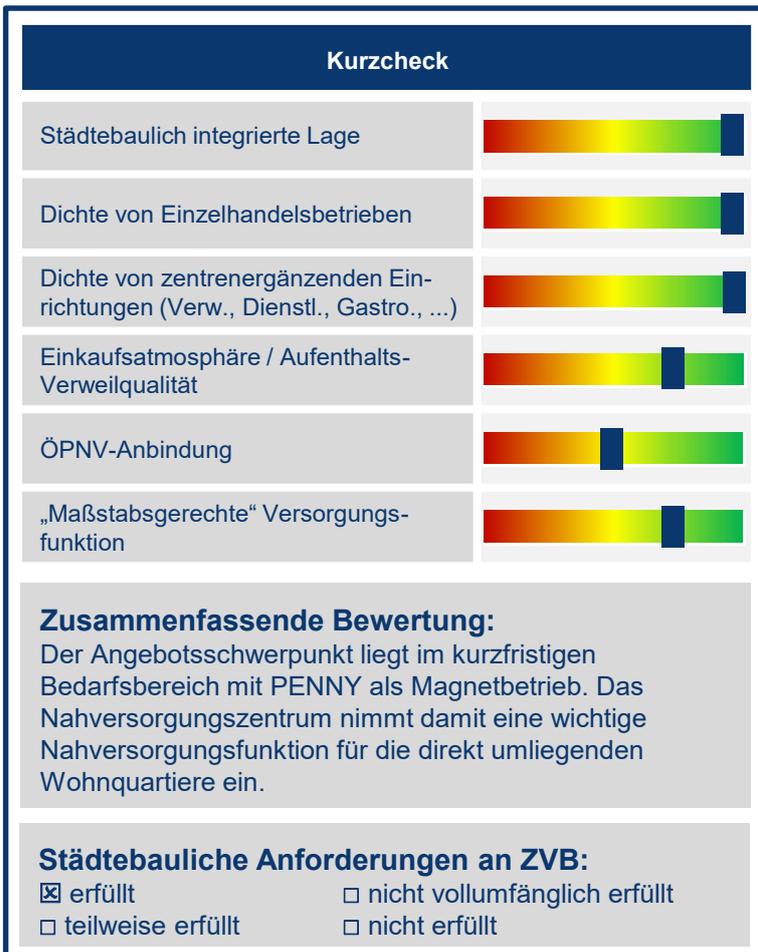
Im Rahmen der konzeptionellen Empfehlungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist der Standort hinsichtlich seiner künftigen Einordnung in das räumlich-funktionale Standortsystem zu bewerten. Anhand nachfolgender Bewertungskriterien sollen die städtebaulichen Qualitäten eingeordnet sowie die städtebaulichen Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich analysiert und bewertet werden:

Bewertungskriterien

- Städtebaulich integrierte Lage
- Dichte von Einzelhandelsbetrieben
- Dichte von zentrenergänzenden Einrichtungen (Verwaltung, Dienstleistung, Gastronomie, ...)
- Einkaufsatmosphäre / Aufenthalts- Verweilqualität
- ÖPNV-Anbindung
- „Maßstabsgerechte“ Versorgungsfunktion

Das letztgenannte Kriterium der „maßstabsgerechten“ Versorgungsfunktion soll gewährleisten, dass die im Nahversorgungszentrum ansässigen Magnetbetriebe der Nahversorgung (hier: PENNY) auch ihrer tatsächlichen Funktion einer quartiersbezogenen Versorgung gerecht werden.

Abb. 39: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Schachtweg



Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Schachtweg

Quelle: eigene Darstellung

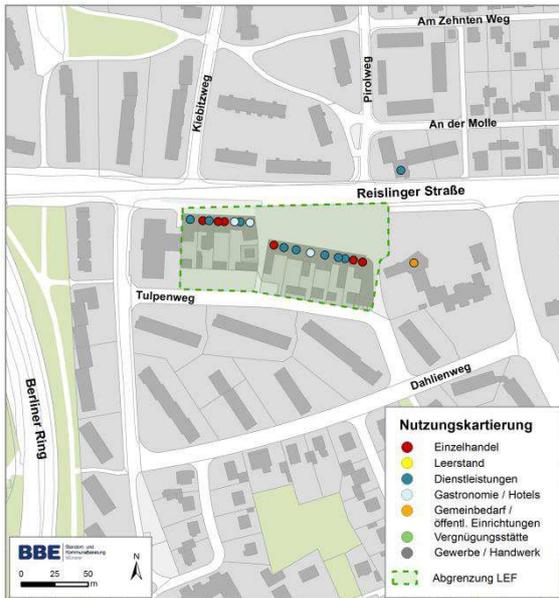
3.3.1.3 Standortbereiche der Nahversorgung

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wird der Angebotsbesatz im Ortsratsbereich Stadtmitte durch weitere Standortlagen bestimmt, die im Rahmen des EEP 2010 ebenfalls eine Versorgungsfunktion zugewiesen bekommen haben.

Ein Bereich mit lokaler Einzelhandelsfunktion (LEF) findet sich an der Reislinger Straße östlich der Innenstadt. Hier finden sich neben kleinteiligem Einzelhandel (Apotheke, Lebensmittelhandwerk) vor allem Dienstleister und gastronomische Anbieter wieder. Ein 2010 noch vorhandener SCHLECKER-Markt wurde mittlerweile geschlossen.

LEF Reislinger Straße

Abb. 40: Nutzungsmischung LEF Reislinger Straße



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein im Ortsratsbereich Stadtmitte gelegener solitärer Nahversorgungsstandort befindet sich mit einem PENNY-Markt (ca. 400 qm) südlich der Reislinger Straße am Anemonenweg im Einmündungsbereich zur Schreiberstraße. Der Markt verfügt zwar über eine sehr gute Einbindung in die benachbarten Wohnquartiere, hat jedoch nur eine geringe Verkaufsfläche von rd. 410 qm, so dass der Markt hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimensionierung nicht mehr den heutigen Anforderungen an eine moderne Betriebsanlage entspricht.

Eine Schließung dieser Angebotsstätte würde allerdings eine Verschlechterung der Nahversorgungssituation im östlichen Siedlungsbereich des Ortsratsbereichs darstellen, da mit Ausnahme des PENNY-Marktes sowie dem vorgenannten Bereich lokaler Einzelhandelsfunktion (LEF Reislinger Straße) auch in den angrenzenden Stadtteilen keine eigenen tragfähigen Nahversorgungsstrukturen vorzufinden sind.

Solitärer
Nahversorgungsstandort

Abb. 41: Nahversorgungsstandort PENNY, Anemonenweg

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.1.4 Sonstige Standortbereiche

Die Fachmarkttagglomeration an der Dieselstraße nahe dem Mittellandkanal ist mit einem Verkaufsflächenbesatz von rd. 5.900 qm der kleinste der derzeit in Wolfsburg existierenden Sonder- und Fachmarktstandorte. Hier sind u. a. ein SB-Möbelmarkt des Betreibers BOSS sowie ein Sonderpostenmarkt des Betreibers THOMAS PHILIPPS ansässig.

Fachmarkttagglomeration
Dieselstraße

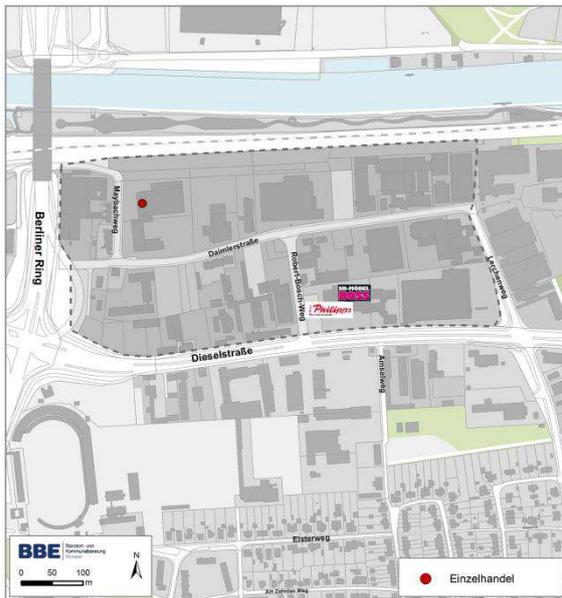
Abb. 42: Fotos Fachmarkttagglomeration Dieselstraße

Quelle: eigene Fotos

Der Schwerpunkt der Angebote liegt damit im aperiodischen, überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich. Wenngleich eine räumliche Nähe zur Innenstadt von Wolfsburg gegeben ist, findet ein

funktionaler Austausch mit dem ansonsten vorrangig gewerblich geprägten Standortbereich nicht statt.

Abb. 43: Fachmarkttagglomeration Dieselstraße

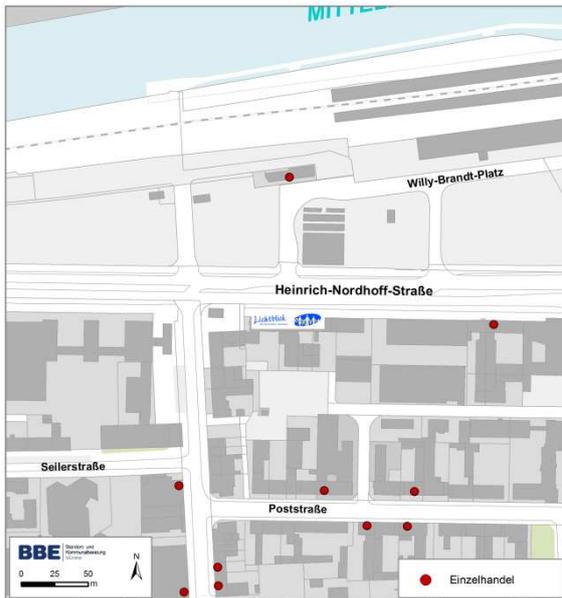


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Westlich der Innenstadt liegt an der Heinrich-Nordhoff-Straße ein Sozialkaufhaus (ehemals Möbelhaus ALSDORFF) ebenfalls in gewerblich geprägtem Umfeld ohne direkten Wohngebietsbezug.

Sozialkaufhaus,
Heinrich-Nordhoff-
Straße

Abb. 44: Fachmarktstandort Sozialkaufhaus, Heinrich-Nordhoff-Straße



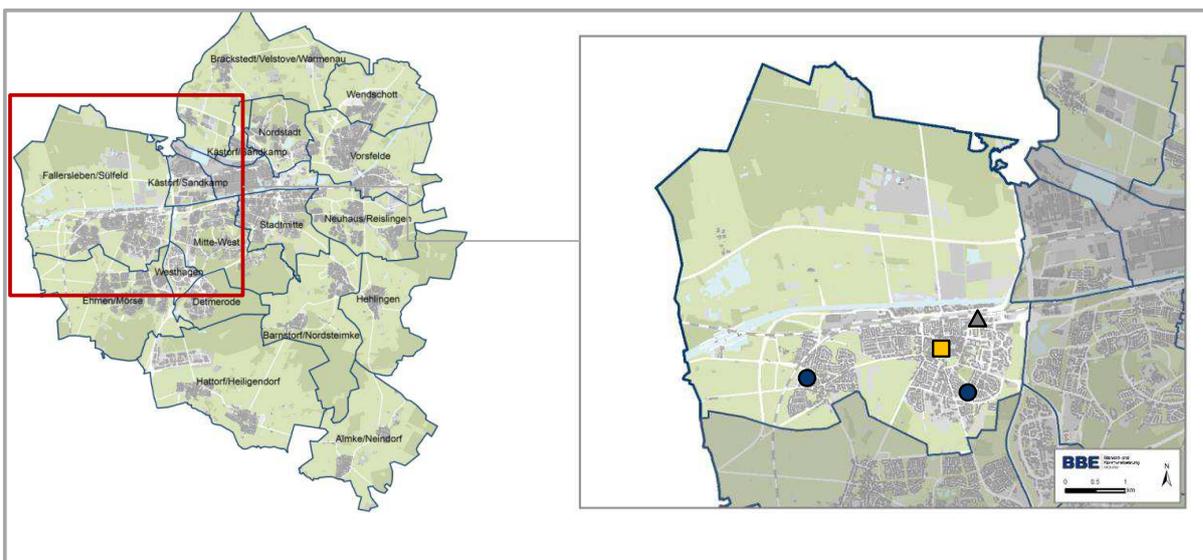
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.2 Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld

In westlicher Stadtrandlage liegt der Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld, der sich aus den Ortsteilen Fallersleben und Sülfeld zusammensetzt. Fallersleben / Sülfeld umfasst 14.012 Einwohner und ist damit einer der einwohnerstärksten Ortsratsbereiche.

Räumliche Lage

Abb. 45: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der Einzelhandel in Fallersleben / Sülfeld konzentriert sich hauptsächlich auf das Stadtteilzentrum Fallersleben. Des Weiteren befinden sich noch zwei solitäre Nahversorgungsstandorte sowie eine Fachmarkttagglomeration von strukturprägender Bedeutung in Fallersleben / Sülfeld.

Standortkategorien
gemäß EEP 2010

Abb. 46: Standortlagen im Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld

Standortkategorie	Standortlage
 Hauptzentrum	---
 Stadtteilzentren	STZ Fallersleben
 Nahversorgungszentren	---
 LEF	---
 Solitärer NV-Standort	REWE, Berliner Straße NETTO, Großer Winkel
 Fachmarkttagglomeration	Wolfsburger Landstraße
 Solitärer FM-Standort	---

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Insgesamt weist der Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld 86 Betriebe und damit rund 12,3 % aller Wolfsburger Betriebe auf. Im Vergleich zu 2010 ist zwar ein Rückgang der Betriebe von -4,4 % zu verzeichnen, gleichwohl ist die Verkaufsfläche auf rd. 29.165 qm angestiegen und macht nunmehr einen Flächenanteil von 9,5 % an der Gesamtstadt aus. Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner ist mit 2,08 qm leicht unter dem städtischen Durchschnitt, hat sich mit Hinblick auf die Verkaufsflächenzuwächse aber seit 2010 positiv verändert.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 47: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	86	-4,4 %	12,3 %
Verkaufsfläche in qm	29.165	+23,5 %	9,5 %
VK-Ausstattung je EW in qm	2,08	1,65	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	90,8	+8,7 %	11,2 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	102,5	+6,7 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial liegt insgesamt bei 90,8 Mio. €. Gegenüber 2010 bedeutet dies einen Zuwachs von 8,7 %, was auch hier auf das Bevölkerungswachstum sowie auf veränderte Verbrauchsausgaben zurückzuführen ist. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation beläuft sich in Fallersleben / Sülfeld aktuell auf 102,5, d. h. der örtliche Einzelhandel

Nachfragepotenzial

erwirtschaftet mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist. Dies unterstreicht die Versorgungsfunktion, die das Stadtteilzentrum nicht nur für den eigenen Ortsbereich, sondern auch für die angrenzenden Ortsratsbereiche sowie für die angrenzenden Städte und Gemeinden der Landkreise Gifhorn und Helmstedt übernimmt. Im Vergleich zu 2010 ist eine positive Entwicklung um 6,7 %-Punkte festzustellen.

3.3.2.1 Stadtteilzentrum Fallersleben

Das Stadtteilzentrum Fallersleben liegt zentral im Siedlungsbereich von Fallersleben. Es erstreckt sich entlang eines Netzes kleinerer Einkaufsstraßen im historisch gewachsenen Stadtkern. Im Norden begrenzt hierbei der Straßenzug Am Neuen Tor / Mühlenkamp und im Osten der Straßenzug Hinterm Hagen das Zentrum in seiner derzeitigen Abgrenzung.²¹ Im Süden sind insbesondere die Westerstraße und die Marktstraße mit einigen Seitenstraßen Bestandteil des Zentrums. Der Einzelhandelsbestand erstreckt sich in seiner Maximalausdehnung auf einer Länge von rd. 1,1 km, wobei sich die Hauptlage auf die Achse Bahnhofstraße und Westerstraße sowie auf den Bereich Schulzen Hof mit einer räumlichen Ausdehnung von etwa 500 m konzentriert.

Das Fallerslebener Stadtteilzentrum ist aus einem historischen Ortskern heraus gewachsen. Prägende Grundelemente sind entsprechend überwiegend kleinteilige Gebäudestrukturen. Das Ortsbild ist aufgrund dieser Mischung von historischer, kleinteiliger Bausubstanz aber auch modernen Geschäftshäusern als ansprechend zu bewerten. Insbesondere das Bekleidungshaus BIEWENDT fungiert hierbei als ortsbildprägender Betrieb. Die weiteren, z. T. historischen Gebäudekörper (Fachwerkhäuser) sind vergleichsweise niedriggeschossig mit unterschiedlichen Nutzungen in den Erdgeschosslagen.

Räumliche Abgrenzung

Stadträumliche Gestaltung

Abb. 48: Fotos Stadtteilzentrum Fallersleben



²¹ Abgrenzung gemäß EEP 2010



Quelle: eigene Fotos

Während in den Randbereichen eine zumeist funktionale Gestaltung vorzufinden ist, die mit zunehmend zentrenergänzender wie auch handelsfremder Nutzung (u. a. Wohnen) ausgestattet ist, verfügt der verkehrsberuhigte Kernbereich über eine attraktive Gestaltung des öffentlichen Raumes. Der stadträumliche Mittelpunkt von Fallersleben und der Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes befinden sich damit, wie angeführt, entlang der Marktstraße, der Bahnhofstraße sowie der Westerstraße sowie auch im Bereich Schulzen Hof. Die Platzsituationen, wie z. B. der Denkmalplatz, sind ansprechend gestaltet und werden durch Außen-gastronomie und einen regelmäßig stattfindenden Wochenmarkt in seiner Gestaltung und Funktion zusätzlich aufgewertet.

Das Stadtteilzentrum übernimmt eine Versorgungsfunktion für den Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld sowie für die angrenzenden Stadtquartiere der Stadt Wolfsburg bzw. für die Nachbargemeinden aus den Landkreisen Gifhorn sowie Helmstedt, steht hierbei allerdings im unmittelbaren Wettbewerb mit der Wolfsburger Innenstadt.

Im Kernbereich ist ein zumeist durchgängiger Einzelhandelsbesatz bestehend aus inhabergeführten sowie einzelnen filialisierten Fachgeschäften, Discountanbietern und einigen großmaßstäbigen Formaten vorhanden. Auffällig ist hier im Besonderen der erhöhte Anteil inhabergeführter, kleinteiliger Fachgeschäfte, die den Charakter und die Qualität, aber auch den vielseitigen Angebotsmix des örtlichen Angebots bestimmen. Wesentliche Magnetbetriebe sind das Bekleidungshaus BIEWENDT in zentraler Lage sowie die Anbieter der Nahversorgung (2x REWE, ALDI, LIDL etc.), die sich allerdings in Randlage zum gewachsenen Stadtkern

Gute Aufenthalts- und Verweilqualität

Nutzungs- und Angebotsgefüge

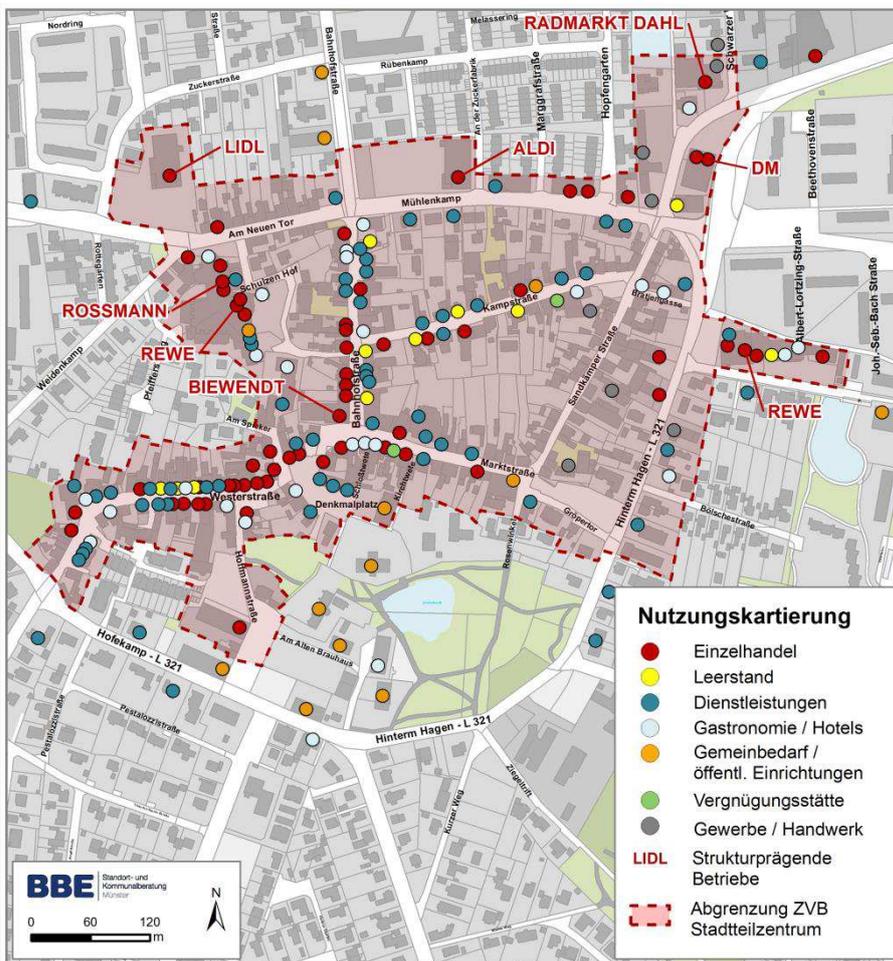
Kernbereich

befinden. Dieses breite Angebot im periodischen und aperiodischen Bedarfsdeckungsbereich macht die Attraktivität des Stadtteilzentrums aus. Ergänzt wird das Angebot durch Dienstleistungs- bzw. gastronomische Angebote und weitere komplementäre bzw. handelsaffine Nutzungen sowie öffentliche Einrichtungen, aber auch einzelne handwerkliche Betriebe.

In den angrenzenden Straßen- und Randbereichen besteht eine deutlich geringere Nutzungsverdichtung. Hier liegt der Schwerpunkt bei ergänzenden Nutzungen bzw. Wohnnutzung, während sich im Süden vorrangig Einrichtungen des Gemeinbedarfs befinden.

Randbereiche

Abb. 49: Nutzungsmischung Stadtteilzentrum Fallersleben²²



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

²² Abgrenzung gemäß EEP 2010

Im Stadtteilzentrum Fallersleben sind zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 61 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 12.000 qm vorhanden. Damit liegen etwa 3,9 % der gesamten Wolfsburger Verkaufsfläche in dem Stadtteilzentrum. Gemäß der Versorgungsfunktion als Stadtteilzentrum werden insbesondere Angebote aus dem kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich (58 %) sowie auch aus der mittelfristigen Bedarfsstufe (36 %) angeboten. Die Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren sowie die typischen innerstädtischen Warengruppen wie Bekleidung, Uhren und Schmuck, Sportartikel etc. sind ebenfalls gut vertreten.

61 Betriebe, 12.000 qm
im STZ Fallersleben

Abb. 50: Betriebe und Verkaufsflächen im Stadtteilzentrum Fallersleben

Warengruppe	Anzahl Betriebe Gesamtstadt	Anzahl Betriebe STZ Fallersleben	Anteil STZ Fallersleben in %	VK-Fläche in qm Gesamtstadt	VK-Fläche in qm STZ Fallersleben	Anteil STZ Fallersleben in %
Nahrungs- und Genussmittel	224	14	6,3%	52.340	4.860	9,3%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	83	11	13,3%	13.390	1.485	11,1%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	28	4	14,3%	5.130	550	10,7%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	335	29	8,7%	70.860	6.895	9,7%
Bekleidung/Wäsche	133	9	6,8%	34.940	1.595	4,6%
Schuhe, Lederwaren	33	2	6,1%	8.860	240	2,7%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	63	7	11,1%	96.240	1.060	1,1%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	15	1	6,7%	13.195	300	2,3%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	34	6	17,6%	11.055	1.100	10,0%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	278	25	9,0%	164.290	4.295	2,6%
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	29	2	6,9%	51.970	480	0,9%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	7	0	0,0%	6.890	15	0,2%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	30	2	6,7%	10.065	155	1,5%
Uhren/Schmuck	17	3	17,6%	1.210	120	9,9%
Sonstiges	5	0	0,0%	3.310	30	0,9%
Überwiegend langfristiger Bedarf	88	7	8,0%	73.445	800	1,1%
Gesamt (ohne Leerstände)	701	61	8,7%	308.595	11.990	3,9%

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015

Zum Zeitpunkt der Erhebung finden sich insgesamt elf Leerstände auf knapp 900 qm im Stadtteilzentrum. Eine räumliche Verdichtung ist im Bereich Bahnhofstraße / Kampstraße vorzufinden.

11 Leerstände

3.3.2.2 Standortbereiche der Nahversorgung

Im Ortsratsbereich Fallersleben / Süfeld finden sich neben den größeren Lebensmittelanbietern im Stadtteilzentrum zwei solitäre Nahversorgungsstandorte.

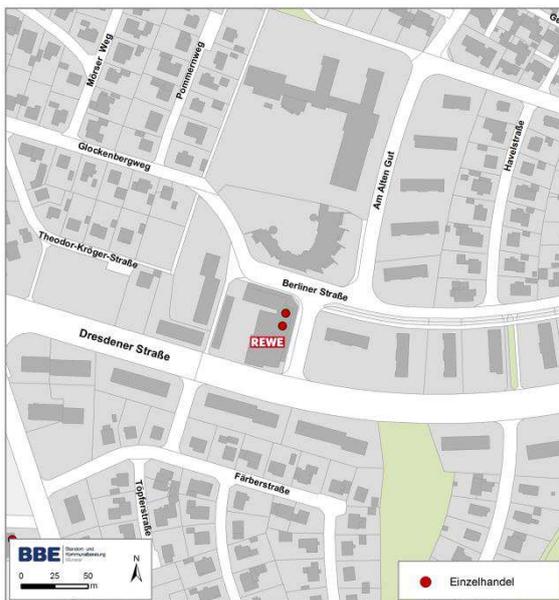
An der Berliner Straße im südlichen Fallersleben befindet sich am Einmündungsbereich zur Dresdener Straße ein REWE-Markt mit rund

REWE, Berliner Straße

750 qm Verkaufsfläche. Ergänzt wird diese Standortlage u. a. durch eine Bäckerei und ein Blumengeschäft sowie ergänzende Nutzungen.

Der Markt übernimmt nach Wegfall der Angebotsstrukturen an der Mozartstraße als einziger Lebensmittelmarkt im Süden von Fallersleben eine wesentliche Versorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche. Allerdings entspricht der REWE-Markt nicht mehr den heutigen Anforderungen an einen modernen und zeitgemäßen Vollversorgermarkt. Für den Markt ist daher bereits eine Neupositionierung mit u. a. Verkaufsflächenerweiterung in Planung.

Abb. 51: Nahversorgungsstandort REWE, Berliner Straße



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

An der Calberlaher Straße im westlichen Bereich von Sülfeld befindet sich ein NETTO-Markt mit rund 780 qm Verkaufsfläche.

NETTO, Großer Winkel

Abb. 52: Nahversorgungsstandort NETTO, Großer Winkel

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Auch dieser Markt übernimmt als alleiniger Lebensmittelmarkt die Versorgung der Sülfelder Wohnbevölkerung und ist daher in seiner Funktion zu sichern und zu entwickeln.

3.3.2.3 Sonstige Standortbereiche

Die Fachmarkttagglomeration Wolfsburger Landstraße befindet sich nordöstlich des gewachsenen Ortskerns Fallersleben an der Wolfsburger Landstraße als Hauptverkehrsachse in Richtung Wolfsburger Innenstadt.

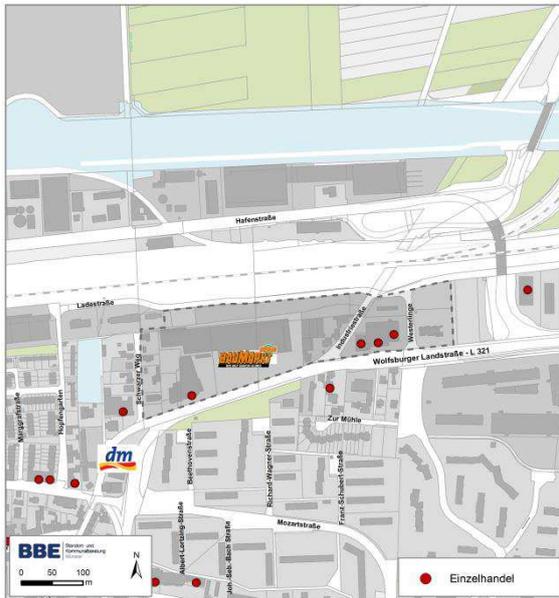
Fachmarkttagglomeration
Wolfsburger Landstraße

Abb. 53: Fotos Fachmarkttagglomeration Wolfsburger Landstraße

Quelle: eigene Fotos

Dieser Standortbereich ist geprägt von einem GLOBUS-Baumarkt, einem Sportfachmarkt SPORT 2000, der Holzhandlung KAUSCHE sowie weiteren Fachmärkten / -geschäften (u. a. IMPULSE).

Abb. 54: Fachmarkttagglomeration Wolfsburger Landstraße



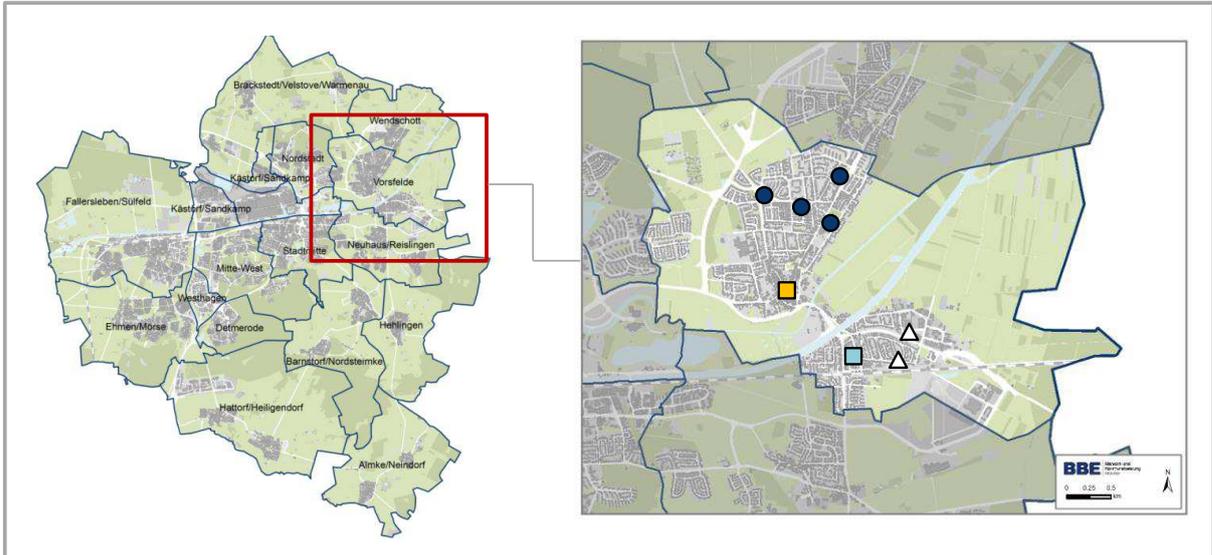
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.3 Ortsratsbereich Vorsfelde

In nordöstlicher Stadtrandlage liegt der Ortsratsbereich Vorsfelde, der 12.815 Einwohner umfasst und aus dem gleichnamigen Ortsteil besteht.

Räumliche Lage

Abb. 55: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Vorsfelde



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Vorsfelde konzentriert sich der Einzelhandel hauptsächlich auf das Stadtteilzentrum Vorsfelde und das Nahversorgungszentrum DRÖMLING-CENTER. Daneben gibt es noch weitere solitäre Nahversorgungsstandorte sowie zwei solitäre Fachmarktstandorte, die von strukturprägender Bedeutung für den Einzelhandel in Vorsfelde sind.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010

Abb. 56: Standortlagen im Ortsratsbereich Vorsfelde

Standortkategorie	Standortlage
 Hauptzentrum	---
 Stadtteilzentren	STZ Vorsfelde
 Nahversorgungszentren	Drömling-Center
 LEF	---
 Solitärer NV-Standort	PENNY, Obere Tor REWE, Meinstraße NETTO, Meinstraße NP (geschl.), Mühlenweg
 Fachmarkttagglomeration	---
 Solitärer FM-Standort	KIEBITZMARKT, Am Bahnhof TOOM, Sägerbäume

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im Ortsratsbereich Vorsfelde befinden sich 79 Einzelhandelsbetriebe, was rund 11 % aller Wolfsburger Betriebe ausmacht. Im Vergleich zu 2010 ist sowohl im bundesweiten als auch gesamtstädtischen Trend ein Rückgang der Betriebe von -13,2 % zu verzeichnen. Die Betriebe haben insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 34.100 qm (11,1 % ggü. Gesamtstadt). Gleichzeitig zum Anbieterückgang ist ein Verkaufsflächenwachstum von 27 % gegenüber 2010 eingetreten. Allerdings liegt die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner mit 2,66 qm sowohl höher als noch 2010 als auch über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 2,47.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 57: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Vorsfelde

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	79	-13,2 %	11,3 %
Verkaufsfläche in qm	34.115	+27,0 %	11,1 %
VK-Ausstattung je EW in qm	2,66	2,16	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	83,0	14,6 %	10,2 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	94,5	-26,1 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Vorsfelder Bevölkerung umfasst rund 83,0 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist das ein Zuwachs von 14,6 %, was sowohl auf das leichte Bevölkerungswachstum wie auch auf die veränderten Verbrauchsausgaben zurückzuführen ist. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in Vorsfelde im Vergleich zur Gesamtstadt mit 94,5 zu 116,1 % leicht unterdurchschnittlich und aufgrund veränderter Verbrauchsausgaben gegenüber 2010 auch rückläufig, d. h. die örtlichen Betriebe konnten von den gestiegenen Verbrauchsausgaben nicht partizipieren. Dennoch wird fast die gesamte örtliche Kaufkraft vor Ort gebunden bzw. etwaige Abflüsse örtlicher Kaufkraft werden durch Kaufkraftzuflüsse aus den angrenzenden Ortsratsbereichen oder auch aus den Umlandgemeinden der Landkreise Gifhorn und Helmstedt aufgefangen.

Nachfragepotenzial

3.3.3.1 Stadtteilzentrum Vorsfelde

Das Stadtteilzentrum Vorsfelde liegt zentral im Siedlungsbereich von Vorsfelde. Der wesentliche Einzelhandelsbesatz innerhalb des Stadtteilzentrums erstreckt sich vom Einmündungsbereich Obere Tor / Lange Straße / Amtsstraße im Norden entlang der beiden parallel verlaufenden Straßen Lange Straße und Amtsstraße einschließlich der Querverbindungen Kattenstraße und An der Probstei bis zur Helmstedter Straße (B 188) im Süden. In östlicher Richtung dehnt sich der zentrale Versorgungsbereich zudem beidseitig entlang der Straße An der Meine aus. Die Haupteinkaufslage dehnt sich hierbei auf rund 500 m aus.

Räumliche Abgrenzung

Der historisch gewachsene Ortskern ist vorrangig durch kleinteilige Gebäudestrukturen geprägt. Der Kernbereich entlang der Lange Straße stellt hinsichtlich der Oberflächengestaltung, Begrünung sowie Beleuchtung ein städtebaulich ansprechendes Erscheinungsbild dar. Hierbei bestimmt eine Mischung aus Fachwerksarchitektur und funktionalen Geschäftshäusern das Stadtbild. In den Randbereichen des Zentrums sind allerdings auch Mängel in der Außengestaltung einzelner Ladenlokale sichtbar, die den öffentlichen Raum negativ beeinträchtigen.

Stadträumliche
Gestaltung

Abb. 58: Fotos Stadtteilzentrum Vorsfelde



Quelle: eigene Fotos

Aufgrund der Platzsituationen (z. B. Lange Straße / Ecke Amtsstraße, Bereich der Kirche) mit teilweiser Außengastronomie sowie der Gestaltung des öffentlichen Raumes besteht eine gute Aufenthaltsqualität. Begünstigt wird dies durch verkehrsberuhigende Maßnahmen wie dem begrenzten Straßenquerschnitt mit Einbahnstraßenregelung. Dennoch bestehen auch einige verkehrliche Beeinträchtigungen u. a. durch den straßenbegleitenden, ruhenden Verkehr.

Das Stadtteilzentrum übernimmt eine Versorgungsfunktion für den Ortsratsbereich Vorsfelde sowie für die angrenzenden Stadtquartiere der Stadt Wolfsburg bzw. für die Nachbargemeinden aus den Landkreisen Gifhorn sowie Helmstedt (östlicher Bereich). Während der Angebotsbesatz entlang der Lange Straße sowie der Amtsstraße und damit im Kernbereich vorrangig durch kleinteilige Betriebseinheiten sowie einzelnen großflächigen Anbietern geprägt wird, befinden sich im Bereich An der Meine großflächige Betriebseinheiten filialisierter Anbieter mit

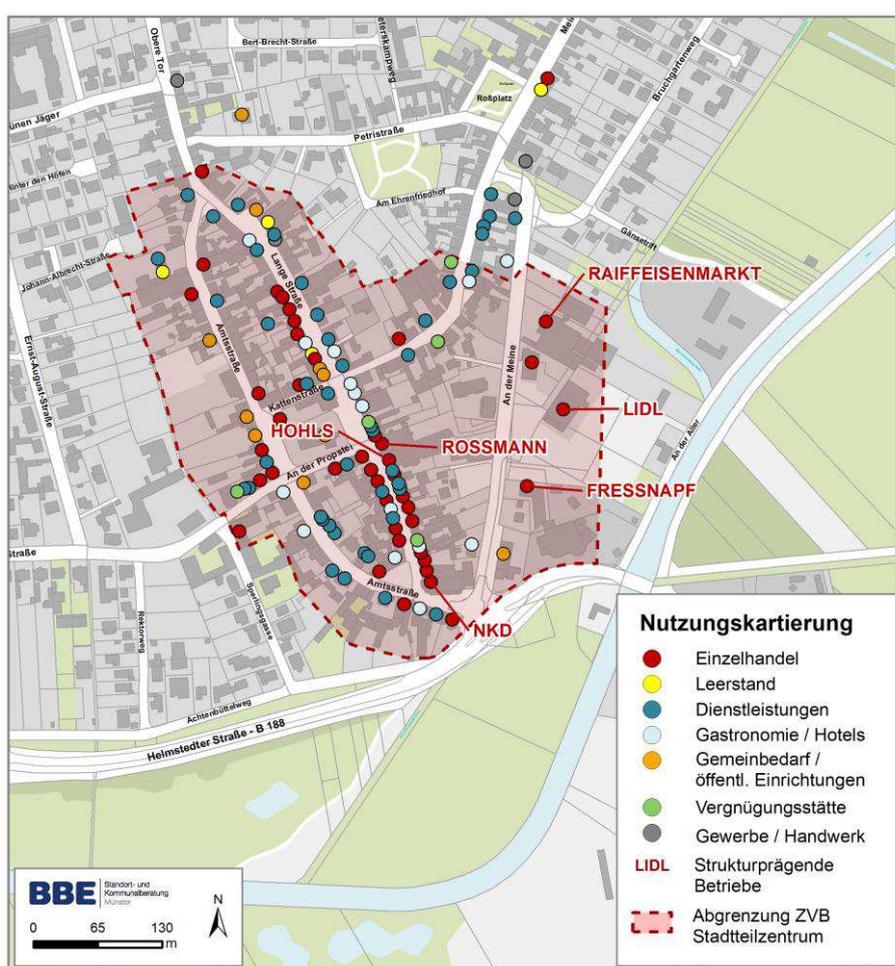
Gute Aufenthalts-
und Verweilqualität

Nutzungs- und
Angebotsgefüge

vorrangiger Ausrichtung auf den motorisierten Individualverkehr. Die weiteren Lagen sind durch einen lockeren Geschäftsbesatz bei abnehmenden Kundenfrequenzen bzw. Passantenströmen gekennzeichnet.

Das Einzelhandelsangebot umfasst nahezu alle Bedarfsbereiche, wenngleich das Angebot bei den zentrenbildenden Leitsortimenten (Textil, Schuhe) wie auch bei Nahversorgung begrenzt ist. Neben dem Einzelhandel ist im Stadtteilzentrum Vorsfelde eine Durchmischung mit ergänzenden Dienstleistungen, Gastronomie und Einrichtungen des Gemeinbedarfs vorhanden. Im nördlichen Bereich des Zentrums ist jedoch eine deutliche Nutzungsabnahme zu erkennen.

Abb. 59: Nutzungsmischung Stadtteilzentrum Vorsfelde²³



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

²³ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Im Stadtteilzentrum Vorsfelde befinden sich zum Erhebungszeitpunkt insgesamt 42 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 16.500 qm. Entsprechend liegen etwa 5,3 % der gesamten Verkaufsfläche in Wolfsburg in diesem Stadtteilzentrum. Neben inhabergeführten Betrieben finden sich auch filialisierte Einzelhändler im Stadtteilzentrum wieder. Als Magnetbetriebe fungieren insbesondere das Kaufhaus HOHLS, NKD und ROSSMANN im Kernbereich des Zentrums. An östlicher Randlage sind LIDL, RAIFFEISEN und FRESSNAPF ansässig, die durch ihre Lage auch auf den motorisierten Individualverkehr ausgerichtet sind.

42 Betriebe, 16.500 qm
im STZ Vorsfelde

Das Stadtteilzentrum weist hiermit eine attraktive Mischung aus unterschiedlichen Betriebstypen und Sortimenten auf, wenngleich, wie bereits angeführt, der Besatz bei den zentrenrelevanten Leitsortimenten der persönlichen Ausstattung begrenzt ist. Dies kann in Teilen durch die Konkurrenzsituation zum nahegelegenen Drömling-Center sowie aufgrund fehlender, geeigneter Ladeneinheiten begründet werden.

Abb. 60: Betriebe und Verkaufsflächen im Stadtteilzentrum Vorsfelde

Warengruppe	Anzahl Betriebe Gesamtstadt	Anzahl Betriebe STZ Vorsfelde	Anteil STZ Vorsfelde in %	VK-Fläche in qm Gesamtstadt	VK-Fläche in qm STZ Vorsfelde	Anteil STZ Vorsfelde in %
Nahrungs- und Genussmittel	224	8	3,6%	52.340	840	1,6%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	83	6	7,2%	13.390	955	7,1%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	28	2	7,1%	5.130	185	3,6%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	335	16	4,8%	70.860	1.980	2,8%
Bekleidung/Wäsche	133	8	6,0%	34.940	875	2,5%
Schuhe, Lederwaren	33	2	6,1%	8.860	240	2,7%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	65	4	6,2%	96.240	10.135	10,5%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	15	3	20,0%	13.195	1.165	8,8%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	34	2	5,9%	11.055	630	5,7%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	280	19	6,8%	164.290	13.045	7,9%
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	29	3	10,3%	51.970	1.090	2,1%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	7	1	14,3%	6.890	175	2,5%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	30	1	3,3%	10.065	120	1,2%
Uhren/Schmuck	17	2	11,8%	1.210	70	5,8%
Sonstiges	3	0	0,0%	3.310	5	0,2%
Überwiegend langfristiger Bedarf	86	7	8,1%	73.445	1.460	2,0%
Gesamt (ohne Leerstände)	701	42	6,0%	308.595	16.485	5,3%

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015

Zum Zeitpunkt der Erhebung befinden sich vier Leerstände auf rd. 1.600 qm im Stadtteilzentrum. Eine räumliche Konzentration ist nicht vorhanden.

4 Leerstände

3.3.3.2 Nahversorgungszentrum Drömling-Center

Der Einzelhandelsbesatz im Nahversorgungszentrum Drömling-Center erstreckt sich im Wesentlichen entlang eines Bereichs an der Neuhäuser Straße nördlich der Bahngleise.

Räumliche Ausdehnung

Abb. 61: Fotos Nahversorgungszentrum Drömling-Center

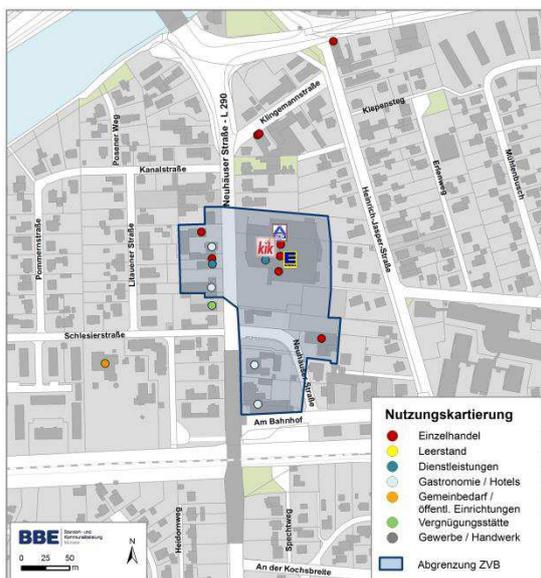


Quelle: eigene Fotos

Das Nahversorgungszentrum besteht aus einem leistungsfähigen Koppungsstandort des Vollsortimenters EDEKA und des Discounters ALDI, die eine Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung in den umliegenden Siedlungsbereichen übernehmen. Ergänzt wird der Besatz um die Fachmärkte der Betreiber KIK, ERNSTINGS FAMILY und ABC-SCHUHE und straßenbegleitend um einen zumeist kleinteiligen Geschäftsbesatz und handelsaffine Nutzungen. Das Nahversorgungszentrum verfügt damit über eine gute Angebotssituation im kurz- und mittelfristigen Bedarfsdeckungsbereich.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 62: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Drömling-Center²⁴



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt haben sich hier zum Zeitpunkt der Erhebung neun Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rd. 3.500 qm befunden. Gegenüber 2010 ist das ein Verkaufsflächenrückgang von rund -6 %. Dies ist auf die zwischenzeitliche Schließung des SCHLECKER-Marktes zurückzuführen. Nahversorgungsrelevante Sortimente nehmen mit über 2.200 qm und zentrenrelevante Sortimente mit 1.200 qm einen strukturprägenden Flächenanteil ein. Unter Einbeziehung der weiteren Angebotsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich lässt sich eine Versorgungsfunktion für den Ortsteil ableiten. Zugleich ist das Drömling-Center aufgrund der räumlichen Nähe zum Stadtteilzentrum Vorsfelde und seinem Anteil an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten aber auch als Konkurrenzstandort zu eben diesem Stadtteilzentrum zu betrachten.

Einzelhandelsbesatz

²⁴ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Abb. 63: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Drömling-Center

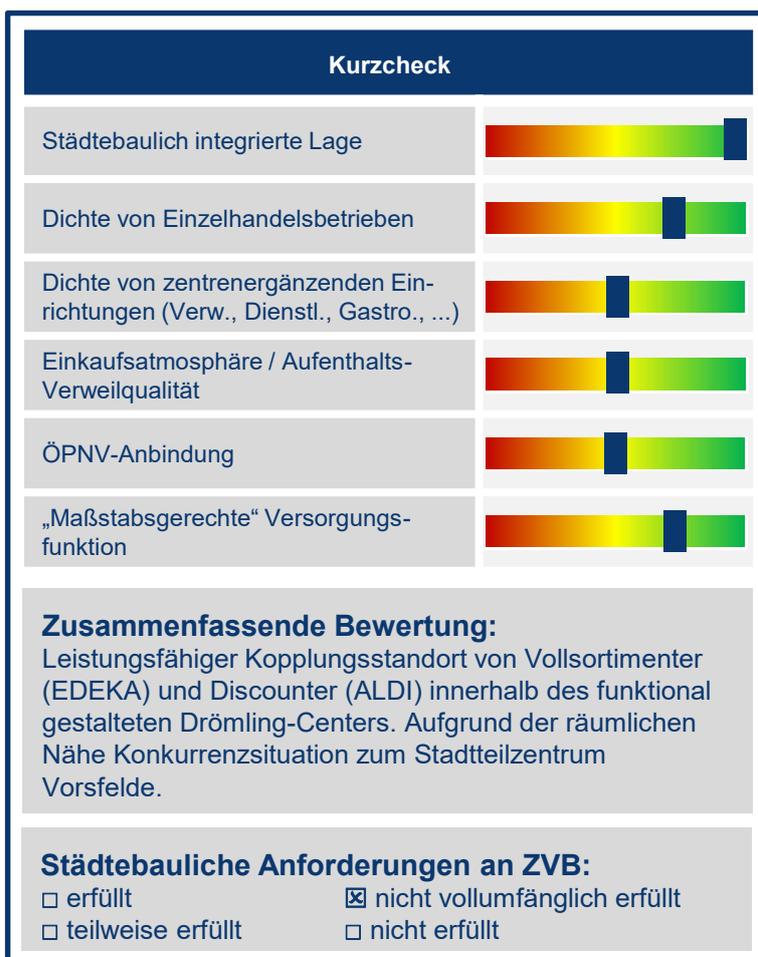
Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	9
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	3.515 qm (-6,2 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	2.225 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	1.195 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	10,3 %
Veränderung ggü. EEP 2010	Schließung SCHLECKER

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

Anhand der Bewertungskriterien zu den städtebaulichen Qualitäten (siehe Kap. 3.3.1.2) ergibt sich nachfolgende Beurteilung.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Drömling-Center

Abb. 64: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Drömling-Center



Quelle: eigene Darstellung

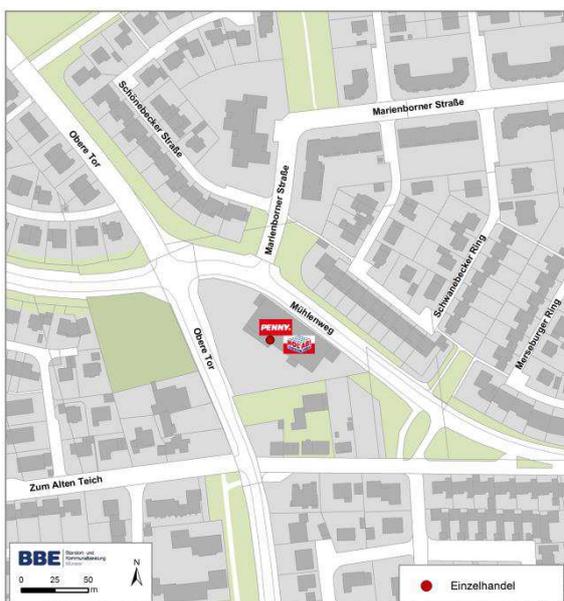
3.3.3.3 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung

Im Ortsratsbereich Vorsfelde befinden sich neben den größeren Lebensmittelanbietern im Stadtteilzentrum sowie im Nahversorgungszentrum Drömling-Center vier weitere solitäre Nahversorgungsstandorte.

Im Bereich Obere Tor / Mühlenweg befinden sich ein moderner und leistungsfähiger PENNY-Markt (700 qm) sowie ein HOL'AB-Getränkemarkt (440 qm) in verkehrsgünstiger Kreuzungslage. Ergänzt wird das Angebot durch eine Bäckerei in der Vorkassenzzone des Discounters. Veränderungen haben sich seit 2010 nicht ergeben.

PENNY, Obere Tor

Abb. 65: Nahversorgungsstandort PENNY, Obere Tor



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

An der Meinstraße liegt ein REWE-Supermarkt mit rund 1.000 qm Verkaufsfläche zzgl. separatem Getränkemarkt sowie einem integrierten Backshop. Gegenüber 2010 haben sich keine Änderungen ergeben.

REWE, Meinstraße

Abb. 66: Nahversorgungsstandort REWE, Meinstraße



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der dritte solitäre Nahversorgungsstandort liegt ebenfalls an der Meinstraße und zwar rund 600 Meter nördlich des REWE-Marktes. Hier ist ein NETTO mit rund 670 qm angesiedelt, der durch kleinteiligen Einzelhandel ergänzt wird. Der Standort ist von Geschosswohnungsbau umgeben und zielt aufgrund dieses direkten Wohngebietsbezugs sowie wegen seiner sehr kleinen Parkplatzanlage vorrangig auf die Versorgung der dort lebenden Bevölkerung ab.

NETTO, Meinstraße

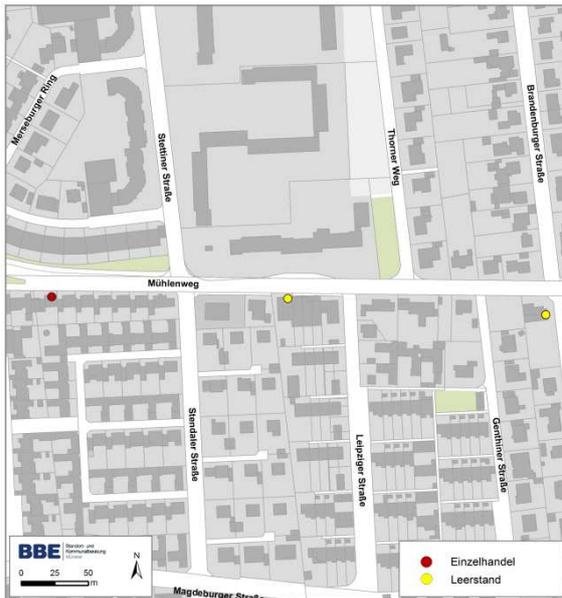
Abb. 67: Nahversorgungsstandort NETTO, Meinstraße

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein vierter solitärer Nahversorgungsstandort befindet sich am Mühlenweg. Hier war ehemals ein NP-Discounter angesiedelt, der mittlerweile jedoch geschlossen wurde. Künftig soll das Ladenlokal durch einen kleinen Lebensmittelmarkt mit osteuropäischen und russischen Produkten nachgenutzt werden.²⁵

NP (geschlossen),
Mühlenweg

²⁵ Geplante Eröffnung: Mai 2016

Abb. 68: Nahversorgungsstandort NP (geschlossen), Mühlenweg

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.3.4 Sonstige Standortbereiche

Im Rahmen des EEP 2010 sind im Ortsratsbereich Vorsfelde neben den städtebaulich schützenswerten Standortbereichen auch nicht schützenswerte Standortlagen ausgewiesen worden. Hierzu zählt der Fachmarktstandort KIEBITZMARKT am Bahnhof nördlich der Gleise in solitärer Lage. Weitere (handelsaffine) Nutzungen sind an diesem Standort nicht vorhanden.

KIEBITZMARKT,
Am Bahnhof

Abb. 69: Fachmarktstandort KIEBITZMARKT, Am Bahnhof

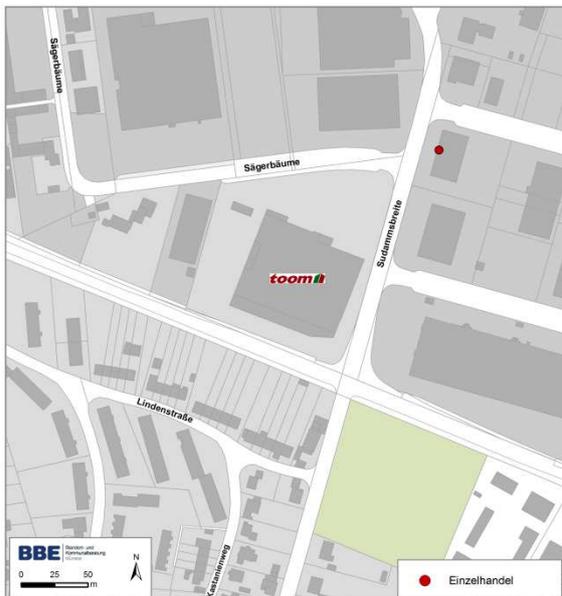


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein weiterer Fachmarktstandort liegt an der Sägerbäume in gewerblich geprägtem Umfeld und beherbergt einen TOOM-Baumarkt.

TOOM, Sägerbäume

Abb. 70: Fachmarktstandort TOOM, Sägerbäume



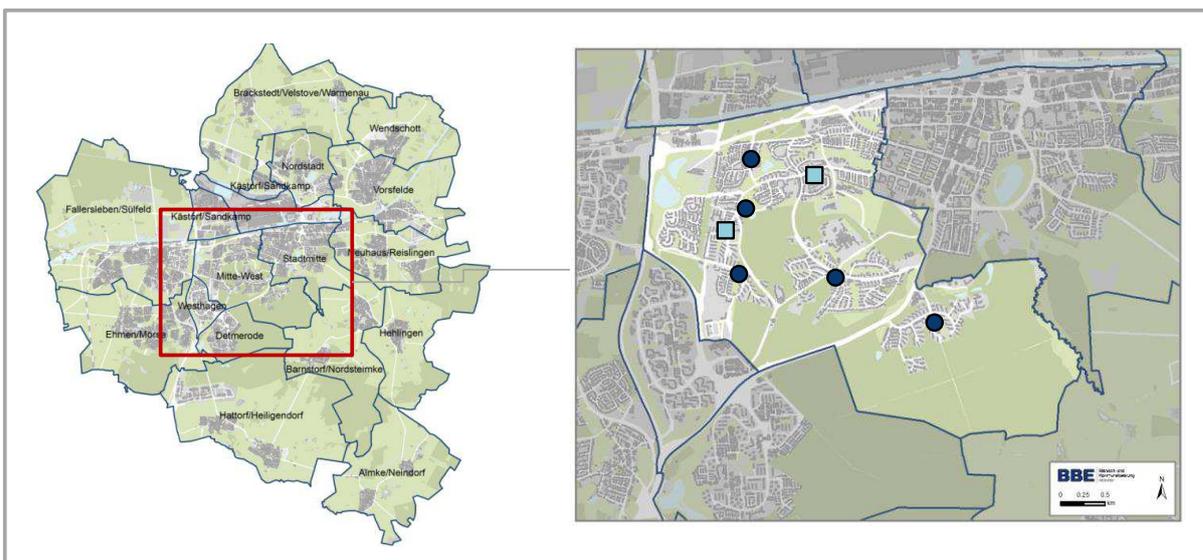
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.4 Ortsratsbereich Mitte-West

In zentraler Lage im Wolfsburger Stadtgebiet liegt der Ortsratsbereich Mitte-West, der mit 18.387 Einwohnern der einwohnerstärkste Ortsratsbereich ist. Er besteht aus den sechs Stadtteilen Eichelkamp, Hohenstein, Klieversberg, Laagberg, Rabenberg und Wohlthberg.

Räumliche Lage

Abb. 71: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Mitte-West

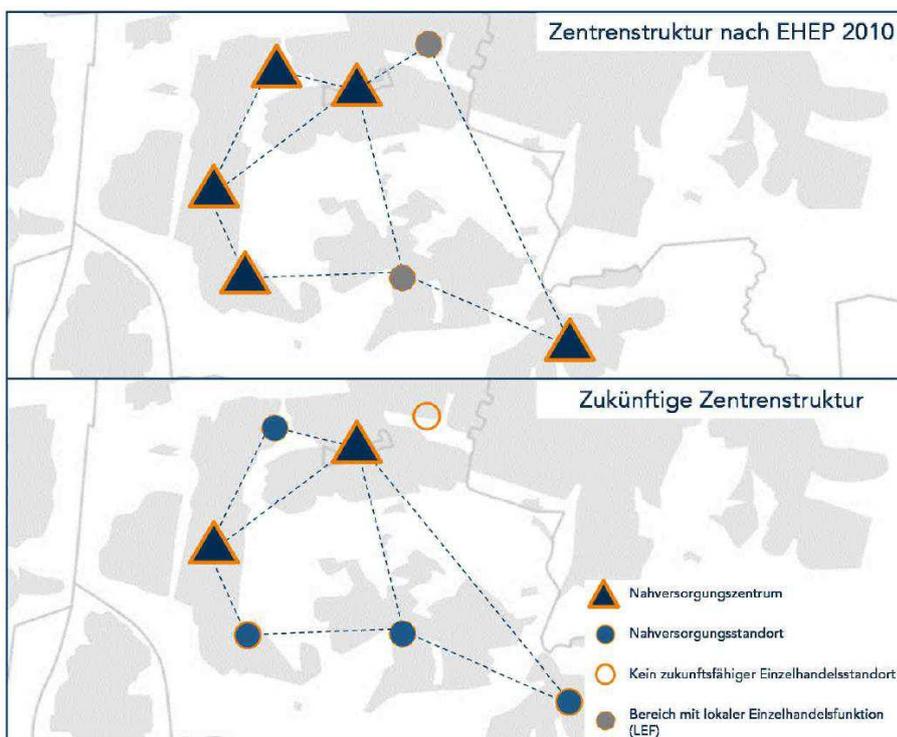


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Auf Grundlage aktueller konzeptioneller Überlegungen über den EEP 2010 hinaus²⁶ konzentriert sich der Einzelhandel in Mitte-West hauptsächlich auf zwei Nahversorgungszentren sowie fünf solitäre Nahversorgungsstandorte.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010 bzw.
Nahversorgungskonzept
Mitte-West 2015

²⁶ Hier insbesondere das Nahversorgungskonzept für den Ortsratsbereich Mitte-West der Stadt Wolfsburg, Stand: August 2015

Abb. 72: Zentrenstruktur nach EEP 2010 sowie Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015


Quelle: Nahversorgungskonzept für den Ortsratsbereich Mitte-West der Stadt Wolfsburg; 2015

Abb. 73: Standortlagen im Ortsratsbereich Mitte-West

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	Laagbergstraße Schlesierweg
LEF	---
Solitärer NV-Standort	EDEKA, Grauhorststraße* PENNY, Mecklenburger Straße* Dunantplatz** PENNY, Rabenbergstraße* LIDL, Breslauer Straße (lt. EEP)
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	---

*ehemals NVZ (EEP 2010)
** ehemals LEF (EEP 2010)
ohne LEF, Saarstraße

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010; Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015

Im Ortsratsbereich Mitte-West bestehen zum Zeitpunkt der Erhebung 44 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.600 qm. Dies entspricht einem Anteil von 6,3 % aller Wolfsburger Betriebe bzw. einem Flächenanteil von 2,1 % in der Gesamtstadt. Im Vergleich zu 2010 ist ein Rückgang der Betriebe von -13,7 % bzw. der Verkaufsfläche von -4,7 % zu verzeichnen. Die Verkaufsflächenausstattung liegt je Einwohner mit 0,36 qm unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 2,47, jedoch auf einem vergleichbaren Niveau gegenüber 2010.

Abb. 74: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Mitte-West

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	44	-13,7 %	6,3 %
Verkaufsfläche in qm	6.615	-4,7 %	2,1 %
VK-Ausstattung je EW in qm	0,36	0,39	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	119,2	+14,5 %	14,7
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	31,1	-3,6 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Mitte-West ist mit rund 119,2 Mio. € aufgrund der Bevölkerungszahl das höchste im gesamten Stadtgebiet. Im Vergleich zu 2010 ist ein Zuwachs von 14,5 % zu verzeichnen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in Mitte-West im Vergleich zur Gesamtstadt mit 31,1 zu 116,1 unterdurchschnittlich, sodass deutliche Kaufkraftabflüsse in andere Standortlagen, und hier insbesondere in die nahe gelegene Innenstadt bestehen. Die negative Entwicklung um -3,6 %-Punkte gegenüber 2010 ist vorrangig den veränderten Verbrauchsausgaben geschuldet.

3.3.4.1 Nahversorgungszentrum Laagbergstraße

Das Nahversorgungszentrum Laagbergstraße liegt im Norden des Ortsratsbereiches im Stadtteil Wohlberg und ist ein zusammenhängender Geschäftsbereich mit Zentrencharakter, wobei der dortige Geschäftsbesatz im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnquartiere übernimmt. Der Einzelhandelsbesatz erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Laagbergstraße und integriert den Bereich zwischen Brandenburger Platz und der Kreuzung zur Martin-Luther-Straße.

Abb. 75: Fotos Nahversorgungszentrum Laagbergstraße

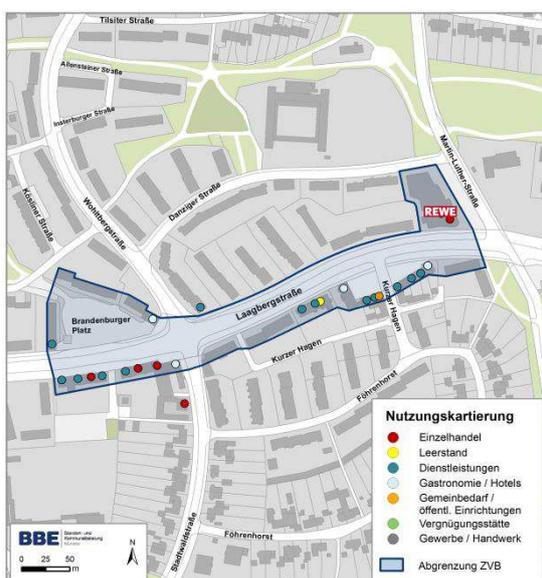
Quelle: eigene Fotos

Das Nahversorgungszentrum besitzt eine Nahversorgungsfunktion insbesondere für den Stadtteil Wohlthberg und umliegende Siedlungsbereiche. Der Angebotsschwerpunkt an der Laagbergstraße liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Als strukturprägender Betrieb fungiert hierbei im östlichen Randbereich des Zentrums ein REWE-Markt mit Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere. Der Markt verfügt über einen ansprechenden Marktauftritt, wenngleich die Verkaufsflächendimensionierung mit rd. 1.100 qm nicht mehr vollumfänglich den heutigen Marktnotwendigkeiten entspricht. In westlicher Richtung folgend ist straßenbegleitend vorrangig die südliche Straßenseite der Laagbergstraße mit Einzelhandels- und Dienstleistungsanbietern ausgestattet. Hierbei handelt es sich um einen kleinteiligen Geschäftsbesatz sowie handelsaffine Nutzungen, wobei ein vergleichsweise breites Dienstleistungsangebot gegeben ist. Neben dem stationären Einzelhandel stellt der zweimal wöchentlich stattfindende Wochenmarkt auf dem Brandenburger Platz einen zusätzlichen Frequenzbringer dar.

Die räumliche Ausdehnung dieser langgestreckten und vorrangig funktional gestalteten Geschäftsstraße auf immerhin rd. 500 m bei einer gleichzeitig eher geringen Nutzungsdichte sowie einer schwachen fußläufigen Kundenfrequenz stellt sich indes als problematisch dar. Der REWE-Markt im Osten sowie die weiteren Nutzungen im Bereich Brandenburger Platz können derzeit vielmehr als Solitärstandorte angesehen werden. Durch Maßnahmen zur räumlichen Konzentration und Verdichtung des Angebotes bei gleichzeitiger Umgestaltung des öffentlichen Raumes könnte die Gesamtattraktivität dieses Standortbereichs gesteigert werden und den räumlich-funktionalen Zusammenhang des Zentrums fördern.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 76: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Laagbergstraße²⁷



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt haben sich hier zum Zeitpunkt der Erhebung fünf Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.300 qm befunden. Gegenüber 2010 stellt dies einen Verkaufsflächenrückgang von -2,6 % dar. Nahversorgungsrelevante Sortimente nehmen mit 1.085 qm einen strukturprägenden Flächenanteil ein. Unter Einbeziehung der weiteren Angebotsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich lässt sich eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil selber sowie die angrenzenden Wohnquartiere ableiten. Wesentliche Veränderungen sind seit 2010 nicht eingetreten.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 77: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Laagbergstraße

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	5
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.305 qm (-2,6 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	1.085 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	60 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	19,7 %
Veränderung ggü. EEP 2010	---

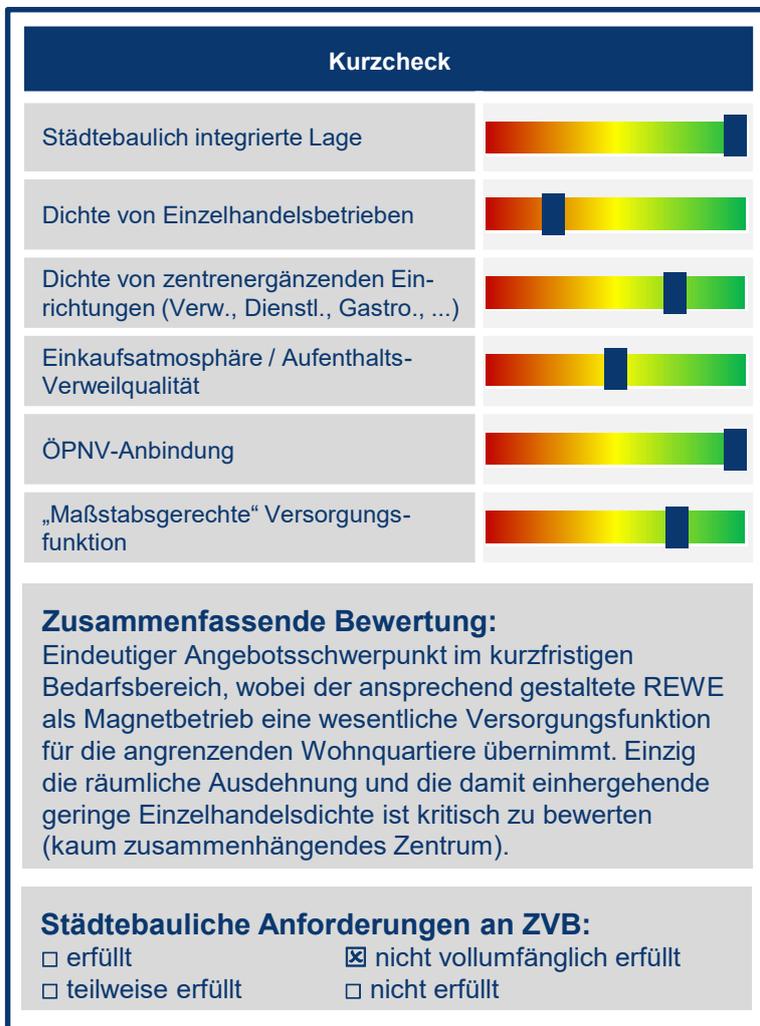
Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

²⁷ Abgrenzung gemäß EEP 2010 bzw. Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015

Anhand der Bewertungskriterien zu den städtebaulichen Qualitäten ergibt sich nachfolgende Einordnung.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Laagbergstraße

Abb. 78: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Laagbergstraße



Quelle: eigene Darstellung

3.3.4.2 Nahversorgungszentrum Schlesierweg

Das Nahversorgungszentrum Schlesierweg ist ein einheitlich geplantes Quartierszentrum mit kleinteiligen Angebotsstrukturen des kurzfristigen Bedarfsbereichs im Stadtteil Laagberg. Der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich im Wesentlichen auf ein Gebäudeensemble im Einmündungsbereich zwischen Schlesierweg und Samlandweg.

Räumliche Ausdehnung

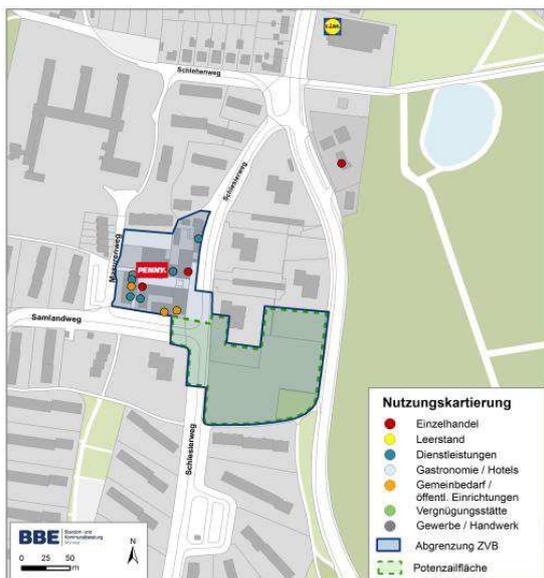
Abb. 79: Fotos Nahversorgungszentrum Schlesierweg

Quelle: eigene Fotos

Das Nahversorgungszentrum Schlesierweg weist einen Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich auf und dient damit der Versorgung des Stadtteils Laagberg sowie umliegender Wohnsiedlungsbereiche. Innerhalb des Zentrums fungieren ein kleinflächiger PENNY-Markt sowie ein polnischer Lebensmittelmarkt (LUKULLUS) innerhalb des ehemaligen SCHLECKER-Objektes als wesentliche strukturprägende Betriebe. Des Weiteren befinden sich kleinteiliger Einzelhandel, einige Dienstleistungen sowie öffentliche Einrichtungen im Nahversorgungszentrum.

Da aufgrund der baulichen Gegebenheiten keine Erweiterungsmöglichkeiten im Bestand vorhanden sind, wurde im Zuge der Erarbeitung des Nahversorgungskonzeptes Mitte-West 2015 im Nahbereich an der gegenüberliegenden Straßenseite eine Potenzialfläche zur Zentrenstärkung ausgewiesen. Entsprechende Planungen umfassen die Ansiedlung eines Supermarktes (1.600 qm) und eines Drogeriemarktes (675 qm), die die Nahversorgungsfunktion des Zentrums insgesamt erheblich stärken würden.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 80: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Schlesierweg²⁸


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt haben sich hier zum Zeitpunkt der Erhebung drei Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rd. 640 qm befunden. Gegenüber 2010 bedeutet dies einen Verkaufsflächenzuwachs von 4,1 %. Nahversorgungsrelevante Sortimente nehmen mit 585 qm einen strukturprägenden Flächenanteil ein. Zentrenrelevante Sortimente ergänzen lediglich das Angebot. Unter Einbeziehung der weiteren Angebotsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich lässt sich, wie angeführt, eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil selber ableiten.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 81: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Schlesierweg

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	3
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	640 qm (+4,1 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	585 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	55 qm (Randsortimente)
Anteil VKF an Ortsratsbereich	9,7 %
Veränderung ggü. EEP 2010	LUKULLUS für geschl. SCHLECKER

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

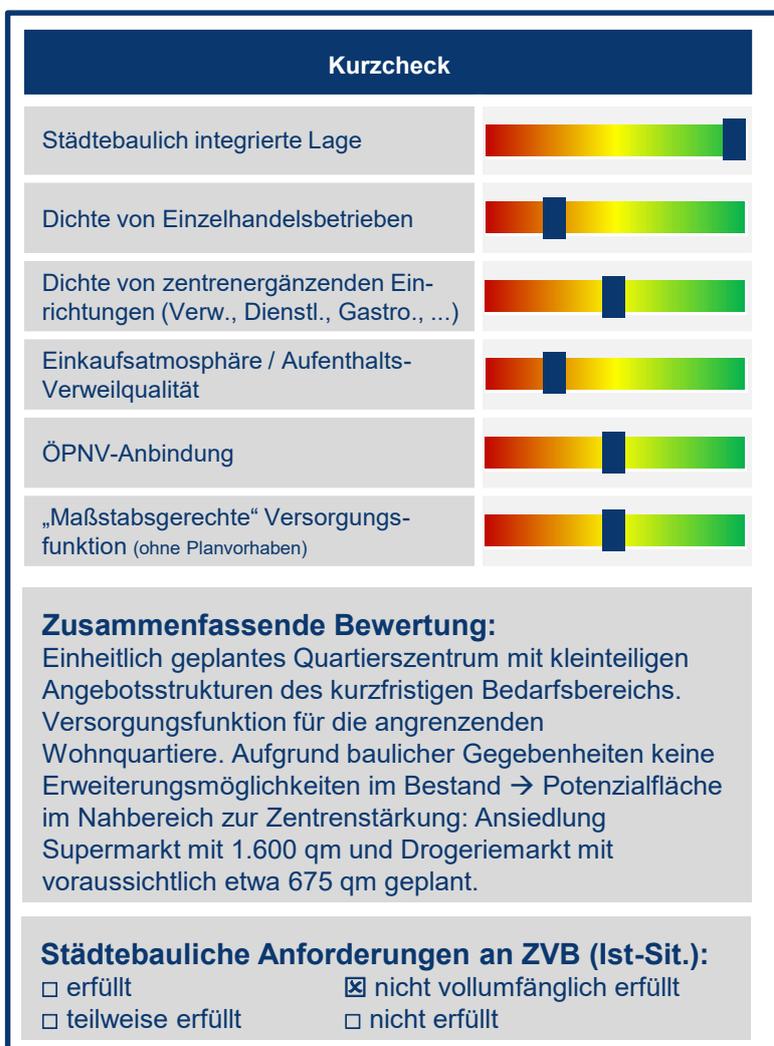
²⁸ Abgrenzung gemäß Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015



Anhand der Bewertungskriterien zu den städtebaulichen Qualitäten ergibt sich für das Nahversorgungszentrum am Schlesierweg nachfolgende Beurteilung.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Schlesierweg

Abb. 82: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Schlesierweg



Quelle: eigene Darstellung

3.3.4.3 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung

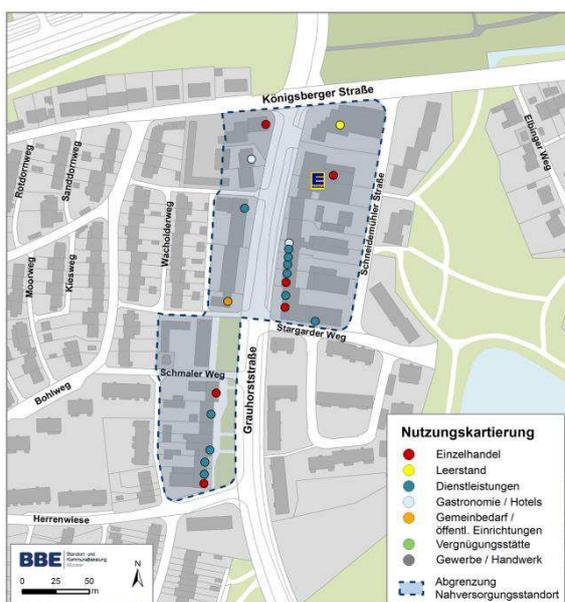
Im Ortsratsbereich Mitte-West befinden sich neben den größeren Lebensmittelanbietern in den beiden Nahversorgungszentren fünf solitäre Nahversorgungsstandorte.

Im Norden des Stadtteils Wohlberg fungiert im Bereich Grauhorststraße zwischen Königsberger Straße und Herrenwiese ein EDEKA-Markt (790 qm) als strukturprägender Betrieb. Der Markt ist aufgrund seiner Darbietung sowie seiner Verkaufsflächendimensionierung nicht als

EDEKA,
Grauhorststraße

marktgerecht zu bewerten. Ergänzend schließen sich beidseitig entlang der Grauhorststraße sowohl kleinteilige Einzelhandelsflächen als auch handelsaffine Nutzungen, wie Dienstleister, Gastronomie und Gemeinbedarfseinrichtungen, an. Zur Sicherung der Versorgungsfunktion des für die angrenzende Wohnbevölkerung so wichtigen Magnetbetriebes ist eine Neupositionierung des EDEKA-Marktes durch Einbeziehung nördlich angrenzender Flächen eines ehemaligen PENNY-Marktes geplant.

Abb. 83: Nahversorgungsstandort EDEKA, Grauhorststraße²⁹



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

An der Mecklenburger Straße im Einmündungsbereich der Breslauer Straße befindet sich an der südlichen Straßenseite ein Nahversorgungsstandort mit einem PENNY-Markt (650 qm) als Magnetbetrieb. Ergänzend sind kleinflächige Einzelhandelsnutzungen sowie Dienstleister und Gastronomie an diesem Standort ansässig. Die hier vorhandenen Angebotsstrukturen sind nur schwach ausgeprägt und dienen in erster Linie der Bedarfsdeckung für die Wohnbevölkerung im Nahbereich und damit im südlichen Siedlungsbereich des Stadtteils Laagberg. Hinzu kommt, dass der PENNY-Markt als Hauptfrequenzbringer mit rd. 650 qm über eine Größe verfügt, die nicht mehr den heutigen Marktanforderungen entspricht. Aufgrund baulicher Gegebenheiten ist eine Erweiterung des Marktes am jetzigen Standort allerdings kaum realisierbar.

PENNY,
Mecklenburger Straße

²⁹ Abgrenzung gemäß EEP 2010 bzw. Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015

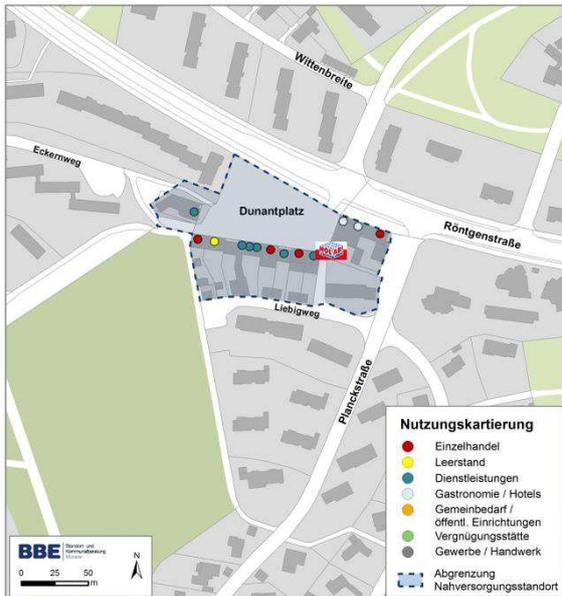
Abb. 84: Nahversorgungsstandort PENNY, Mecklenburger Straße³⁰

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein weiterer solitärer Nahversorgungsstandort umfasst den Bereich um den Dunantplatz, welcher sich im Stadtteil Klieversberg befindet. Er befindet sich um eine Platzsituation an der Hauptverkehrsachse Hochring / Dunantplatz / Röntgenstraße. In den letzten Jahren hat der Dunantplatz allerdings einen Bedeutungsverlust erfahren. Das Einzelhandelsangebot ist aktuell sowohl quantitativ als auch qualitativ stark begrenzt und wird lediglich durch wenige Betriebe bestimmt. Neben einem HOL'AB-Getränkemarkt sind lediglich kleinteilige Handels- sowie handelsaffine Nutzungen wie Dienstleistung und Gastronomie vertreten. Ein größerer Lebensmittelmarkt als wesentlicher Magnetbetrieb ist indes nicht vorhanden. Lediglich im erweiterten Nahbereich in rd. 350 m Entfernung befindet sich ein kleiner NAHKAUF. Die Angebotsstrukturen am Dunantplatz nehmen im Zusammenspiel mit dem genannten NAHKAUF aufgrund fehlender Einkaufsalternativen eine Versorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere bzw. für den Stadtteil Klieversberg wahr und sollen ausgebaut werden.

Dunantplatz

³⁰ Abgrenzung gemäß EEP 2010 bzw. Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015

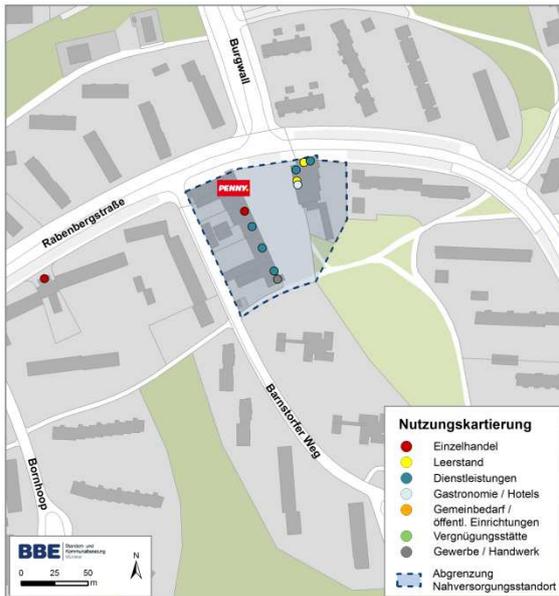
Abb. 85: Nahversorgungsstandort Dunantplatz³¹

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Südosten des Ortsratsbereich im Stadtteil Rabenberg befindet sich an der Rabenbergstraße, Ecke Barnstorfer Weg, ein PENNY-Markt (< 500 qm), der Hauptfrequenzbringer für seinen Standortbereich ist, jedoch mit rd. 470 qm nur über eine begrenzte Verkaufsflächendimensionierung verfügt. Der Markt übernimmt für seinen Nahbereich bzw. für den Stadtteil Rabenberg eine wesentliche Versorgungsfunktion. Das Angebot mit Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich wird durch eine Bäckerei sowie durch Dienstleistungseinrichtungen, Gewerbe, Handwerk und Gastronomie ergänzt.

PENNY,
Rabenbergstraße

³¹ Abgrenzung gemäß EEP 2010 bzw. Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015

Abb. 86: Nahversorgungsstandort PENNY, Rabenbergstraße³²

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein weiterer Standort mit einem Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt, dem jedoch im Rahmen des EEP 2010 keine unmittelbare Versorgungsfunktion zugewiesen worden ist, befindet sich an der Breslauer Straße im Bereich Schlehenweg. Hier hat sich ein solitär gelegener LIDL-Markt (1.000 qm) in einer zeitgemäßen und discount-typischen Betriebsanlage etabliert.

LIDL,
Breslauer Straße

³² Abgrenzung gemäß EEP 2010 bzw. Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015

Abb. 87: Nahversorgungsstandort LIDL, Breslauer Straße³³

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

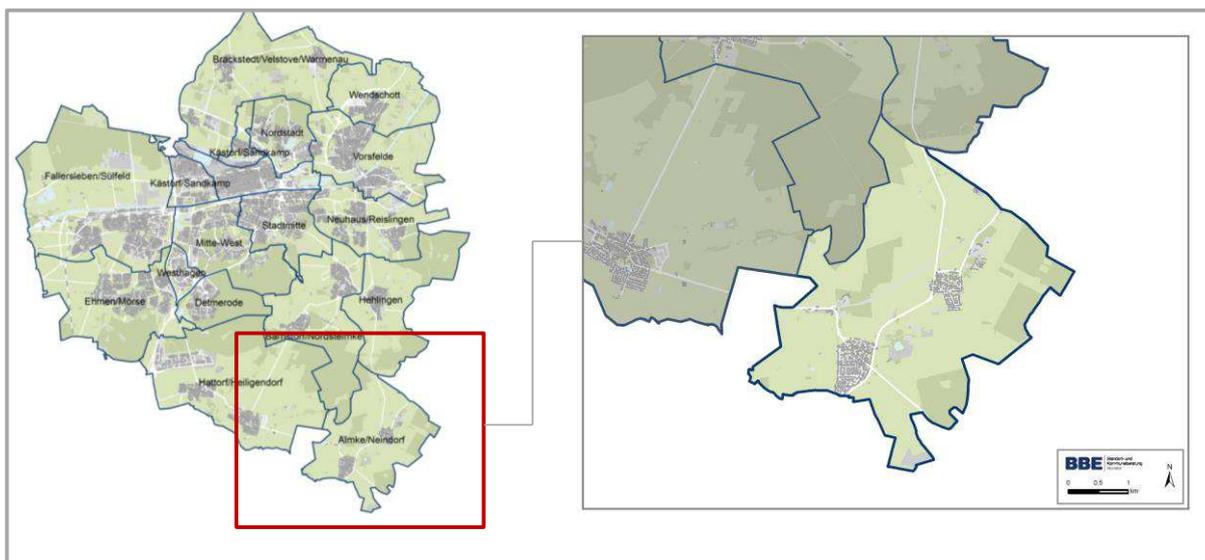
³³ Gemäß EEP 2010 bzw. Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015

3.3.5 Ortsratsbereich Almke / Neindorf

Der Ortsratsbereich Almke / Neindorf befindet sich in peripherer Lage im Südosten des Stadtgebiets von Wolfsburg und besteht aus den beiden ländlich geprägten Ortsteilen Almke und Neindorf. Das Einwohnerpotenzial im gesamten Ortsratsbereich umfasst 2.162 Einwohner.

Räumliche Lage

Abb. 88: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Almke / Neindorf



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Aufgrund des geringen Einzelhandelsbesatzes sowie fehlender Zentrenstrukturen dieses eher ländlich geprägten Siedlungsraumes sind im Zuge der Erarbeitung des EEP 2010 für den Ortsratsbereich Almke / Neindorf räumlich-funktional keine Standortlagen ausgewiesen worden.

Standortkategorien
gemäß EEP 2010

Im gesamten Ortsratsbereich Almke / Neindorf gibt es aktuell lediglich fünf Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt 135 qm Verkaufsfläche. Die Verkaufsflächenausstattung liegt bei unter 0,1 qm pro Einwohner, was weit unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 2,47 liegt.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 89: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Almke / Neindorf

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	5	+ 67,0 %	< 1,0 %
Verkaufsfläche in qm	135	-48,1 %	< 1,0 %
VK-Ausstattung je EW in qm	< 0,1	0,12	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	14,0	+10,2 %	1,7 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	8,2	-29,6 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung umfasst rund 14,0 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist das ein Zuwachs von 10,2 %. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist mit 8,2 ebenfalls sehr gering und zeigt, dass aufgrund fehlender Angebotsstrukturen deutliche Kaufkraftabflüsse zu den Angebotsstandorten in den angrenzenden Ortsratsbereichen bestehen. Aufgrund des begrenzten Einwohner- und damit Marktpotenzials sowie fehlender wirtschaftlicher Tragfähigkeiten ist auch künftig die Etablierung eigenständiger Versorgungsstrukturen nicht zu erwarten.

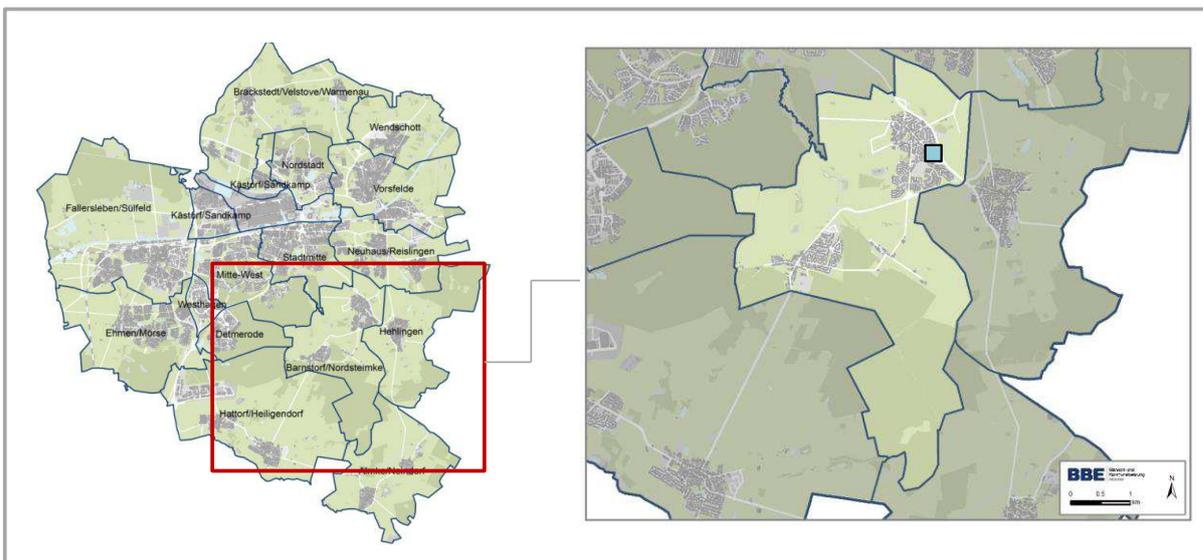
Nachfragepotenzial

3.3.6 Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke

Im südlichen Bereich des Wolfsburger Stadtgebiets liegt der Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke, der sich mit seinen 3.936 Einwohnern in die beiden genannten Ortsteile gliedert.

Räumliche Lage

Abb. 90: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Barnstorf / Nordsteimke konzentriert sich der Einzelhandel hauptsächlich auf das Nahversorgungszentrum an der Hehlinger Straße im Ortsteil Nordsteimke.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010

Abb. 91: Standortlagen im Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	Hehlinger Straße
LEF	---
Solitärer NV-Standort	---
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	---

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im gesamten Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke gibt es 13 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt 12.470 qm Verkaufsfläche. Insbesondere im Hinblick auf die Verkaufsfläche ist zu konstatieren, dass ein Zuwachs von 11,2 % seit 2010 stattgefunden hat, wobei der Anteil der Verkaufsfläche in Barnstorf / Nordsteimke gegenüber der Gesamtstadt bei 4,0 % liegt. Die Verkaufsflächenausstattung hat sich entsprechend erhöht und liegt nun bei 3,17 qm pro Einwohner, was über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 2,47 liegt und auf die vorhandenen großmaßstäbigen Angebotsstrukturen im Nahversorgungszentrum an der Hehlinger Straße, und hier insbesondere auf das REAL-SB-Warenhaus, zurückzuführen ist.

Abb. 92: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	13	-7,1 %	1,9 %
Verkaufsfläche in qm	12.470	+11,2 %	4,0 %
VK-Ausstattung je EW in qm	3,17	2,89	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	25,5	+12,8	3,1 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	213,4	+43,2 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung umfasst rund 25,5 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist das ein Zuwachs von 12,8 %. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist mit 213,4 sehr hoch und unterstreicht die Versorgungsfunktion der dort vorhandenen Angebotsstrukturen nicht nur für den Nahbereich bzw. den eigenen Ortsratsbereich, sondern darüber hinaus auch für die angrenzenden Ortsratsbereiche sowie für die südlich und östlich angrenzenden Umlandgemeinden.

3.3.6.1 Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße

Das Nahversorgungszentrum befindet sich im Osten des Ortsteils Nordsteimke zwischen der Hehlinger Straße und der Straße An den Äckern (L 322).

Abb. 93: Fotos Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße

Quelle: eigene Fotos

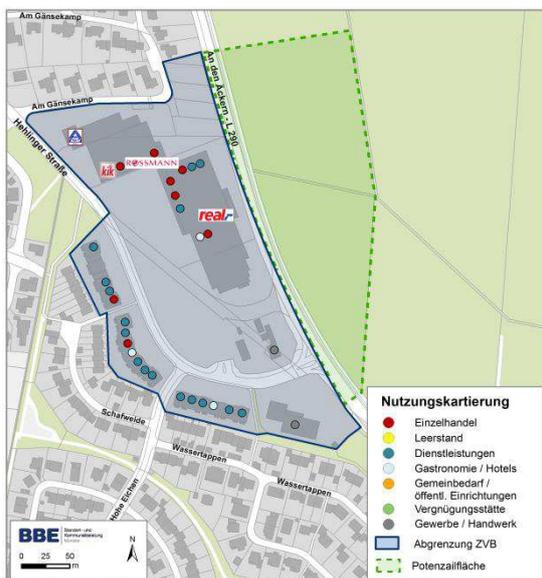
Ankermieter ist das SB-Warenhaus des Betreibers REAL, welches zusammen mit einer ALDI-Discountfiliale und weiteren Fachmärkten der Betreiber KIK, ABC-SCHUH-CENTER, ROSSMANN und ZOO&CO eine Versorgungsfunktion für das südöstliche Stadtgebiet von Wolfsburg sowie das angrenzende Umland übernimmt. In der Vorkassenzone des SB-Warenhauses sowie auf der West- bzw. Südseite der Hehlinger Straße sind neben einzelnen kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen auch einige gastronomische Angebote sowie Dienstleistungseinrichtungen (u. a. Fachärzte, medizinische Dienstleistungen) vorzufinden.

Mit dem hier ansässigen SB-Warenhaus sowie den Fachmärkten entspricht das örtliche Einzelhandelsangebot, auch im Hinblick auf seine bauliche Gestaltung bzw. seine Anlagengestaltung, einem Fachmarktzentrum. Einzig aufgrund der straßenbegleitenden Nutzungsstrukturen entlang der Hehlinger Straße sind ansatzweise Zentrenstrukturen erkennbar.

Einzelhandelsstruktur

Charakter einer
Fachmarkttagglomeration

Abb. 94: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße³⁴



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt haben sich zum Zeitpunkt der Erhebung zwölf Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rd. 12.200 qm befunden. Gegenüber 2010 ist das ein Verkaufsflächengewinn von 10,9 %. Nahversorgungsrelevante Sortimente nehmen mit 5.260 qm und zentrenrelevante Sortimente mit 4.535 qm einen strukturprägenden Flächenanteil ein. Es befinden sich 98 % der gesamten Verkaufsfläche des Ortsratsbereichs innerhalb des Nahversorgungszentrums Hehlinger Straße.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 95: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	12
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	12.235 qm (+10,9 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	5.260 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	4.535 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	98,1 %
Veränderung ggü. EEP 2010	---

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

³⁴ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Bei der künftigen Einordnung dieses Standortbereichs in das räumlich-funktionale Zentrenmodell der Stadt Wolfsburg ist zu berücksichtigen, dass allein innerhalb der Ortsteile Nordsteimke / Hehlingen bis 2020 rd. 2.500 Wohneinheiten realisiert werden sollen.³⁵ Unter Hinzunahme angrenzender Siedlungsbereiche und hier ebenfalls geplanter Wohnbebauung von weiteren rd. 1.250 Wohneinheiten im Bereich Steimker Gärten sowie rd. 150 Wohneinheiten im Bereich Hehlingen Ost ist kurz- bis mittelfristig von einer deutlich wachsenden Wohnbevölkerung und damit einem steigenden Nachfragepotenzial innerhalb des Ortsratsbereichs auszugehen. Einhergehend mit einer wachsenden Bevölkerungszahl sollte auch das Einzelhandelsangebot innerhalb des Nahversorgungszentrums sowie angrenzender Standortbereiche hinsichtlich seiner quantitativen Ausstattung sowie seines qualitativen Angebots angepasst werden.³⁶

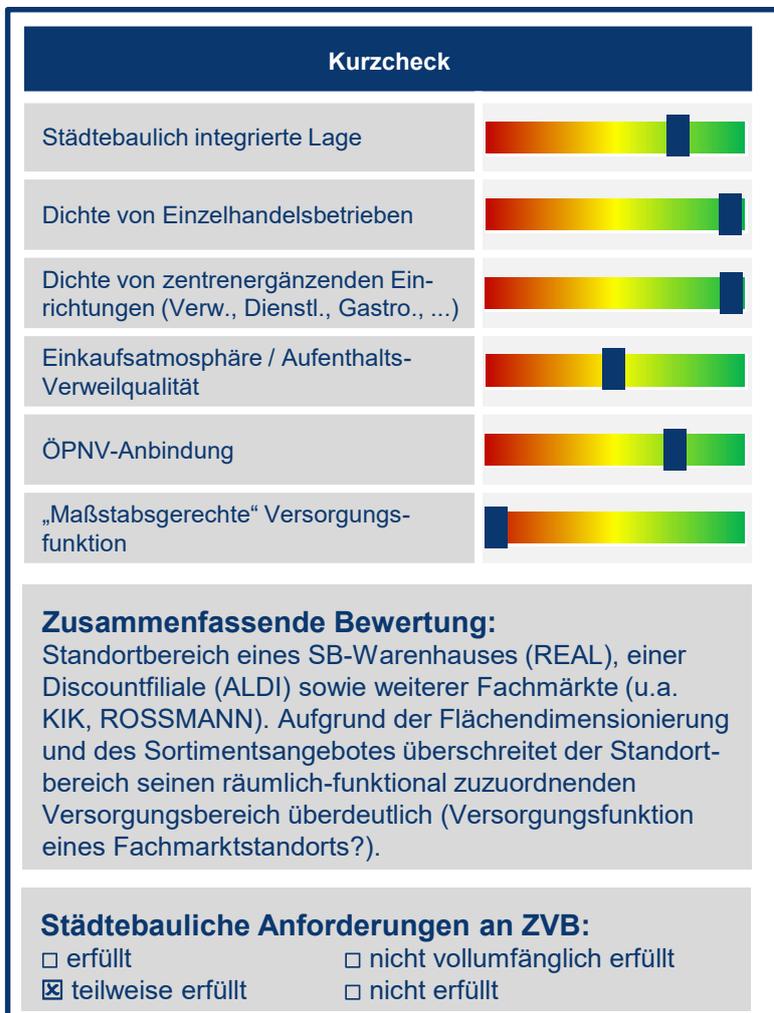
³⁵ Siehe Kap. 4.1

³⁶ Hierzu ist bereits im Rahmen des EEP 2010 eine Potenzialfläche (= grün) ausgewiesen worden.

Anhand der Bewertungskriterien zu den städtebaulichen Qualitäten ergibt sich nachfolgendes Bild.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Hehlinger Straße

Abb. 96: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße



Quelle: eigene Darstellung

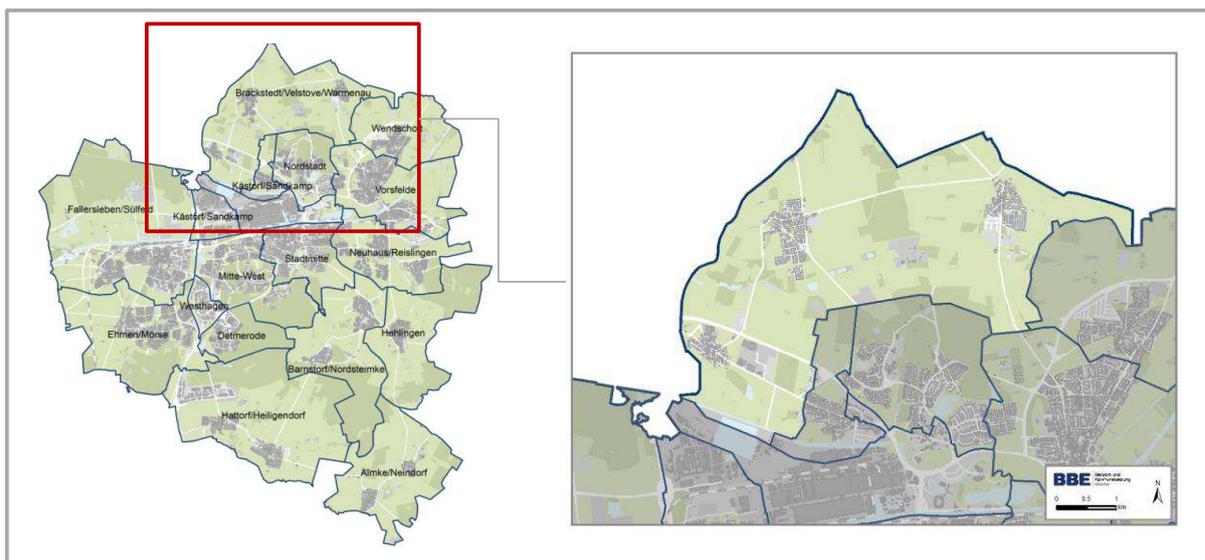
Die städtebaulichen Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich sind aufgrund vorgenannter Gründe hinsichtlich Dimensionierung, Sortimentsangebot und baulicher Gestaltung des Fachmarktstandortes sowie auch sonstiger Strukturen nur teilweise erfüllt. Insbesondere aufgrund der Flächendimensionierung überschreitet das Nahversorgungszentrum, wie bereits angeführt, seinen räumlich-funktional zugeordneten Versorgungsbereich deutlich.

3.3.7 Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau

In nördlicher Stadtrandlage befindet sich der Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau, der sich aus den gleichnamigen, jeweils peripher gelegenen Ortsteilen zusammensetzt und 3.326 Einwohnern umfasst.

Räumliche Lage

Abb. 97: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Aufgrund des geringen Einzelhandelsbesatzes sowie fehlender Zentrenstrukturen dieses ländlich geprägten Siedlungsraumes sind im Rahmen des EEP 2010 keine räumlich-funktionalen Standortlagen ausgewiesen worden.

Standortkategorien
gemäß EEP 2010

Im gesamten Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau gibt es aktuell lediglich zwei Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt 50 qm Verkaufsfläche. Die Verkaufsflächenausstattung liegt derzeit bei <0,1 qm pro Einwohner und damit weit unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 2,47.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 98: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	2	- 33,4 %	< 1 %
Verkaufsfläche in qm	50	- 16,7 %	< 1 %
VK-Ausstattung je EW in qm	< 0,1	< 0,1	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	21,5	+ 46,3 %	2,7 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	1,9	-0,5 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Mit der geplanten Realisierung eines NETTO-Discountmarktes im Ortsteil Brackstedt wird sich die Angebotssituation bzw. -ausstattung im Ortsratsbereich allerdings kurzfristig verändern und die Nahversorgungssituation deutlich verbessern.

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung der drei Ortsteile umfasst rund 21,5 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist das ein Zuwachs von 46,3 %, der auch hier auf den Bevölkerungszuwachs sowie auf veränderte Verbrauchsausgaben zurückzuführen ist. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist mit 1,9 sehr gering. Daraus lässt sich eine geringe Kaufkraftbindung ableiten. Entsprechend nutzen die Bewohner des Ortsratsbereiches andere Standorte zur Versorgung, wobei hier neben den Angebotsstrukturen in der Nordstadt von Wolfsburg insbesondere die zahlreichen Betriebe im KLANZE-CENTER in der benachbarten Gemeinde Weyhausen (u. a. EDEKA, ALDI, LIDL, HOLLAB, TAKKO, KIK) zu erwähnen sind.

NETTO-Planung,
Brackstedt

Nachfragepotenzial

3.3.8 Ortsratsbereich Detmerode

In südwestlicher Lage im Stadtgebiet befindet sich der Ortsratsbereich Detmerode mit 7.602 Einwohnern, der deckungsgleich mit dem gleichnamigen Stadtteil ist.

Räumliche Lage

Abb. 99: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Detmerode



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich im Wesentlichen auf das Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt sowie solitäre Anbieter allerdings ohne zugewiesene Versorgungsfunktion.

Standortkategorie gemäß EEP 2010

Abb. 100: Standortlagen im Ortsratsbereich Detmerode

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	Detmeroder Markt
LEF	---
Solitärer NV-Standort	---
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	---

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im Ortsratsbereich Detmerode sind 19 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt 3.300 qm Verkaufsfläche ansässig, was nur einen geringen Anteil am Wolfsburger Einzelhandel darstellt. Im Vergleich zu 2010 ist ein Rückgang der Betriebe und der Verkaufsfläche zu verzeichnen. Die Verkaufsflächenausstattung liegt nun bei 0,43 qm pro Einwohner, wobei sich der Angebotsbesatz insbesondere auf die periodische Bedarfsdeckung konzentriert.

Abb. 101: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Detmerode

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	19	-17,4 %	2,7 %
Verkaufsfläche in qm	3.285	-12,9 %	1,1 %
VK-Ausstattung je EW in qm	0,43	0,50	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	49,3	+12,8 %	6,1 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	35,5	-6,6 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung umfasst rund 49,3 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 stellt dies einen Zuwachs von 12,8 % dar. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist mit 35,5 gering und lässt auf eine geringe Kaufkraftbindung schließen. Entsprechend nutzen die Bewohner des Ortsratsbereiches andere Standorte zur Versorgung.

3.3.8.1 Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt

Der Schwerpunkt des Einzelhandels in Detmerode befindet sich innerhalb des einheitlich geplanten Quartierszentrums Detmeroder Markt im Kreuzungsbereich John-F.-Kennedy-Allee, Kurt-Schumacher-Ring sowie Theodor-Heuss-Straße und damit in zentraler Lage innerhalb des Stadtteils.

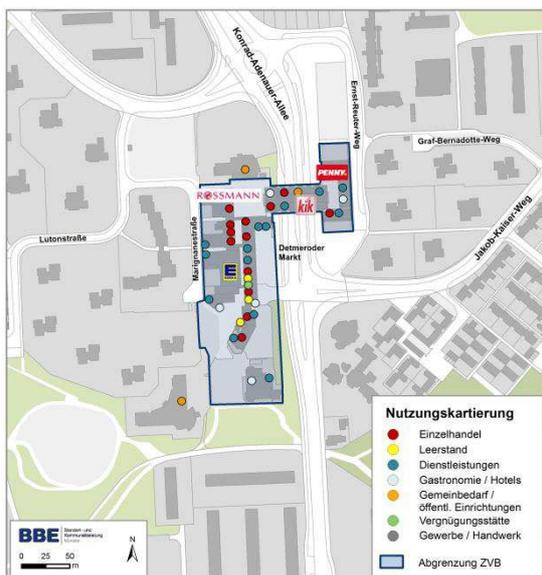
Abb. 102: Fotos Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt

Quelle: eigene Fotos

Als strukturprägende Betriebe innerhalb des Nahversorgungszentrums fungieren ein Supermarkt des Betreibers EDEKA, ein PENNY-Discountmarkt sowie der Drogeriemarkt ROSSMANN. Weitere kleinteilige Angebotsstrukturen des kurz- und mittelfristigen Bedarfsdeckungsbereichs (u. a. KIK, ERNSTING'S FAMILY) runden das Angebot ab. Als Ergänzung befinden sich im Nahversorgungszentrum zudem Dienstleistungsanbieter, gastronomische Angebote und öffentliche Einrichtungen. Das Nahversorgungszentrum weist damit einen Zentrencharakter auf, wobei die bauliche Gestaltung des einheitlich geplanten Quartierszentrums trotz einiger Sanierungsmaßnahmen in der jüngeren Vergangenheit einige Mängel aufweist. Dies betrifft u. a. die Flächendimensionierung der vorhandenen Ladenlokale, und hier im Besonderen die Verkaufsflächendimensionierung bzw. der Flächenzuschnitt der größeren Lebensmittelmärkte, wenngleich aufgrund der baulichen Gegebenheiten nur begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten bestehen.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 103: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt³⁷



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt finden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 17 Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rd. 3.200 qm. Gegenüber 2010 ist das ein Verkaufsflächenrückgang von -6,3 %. Nahversorgungsrelevante Sortimente nehmen mit 2.145 qm und zentrenrelevante Sortimente mit 1.010 qm einen strukturprägenden Anteil ein. Insgesamt befinden sich fast 98 % der gesamten Verkaufsfläche des Ortsratsbereichs im Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 104: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	17
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	3.215 qm (-6,3 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	2.145 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	1.010 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	97,9 %
Veränderung ggü. EEP 2010	---

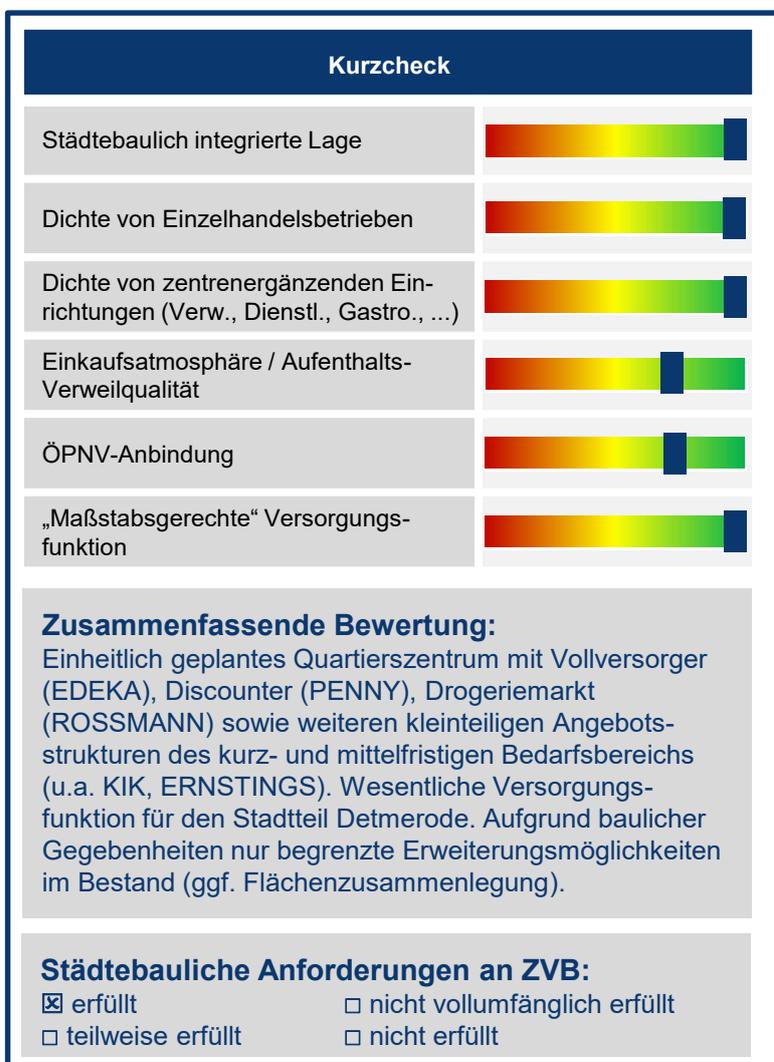
Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

³⁷ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Der im Nahversorgungszentrum vorhandene Angebotsbesatz entspricht seinem räumlich-funktional zugeordneten Versorgungsbereich auf Stadtteilebene.

Abb. 105: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt

Kurzcheck
Detmeroder Markt



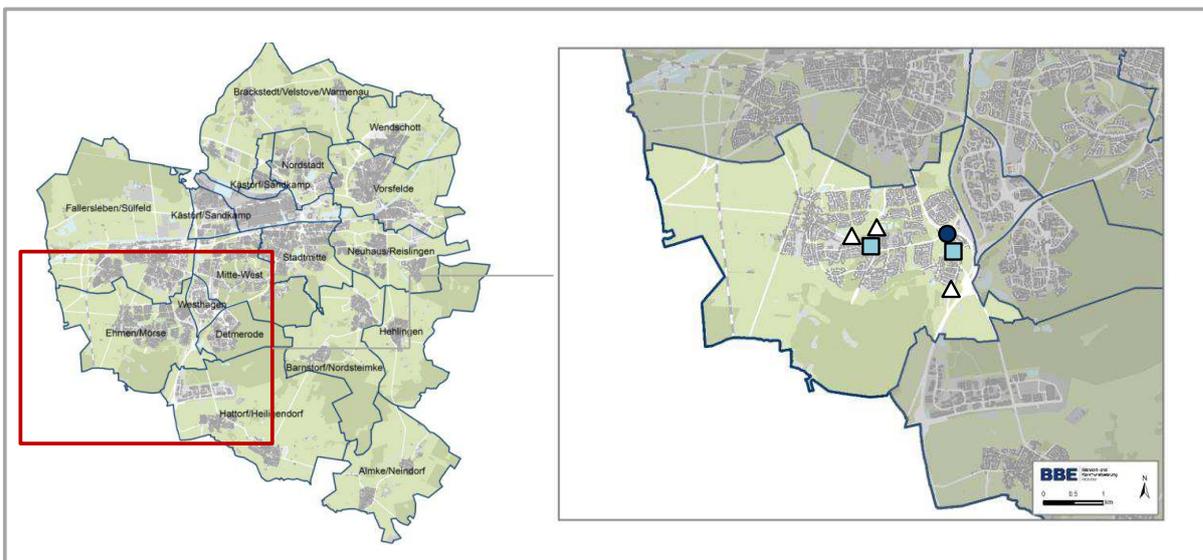
Quelle: eigene Darstellung

3.3.9 Ortsratsbereich Ehmén / Mörse

In südwestlicher Lage im Wolfsburger Stadtgebiet liegt der Ortsratsbereich Ehmén / Mörse, der sich aus den beiden genannten Ortsteilen zusammensetzt und 9.558 Einwohnern umfasst.

Räumliche Lage

Abb. 106: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Ehmén / Mörse



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Ehmén / Mörse konzentriert sich der Einzelhandel hauptsächlich auf die beiden Nahversorgungszentren an der Mörser Straße sowie an der Hattorfer Straße sowie auf einen solitären Nahversorgungsstandort (ehemals ALDI). Außerdem befinden sich drei solitäre Fachmarktstandorte im Ortsratsbereich.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010

Abb. 107: Standortlagen im Ortsratsbereich Ehmén / Mörse

Standortkategorie	Standortlage
 Hauptzentrum	---
 Stadtteilzentren	---
 Nahversorgungszentren	Mörser Straße Hattorfer Straße
 LEF	---
 Solitärer NV-Standort	HOLLAB (ehemals ALDI)
 Fachmarkttagglomeration	---
 Solitärer FM-Standort	STEIB, Bockhorst Gärtn. LIEVEN, Baumschulenweg Ehem. Gärtnerei, Mörser Straße

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im Ortsratsbereich Ehmén / Mörse befinden sich 24 Einzelhandelsbetriebe, was rund 3,7 % aller Wolfsburger Betriebe ausmacht. Im Vergleich zu 2010 ist ein Rückgang der Betriebe von -7,7 % zu verzeichnen. Aufgrund der Neupositionierung der beiden Lebensmittelmärkte ALDI und EDEKA sowie durch die zwischenzeitliche Realisierung des NETTO-Discountmarktes in Mörse besteht gegenüber 2010 eine positive Verkaufsflächenentwicklung. Die Betriebe weisen aktuell eine Verkaufsfläche von rd. 16.800 qm (5,5 % ggü. Gesamtstadt) auf. Die Verkaufsflächenausstattung hat sich in der Konsequenz ebenfalls erhöht und liegt aktuell bei 1,76 qm je Einwohner und damit oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts, jedoch unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 2,47.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 108: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Ehmén / Mörse

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	24	-7,7 %	3,7 %
Verkaufsfläche in qm	16.825	+121,0 %	5,5 %
VK-Ausstattung je EW in qm	1,76	1,02	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	61,9	+43,0 %	7,6 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	62,7	+ 2,1 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Ehmén / Mörse umfasst rund 61,9 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist dies aufgrund der positiven Bevölkerungsentwicklung (+ 2.000 Einwohner) ein Zuwachs von über 40 %. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in Ehmén / Mörse im Vergleich zur Gesamtstadt mit 62,7 zu 116,1 zwar unterdurchschnittlich, im Vergleich zu 2010 ist jedoch eine positive Entwicklung um 2,1 % Prozentpunkte festzustellen, sodass zumindest im nahversorgungsrelevanten Angebotsbereich auf eine solide Kundenbindung der Ehmener und Mörser an das Angebot im eigenen Ortsratsbereich zu schließen ist.

Nachfragepotenzial

3.3.9.1 Nahversorgungszentrum Mörser Straße

Das Nahversorgungszentrum Mörser Straße befindet sich verkehrsgünstig gelegen innerhalb des Ortsteils Ehmén im Kreuzungsbereich von Mörser Straße und Am alten Bahnhof / Bockhorst.

Räumliche Ausdehnung

Abb. 109: Fotos Nahversorgungszentrum Mörser Straße

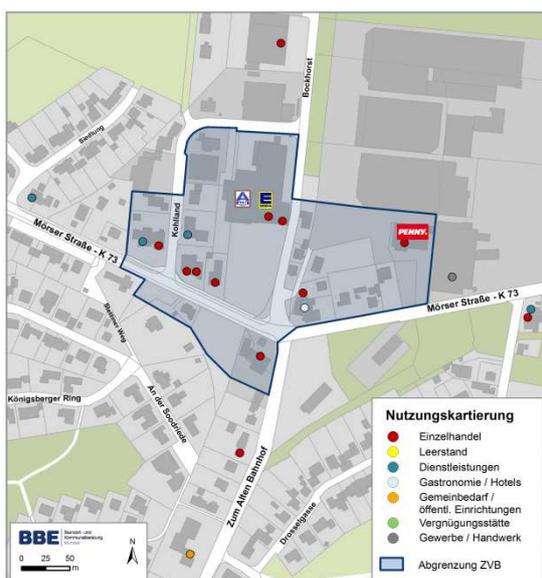
Quelle: eigene Fotos

Der Angebotsschwerpunkt im Nahversorgungszentrum liegt im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich. Als strukturprägende Betriebe fungieren

Einzelhandelsstruktur

ein EDEKA-Vollsortimenter sowie ein ALDI-Discountmarkt in einer in der modernen und sehr leistungsfähigen Gemeinschaftsanlage sowie ein räumlich vom Kernbereich abgerückter, solitärer Discountmarkt des Betreibers PENNY. Ergänzend zu den nahversorgungsrelevanten Anbietern finden sich weitere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe (Ladenhandwerk, Apotheke, etc.) sowie einzelne Dienstleistungen und sonstige handelsaffine Nutzungen innerhalb des Nahversorgungszentrums.

Abb. 110: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Mörser Straße³⁸



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt finden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 12 Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von fast 4.000 qm. Gegenüber 2010 ist das ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs von über 75 %. Dieser Zuwachs ist auf die Neupositionierung des EDEKA-Marktes sowie auf die Verlagerung und Erweiterung des ALDI-Marktes in das Nahversorgungszentrum zurückzuführen. Nahversorgungsrelevante Sortimente nehmen mit 3.400 qm einen strukturprägenden Flächenanteil ein.

Einzelhandelsbesatz

³⁸ Abgrenzung gemäß EEP 2010

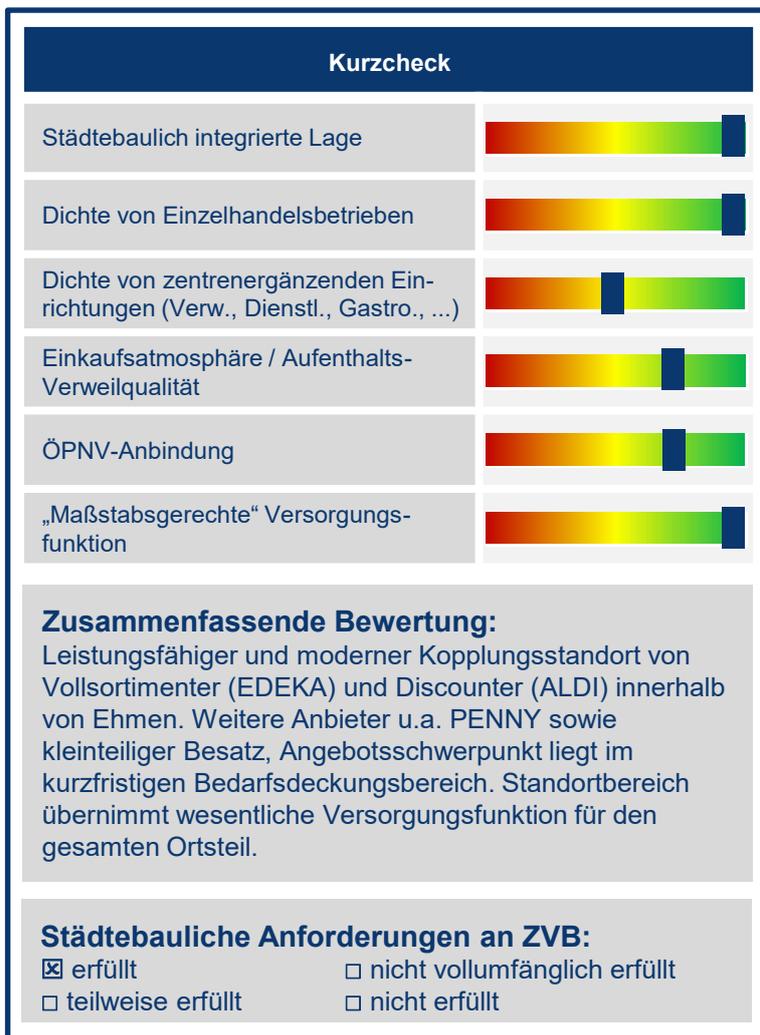
Abb. 111: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Mörser Straße

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	12
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	3.945 qm (+ 76,9 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	3.405 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	485 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	23,4 %
Veränderung ggü. EEP 2010	Neubau EDEKA; Neuansiedl. ALDI

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

Das Nahversorgungszentrum Mörser Straße ist ein leistungsfähiger und moderner Kopplungsstandort von Vollsortimenter und Discounter, ergänzt um kleinteilige Angebots- und sonstige Nutzungsstrukturen, das eine wesentliche Versorgungsfunktion für den gesamten Ortsteil bzw. für den gesamten Ortsratsbereich übernimmt.

Abb. 112: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Mörser Straße



Kurzcheck
 Nahversorgungszentrum
 Mörser Straße

Quelle: eigene Darstellung

3.3.9.2 Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße

Im Ortsteil Mörse befindet sich im Kreuzungsbereich von Hattorfer Straße und Feldscheunenweg das im EEP ausgewiesene Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße.

Räumliche Ausdehnung

Abb. 113: Fotos Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße



Quelle: eigene Fotos

Wesentlicher Magnetbetrieb für das Nahversorgungszentrum ist eine Discountfiliale des Betreibers NETTO, die sich erst nach 2010 an diesem Standort angesiedelt hat. Ergänzend finden sich im Nahversorgungszentrum ein Naturkostladen sowie weitere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe, einige Dienstleistungen sowie gastronomische Angebote. Das örtliche Angebot mit Schwerpunkt im periodischen Bedarfsbereich gewährleistet damit eine gute Nahversorgung für den Ortsteil Mörse.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 114: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße³⁹

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

³⁹ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Insgesamt finden sich zum Zeitpunkt der Erhebung fünf Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.000 qm. Gegenüber 2010 ist das ein Verkaufsflächenzuwachs von über 400 %. Dieser Zuwachs ist auf die zwischenzeitliche Neuansiedlung des NETTO-Marktes zurückzuführen. Nahversorgungsrelevante Sortimente nehmen mit 975 qm den weitaus größten Flächenanteil ein. Weitere Sortimente der aperiodischen Bedarfsstufe werden lediglich in Form von Randsortimenten angeboten.

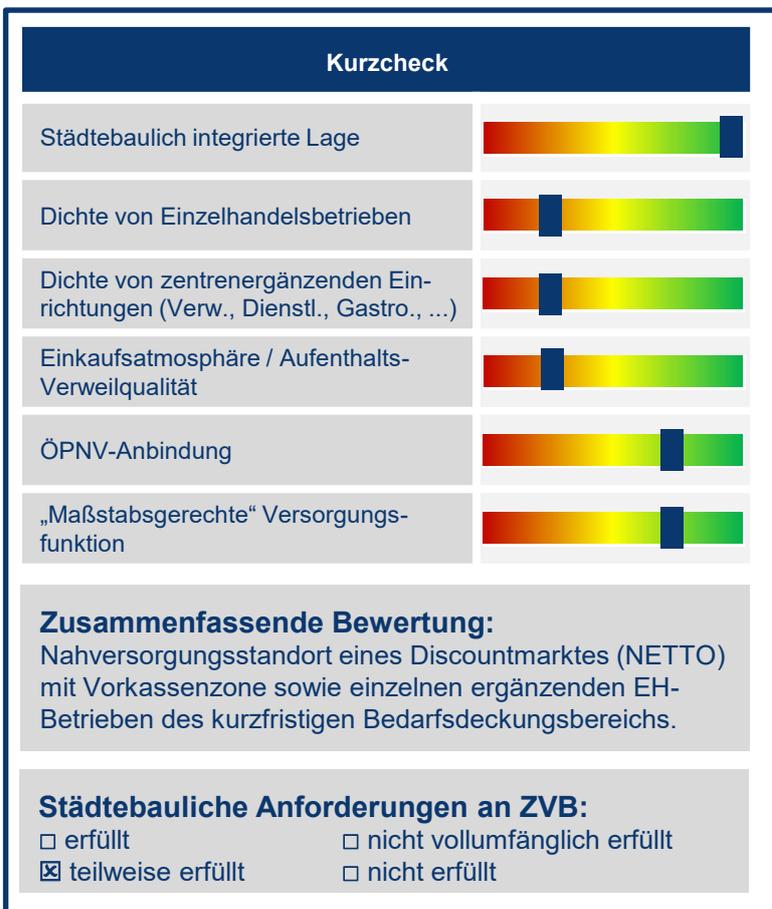
Abb. 115: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	5
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.025 qm (+412,5 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	975 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	40 qm (Randsortiment)
Anteil VKF an Ortsratsbereich	6,1 %
Veränderung ggü. EEP 2010	Neuansiedlung NETTO

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

Das Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße übernimmt nach Neuansiedlung des NETTO-Marktes die wesentliche Versorgungsfunktion für den Ortsteil, wengleich die städtebaulichen Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich aufgrund der geringen Nutzungsmischung nur in Teilen erfüllt sind.

Abb. 116: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße



Kurzcheck
 Nahversorgungszentrum
 Hattorfer Straße

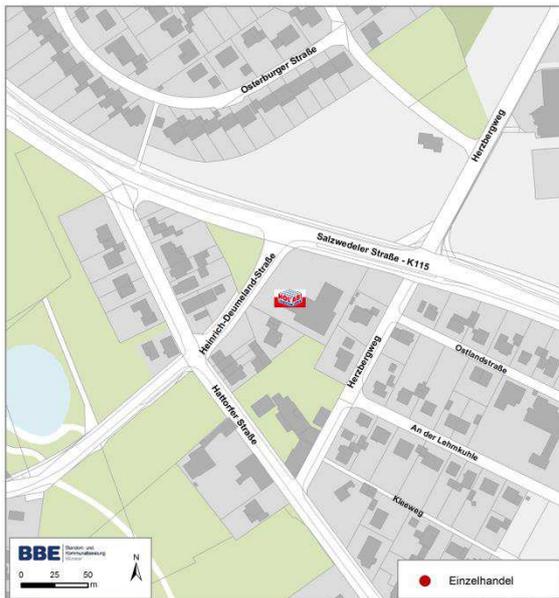
Quelle: eigene Darstellung

3.3.9.3 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung

Im Ortsratsbereich Ehmén / Mörse befindet sich neben den beiden vorgenannten Nahversorgungszentren an der Heinrich-Deumeland-Straße im Einmündungsbereich zur Salzwedeler Straße ein weiterer Angebotsstandort, der in 2010 die Versorgungsfunktion eines Nahversorgungsstandortes zugewiesen bekommen hat. Der hier zwischenzeitlich ansässige HOL'AB-Getränkemarkt stellt eine Nachfolgenutzung für den in das Nahversorgungszentrum Mörser Straße verlagerten ALDI-Discountmarkt dar. Aufgrund des begrenzten Warensortiments mit Schwerpunkt Getränke kann der Getränkemarkt der ursprünglich in 2010 angedachten Versorgungsfunktion im Sinne einer flächendeckenden und vollumfänglichen Nahversorgung allerdings nicht gerecht werden.

HOL'AB,
 Heinrich-Deumeland-
 Straße

Abb. 117: Nutzungsmischung NVS HOL'AB, Heinrich-Deumeland-Straße



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.9.4 Nicht schützenswerte Standortbereiche

Im Rahmen des EEP 2010 sind neben den städtebaulich schützenswerten Standortbereichen weitere nicht schützenswerte Standortlagen ausgewiesen worden. Hierzu zählt u. a. der Fachmarktstandort am Bockhorst nördlich des Nahversorgungszentrums Mörser Straße, an dem der Baustoffhandel STEIB ansässig ist, der vorrangig reiner Baustoffhandel und damit atypischer Einzelhandel ist.

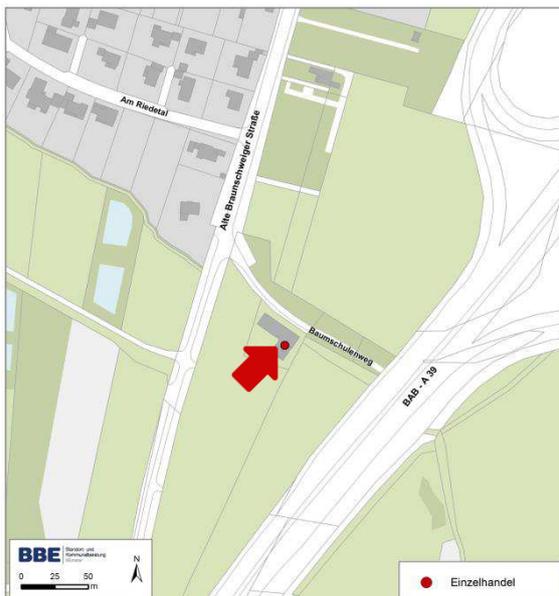
STEIB, Bockhorst

Abb. 118: Fachmarktstandort STEIB, Bockhorst

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein weiterer ausgewiesener Fachmarktstandort liegt am Baumschulenweg in nicht integrierter Siedlungsrandlage. Hier befindet sich als alleiniger Anbieter die Baumschule LIEVEN.

LIEVEN,
Baumschulenweg

Abb. 119: Fachmarktstandort LIEVEN, Baumschulenweg

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

An der Mörser Straße ist in 2010 ein weiterer Fachmarktstandort ausgewiesen worden. Hierbei hat es sich um den Standort einer Gärtnerei gehandelt, die zwischenzeitlich aber geschlossen worden ist. Derzeit befindet sich hier ein Leerstand ohne Nutzung. Künftig soll hier Wohnbauentwicklung realisiert werden, so dass dieser Standort für großflächige Einzelhandelsnutzung dann nicht mehr zur Verfügung stehen wird. Die bestehenden gewerblichen Gebäude an der Mörser Straße bleiben allerdings erhalten und können ggf. für kleinflächigen Handel und Dienstleistungen genutzt werden.

Ehem. Gärtnerei,
Mörser Straße

Abb. 120: Fachmarktstandort Ehem. Gärtnerei, Mörser Straße



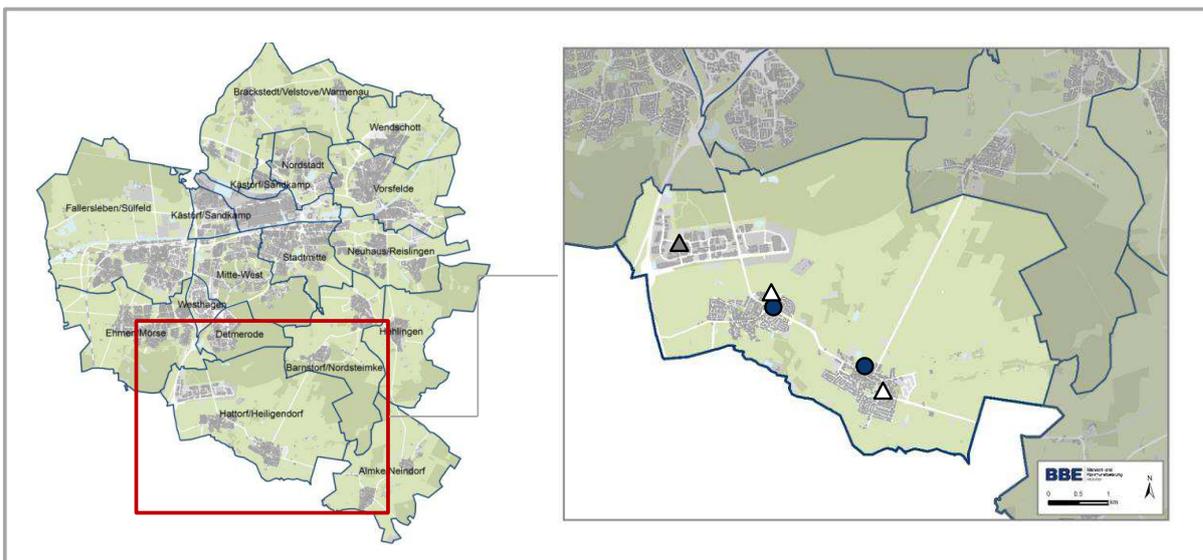
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.10 Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf

In südlicher Stadtrandlage liegt der Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf, der sich auf die beiden Ortsteile Hattorf und Heiligendorf erstreckt und ein Einwohnerpotenzial von 4.053 Einwohnern aufweist.

Räumliche Lage

Abb. 121: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Hattorf / Heiligendorf konzentriert sich der Einzelhandel auf die Fachmarkttagglomeration am Heinenkamp sowie auf zwei solitäre Nahversorgungsstandorte und zwei Fachmarktstandorte.

Standortkategorie gemäß EEP 2010

Abb. 122: Standortlagen im Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	---
LEF	---
Solitärer NV-Standort	ALDI, Plantage NETTO, Neue Straße
Fachmarkttagglomeration	Heinenkamp
Solitärer FM-Standort	Blumen HATTORF, Plantage Blumen BECHTEL, Steinweg

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf finden sich aktuell 34 Einzelhandelsbetriebe. Dies entspricht einem Anteil am gesamtstädtischen Angebot von lediglich rd. 4,9 % aller Wolfsburger Betriebsstätten. Allerdings verfügen diese zumeist großflächigen Betriebseinheiten über eine Gesamtverkaufsfläche von über 91.000 qm, was knapp einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche Wolfsburgs entspricht. Hierbei entfallen rd. 82.400 qm auf die Fachmarkttagglomeration am Heinenkamp, die damit größter Angebotsstandort des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets von Wolfsburg ist. Aufgrund der hohen Gesamtverkaufsfläche liegt die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner mit 22,6 qm zwar leicht niedriger als noch 2010, stellt aber dennoch fast das Zehnfache der durchschnittlichen Ausstattung von 2,47 dar.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 123: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	34	-2,9 %	4,9 %
Verkaufsfläche in qm	91.525	-0,9 %	29,7 %
VK-Ausstattung je EW in qm	22,6	23,4	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	26,3	+14,3 %	3,2 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	737,0	-45,6 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Hattorf / Heiligendorf umfasst rund 26,3 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist ein Zuwachs von über 14 % zu verzeichnen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in Hattorf / Heiligendorf im Vergleich zur Gesamtstadt mit 737,0 zu 116,1 deutlich überdurchschnittlich. Auch dies ist auf die Fachmarkttagglomeration am Heinenkamp zurückzuführen, welche im RROP 2008 als regional bedeutsamer Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkt ausgewiesen worden ist und demzufolge eine Versorgungsfunktion weit über das Wolfsburger Stadtgebiet übernimmt.

Nachfragepotenzial

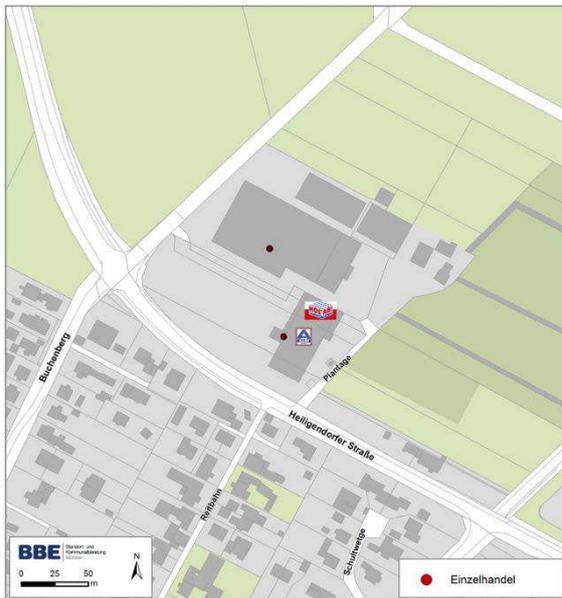
3.3.10.1 Standortbereiche der Nahversorgung

Im Bereich Heiligendorfer Straße / Plantage in Hattorf befindet sich ein bereits im EEP ausgewiesener Standort der Nahversorgung. Neben einem ALDI-Markt als standortprägender Magnetbetrieb ist ergänzend noch ein HOL'AB-Getränkemarkt sowie eine Bäckerei ansässig. Unmittelbar nördlich angrenzend hat sich der BLUMENHOF HATTORF

ALDI, Plantage

angesiedelt, der im Rahmen des EEP 2010 die Funktion eines solitären Fachmarktstandortes zugewiesen bekommen hat.

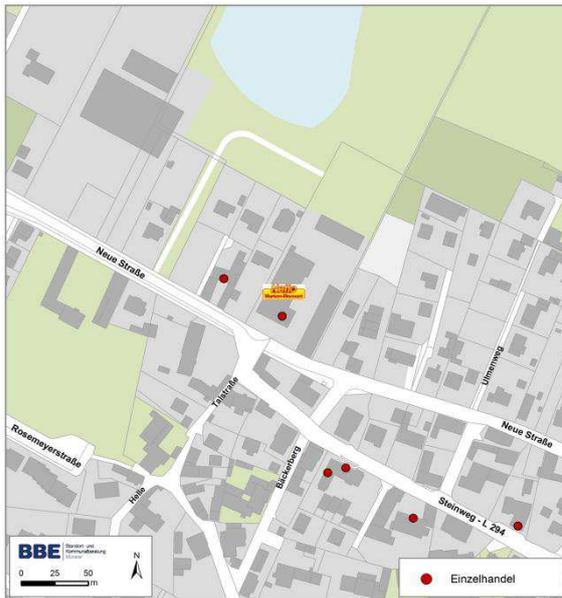
Abb. 124: Nahversorgungsstandort ALDI, Plantage



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Bereich Neue Straße / Steinweg des Ortsteils Heiligendorf befindet sich mit einem NETTO-Markt als Magnetbetrieb ein weiterer solitärer Nahversorgungsstandort. Der Markt weist derzeit noch eine ausreichende Verkaufsflächendimensionierung auf, wenngleich er zumindest mittelfristig hinsichtlich Verkaufsflächendimensionierung und Stellplatzanlage nicht mehr vollumfänglich den Markt- und Konzeptanforderungen entspricht. Auf Sicht wird sich hier daher ggf. ein Anpassungsbedarf einstellen, wenngleich sich aufgrund der örtlichen Gegebenheiten am jetzigen Standort keine Erweiterungs- und Optimierungsmöglichkeiten erkennen lassen.

NETTO, Neue Straße

Abb. 125: Nahversorgungsstandort NETTO, Neue Straße

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.10.2 Sonstige Standortbereiche

Die Fachmarkttagglomeration am Heinenkamp befindet sich in nicht integrierter Lage abseits des Siedlungsgebiets des Ortsteils Hattorf in einem gewerblich geprägten Umfeld und ist demzufolge in 2010 als nicht schützenswerter Standortbereich eingeordnet worden. Mit über 82.000 qm weist der Standort gegenüber der Gesamtstadt mehr als 1/4 der Verkaufsfläche auf und ist damit, wie bereits angeführt, der flächengrößte Angebotsstandort innerhalb des Wolfsburger Stadtgebiets. Der Schwerpunkt liegt im mittel- und langfristigen Bedarfsdeckungsbereich und umfasst neben nicht zentrenrelevanten Sortimenten auch zahlreiche innenstadttypische und damit zentrenrelevante Angebotsstrukturen. Ansonsten sind innerhalb des Gebiets vorrangig gewerbliche Nutzungen u. a. der Automobilbranche sowie Dienstleistungen vorzufinden.

Fachmarkttagglomeration
Heinenkamp

Abb. 126: Fachmarkttagglomeration Heinenkamp⁴⁰

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Am Heinenkamp sind u. a. ein SB-Warenhaus des Betreibers REAL, zwei Baumärkte der Betreiber OBI und HORNBACH, ein MEDIA MARKT, Möbelhäuser des örtlichen Betreibers BUHL sowie zahlreiche weitere Fachmärkte wie z. B. HAMMER, DÄNISCHES BETTENLAGER, FRESSNAPF oder DAS FUTTERHAUS ansässig.

Strukturprägende
Magnetbetriebe

⁴⁰ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Abb. 127: Fotos Fachmarkttagglomeration Heinenkamp



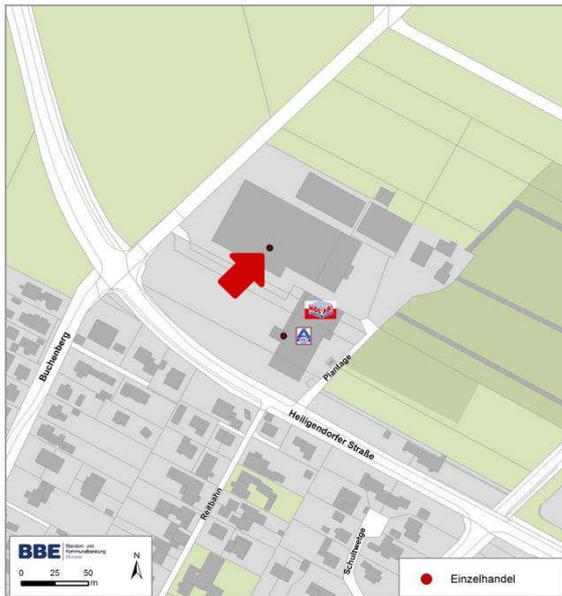
Quelle: eigene Fotos

Der Standort Heinenkamp ist bereits heute sehr leistungsfähig positioniert und erzielt erhebliche Kaufkraftzuflüsse nicht nur aus dem Stadtgebiet von Wolfsburg, sondern darüber hinaus aus dem gesamten Marktgebiet des Oberzentrums.⁴¹

Ein solitärer Fachmarktstandort liegt wie, bereits angeführt, im Bereich Heiligendorfer Straße / Plantage innerhalb des Ortsteils Hattorf leicht versetzt hinter dem ALDI-Markt. Hier ist der BLUMENHOF HATTORF ansässig.

HATTORF, Plantage

⁴¹ Siehe hierzu die Abgrenzung des Marktgebiets, Kap. 3.5.1

Abb. 128: Fachmarktstandort HATTORF, Plantage

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein weiterer solitärer Fachmarktstandort befindet sich am Steinweg innerhalb des Ortsteils Heiligendorf. Hier befindet sich ein Gartenfachmarkt des Betreibers BLUMEN BECHTEL.

BECHTEL, Steinweg

Abb. 129: Fachmarktstandort BECHTEL, Steinweg

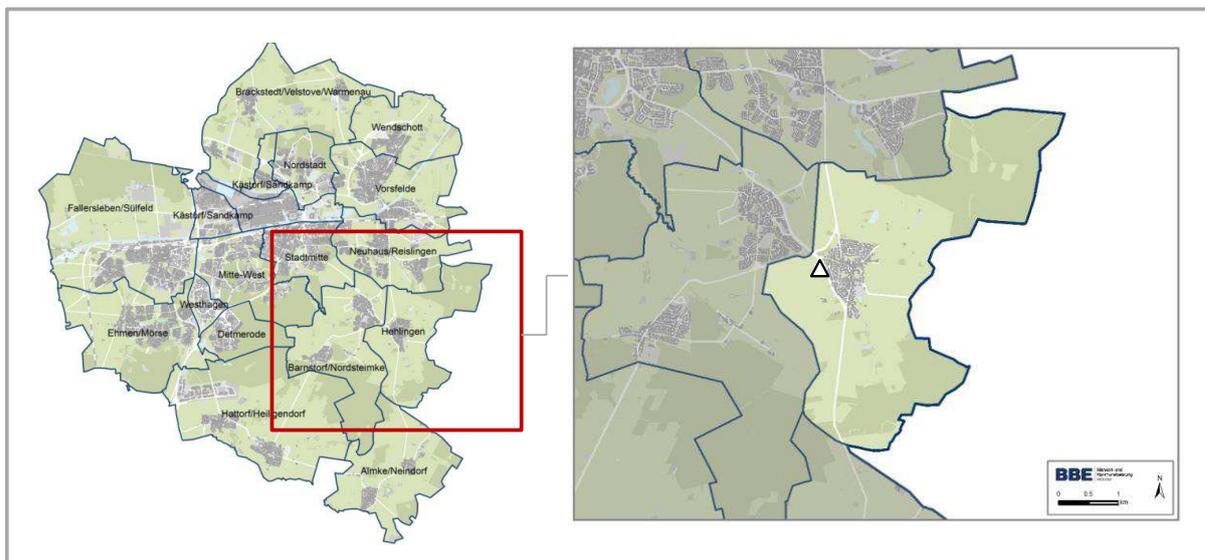
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.11 Ortsratsbereich Hehlingen

In südöstlicher Lage des Stadtgebietes liegt der Ortsratsbereich Hehlingen mit dem gleichnamigen Ortsteil. Mit 1.776 Einwohnern ist Hehlingen der einwohnerschwächste Ortsratsbereich.

Räumliche Lage

Abb. 130: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Hehlingen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Hehlingen bestehen lediglich rudimentäre Angebotsstrukturen, die sich hauptsächlich auf einen solitären Fachmarktstandort konzentrieren.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010

Abb. 131: Standortlagen im Ortsratsbereich Hehlingen

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	---
LEF	---
Solitärer NV-Standort	---
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	Gärtnerei SCHLIEBENER, An den Äckern

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im Ortsratsbereich Hehlingen findet sich mit der Gärtnerei SCHLIEBENER aktuell lediglich ein Einzelhandelsbetrieb auf einer Gesamtverkaufsfläche von immerhin rd. 4.400 qm. Das örtliche Verkaufsflächenangebot entspricht somit einer rechnerischen Verkaufsflächenausstattung je Einwohner von 2,50 qm, die damit auch annähernd auf gesamtstädtischem Niveau liegt.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 132: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Hehlingen

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	1	-50 %	< 1 %
Verkaufsfläche in qm	4.435	+168,0 %	1,5 %
VK-Ausstattung je EW in qm	2,50	0,88	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	11,5	+5,5 %	1,4 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	46,4	+11,7 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Hehlingen umfasst rund 11,5 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist ein Zuwachs von 5,5 % zu verzeichnen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in Hehlingen im Vergleich zur Gesamtstadt mit 46,4 zu 116,1 unterdurchschnittlich und konzentriert sich ausschließlich auf wenige Warengruppen (Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf), während in den weiteren Sortimentsgruppen aufgrund fehlender Angebote deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen sind.

Nachfragepotenzial

3.3.11.1 Sonstige Standortbereiche

Im Rahmen des EEP 2010 ist der Standortbereich An den Äckern als solitärer Fachmarktstandort eingeordnet worden. Dort befindet sich die Gärtnerei SCHLIEBENER als solitärer Anbieter am Standort.

SCHLIEBENER,
An den Äckern

Abb. 133: Fachmarktstandort SCHLIEBENER, An den Äckern

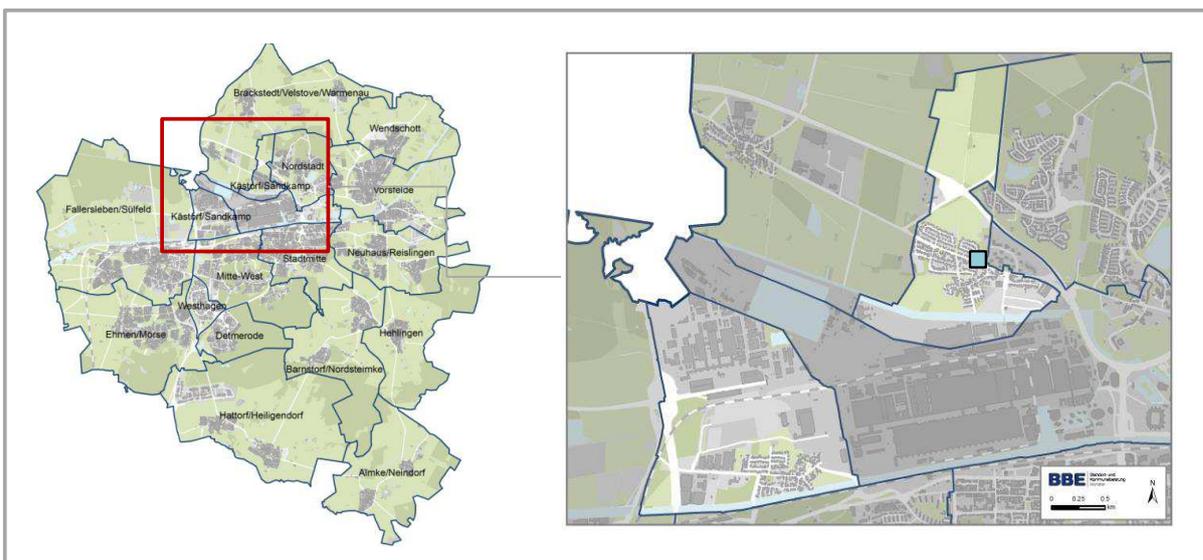
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.12 Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp

In nördlicher Lage des Wolfsburger Stadtgebietes liegt der Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp mit 2.006 Einwohnern. Die beiden dem Ortsratsbereich zugehörigen Ortsteile Kästorf und Sandkamp sind hierbei räumlich durch das VW-Werks Gelände getrennt.

Räumliche Lage

Abb. 134: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Kästorf / Sandkamp konzentriert sich der Einzelhandel auf das Nahversorgungszentrum Jembker Straße.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010

Abb. 135: Standortlagen im Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	Jembker Straße
LEF	---
Solitärer NV-Standort	---
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	---

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im gesamten Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp befinden sich aktuell vier Einzelhandelsbetriebe. Im Vergleich zu 2010 ist somit eine rückläufige Betriebsstättenanzahl festzustellen. Die örtlichen Betriebe verfügen insgesamt über eine Verkaufsfläche von rd. 1.280 qm (<1 % ggü. Gesamtstadt). Analog zum Anbieterückgang ist auch ein Verkaufsflächenrückgang zu verzeichnen. Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit 0,64 qm je Einwohner in der Folge niedriger als 2010 und somit unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 136: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	4	-60 %	< 1 %
Verkaufsfläche in qm	1.280	-21,0 %	< 1 %
VK-Ausstattung je EW in qm	0,64	0,79	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	13,0	+8,3 %	1,6 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	51,8	-24,6 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Kästorf / Sandkamp umfasst rund 13,0 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist ein Zuwachs von 8,3 % zu verzeichnen, welches auf veränderte Einwohnerzahlen sowie veränderte Verbrauchsausgaben zurückzuführen ist. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in Kästorf / Sandkamp im Vergleich zur Gesamtstadt mit 51,8 zu 116,1 unterdurchschnittlich und hat im Vergleich zu 2010 einen Rückgang um -24,6 %-Punkte erfahren. Dennoch kann zumindest für den Ortsteil Kästorf auf eine gute Kundenbindung der örtlichen Bevölkerung an das Angebot im eigenen Ortsteil geschlossen werden, wobei sich dies auf Nahversorgung konzentriert. Im räumlich getrennten Ortsteil Sandkamp besteht indes aufgrund fehlender Angebotsstrukturen nur eine mangelhafte Einzelhandels- und damit auch Nahversorgungssituation. Angesichts des begrenzten Einwohnerpotenzials und damit fehlender wirtschaftlicher Tragfähigkeiten scheint eine Verbesserung dieser Situation allerdings wenig wahrscheinlich.

Nachfragepotenzial

3.3.12.1 Nahversorgungszentrum Jembker Straße

Das Nahversorgungszentrum liegt zentral im Ortsteil Kästorf und erstreckt sich um den Kreuzungsbereich Jembker Straße / Zu dem Balken.

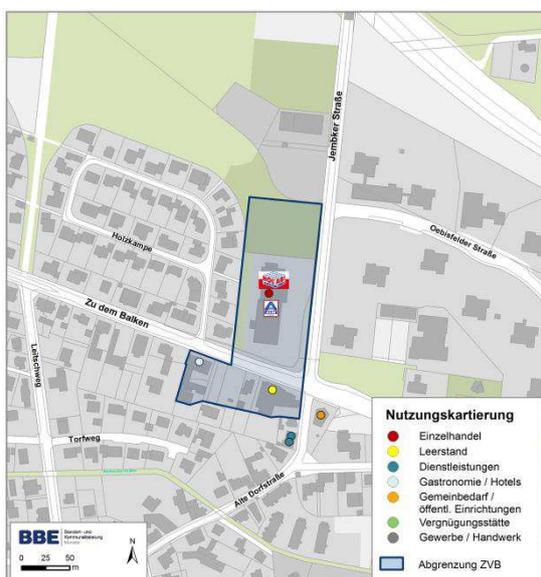
Räumliche Ausdehnung

Abb. 137: Fotos Nahversorgungszentrum Jembker Straße


Quelle: eigene Fotos

Insgesamt haben sich hier zum Zeitpunkt der Erhebung drei Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von etwa 1.260 qm etabliert. Als strukturprägende Betriebe fungieren ein ALDI-Discounter sowie ein HOL'AB-Getränkemarkt, welche durch einen Bäcker ergänzt werden. Entsprechend ist der nahversorgungsrelevante Anteil sehr hoch. Damit liegt im Ortsteil Kästorf ein gutes Nahversorgungsangebot vor, welches durch einige wenige handelsaffine Nutzungsstrukturen ergänzt wird, ohne hierdurch jedoch einen größeren Zentrencharakter zu entfalten.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 138: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Jembker Straße⁴²


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

⁴² Abgrenzung gemäß EEP 2010

Die Standortgemeinschaft mit dem ALDI-Markt und dem Getränkemarkt erfüllt eine wesentliche Versorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsquartiere. Aufgrund der eingeschränkten Nutzungsmischung hat der Standort allerdings eher den Charakter eines solitären Nahversorgungsstandortes.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 139: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Jembker Straße

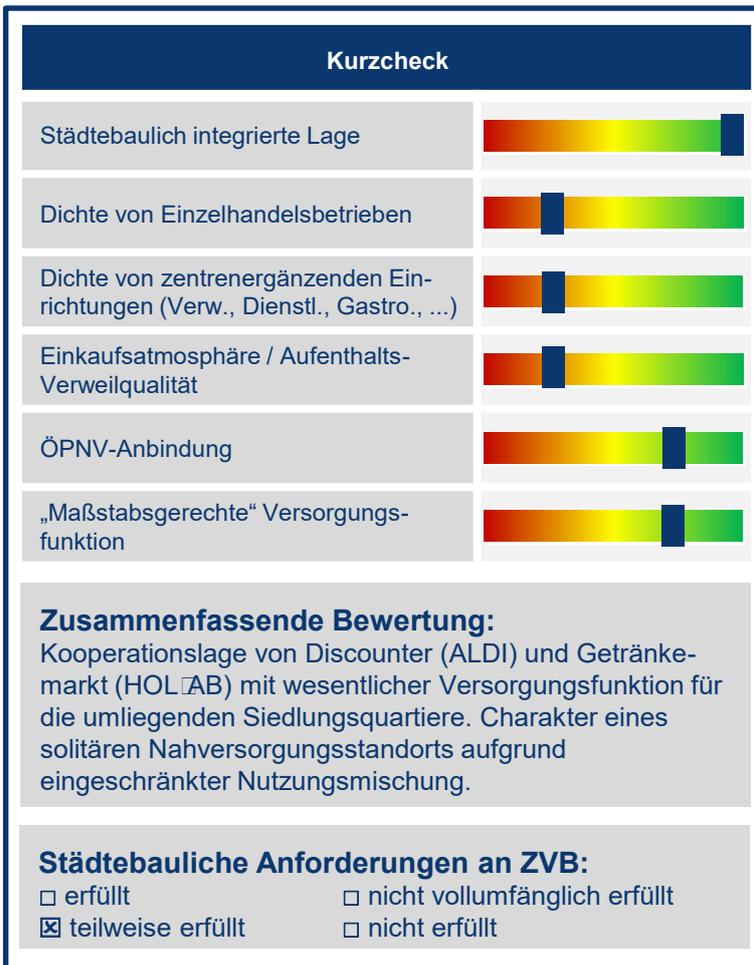
Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	3
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.265 qm (+ 13,9 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	1.150 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	110 qm (Randsortimente)
Anteil VKF an Ortsratsbereich	98,8 %
Veränderung ggü. EEP 2010	---

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

Anhand der Bewertungskriterien zu den städtebaulichen Qualitäten ergibt sich nachfolgende Beurteilung.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Jembker Straße

Abb. 140: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Jembker Straße



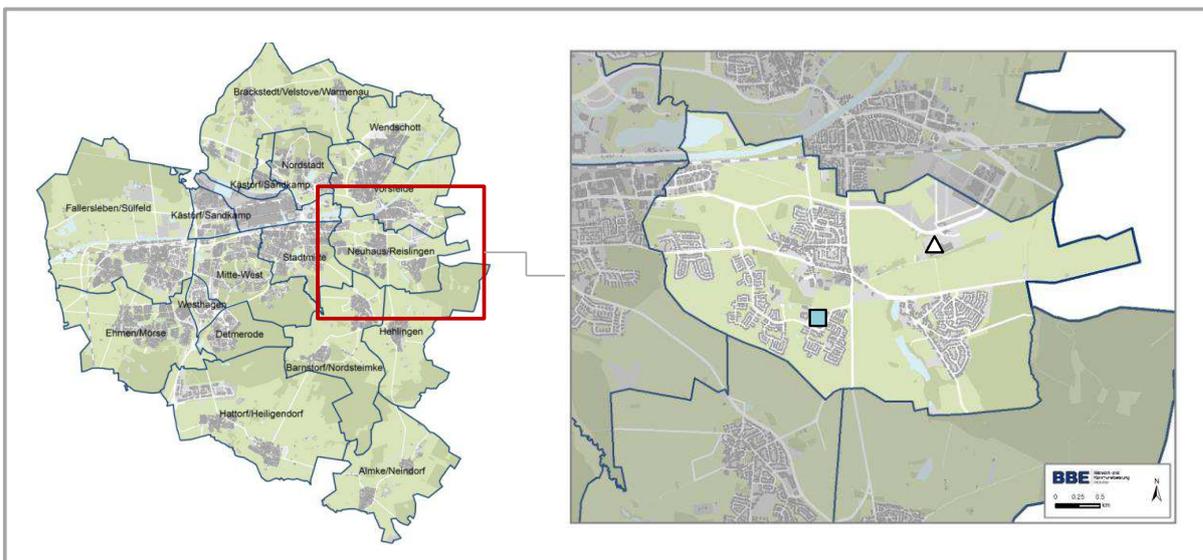
Quelle: eigene Darstellung

3.3.13 Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen

In östlicher Lage im Wolfsburger Stadtgebiet liegt der Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen mit den beiden Ortsteilen und einem Einwohnerpotenzial von 7.659 Einwohnern.

Räumliche Lage

Abb. 141: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Neuhaus / Reislingen konzentriert sich der Einzelhandel hauptsächlich auf das Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring. Im aperiodischen Bedarfsdeckungsbereich besteht darüber hinaus im Ortsteil Neuhaus ein solitärer Fachmarktstandort mit einem Baumarkt.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010

Abb. 142: Standortlagen im Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	Gerta-Overbeck-Ring
LEF	---
Solitärer NV-Standort	---
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	HAGEBAU, Karl-Ferdinand-Braun-Ring

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im gesamten Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen finden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 14 Einzelhandelsbetriebe. Im Vergleich zu 2010 entspricht dies einem Rückgang der Betriebe von -22 %. Die Betriebe verfügen hierbei über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 18.500 qm (6,0 % Anteil ggü. Gesamtstadt), wobei sich dies insbesondere auf den solitären Fachmarktstandort am Karl-Ferdinand-Braun-Ring mit einem großflächigen Baumarkt und damit auf den aperiodischen Bedarfsdeckungsbereich konzentriert. Trotz des quantitativen Anbieterückgangs ist ein Verkaufsflächenzuwachs von 35,3 % eingetreten. Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit 2,42 qm je Einwohner nahe am gesamtstädtischen Durchschnitt und höher als noch 2010.

Abb. 143: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	14	-22,2 %	2,0 %
Verkaufsfläche in qm	18.505	+35,3 %	6,0 %
VK-Ausstattung je EW in qm	2,42	2,07	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	49,6	+5,7 %	6,1 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	61,3	-18,5 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Neuhaus / Reislingen umfasst rund 49,6 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist auch hier ein Zuwachs von immerhin 5,7 % zu verzeichnen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist in Neuhaus / Reislingen im Vergleich zur Gesamtstadt mit 61,3 zu 116,1 unterdurchschnittlich und hat im Vergleich zu 2010 eine negative Entwicklung um -18,5 %-Punkte gemacht. Dies ist neben gesunkenen Flächenleistungen im Einzelhandel (hier insbesondere im Bereich Baumarkt) auch auf die Schließung des PENNY-Marktes am Gerta-Overbeck-Ring zurückzuführen.

3.3.13.1 Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring

Im Ortsteil Reislingen übernimmt das Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring die wesentliche Versorgungsfunktion für den Ortsratsbereich. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich hierbei um den Bereich Von-Droste-Hülshoff-Straße und Gerta-Overbeck-Ring.

Abb. 144: Fotos Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring



Quelle: eigene Fotos

Der Angebotsschwerpunkt im Nahversorgungszentrum liegt im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich. Strukturprägender Betrieb ist ein EDEKA-Markt, der durch kleinteiligen Einzelhandel ergänzt wird. Außerdem sind einige handelsaffine Nutzungen wie Dienstleister und gastronomische Angebote, aber auch einzelne Leerstände vorzufinden. Das kleine Quartierszentrum ist vorrangig auf den kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich ausgerichtet und übernimmt insbesondere für den fußläufigen Nahbereich, aber auch für den Ortsteil Reislingen eine wesentliche Nahversorgungsfunktion.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 145: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring⁴³

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

⁴³ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Insgesamt haben sich hier zum Zeitpunkt der Erhebung sechs Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rund 1.430 qm befunden, wobei der Flächenbesatz aufgrund der Schließung des PENNY sowie eines SCHLECKER-Marktes gegenüber 2010 um rd. 31,4 % gesunken ist. Der nahversorgungsrelevante Anteil der Verkaufsfläche ist mit knapp 1.200 qm standortprägend. Insgesamt ist der Verkaufsflächenanteil des Zentrums an der Verkaufsfläche des Ortsratsbereichs mit 7,7 % hingegen deutlich geringer, da ein Großteil der Fläche auf andere Standortlagen, und hier insbesondere auf den Fachmarktstandort mit dem o. g. HAGEBAUMARKT, entfällt.

Abb. 146: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring

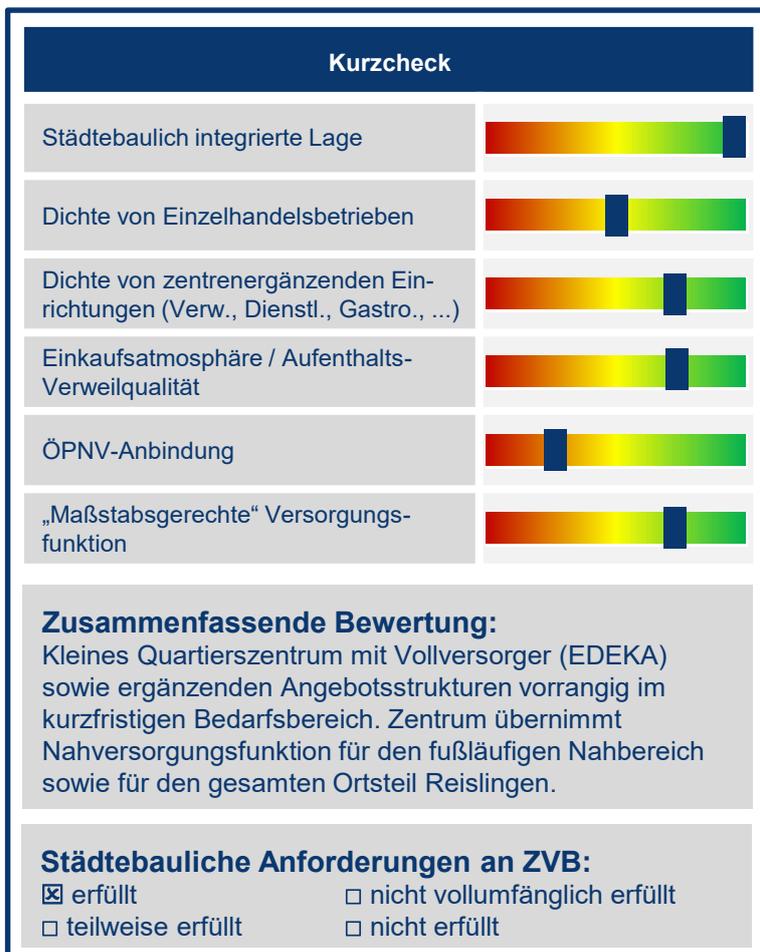
Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	6
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.430 qm (-31,4 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	1.185 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	230 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	7,7 %
Veränderung ggü. EEP 2010	Schließung PENNY, SCHLECKER

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

Auf Grundlage der Bewertungskriterien zu den städtebaulichen Qualitäten ergibt sich für das Nahversorgungszentrum am Gerta-Overbeck-Ring nachfolgende Einordnung.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Gerta-Overbeck-Ring

Abb. 147: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring



Quelle: eigene Darstellung

3.3.13.2 Sonstige Standortbereiche

Innerhalb des Gewerbegebiets Vogelsang II im Ortsteil Neuhaus wird am Karl-Ferdinand-Braun-Ring der dort ansässige HAGEBAUMARKT als solitärer Fachmarktstandort und damit als nicht schützenswerter Standortbereich eingeordnet. Der Markt ist mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 15.800 qm flächengrößter Anbieter innerhalb des Stadtgebiets Wolfsburgs.

HAGEBAU,
Karl-Ferdinand-Braun-
Ring

Abb. 148: Fachmarktstandort HAGEBAU, Karl-Ferdinand-Braun-Ring



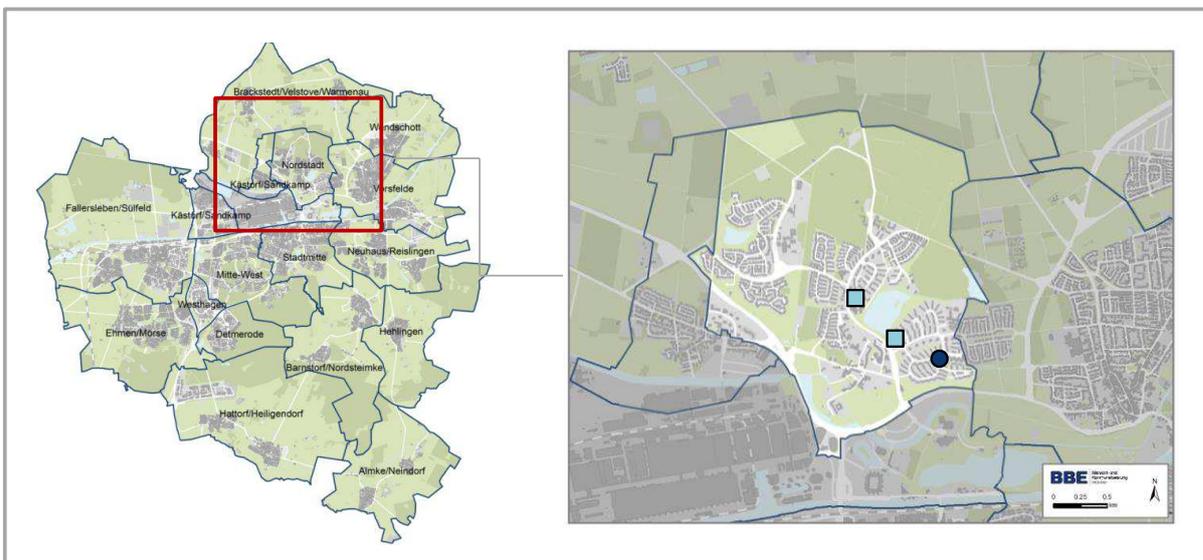
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.14 Ortsratsbereich Nordstadt

Nördlich der Wolfsburger Innenstadt liegt der Ortsratsbereich Nordstadt mit den Stadtteilen Alt-Wolfsburg, Kreuzheide, Teichbreite und Tiergartenbreite und einem Einwohnerpotenzial von 9.896 Einwohnern.

Räumliche Lage

Abb. 149: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Nordstadt



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Ortsratsbereich Nordstadt konzentriert sich der Einzelhandel auf die Nahversorgungszentren Allerstraße und Hansaplatz.

Standortkategorie gemäß EEP 2010

Abb. 150: Standortlagen im Ortsratsbereich Nordstadt

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	Allerstraße Hansaplatz
LEF	---
Solitärer NV-Standort	PENNY, Drömlingstraße
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	---

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Innerhalb des Ortsratsbereichs Nordstadt bestehen zum Zeitpunkt der Erhebung 28 Einzelhandelsbetriebe, was im Vergleich zu 2010 einen Rückgang der Betriebsstättenanzahl von -3,4 % darstellt. Entsprechend zum Anbieterrückgang ist auch ein Verkaufsflächenrückgang von -1,0 % festzustellen. Die Verkaufsflächenausstattung liegt je Einwohner mit 0,40 qm deutlich unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt und auch niedriger als 2010, was insbesondere auf veränderte Bevölkerungszahlen zurückzuführen ist.

Abb. 151: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Nordstadt

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	28	-3,4 %	4,0 %
Verkaufsfläche in qm	3.955	-1,0 %	1,3 %
VK-Ausstattung je EW in qm	0,40	0,46	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	64,1	+ 12,7 %	7,9 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	32,6	- 2,9 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung im Ortsratsbereich Nordstadt umfasst rund 64,1 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist dies ein Zuwachs von 12,7 %. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist analog zur Angebotssituation im Vergleich zur Gesamtstadt mit 32,6 zu 116,1 unterdurchschnittlich und hat im Vergleich zu 2010 eine leicht negative Entwicklung um -2,9 %-Punkte gemacht.

3.3.14.1 Nahversorgungszentrum Allerstraße

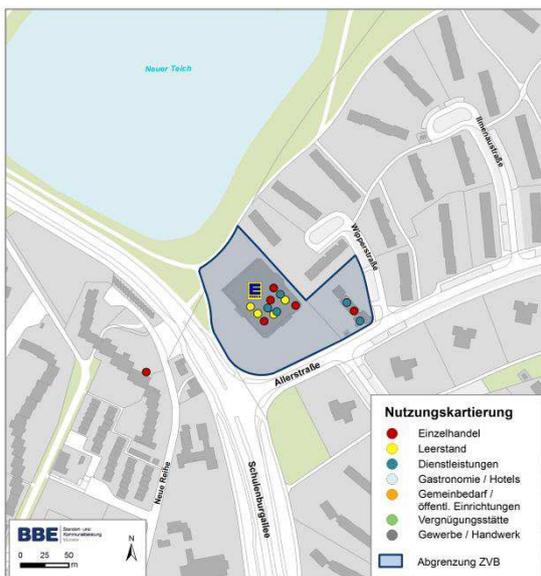
Das Nahversorgungszentrum Allerstraße im Stadtteil Teichbreite befindet sich in verkehrsgünstiger Lage an der Einmündung Allerstraße in die Schulenburgallee und konzentriert sich dabei auf einen Gebäudekomplex mit Lebensmittelmarkt sowie weiteren Ladeneinheiten in räumlicher Nähe eines mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshauses.

Abb. 152: Fotos Nahversorgungszentrum Allerstraße

Quelle: eigene Fotos

Strukturprägender Betrieb ist ein EDEKA-Vollversorgermarkt, der durch kleinteiligen Einzelhandel ergänzt wird. Außerdem sind handelsaffine Dienstleister und gastronomische Anbieter, aber auch einige Leerstände vorzufinden. Die bauliche Gestaltung des Gebäudekomplexes stellt sich hierbei als schwierig dar. Die kleineren Ladeneinheiten sind in einer Art „Mall“ in dem Gebäudekomplex untergebracht, entsprechen jedoch nicht mehr den heutigen Anforderungen an moderne Ladenlokale. Auch die Außengestaltung des Gebäudes kann hinsichtlich Außendarstellung und Stellplatzanordnung und damit Gesamtattraktivität nicht überzeugen, so dass Trading-Down-Tendenzen in Form von Leerständen bzw. Zwischennutzungen festzustellen sind. Um den Standort im Hinblick auf seine Versorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere zu sichern, ist mittelfristig der Abriss und Neubau des Gebäudekomplexes geplant, um diesen Nahversorgungsstandort wettbewerbs- und zukunftsfähig aufzustellen und damit auch den Fortbestand langfristig abzusichern.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 153: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Allerstraße⁴⁴


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt finden sich zum Zeitpunkt der Erhebung sechs Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rund 1.525 qm. Der nahversorgungsrelevante Anteil der Verkaufsfläche ist mit etwas mehr als 1.200 qm hoch. Der Anteil der Verkaufsfläche des Zentrums an der Verkaufsfläche des gesamten Ortsratsbereichs liegt bei 38,6 %.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 154: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Allerstraße

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	6
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.525 qm (keine Veränd.)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	1.235 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	250 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	38,6 %
Veränderung ggü. EEP 2010	---

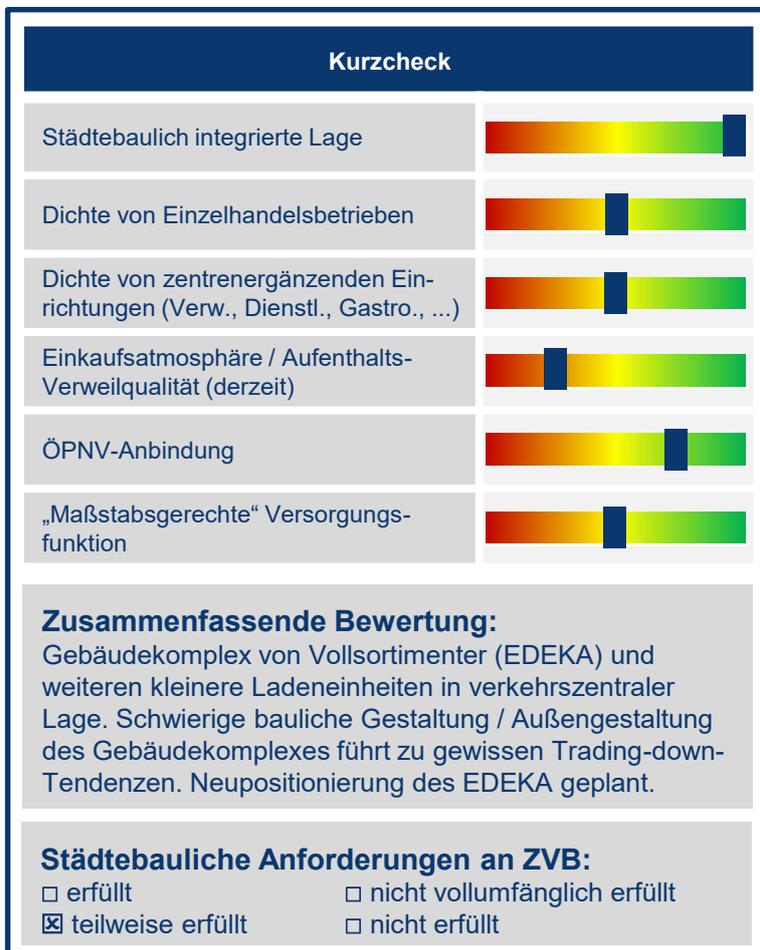
Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

⁴⁴ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Anhand der Bewertungskriterien zu den städtebaulichen Qualitäten lässt sich das Nahversorgungszentrum Allerstraße wie folgt einordnen.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Allerstraße

Abb. 155: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Allerstraße



Quelle: eigene Darstellung

3.3.14.2 Nahversorgungszentrum Hansaplatz

Das Nahversorgungszentrum Hansaplatz liegt innerhalb des Stadtteils Tiergartenbreite und übernimmt für diesen eine wichtige Versorgungsfunktion. Das Nahversorgungszentrum gruppiert sich rund um den Hansaplatz. Ergänzt wird der Standortbereich um einen PENNY-Discountmarkt an der Hauptverkehrsstraße Schulenburgallee und damit rückwärtig zum Hansaplatz.

Räumliche Ausdehnung

Abb. 156: Fotos Nahversorgungszentrum Hansaplatz


Quelle: eigene Fotos

Der Hansaplatz stellt sich als städtebaulich homogene Einheit dar, an dem sich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vorrangig des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs wie auch ein erweitertes Angebot zentrenergänzender Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie o. ä.) befinden. Magnetbetrieb und damit wesentlicher Frequenzbringer ist eine Discountfiliale des Betreibers PENNY, die sich allerdings in verkehrszentraler Lage zur Schulenburgallee und demzufolge rückwärtig zum Hansaplatz befindet. Aufgrund fehlender Sichtbeziehungen ist der Austausch dieser beiden Standortbereiche und damit die potenziell frequenzerzeugende Wirkung des Magnetbetriebes nicht optimal, was zu gewissen Frequenz- bzw. Funktionsverlusten am Hansaplatz führt.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 157: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Hansaplatz⁴⁵


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

⁴⁵ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Insgesamt finden sich im Nahversorgungszentrum zum Zeitpunkt der Erhebung 13 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rund 1.430 qm. Die nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche liegt bei 835 qm. Der Anteil der Verkaufsfläche des Nahversorgungszentrums an der Verkaufsfläche des gesamten Ortsratsbereichs liegt bei 36,2 %. Veränderungen hat es seit dem EEP 2010 nicht gegeben.

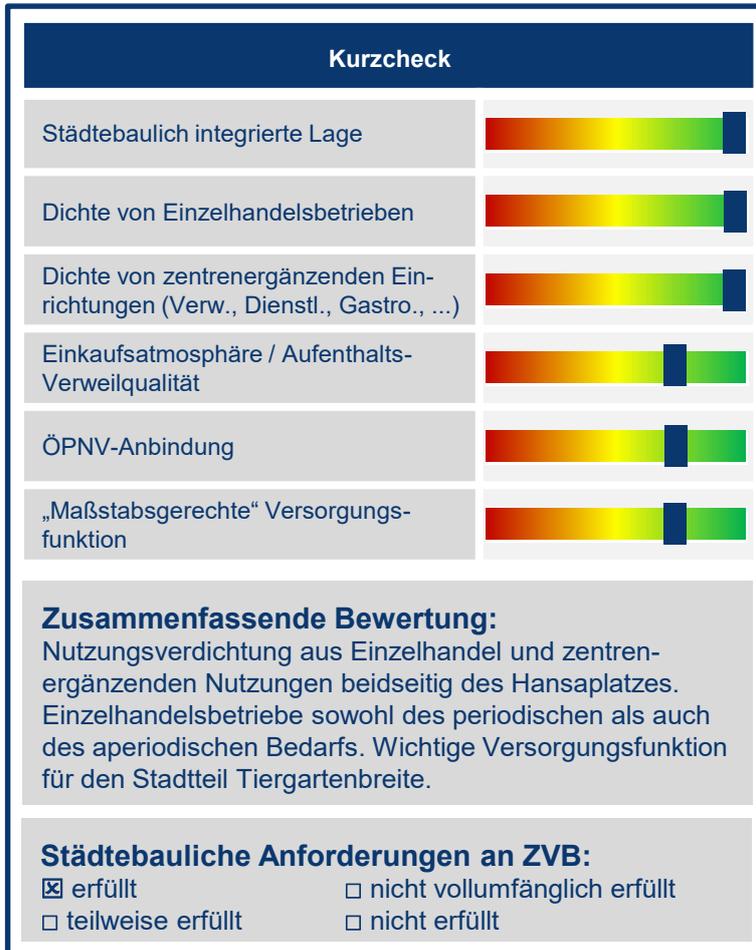
Abb. 158: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Hansaplatz

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	13
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.430 qm (keine Veränd.)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	835 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	465 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	36,2 %
Veränderung ggü. EEP 2010	Schließung SCHLECKER

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

Der im Nahversorgungszentrum vorhandene Angebotsbesatz entspricht seinem räumlich-funktional zugeordneten Versorgungsbereich, welcher sich im Besonderen auf den Stadtteil Tiergartenbreite erstreckt.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Hansaplatz

Abb. 159: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Hansaplatz


Quelle: eigene Darstellung

3.3.14.3 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung

Im Ortsratsbereich Nordstadt befindet sich neben den vorgenannten Nahversorgungszentren im Bereich Drömlingstraße / An der Teichbreite noch ein weiterer solitärer Nahversorgungsstandort. Hier hat sich auf einer Verkaufsfläche von rd. 500 qm ein PENNY-Discountmarkt mit Bäckerei etabliert. Der Markt weist einen unmittelbaren Wohngebietsbezug auf und übernimmt hiermit eine Versorgungsfunktion für den fußläufigen Nahbereich. Allerdings ist aufgrund der begrenzten Verkaufsflächendimensionierung sowie wegen fehlender ausreichender Stellplätze der langfristige Fortbestand des Marktes zu hinterfragen.

PENNY, Drömlingstraße

Abb. 160: Nahversorgungsstandort PENNY, Drömlingstraße

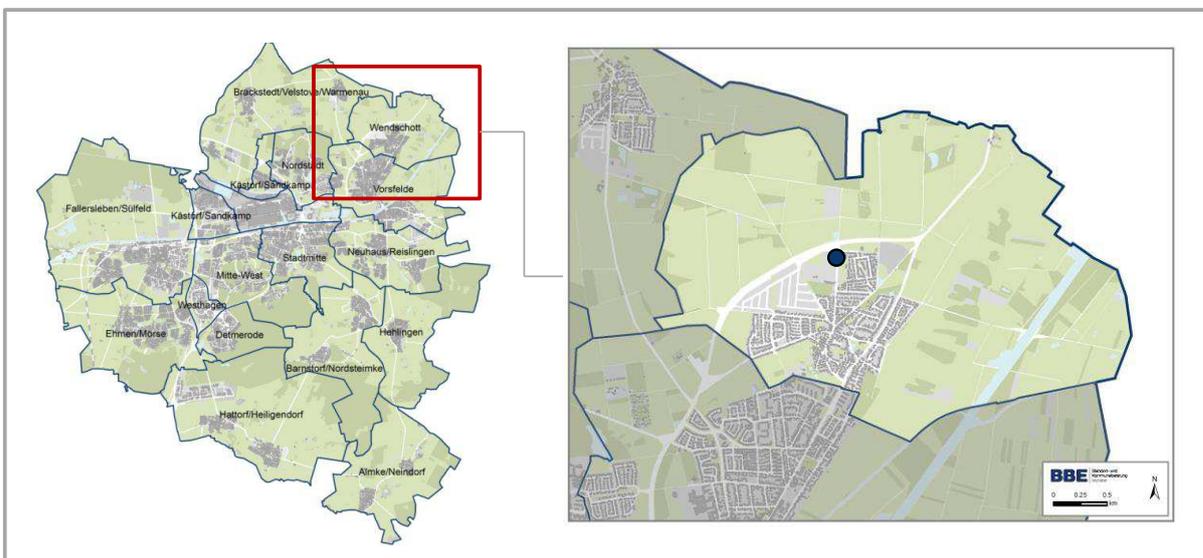
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.3.15 Ortsratsbereich Wendschott

In nordöstlicher Lage innerhalb des Wolfsburger Stadtgebietes liegt der Ortsratsbereich Wendschott mit 2.976 Einwohnern.

Räumliche Lage

Abb. 161: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Wendschott



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im gleichnamigen Ortsteil befindet sich lediglich ein solitärer Nahversorgungsstandort.

Standortkategorie gemäß EEP 2010

Abb. 162: Standortlagen im Ortsratsbereich Wendschott

Standortkategorie	Standortlage
Hauptzentrum	---
Stadtteilzentren	---
Nahversorgungszentren	---
LEF	---
Solitärer NV-Standort	ALDI, Alte Schulstraße
Fachmarkttagglomeration	---
Solitärer FM-Standort	---

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Der Einzelhandelsbesatz innerhalb des Ortsratsbereichs konzentriert sich somit ausschließlich auf die Angebotsstätte eines ALDI-Marktes mit

Einzelhandelsbesatz

einer Verkaufsfläche von etwa 735 qm, während weitere Anbieter seit 2010 aus dem Markt ausgetreten sind. Die Verkaufsflächenausstattung liegt je Einwohner mit 0,25 qm entsprechend unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt und auch niedriger als 2010.

Abb. 163: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Wendschott

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	1	-75,0 %	< 1 %
Verkaufsfläche in qm	735	-8,7 %	< 1 %
VK-Ausstattung je EW in qm	0,25	0,30	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	19,3	+22,2 %	2,4 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	21,6	-11,0 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

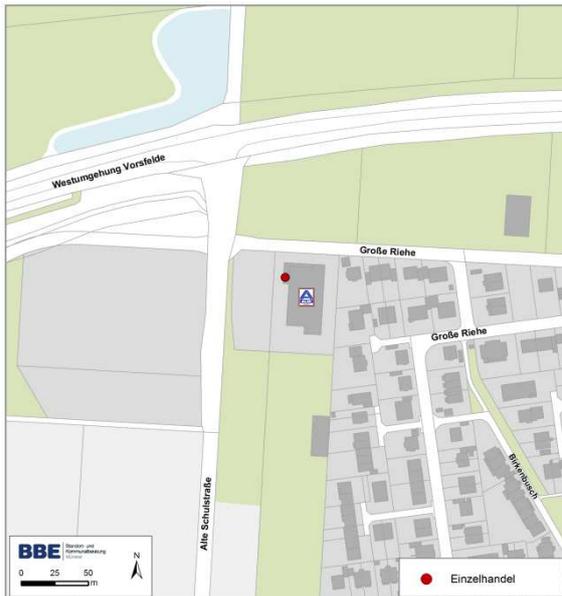
Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Wendschott umfasst rund 19,3 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist aufgrund der Einwohnerentwicklung sowie gestiegener Verbrauchsausgaben ein Zuwachs von 22,2 % zu verzeichnen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist im Vergleich zu 2010 wegen der Veränderungen im Besitz um -11,0 %-Punkte rückläufig.

Nachfragepotenzial

3.3.15.1 Standortbereich der Nahversorgung

Der ALDI-Markt an der Alte Schulstraße liegt am nördlichen Siedlungsrand des Ortsteils Wendschott und weist einen räumlichen Bezug zu den angrenzenden Wohnquartieren auf. Der Markt verfügt über eine discounttypische Betriebsanlage bei allerdings begrenzter Verkaufsflächen-dimensionierung, so dass sich aufgrund veränderter Markterfordernisse kurz- bis mittelfristig ein betrieblicher Anpassungsbedarf einstellen kann.

ALDI, Alte Schulstraße

Abb. 164: Nahversorgungsstandort ALDI, Alte Schulstraße

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

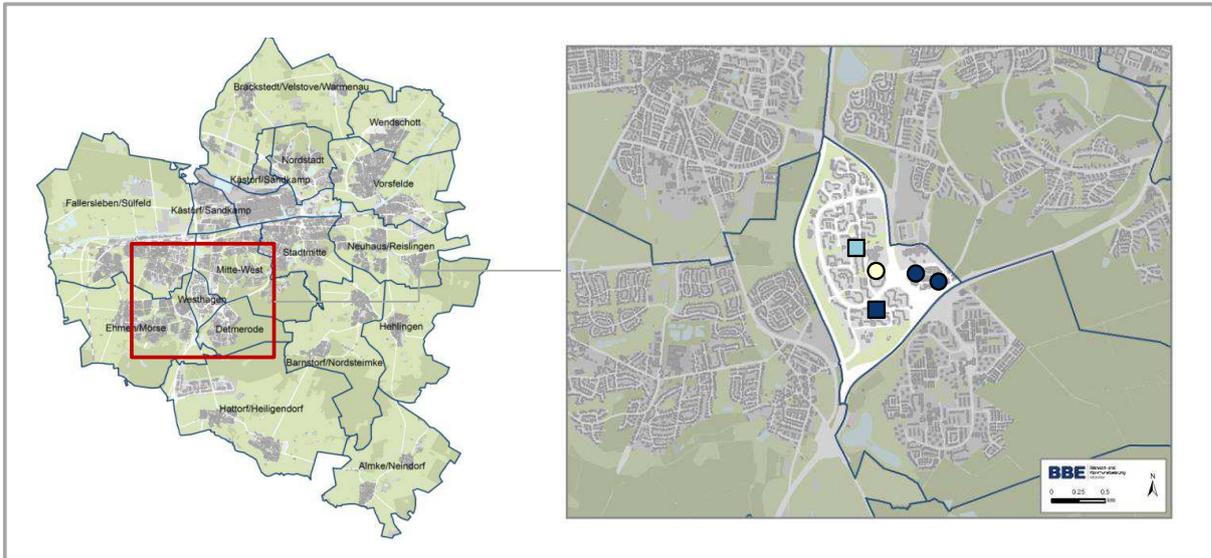
Der Markt übernimmt als einziger Anbieter innerhalb des Ortsteils im Zusammenspiel mit den Angebotsstrukturen im angrenzenden Ortsteil Vorfelde die wesentliche Versorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung im Ortsratsbereich.

3.3.16 Ortsratsbereich Westhagen

Südwestlich zur Wolfsburger Innenstadt liegt der Ortsratsbereich Westhagen mit dem gleichnamigen Stadtteil und einem Einwohnerpotenzial von 9.450 Personen.

Räumliche Lage

Abb. 165: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Westhagen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im EEP 2010 sind innerhalb des Ortsratsbereichs mit dem Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ ein zentraler Versorgungsbereich, am Stralsunder Ring ein LEF sowie weitere solitäre Standortlagen ausgewiesen worden, wobei der Standort des heutigen PENNY an der Halberstädter Straße zum Zeitpunkt der Konzepterarbeitung zum EEP noch nicht realisiert war.

Standortkategorie
gemäß EEP 2010

Abb. 166: Standortlagen im Ortsratsbereich Westhagen

Standortkategorie	Standortlage
 Hauptzentrum	---
 Stadtteilzentren	---
 Nahversorgungszentren	Westhagen EKZ
 LEF	Stralsunder Ring
 Solitärer NV-Standort	ALDI, Suhler Straße REWE, Braunschweiger Straße
 Fachmarkttagglomeration	---
 Solitärer FM-Standort	---
 Ohne Fkt.-Zuweisung	PENNY, Halberstädter Str.

Quelle: eigene Darstellung; EEP 2010

Im Ortsratsbereich Westhagen befinden sich aktuell 17 Einzelhandelsbetriebe. Im Vergleich zu 2010 entspricht dies einem Rückgang der Betriebsstättenanzahl um -10,5 %. Die Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von insgesamt 5.345 qm (1,7 % Anteil ggü. Gesamtstadt) auf. Trotz eines leichten Verkaufsflächenwachstums (+ 4,3 %) hat sich die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner leicht auf 0,57 verringert.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 167: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Westhagen

Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich			
	absolut	ggü. 2010	Vgl. WOB
Anzahl Betriebe	17	-10,5 %	2,4 %
Verkaufsfläche in qm	5.345	+4,3 %	1,7 %
VK-Ausstattung je EW in qm	0,57	0,59	2,47
Nachfragepotenzial in Mio. €	61,2	+21,2 %	7,5 %
Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	43,5	-6,1 %P	116,1

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Das Nachfragepotenzial der Bevölkerung in Westhagen umfasst rund 61,2 Mio. €. Im Vergleich zu 2010 ist ein Zuwachs von 21,2 % zu verzeichnen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation hat im Vergleich zu 2010 aufgrund veränderter Parameter (Bevölkerungszahl, Verbrauchsausgaben,

Nachfragepotenzial

Flächenleistungen) eine rückläufige Entwicklung um -6,1 %-Punkte zu verzeichnen.

3.3.16.1 Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ

Der Einzelhandelsbesatz des Nahversorgungszentrums Westhagen EKZ konzentriert sich im Wesentlichen auf ein Gebäudeensemble zwischen Hallesche Straße im Norden und Jenaer Straße im Süden. Das Nahversorgungszentrum befindet sich damit zentral innerhalb des hoch verdichteten und durch Großwohnbauten geprägten Stadtteils mit einem Einwohnerpotenzial von 9.450 Einwohnern.

Räumliche Ausdehnung

Abb. 168: Fotos Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ

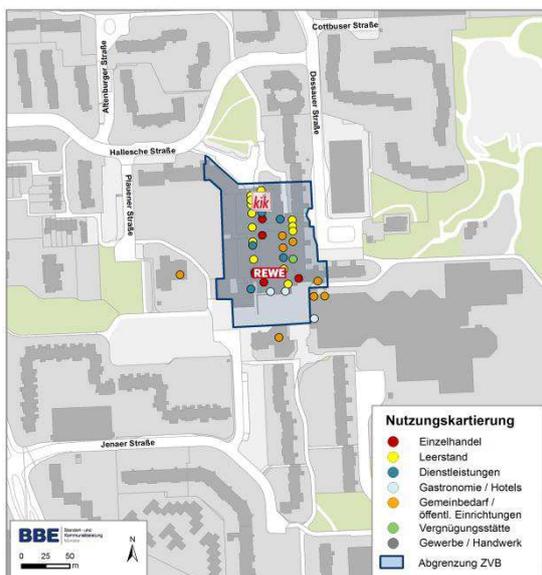


Quelle: eigene Fotos

Bei dem Westhagen EKZ handelt es sich um ein einheitlich geplantes Quartierszentrum mit Zentrencharakter. Das Nahversorgungszentrum weist hierbei einen Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich auf und dient damit der Versorgung der umliegenden, hoch verdichteten Wohnquartiere. Innerhalb des Zentrums fungiert ein REWE-Supermarkt als strukturprägender Betrieb. Daneben befinden sich einzelne kleinteilige Einzelhandelsgeschäfte, einige Dienstleistungen, gastronomische Angebote (wie Eisdiele) sowie öffentliche Einrichtungen. Allerdings sind deutliche Trading-Down-Effekte in Form von zahlreichen Leerständen sowie Unter- / Zwischennutzungen festzustellen, so dass das Nahversorgungszentrum in seiner derzeitigen Ausgestaltung seinem Versorgungsauftrag nicht bzw. nur stark eingeschränkt gerecht werden kann. Zukünftig werden gezielte Maßnahmen nötig sein, um den Trading-Down-Effekten entgegenzuwirken und somit einen weiteren Funktionsverlust zu verhindern. Dies hat auch vor dem Hintergrund zu erfolgen, dass seit Dezember 2000 ein Großteil des Stadtteils Westhagen als Sanierungsgebiet festgelegt worden ist und weitere Umstrukturierungsmaßnahmen u. a. in Bezug auf Wohnbebauungsstrukturen geplant sind.

Einzelhandelsstruktur

Abb. 169: Nutzungsmischung Nahversorgungsstandort Westhagen EKZ⁴⁶



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt finden sich zum Zeitpunkt der Erhebung acht Betriebsstätten des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von rund 1.950 qm. Strukturprägender Betrieb ist ein REWE-Supermarkt, der u. a. durch den Fachdiscounter KIK sowie kleinteiligen Einzelhandel ergänzt wird. Der nahversorgungsrelevante Anteil der Verkaufsfläche ist mit etwas mehr als 1.135 qm hoch. Der Anteil der Verkaufsfläche des Zentrums an der Verkaufsfläche des gesamten Ortsratsbereichs liegt bei 36,5 %.

Einzelhandelsbesatz

Abb. 170: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ

Kennzahlen zum Einzelhandel im ZVB	
Anzahl Betriebe	8
Verkaufsfläche in qm (Veränd. ggü. 2010)	1.950 qm (-4,1 %)
- davon nahversorgungsrelevant (in qm)	1.135 qm
- davon zentrenrelevant (in qm)	790 qm
Anteil VKF an Ortsratsbereich	36,5 %
Veränderung ggü. EEP 2010	Schließung SCHLECKER, Leerstand

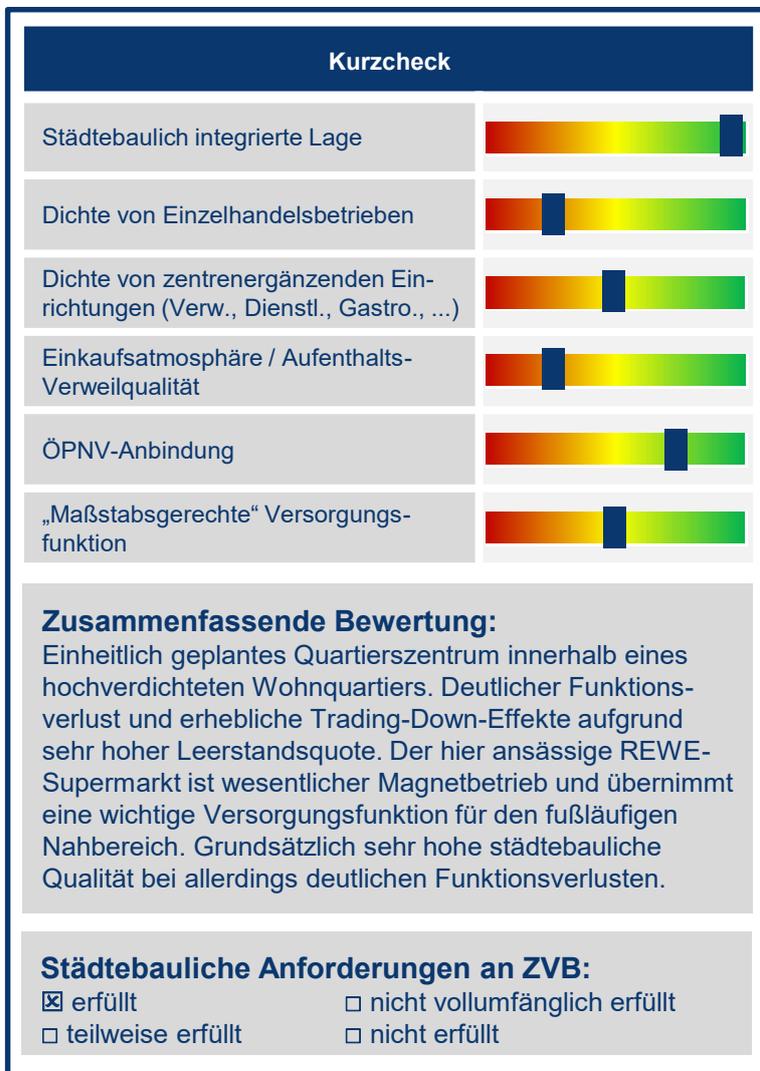
Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; Bestandserhebung des Wolfsburger Einzelhandels, Stand: August 2015; EEP 2010

⁴⁶ Abgrenzung gemäß EEP 2010

Anhand der nachfolgenden Bewertungskriterien ergibt sich für das Nahversorgungszentrum in Westhagen nachfolgende Einordnung.

Kurzcheck
Nahversorgungszentrum
Westhagen EKZ

Abb. 171: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ



Quelle: eigene Darstellung

3.3.16.2 Weitere Standortbereiche der Nahversorgung

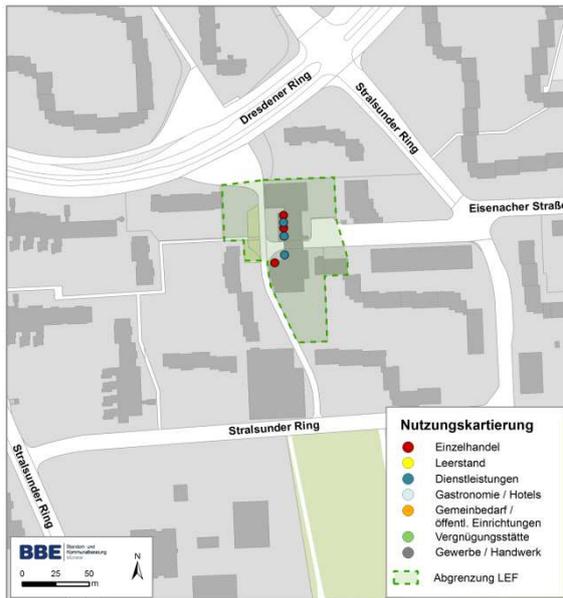
Neben dem Nahversorgungszentrum wird der Angebotsbesatz im Ortsratsbereich Westhagen durch weitere Standortlagen bestimmt, die im Rahmen des EEP 2010 in Bezug auf Nahversorgung ebenfalls eine Versorgungsfunktion zugewiesen bekommen haben.

Ein Bereich lokaler Einzelhandelsfunktion befindet sich am Stralsunder Ring. Hier ist ein kleiner Citykauf-Markt (ehemals NAHKAUF mit 350 qm VKF) standortprägender Betrieb. Kleinteiliger Einzelhandel sowie

LEF Stralsunder Ring

Dienstleister ergänzen diesen. Der Bereich dient ausschließlich der Versorgung des unmittelbaren Nahbereichs.

Abb. 172: Nutzungsmischung LEF Stralsunder Ring



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der ALDI-Discountmarkt an der Suhler Straße nimmt eine Standortlage in einem gewerblich geprägten Umfeld ein. Der Standort ist durch die mehrspurigen Verkehrsachsen Frankfurter Straße und Braunschweiger Straße von den Wohnsiedlungsbereichen in Westhagen, aber auch von Detmerode räumlich separiert. Somit befindet sich der Standort in einer städtebaulich nicht integrierten Lage ohne nennenswerte Nahversorgungsfunktion mit vorrangiger Ausrichtung auf den motorisierten Individualverkehr.

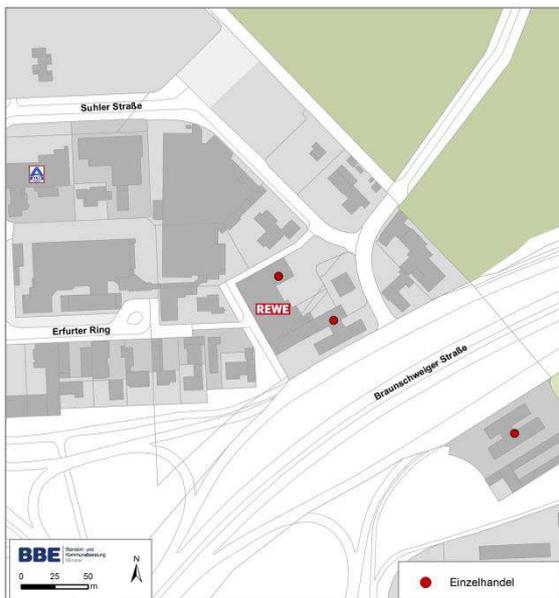
ALDI, Suhler Straße

Abb. 173: Nahversorgungsstandort ALDI, Suhler Straße

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In räumlicher Nähe zum ALDI-Markt liegt an der Braunschweiger Straße ein REWE-Supermarkt. Der Standort weist vergleichbare Lageeigenschaften auf.

REWE,
Braunschweiger Straße

Abb. 174: Nahversorgungsstandort REWE, Braunschweiger Straße

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In räumlicher Nähe zum Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ hat sich an der Halberstädter Straße in siedlungsintegrierter Lage in der jüngeren Vergangenheit eine moderne Discountfiliale des Betreibers PENNY etabliert. Da der Markt bei Aufstellung des EEP 2010 noch in Bau war, ist dem Standort bislang noch keine Versorgungsfunktion zugewiesen worden.

Abb. 175: PENNY, Halberstädter Straße



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

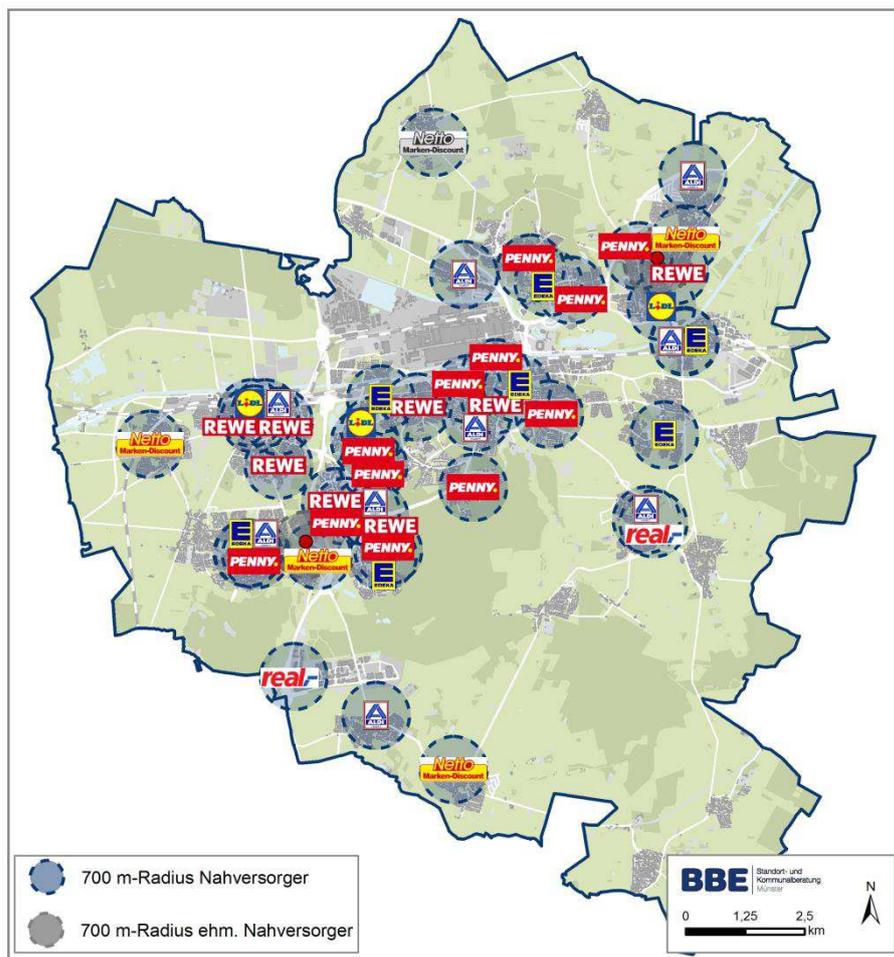
3.4 Nahversorgungssituation in Wolfsburg

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge nimmt die Grund- bzw. Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung oder wohnungsnaher Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden, die sich in räumlicher Nähe zum Wohnstandort des Bürgers befindet. Zu den Gütern der kurzfristigen Bedarfsdeckung zählen die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik.

Definition

Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Wolfsburg mit 0,42 qm Verkaufsfläche je Einwohner für Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,53 qm Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie / Parfümerie / Kosmetik zum Zeitpunkt der Erhebung als gut dar. Das Angebot ist durch zahlreiche, auf das Stadtgebiet verteilte Super- / Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sowie Discountfilialen unterschiedlicher Betreiber gekennzeichnet. Darüber hinaus sind weitere Angebote bei Fachmärkten sowie kleineren Anbietern, Ladenhandwerkern und Fachgeschäften etc. zu finden.

Quantitative Ausstattung

Abb. 176: Nahversorgung in Wolfsburg – Übersicht⁴⁷

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

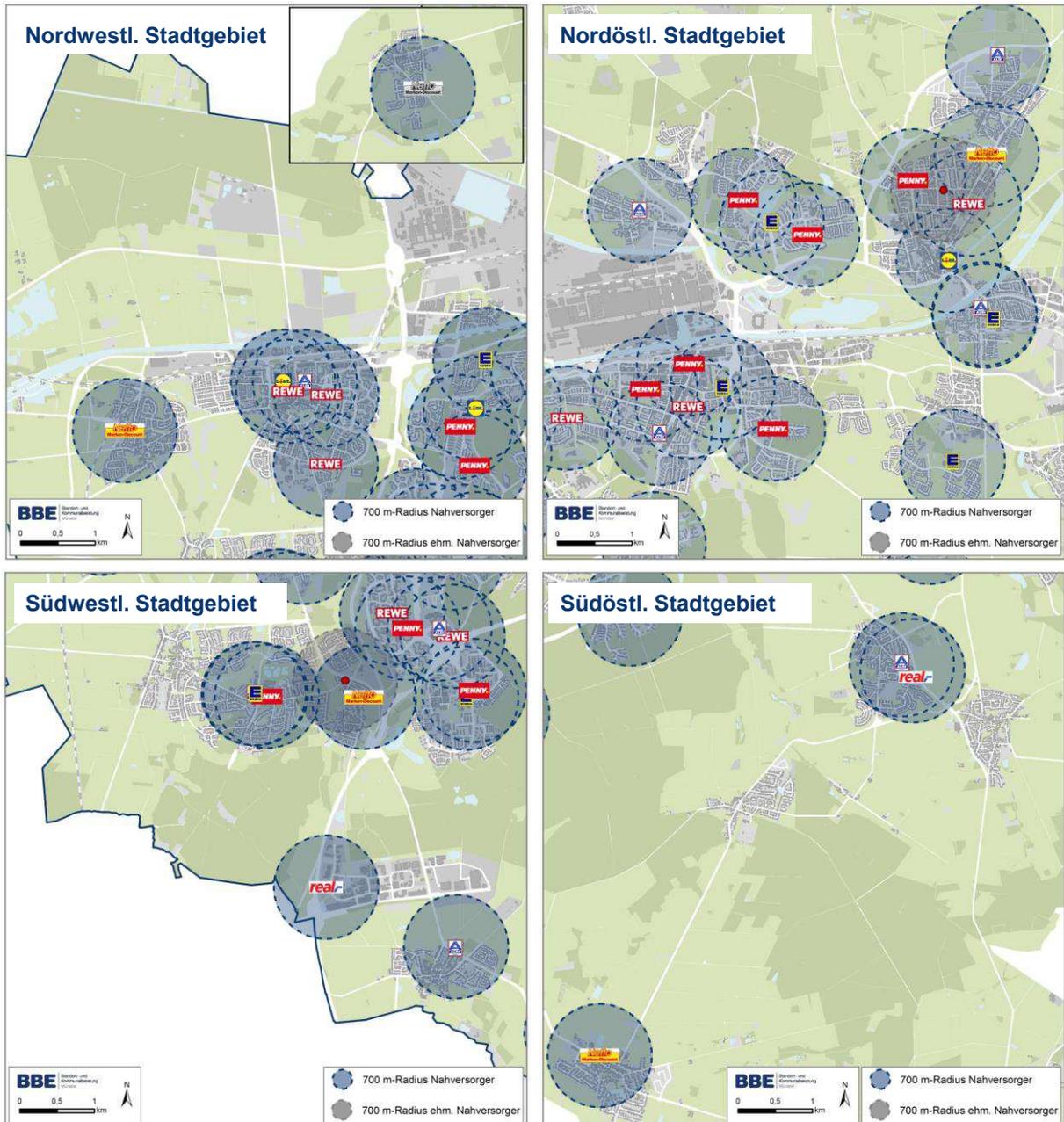
Neben der quantitativen Bewertung ist insbesondere die fußläufige Erreichbarkeit der Wohnquartiere ein wesentliches Merkmal der Qualität des Nahversorgungsangebotes. Der nachfolgenden Abbildung kann die räumliche Verteilung der wesentlichen Angebotsstätten der Nahversorgung entnommen werden. Um die einzelnen Standorte ist jeweils ein 700 m-Radius⁴⁸ gezogen worden.

Räumliche Ausstattung

⁴⁷ Inkl. NETTO-Planung in Brackstedt, welche bereits bauplanungsrechtlich abgesichert ist.

⁴⁸ Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von max. 700 m. Im Rahmen u.a. der Studie „Haushalte und Wohnungstypen im Generationenwechsel und integrierte Bewertung der Wohnlagen in der Stadt Wolfsburg“ wird mit <500 m (= „optimal erfüllt“) bzw. <750 m (= „hinreichend erfüllt“) ein vergleichbarer Entfernungswert gewählt.

Abb. 177: Nahversorgungssituation – Versorgungsradien Detailansicht



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Für die Bewohner innerhalb der bläulich dargestellten Radien ist eine fußläufige Nahversorgung gegeben. Aufgrund der hohen Angebotsdichte im Kernstadtgebiet der Stadt Wolfsburg ist eine weitestgehend flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs gegeben, wenngleich einige Wohnquartiere nicht innerhalb dieser Gehzeit von 10 Minuten (ca. 700 m) abgedeckt werden können.

Räumliche
Konzentration

Hierbei ist insbesondere in einigen räumlich von der Kernstadt abgerückten, peripher gelegenen Siedlungsbereichen ein geringeres Angebot festzustellen. Aufgrund der dort geringen Einwohnerdichte haben sich hier mit Ausnahme einzelner kleinteiliger Angebotsstrukturen zum Teil keine eigenständigen Versorgungsstrukturen herausgebildet. Durch die geringe Bevölkerungszahl und die damit einhergehende fehlende wirtschaftliche Tragfähigkeit sind größere Entwicklungen hier i. d. R. auch nicht zu erwarten.

Grundsätzlich besteht jedoch eine sehr gute und nahezu flächendeckende Versorgung, wenngleich sich die örtlichen Angebotsstätten hinsichtlich ihrer Standort- und Lagequalität und der damit einhergehenden Versorgungsfunktion unterscheiden. Nachfolgend sollen die Standorte der Nahversorgung anhand der hier aufgeführten Kriterien inkl. definierter Spannbreiten differenziert und den Standortkategorien des künftigen räumlich-funktionalen Zentrenmodells zugeordnet werden.

Unterschiedliche Standortqualitäten

Abb. 178: Kriterien zur Standortbewertung

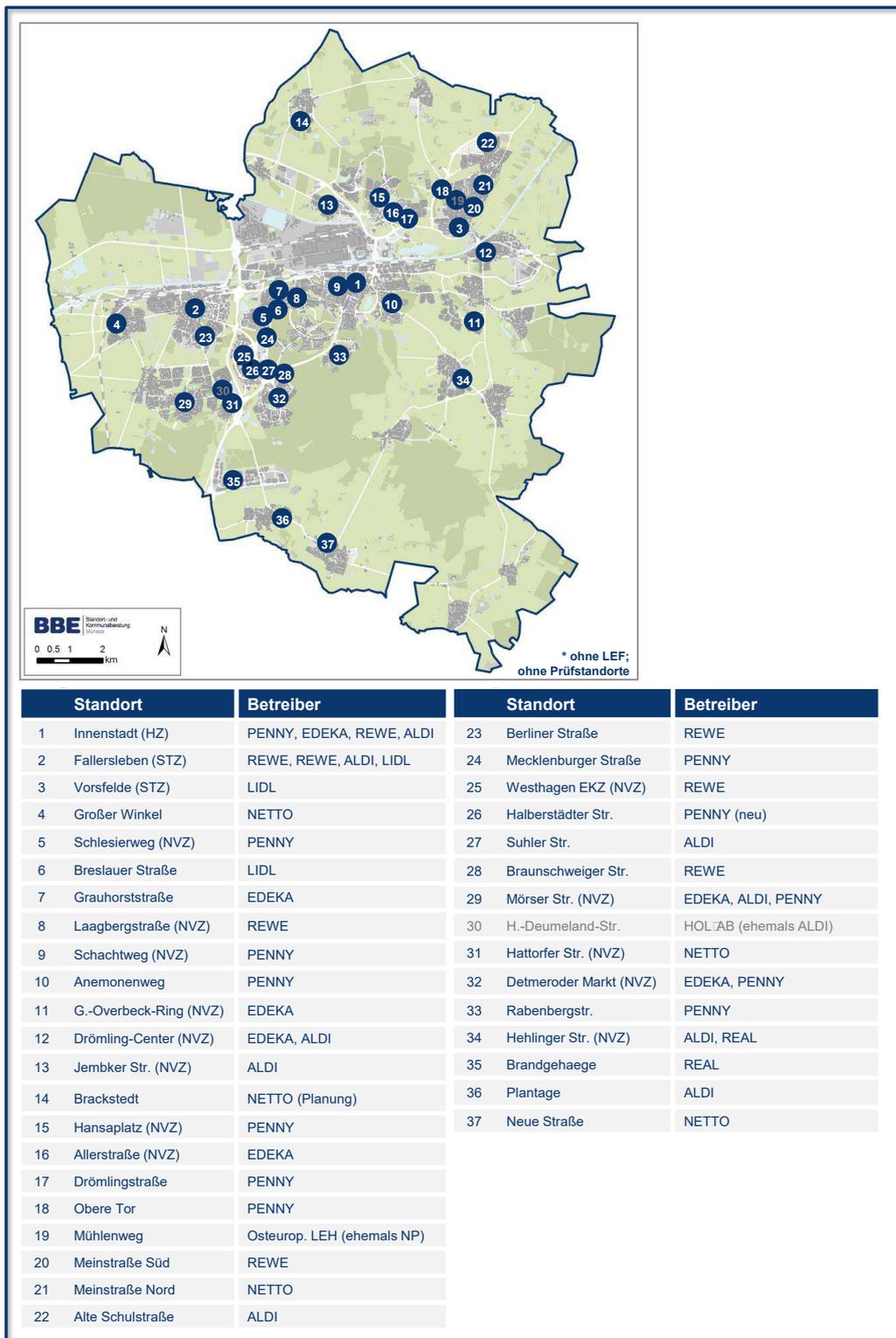
Kriterien	Bewertungsaspekte (Spannbreiten)	
Lage / Integration	<ul style="list-style-type: none"> Nicht integrierte, zumeist verkehrsorientierte Lage mit vorrangig gewerblicher Nutzung im Standortumfeld 	<ul style="list-style-type: none"> Zentrale Lage innerhalb eines schützenswerten Bereichs bzw. integrierte Lage mit unmittelbarem Wohnbezug
Nahbereichspotenzial (700 m-Radius)	<ul style="list-style-type: none"> Geringes Einwohnerpotenzial: < 2.000 Einwohner; fußläufige Erreichbarkeit aufgrund räumlicher Zäsuren eingeschränkt 	<ul style="list-style-type: none"> Sehr hohes Einwohnerpotenzial: > 5.000 Einwohner
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Vorrangig Ausrichtung auf den motorisierten Individualverkehr bei einem erweiterten Einzugsbereich bzw. eingeschränkte wohnortnahe Versorgungsfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> Magnetfunktion für seinen Standortbereich Grundversorgung der unmittelbar umliegenden Wohngebiete / des Ortsteils = Funktion für die wohnortnahe Versorgung
Städtebauliche Versorgungsrelevanz	<ul style="list-style-type: none"> Standort mit nur begrenzten städtebaulichen Qualitäten sowie ggf. mit Überschneidungen mit den Nahbereichen weiterer Anbieter 	<ul style="list-style-type: none"> Alleiniger Anbieter für seinen Versorgungsbereich bzw. nur geringfügige Überschneidungen mit den Nahbereichen weiterer Anbieter Behebung einer Versorgungslücke
Nutzungsmischung / -dichte	<ul style="list-style-type: none"> Keine bzw. nur vereinzelte ergänzende handelsaffine Nutzungsverdichtungen (Dienstleistung, Gemeinbedarf etc.); ohne städtebaulichen Zentrencharakter 	<ul style="list-style-type: none"> Weitere (kleinteilige) Einzelhandelsnutzungen Weitere zentrenergänzende Nutzungen (Dienstleistung, Gemeinbedarf etc.)
Gesamtattraktivität / Wettbewerbsfähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> Fehlende Wettbewerbsfähigkeit aufgrund von Mängeln bei den Objekteigenschaften 	<ul style="list-style-type: none"> Zeitgemäße Objekteigenschaften (insb. hinsichtlich der Flächendimensionierung)
ÖPNV-Einbindung	<ul style="list-style-type: none"> Keine bzw. nur sehr begrenzte Anbindung 	<ul style="list-style-type: none"> Anbindung durch mehrere Buslinien

Quelle: eigene Darstellung

Nachfolgende Standorte der Nahversorgung sollen anhand der o. g. Bewertungskriterien näher untersucht werden.

Standorte mit großflächigem Anbieter der Nahversorgung

Abb. 179: Standorte mit wesentlichem Anbieter der Nahversorgung



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Die vorgenannten größeren Anbieter der Nahversorgung sind hinsichtlich ihrer jeweiligen Standortqualität zu unterscheiden und lassen sich generell in nachfolgende Standortlagen einordnen:

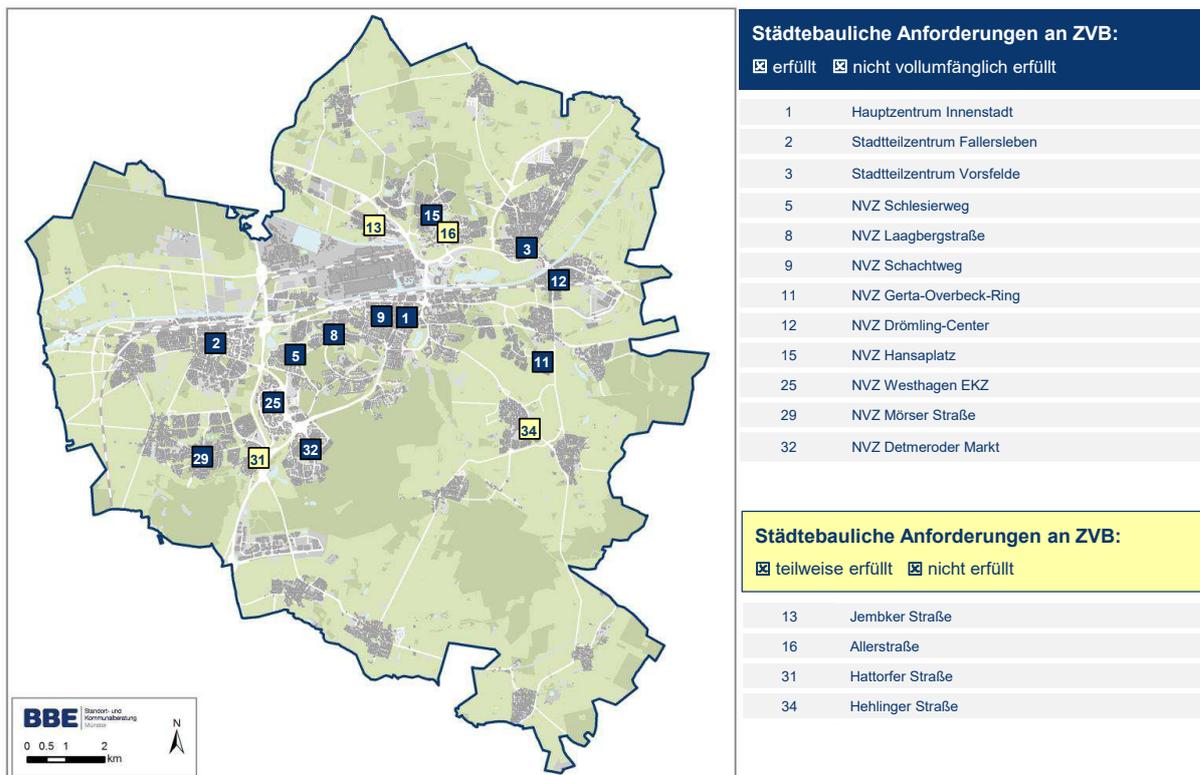
- Großflächige Anbieter der Nahversorgung innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs
- Großflächige Anbieter der Nahversorgung außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs (= solitäre Nahversorgungslage)

3.4.1 Größere Anbieter der Nahversorgung innerhalb eines ZVB

Die Nahversorgung innerhalb des Wolfsburger Stadtgebiets wird u. a. durch großflächige Lebensmittelmärkte innerhalb zentraler Versorgungsbereiche abgedeckt, wobei sich die Einordnung und Abgrenzung dieser schützenswerten Bereiche zunächst an den konzeptionellen Aussagen des EEP 2010 orientieren.

Während einige dieser schützenswerten Standortbereiche den im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes definierten städtebaulichen Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen bzw. weitestgehend erfüllen, sind bei weiteren Standortlagen gemäß nachfolgender Abbildung die städtebaulichen Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich nicht bzw. nur teilweise erfüllt.⁴⁹

⁴⁹ Siehe hierzu auch formulierten Kriterien (siehe Kap. 3.3.1.2) sowie die jeweiligen Kurzchecks zu den einzelnen Standortbereichen im Kap. 3.3.

Abb. 180: Überblick größerer Anbieter der Nahversorgung in den ZVB⁵⁰


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Es sind somit insbesondere die Standortbereiche hinsichtlich ihrer künftigen Einordnung in das räumlich-funktionale Zentrenmodell einer vertiefenden Beurteilung zu unterziehen, welche die Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nicht bzw. nur teilweise erfüllen und somit im Rahmen des künftigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ggf. eine andere Funktion (\neq zentraler Versorgungsbereich) zugewiesen bekommen (können). Dies sind:

- Nahversorgungszentrum Jembker Straße (ALDI)
- Nahversorgungszentrum Aller Straße (EDEKA)
- Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße (NETTO)
- Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße (REAL, ALDI)

Für die vorgenannten Standortlagen wird ein vertiefender Standort-Kurzcheck vorgenommen. Die Bewertung erfolgt anhand der

Neue Funktions-
zuweisung ggü.
EEP 2010

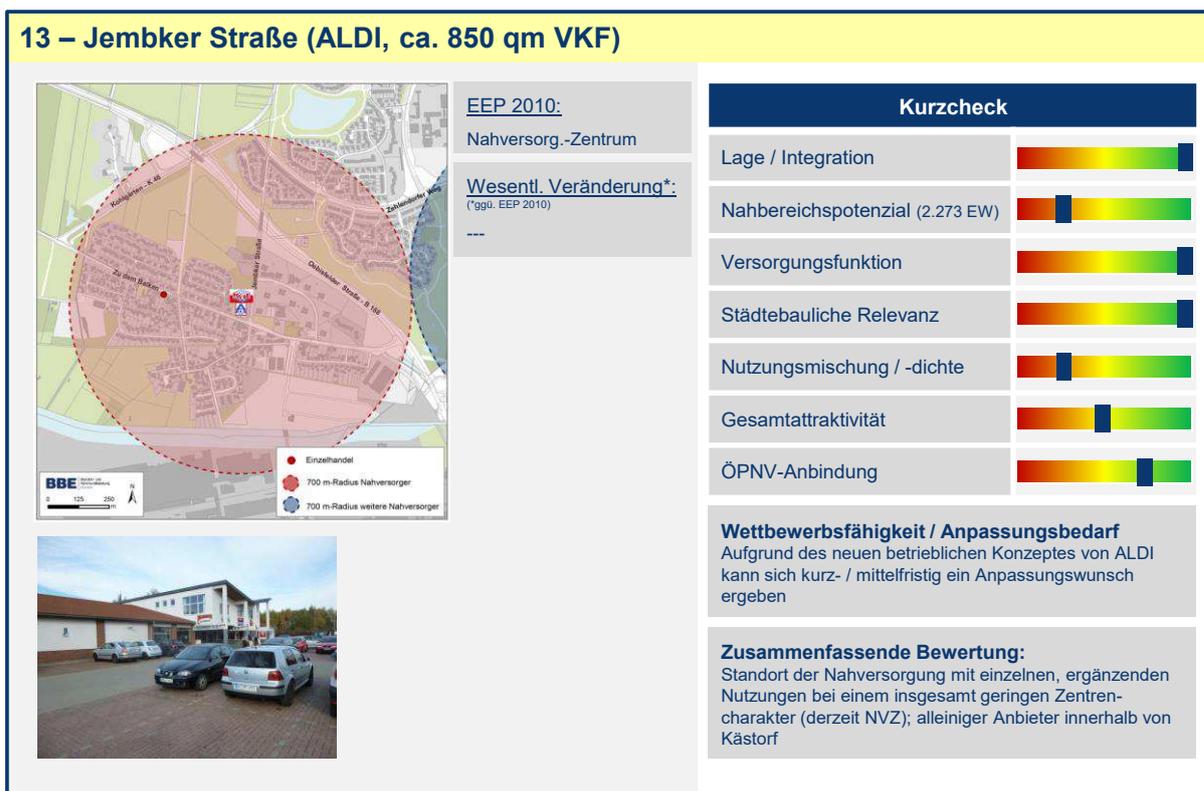
⁵⁰ Nummerierung nach gleichbleibender Reihenfolge gemäß Abb. 179

Bewertungskriterien gemäß Abb. 178⁵¹ sowie an den bereits erfolgten Profilen zu den zentralen Versorgungsbereichen.⁵²

Bei dem Standort an der Jembker Straße handelt es sich um einen großflächigen Standort im nördlichen Stadtgebiet in städtebaulich integrierter Standortlage mit einzelnen, ergänzenden Nutzungen (u. a. HOLA-B-Getränkemarkt). Aufgrund der Lage am äußeren Siedlungsbereich erschließt sich allerdings nur ein begrenztes Nahbereichspotenzial. Als alleiniger Anbieter innerhalb von Kästorf übernimmt der Markt dennoch eine wesentliche Versorgungsfunktion für diesen Ortsteil. Wie bereits angeführt, ist der angrenzende Standortbereich allerdings nur durch eine geringe Nutzungsmischung bzw. -dichte bestimmt, so dass insgesamt nur ein geringer Zentrencharakter besteht. Aufgrund der eingeschränkten Nutzungsmischung weist der Standort somit den Charakter eines solitären Nahversorgungsstandortes auf.

ALDI, Jembker Straße

Abb. 181: Kurzprofil Standort 13 – Jembker Straße (ALDI)

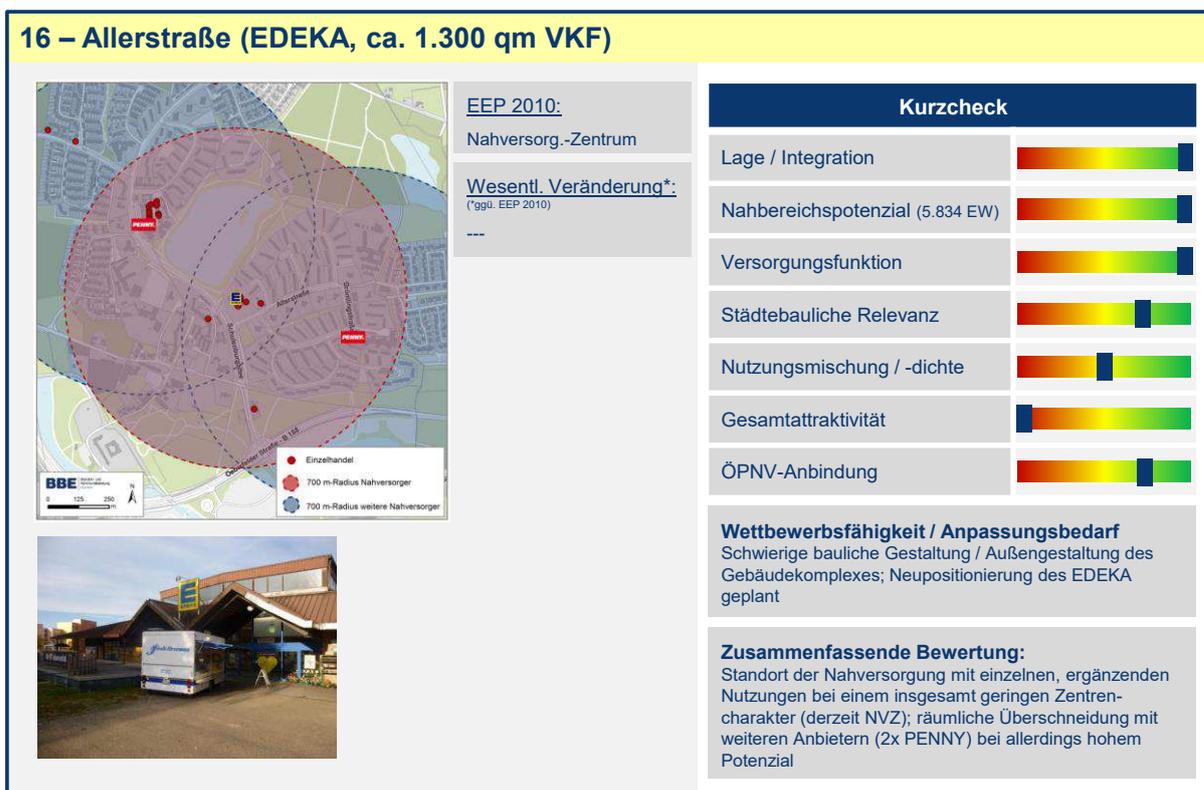


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

⁵¹ In Vernehen mit den Kriterien gemäß Kap. 3.3.1.2
⁵² Siehe Kapitel 3.3

Im Nahversorgungszentrum an der Allerstraße und damit in städtebaulich integrierter Lage befindet sich ein EDEKA-Supermarkt. Das Nahbereichspotenzial dieses Standortes ist mit rd. 5.834 Einwohnern als sehr hoch zu bewerten, auch weil unmittelbar Wohnquartiere mit verdichteten Bebauungsstrukturen angrenzen. Der Markt kann damit grundsätzlich eine Versorgungsfunktion im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung übernehmen. Allerdings steht der Markt hierbei im Wettbewerb mit zwei Discountfilialen des Betreibers PENNY (Hansaplatz, Drömlingstraße) und ist nicht alleiniger Anbieter innerhalb dieses Siedlungsraumes. Auch dieser Standortbereich ist zudem nur durch eine geringe Nutzungsmischung bzw. -dichte bestimmt, ohne hierdurch einen wesentlichen Zentrencharakter zu entfalten. Aufgrund der eingeschränkten Nutzungsmischung hat dieser eher den Charakter eines solitären Nahversorgungsstandortes.

Abb. 182: Kurzprofil Standort 16 – Allerstraße (EDEKA)

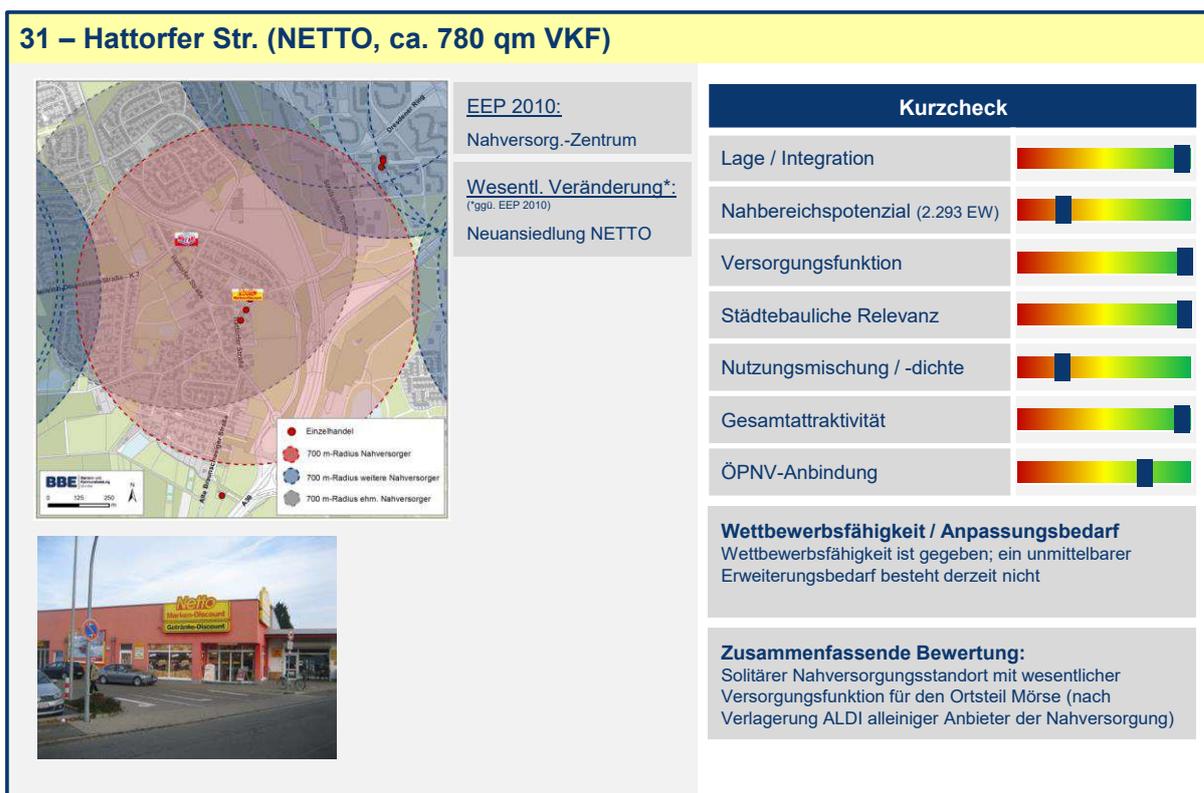


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im südwestlichen Stadtgebiet von Wolfsburg befindet sich der NETTO-Markt an der Hattorfer Straße in städtebaulich integrierter Siedlungslage. Der Standort ist als wettbewerbsfähig einzustufen. Nach der Verlagerung

des ALDI-Marktes dient der NETTO als einziger Nahversorgungsstandort mit wesentlicher Versorgungsfunktion für den Ortsteil Mörse bei einem allerdings begrenzten Nahbereichspotenzial. Die weiteren Angebots- und Nutzungsstrukturen innerhalb des Ortskerns sind zudem deutlich begrenzt, so dass auch hier die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich nur in Teilen erfüllt sind. Im Ergebnis weist der Markt eher den Charakter eines Nahversorgungsstandortes mit geringfügiger Nutzungsergänzung auf.

Abb. 183: Kurzprofil Standort 31 – Hattorfer Straße (NETTO)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke befindet sich das Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße mit dem REAL-SB-Warenhaus und einem ALDI-Markt sowie ergänzenden Anbietern (ROSSMANN, ABC-Schuhe etc.) und weiteren handelsaffinen Nutzungen in teilintegrierter Siedlungslage.⁵³ Mit dem hier ansässigen SB-Warenhaus sowie den weiteren Fachmärkten entspricht das örtliche Einzelhandelsangebot,

REAL, ALDI,
Hattorfer Straße

⁵³ Wobei sich dies im Zuge künftiger Wohnbauentwicklungen deutlich verändert wird, so dass kurz- bis mittelfristig eine vollumfänglich integrierte Lage mit Wohnbebauung zu allen Seiten gegeben sein wird.

auch im Hinblick auf seine Anlagengestaltung, nicht einem Nahversorgungszentrum, sondern einem Fachmarktzentrum. Aufgrund der Dimensionierung und Agglomerationslage übernimmt der Standortbereich zudem eine Versorgungsfunktion, die sich nicht nur auf die Ortsteile Nordsteimke, Hehlingen und Barnstorf beschränkt, sondern auch auf die weiteren Stadt- und Ortsteile von Wolfsburg sowie darüber hinaus auf die angrenzenden Umlandgemeinden erstreckt und damit deutlich über die Versorgungsfunktion eines Nahversorgungszentrums hinausgeht.

Abb. 184: Kurzprofil Standort 34 – Hehlinger Straße (REAL, ALDI)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.4.2 Größere Anbieter der Nahversorgung außerhalb ZVB

Neben den großflächigen Anbietern der Nahversorgung innerhalb zentraler Versorgungsbereiche befinden sich darüber hinaus auch weitere Standorte von Lebensmittelmärkten außerhalb der Zentren. Auch diese sollen hinsichtlich ihrer Lage, ihrem Nahbereichspotenzial etc. und damit anhand nachfolgender Kriterien untersucht werden.

Kriterien zur Standortbewertung der Nahversorgung

Abb. 185: Kriterien zur Standortbewertung der Nahversorgung

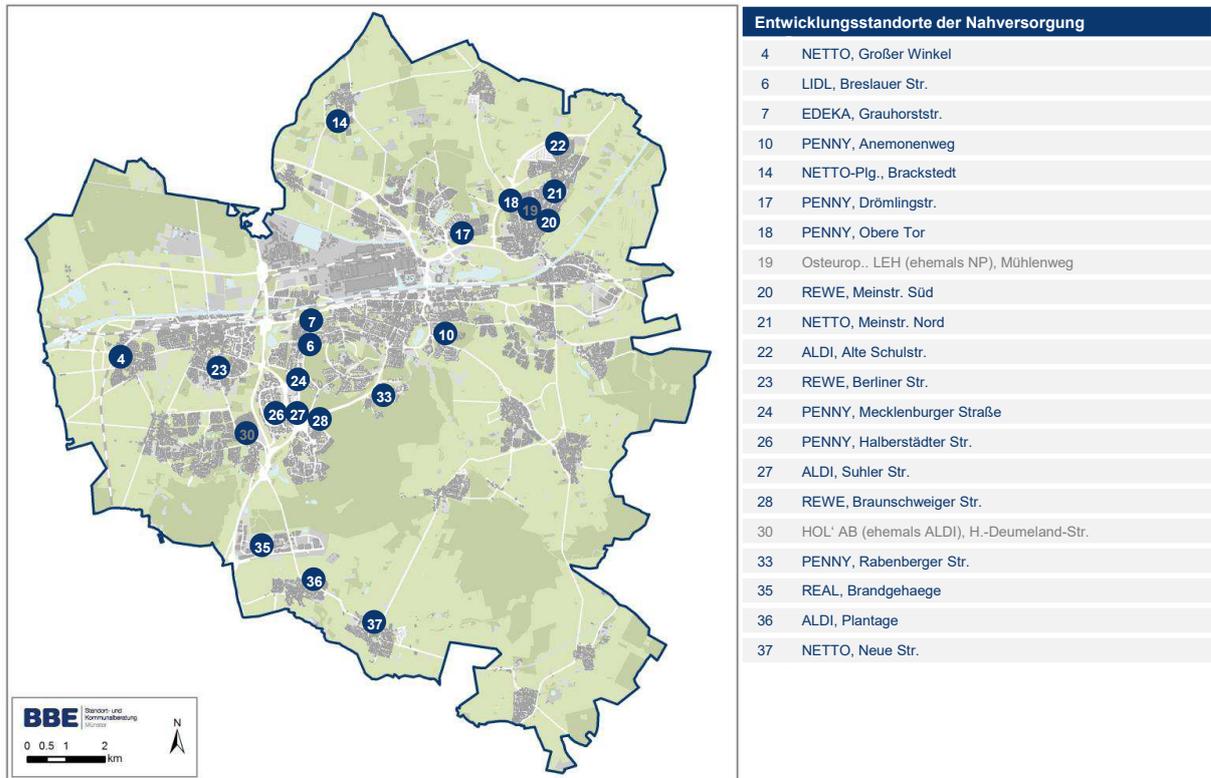
Kriterien	Bewertungsaspekte
Lage / Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Räumliche Lage im Siedlungsgefüge ▪ Integration in den Siedlungsraum
Nahbereichspotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einwohnerzahl im Nahbereich (700 m-Radius)
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung ▪ Dimensionierung des Einzugsgebietes
Städtebauliche Versorgungsrelevanz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung für die Versorgungssituation am Standort / im Versorgungsgefüge ▪ Weitere Nahversorger im Standortumfeld ▪ Überschneidung von Versorgungsradien
Nutzungsmischung / -dichte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung in Nutzungs- und Funktionsmischung im Standortumfeld ▪ Frequenzbringer / Magnet für ergänzende Nutzungen
Wettbewerbsfähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Positionierung im Wettbewerb ▪ Einordnung in branchenübliche Markt(eintritts)größen
ÖPNV-Einbindung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angemessene Anbindung an den ÖPNV

Quelle: eigene Darstellung

Hierbei handelt es sich um nachfolgende Standorte der Nahversorgung, die eine Lage außerhalb zentraler Versorgungsbereiche einnehmen.

Standorte der Nahversorgung außerhalb ZVB

Abb. 186: Standorte der Nahversorgung außerhalb zentraler Versorgungsbereiche⁵⁴



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

⁵⁴ Nummerierung nach gleichbleibender Reihenfolge gemäß Abb. 179

Im westlichen Ortsteil Sülfeld befindet sich ein solitär gelegener NETTO-Markt mit zeitgemäßer Betriebsanlage in städtebaulich integrierter Lage. Das Nahbereichspotenzial ist aufgrund einer geringen Bevölkerungsdichte in Sülfeld als vergleichsweise gering einzustufen. Dennoch übernimmt der NETTO-Markt als alleiniger Anbieter der Nahversorgung die wesentliche Versorgungsfunktion für den Ortsteil.

NETTO,
Großer Winkel
(Sülfeld)

Abb. 187: Kurzprofil Standort 4 – Großer Winkel (NETTO)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der Nahversorgungsstandort des LIDL-Marktes an der Breslauer Straße befindet sich in verkehrszentraler, teilintegrierter Lage am Rand mehrerer Wohngebiete im Ortsratsbereich Mitte-West. Das Nahbereichspotenzial ist mit 5.394 Einwohnern relativ hoch. Der Standort steht jedoch im direkten Wettbewerb mit den nahgelegenen Nahversorgungszentren an der Laagbergstraße sowie am Schlesierweg.

LIDL,
Breslauer Straße
(Mitte-West)

Abb. 188: Kurzprofil Standort 6 – Breslauer Straße (LIDL)



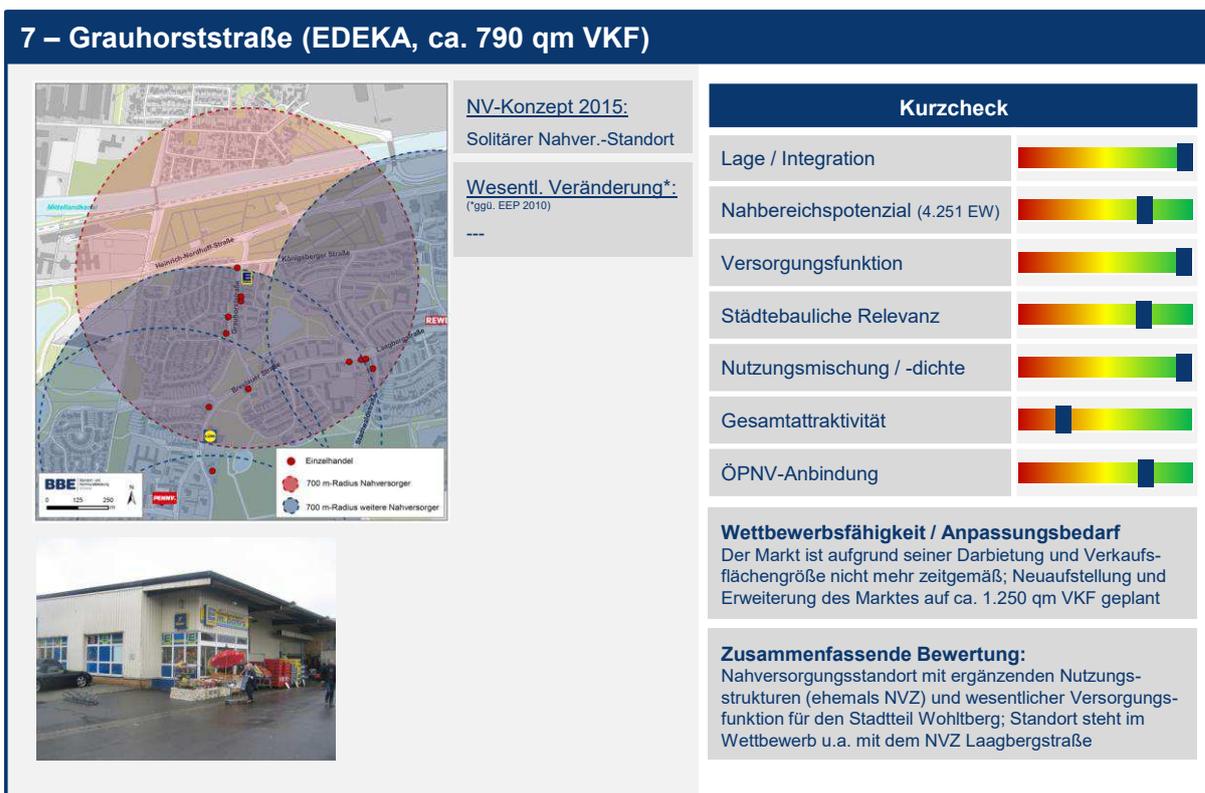
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der EDEKA-Markt an der Grauhorststraße liegt in siedlungsintegrierter und verkehrsgünstiger Lage innerhalb des Ortsratsbereichs Mitte-West. Der Markt übernimmt bei einem guten Nahbereichspotenzial von 4.251 Einwohnern zusammen mit den ergänzenden Nutzungsstrukturen des ehemaligen Nahversorgungszentrums⁵⁵ eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil Wohlthberg. Allerdings steht der Standort hierbei im Wettbewerb zu weiteren Nahversorgungsstandorten, u. a. dem Nahversorgungszentrum Laagbergstraße, so dass es zu einer „Überlappung“ der Versorgungsbereiche kommt.

EDEKA,
Grauhorststraße
(Mitte-West)

Der EDEKA-Markt verfügt über eine nicht mehr zeitgemäße Betriebsanlage und kann mit seinem derzeitigen Marktauftritt nur eine begrenzte Attraktivität entfalten. Kurz- bis mittelfristig ist durch Einbeziehung angrenzender Flächen (ehemaliger PENNY-Standort) eine Neupositionierung und Erweiterung des Marktes geplant.

Abb. 189: Kurzprofil Standort 7 – Grauhorststraße (EDEKA)



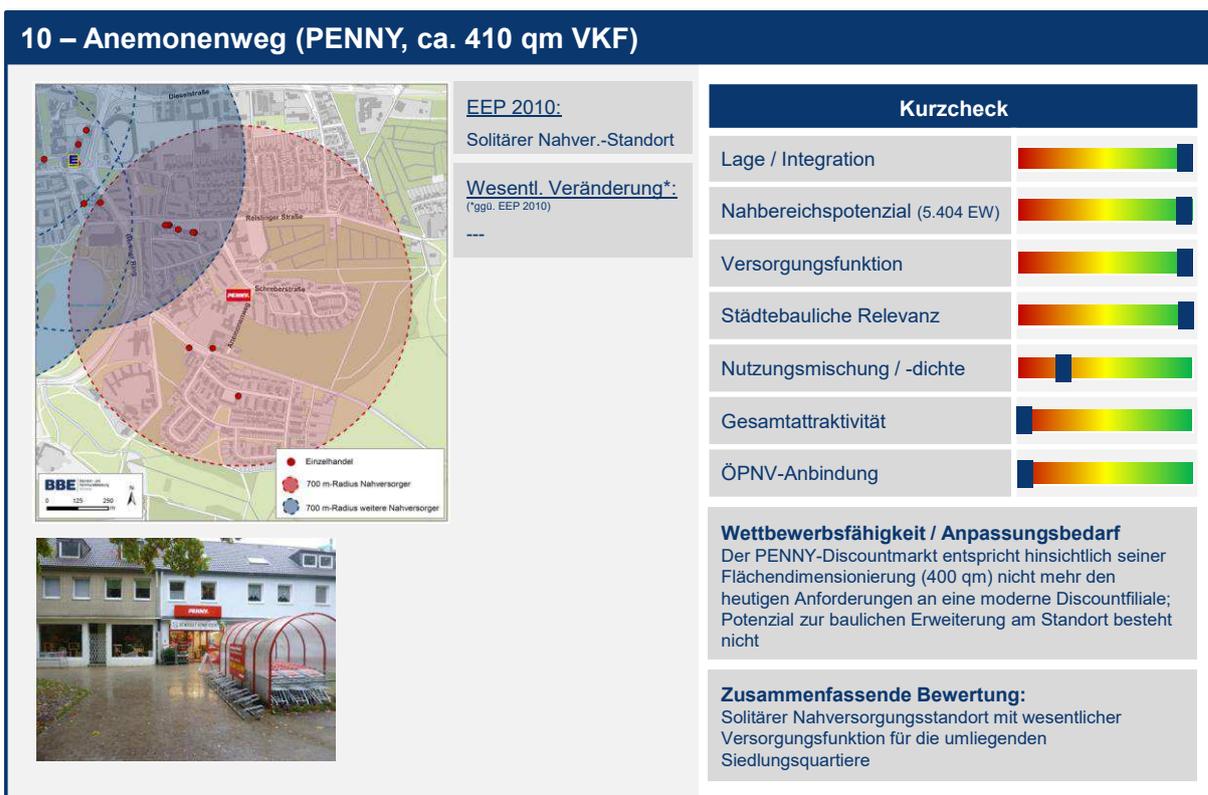
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

⁵⁵ Gemäß Nahversorgungskonzept für den Ortsratsbereich Mitte-West, 2015

Der PENNY-Markt am Anemonenweg liegt in städtebaulich integrierter Siedlungslage innerhalb umliegender Siedlungsquartiere. Entsprechend ist das Nahbereichspotenzial vergleichsweise hoch. Der solitäre Nahversorgungsstandort besitzt eine wesentliche Versorgungsfunktion für diese Wohnbereiche. Jedoch entspricht der PENNY-Markt hinsichtlich seiner Verkaufsfläche (400 qm) nicht mehr den heutigen Anforderungen an moderne Discounter. Potenzial für eine bauliche Erweiterung an diesem Standort ist allerdings nicht zu erkennen.

PENNY,
Anemonenweg
(Stadtmitte)

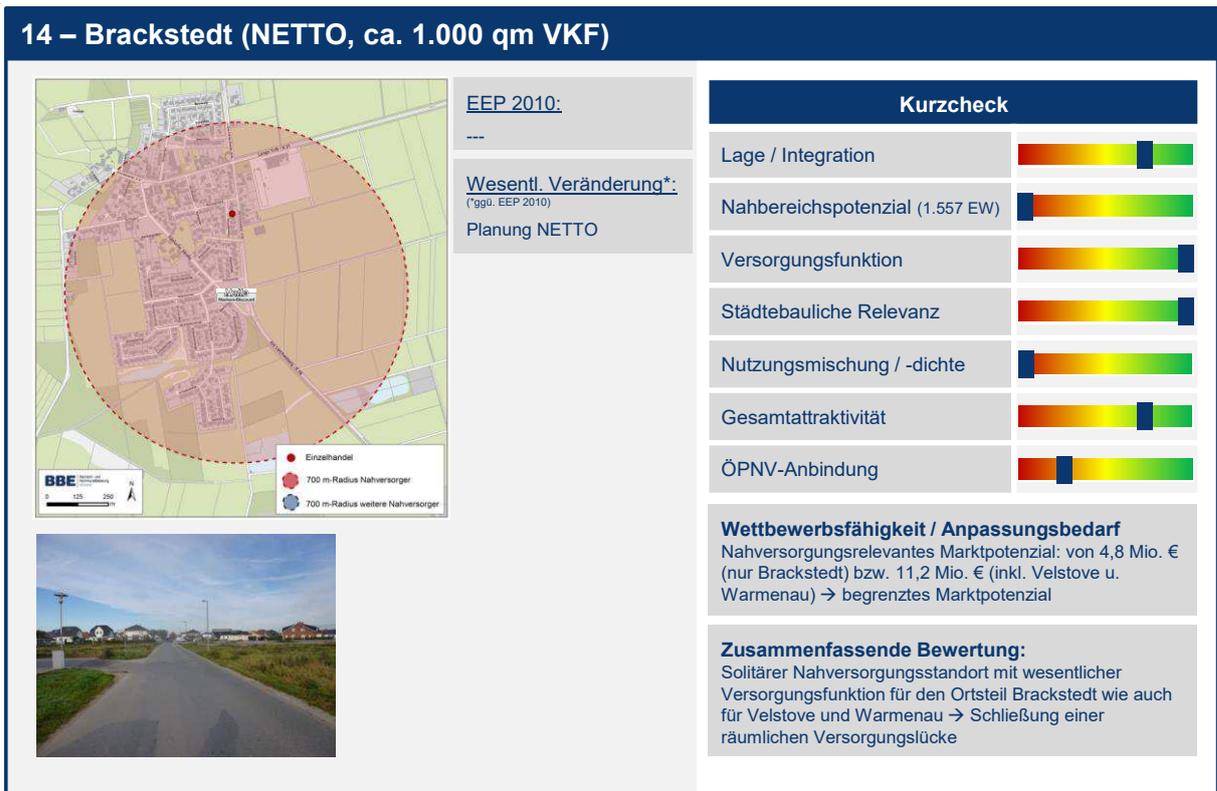
Abb. 190: Kurzprofil Standort 10 – Anemonenweg (PENNY)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Für den nördlich der Kernstadt abgesetzten, peripher gelegenen Ortsteil Brackstedt besteht aktuell die planungsrechtlich abgesicherte Planung für einen NETTO-Discountmarkt. Die Realisierung des Discountmarktes wird eine räumliche Versorgungslücke schließen und eine wesentliche Versorgungsfunktion nicht nur für den Ortsteil Brackstedt, sondern auch für die angrenzenden Ortsteile Velstove und Warmenau übernehmen, in denen aufgrund des begrenzten Einwohnerpotenzials die Realisierung eigener Versorgungsstrukturen nicht zu erwarten ist.

Abb. 191: Kurzprofil Standort 14 – Brackstedt (NETTO)

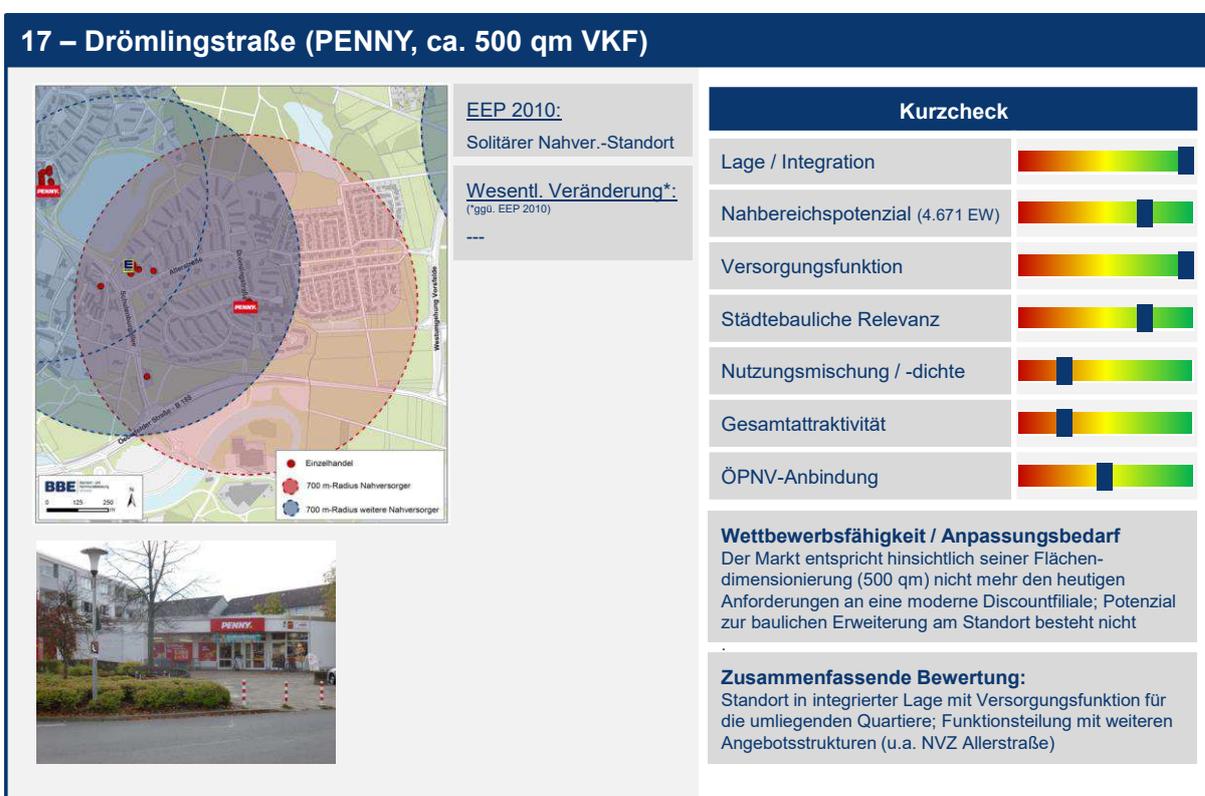


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Nordwestlich der Autostadt in der Nordstadt befindet sich ein PENNY-Markt an der Drömlingstraße in städtebaulich integrierter Siedlungslage. Das Nahbereichspotenzial ist aufgrund der umliegenden Siedlungsbereiche vergleichsweise hoch, so dass der PENNY-Markt eine Versorgungsfunktion für den fußläufigen Nahbereich übernimmt. Jedoch besteht eine Funktionsteilung mit weiteren Angebotsstrukturen (u. a. Nahversorgungszentrum Allerstraße). Problematisch ist die geringe Flächendimensionierung von rd. 500 qm, die den heutigen Anforderungen an eine moderne Discountfiliale nicht mehr entspricht. Eine bauliche Erweiterung ist aufgrund der örtlichen Gegebenheiten nicht zu erwarten bzw. nicht umsetzbar.

PENNY,
Drömlingstraße
(Nordstadt)

Abb. 192: Kurzprofil Standort 17 – Drömlingstraße (PENNY)

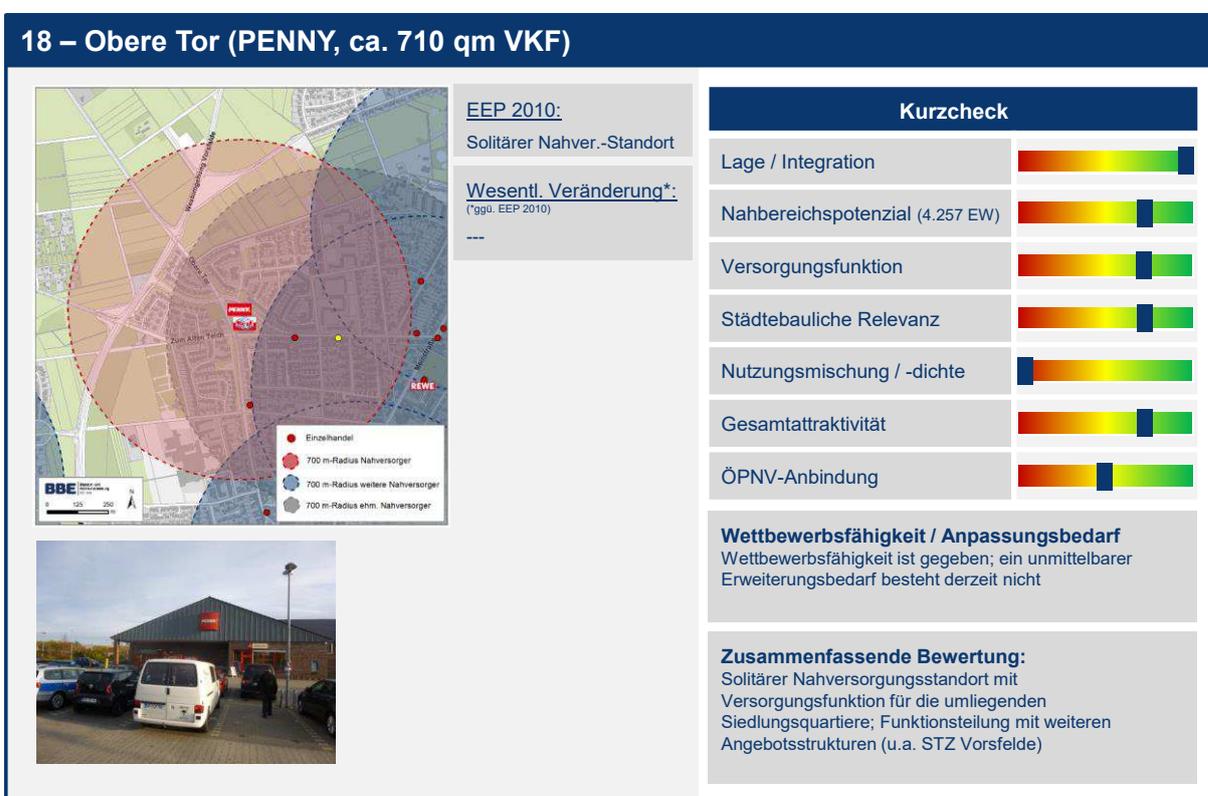


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ein weiterer PENNY-Discountmarkt in Standortgemeinschaft mit einem HOLZAB-Getränkemarkt liegt im nordöstlichen Vorsfelde in städtebaulich siedlungsintegrierter Lage. Das Nahbereichspotenzial ist aufgrund der umliegenden Wohnstrukturen vergleichsweise hoch. Aufgrund des direkten Wohngebietsbezugs übernimmt der Markt eine Versorgungsfunktion für den fußläufigen Nahbereich, kann aufgrund seiner zeitgemäßen Anlageneigenschaften als „Fahrstandort“ allerdings auch Umsatzanteile aus einem erweiterten Einzugsbereich generieren. Aufgrund dieser „Überlappung“ der Versorgungsbereiche steht der Standort im Wettbewerb zu weiteren Nahversorgungsstandorten, u. a. dem Stadtteilzentrum Vorsfelde (Funktionsteilung).

PENNY,
Obere Tor
(Vorsfelde)

Abb. 193: Kurzprofil Standort 18 – Obere Tor (PENNY)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Unweit des PENNY-Marktes am Oberen Tor liegt am Mühlenweg in städtebaulich integrierter Siedlungslage der ehemalige Standort eines NP-Marktes. Der Standort wird aktuell durch einen Lebensmittelmarkt für osteuropäische und russische Spezialitäten nachgenutzt. Aufgrund der umliegenden Wohngebietsstrukturen ist das Nahbereichspotenzial sehr hoch, wengleich es jedoch zu deutlichen Überschneidungen mit weiteren Angebotsstrukturen (u.a. Stadtteilzentrum Vorsfelde, REWE, PENNY) innerhalb des Ortsratsbereichs kommt. Aufgrund der spezialisierten Ausrichtung des Marktes übernimmt der Markt eine ergänzende „Nischenfunktion“.

LEH-Markt
(ehemals NP),
Mühlenweg
(Vorsfelde)

Abb. 194: Kurzprofil Standort 19 – Mühlenweg (LEH-Markt, ehemals NP)

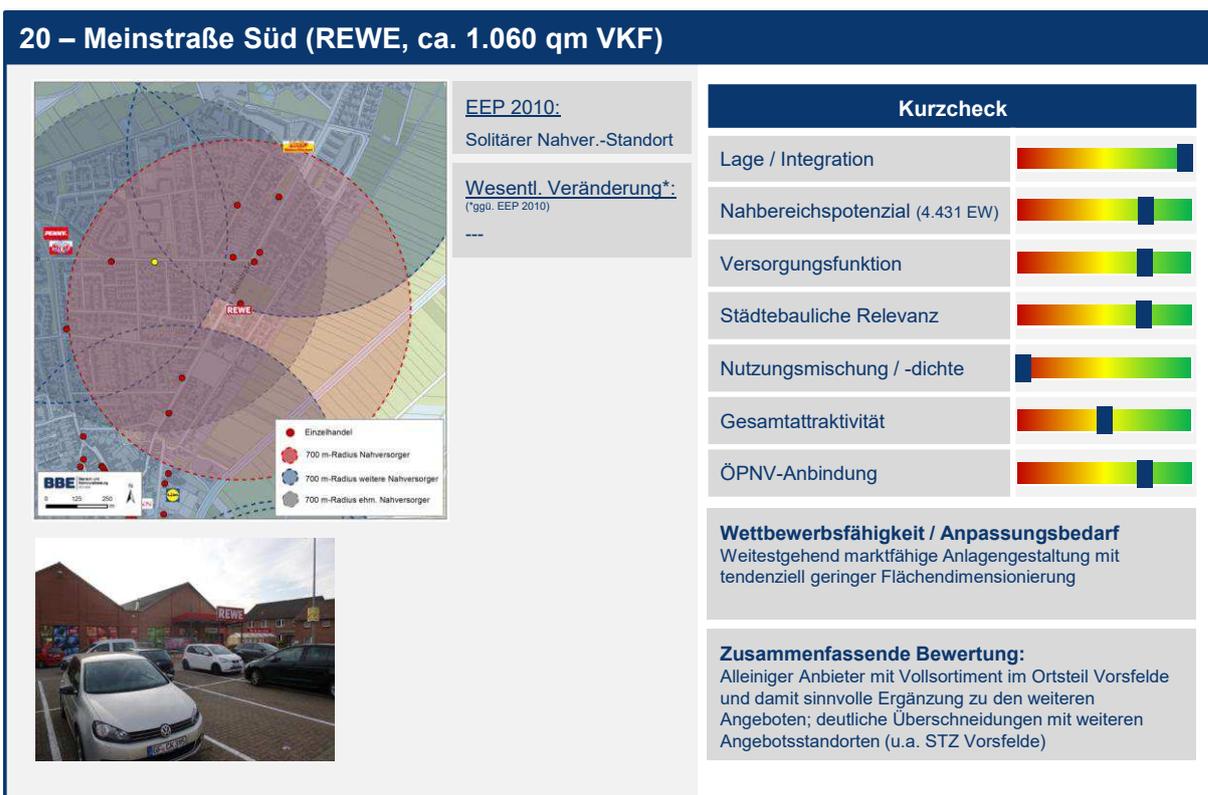


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Ebenfalls in Vorsfelde befindet sich ein REWE-Markt mit separatem Getränkemarkt in siedlungsintegrierter Lage am südlichen Abschnitt der Meinstraße. Der Markt verfügt mit 4.431 Einwohnern über ein hohes Nahbereichspotenzial. Ähnlich wie bei den beiden zuvor genannten Nahversorgungsstandorten gibt es Überschneidungen mit weiteren Angebotsstrukturen im Ortsratsbereich. Hierbei ist der REWE-Markt allerdings alleiniger Vollsortimenter in Vorsfelde und stellt damit eine Angebotsergänzung zu den ansonsten discountorientierten Angeboten dar.

REWE,
Meinstraße Süd
(Vorsfelde)

Abb. 195: Kurzprofil Standort 20 – Meinstraße Süd (REWE)

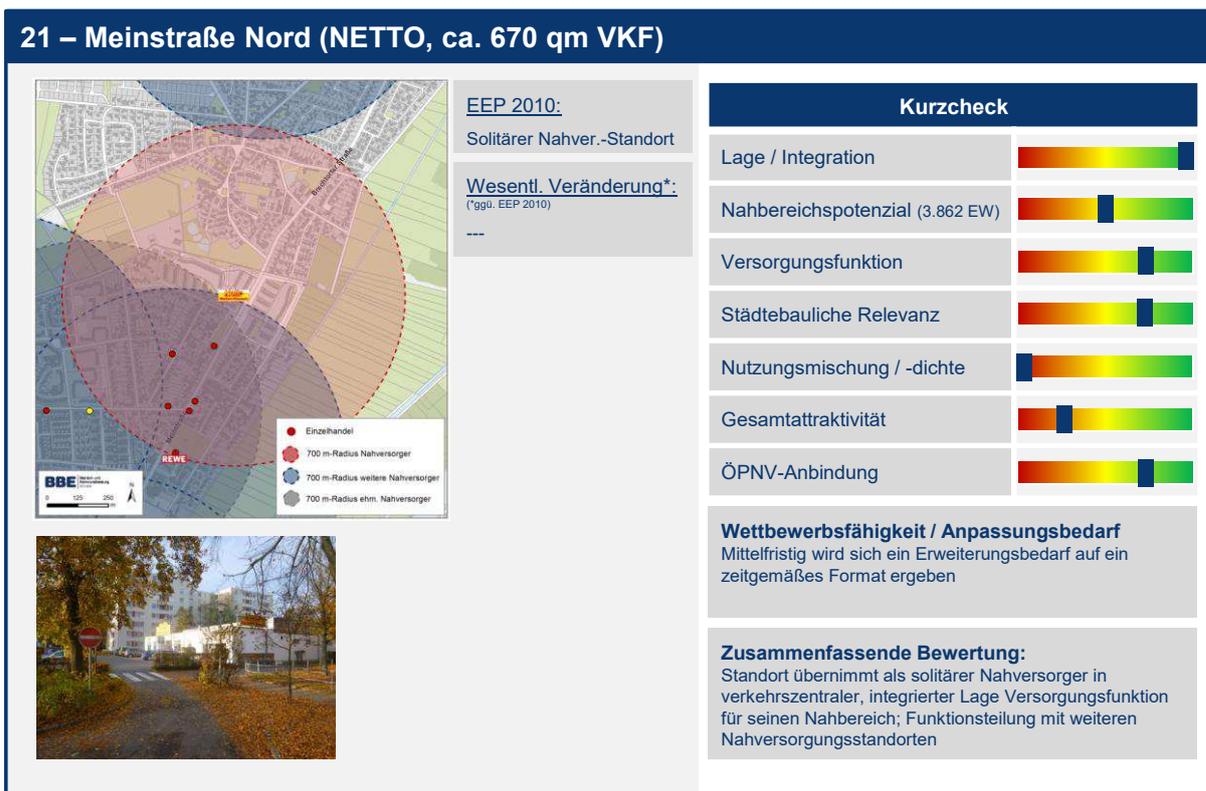


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im nördlichen Abschnitt der Meinstraße in Vorsfelde befindet sich ein solitär gelegener NETTO-Discountmarkt in verkehrszentraler, integrierter Lage. Trotz eines nur durchschnittlichen Nahbereichspotenzials sowie der Überlappung mit den Versorgungsradien angrenzender Nahversorgungsstandorte übernimmt der Markt eine Versorgungsfunktion nicht nur für seinen Nahbereich, sondern darüber hinaus auch für den südlichen Siedlungsraum des angrenzenden Ortsratsbereichs Wendschott.

NETTO,
Meinstraße Nord
(Vorsfelde)

Abb. 196: Kurzprofil Standort 21 – Meinstraße Nord (NETTO)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Ortsratsbereich Wendschott liegt an der Alte Schulstraße in verkehrszentraler Siedlungsrandlage eine Discountfiliale des Betreibers ALDI. Das nähere Standortumfeld des Marktes wird neben einzelnen Freiflächen vorrangig durch aufgelockerte Wohnbebauungsstrukturen bestimmt. Entsprechend ist das Nahbereichspotenzial des Marktes gering. Dennoch übernimmt der Standort als alleiniger Lebensmittelanbieter eine Versorgungsfunktion für den Ortsteil Wendschott, wenngleich der Markt aufgrund der Lage an der L 290 auch auf Umsatzanteile aus einem erweiterten Einzugsbereich abzielt.

ALDI,
Alte Schulstraße
(Wendschott)

Abb. 197: Kurzprofil Standort 22 – Alte Schulstraße (ALDI)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

An der Berliner Straße im Ortsteil Fallersleben liegt ein REWE-Markt in städtebaulich integrierter Siedlungslage. Trotz eines nur durchschnittlichen Einwohnerpotenzials übernimmt der solitäre Nahversorgungsstandort die wesentliche Versorgungsfunktion für den südlichen Siedlungsraum des Ortsteils Fallersleben. Wie bereits angeführt entspricht der REWE-Markt allerdings nicht mehr den heutigen Anforderungen an einen modernen und zeitgemäßen Vollversorgermarkt. Für den Markt ist allerdings bereits eine Neupositionierung mit u. a. Verkaufsflächenerweiterung in Planung.

REWE, Berliner Straße
(Fallersleben)

Abb. 198: Kurzprofil Standort 23 – Berliner Straße (REWE)

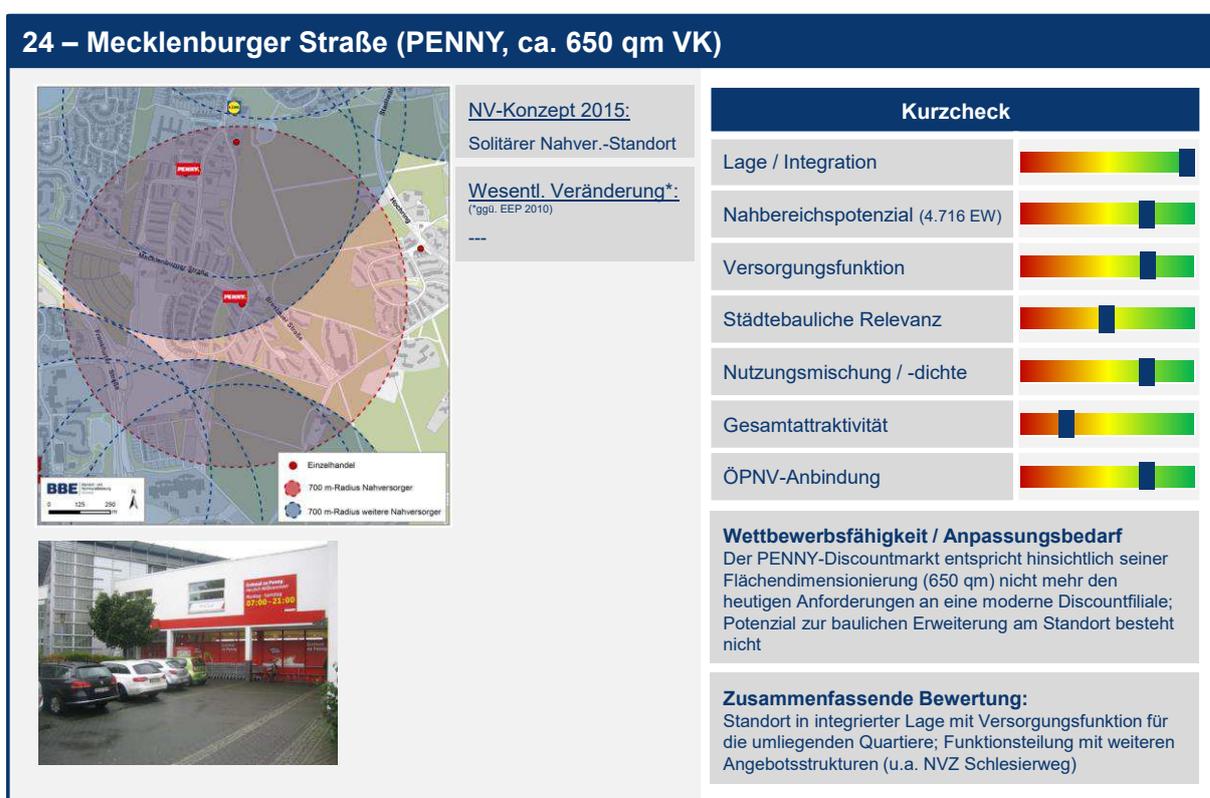


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Ortsratsbereich Mitte-West liegt an der Mecklenburger Straße in städtebaulich integrierter Siedlungslage ein weiterer PENNY-Markt. Das Nahbereichspotenzial ist an diesem Standort aufgrund verdichteter Wohnquartiere hoch. Jedoch steht der Standort aufgrund sich überlappender Nahbereiche im Wettbewerb zu nahegelegenen weiteren Angebotsstrukturen (u. a. Nahversorgungszentrum Schlesierweg). Allerdings entspricht der PENNY-Markt hinsichtlich seiner Verkaufsfläche sowie seiner Stellplatzanlage nicht mehr den heutigen Anforderungen an moderne Discountmärkte. Potenzial für eine bauliche Erweiterung an diesem Standort besteht nicht.

PENNY,
Mecklenburger Straße
(Mitte-West)

Abb. 199: Kurzprofil Standort 24 – Mecklenburger Straße (PENNY)

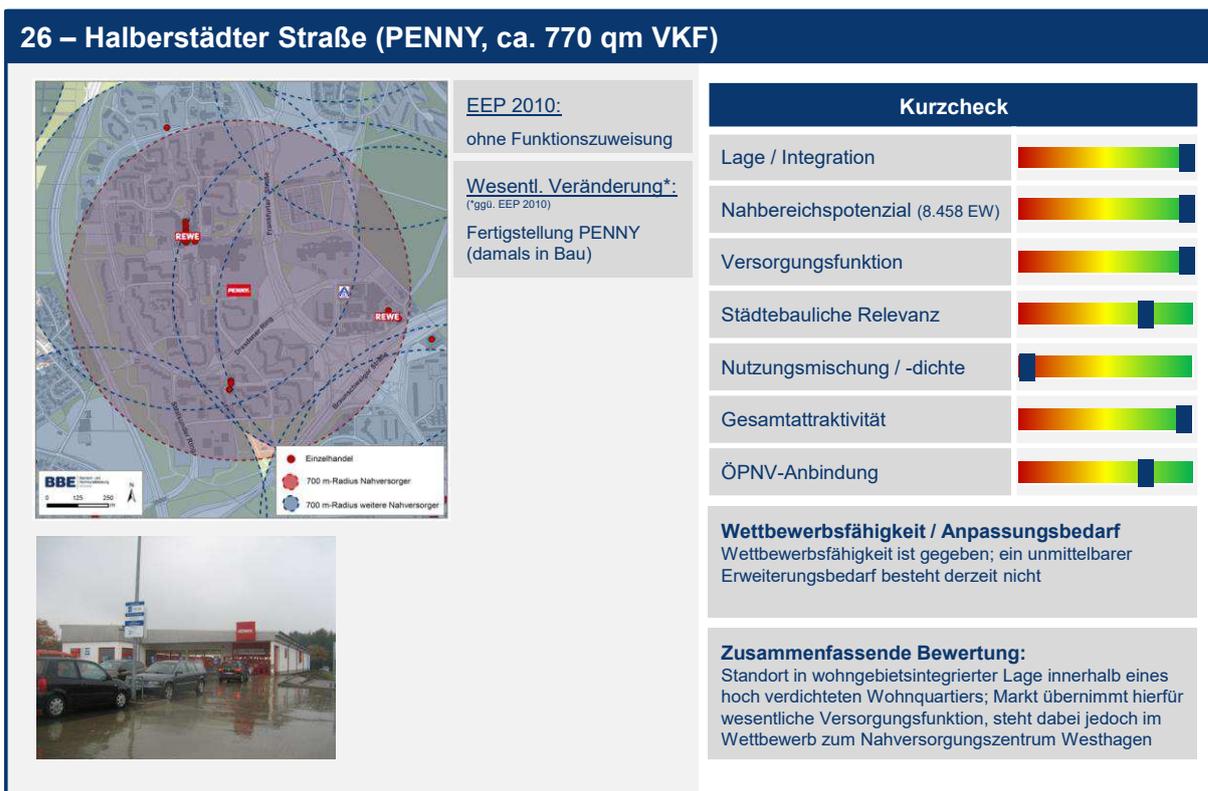


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Ortsratsbereich Westhagen in siedlungsintegrierter Lage hat sich in jüngerer Vergangenheit ein PENNY-Markt an der Halberstädter Straße etabliert. Der Markt weist aufgrund umliegender, hoch verdichteter Wohnquartiere mit 8458 Einwohnern ein sehr hohes Nahbereichspotenzial auf, steht dabei jedoch im Wettbewerb zum Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ. Der moderne und wettbewerbsfähige Markt übernimmt dennoch eine wichtige Versorgungsfunktion für den Ortsratsbereich.

PENNY,
Halberstädter Straße
(Westhagen)

Abb. 200: Kurzprofil Standort 26 – Halberstädter Straße (PENNY)

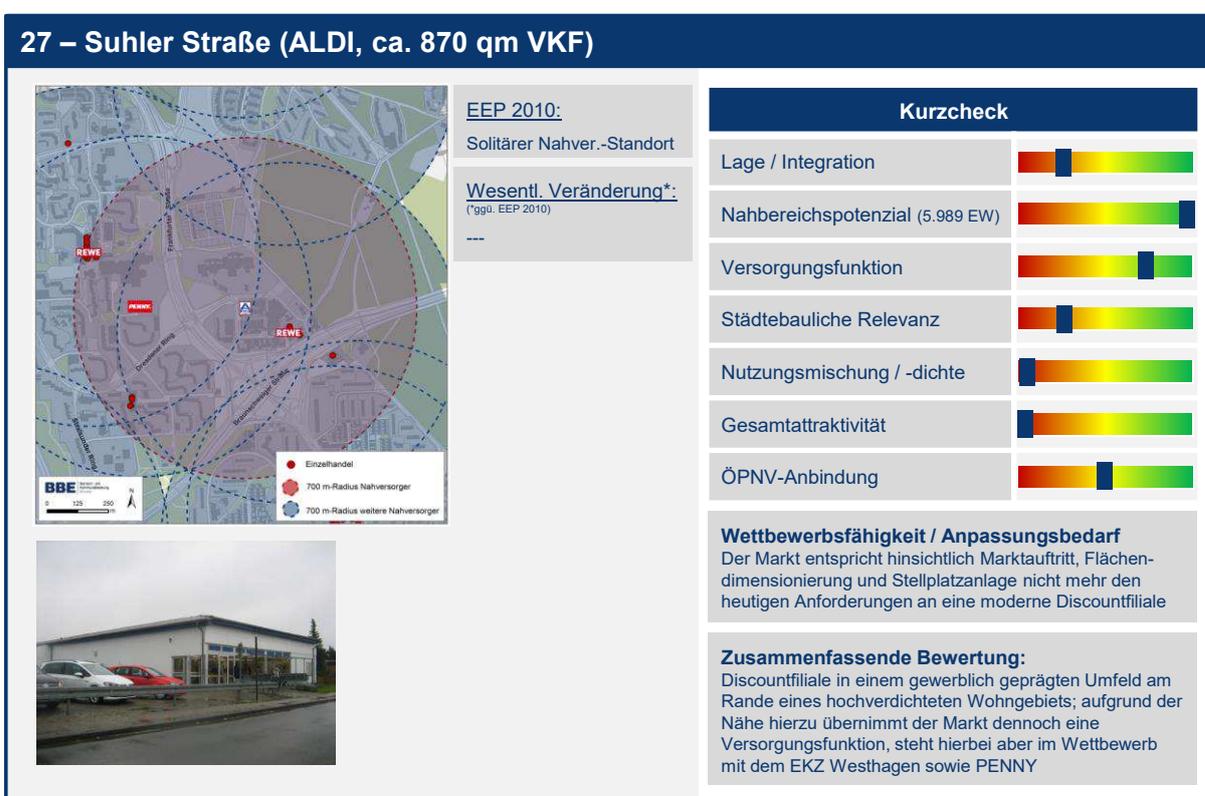


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Westhagen nahe dem PENNY-Markt befindet sich an der Suhler Straße ein ALDI-Markt in einem gewerblich geprägten Umfeld. Zwar besteht eine räumliche Nähe zu den verdichteten Wohnquartieren des Stadtteils, allerdings ist der Standort durch die mehrspurigen Verkehrsachsen Frankfurter Straße und Braunschweiger Straße von den Wohnsiedlungsbereichen von Westhagen, aber auch von Detmerode räumlich separiert. Somit befindet sich der Standort trotz eines rechnerisch hohen Nahbereichspotenzials in einer städtebaulich nicht integrierten Lage ohne nennenswerte Nahversorgungsfunktion und mit vorrangiger Ausrichtung auf den motorisierten Individualverkehr.

ALDI,
Suhler Straße
(Westhagen)

Abb. 201: Kurzprofil Standort 27 – Suhler Straße (ALDI)

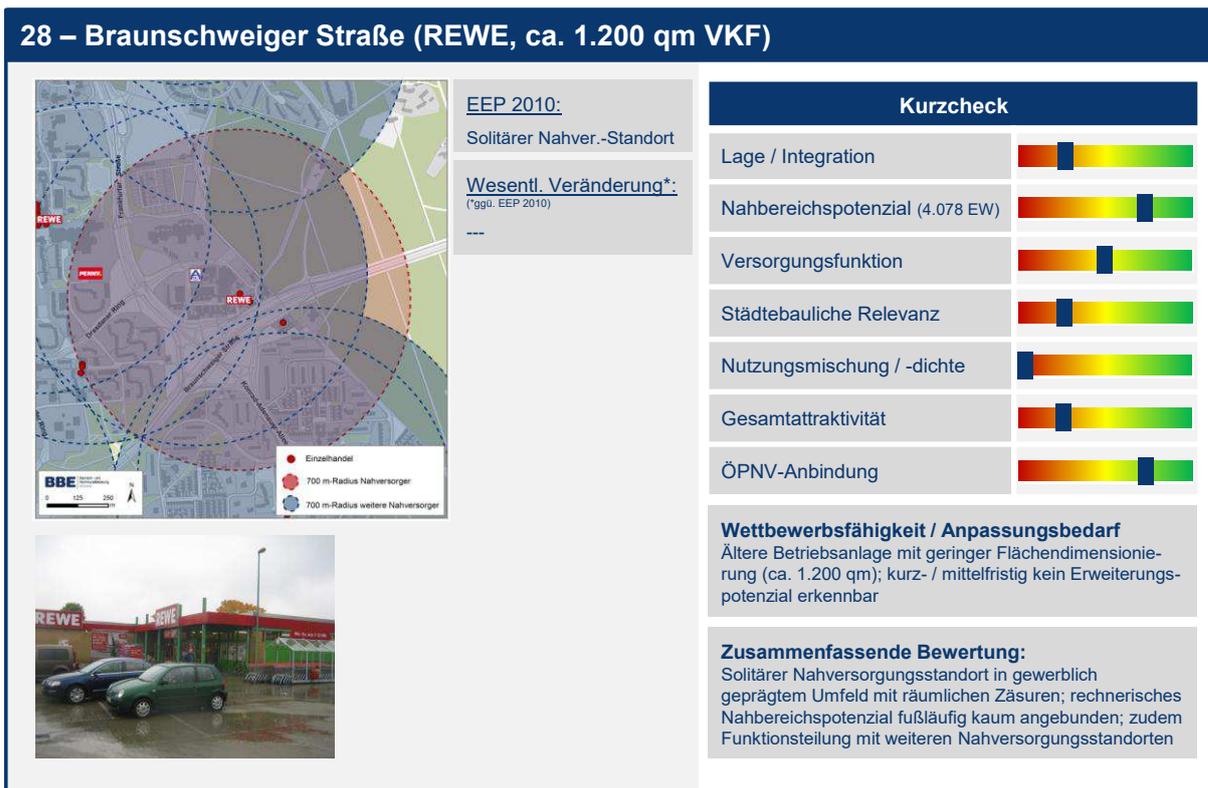


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In räumlicher Nähe zum ALDI-Markt findet sich an der Braunschweiger Straße ein REWE-Supermarkt. Der Standort weist vergleichbare Lageeigenschaften und damit auch eine vergleichbare Versorgungsfunktion auf. Insbesondere die räumliche Zäsuren und die damit fehlende fußläufige Anbindung an die angrenzenden Wohnquartiere schränken die Nahversorgungsfunktion des Marktes deutlich ein.

REWE,
Braunschweiger Straße
(Westhagen)

Abb. 202: Kurzprofil Standort 28 – Braunschweiger Straße (REWE)

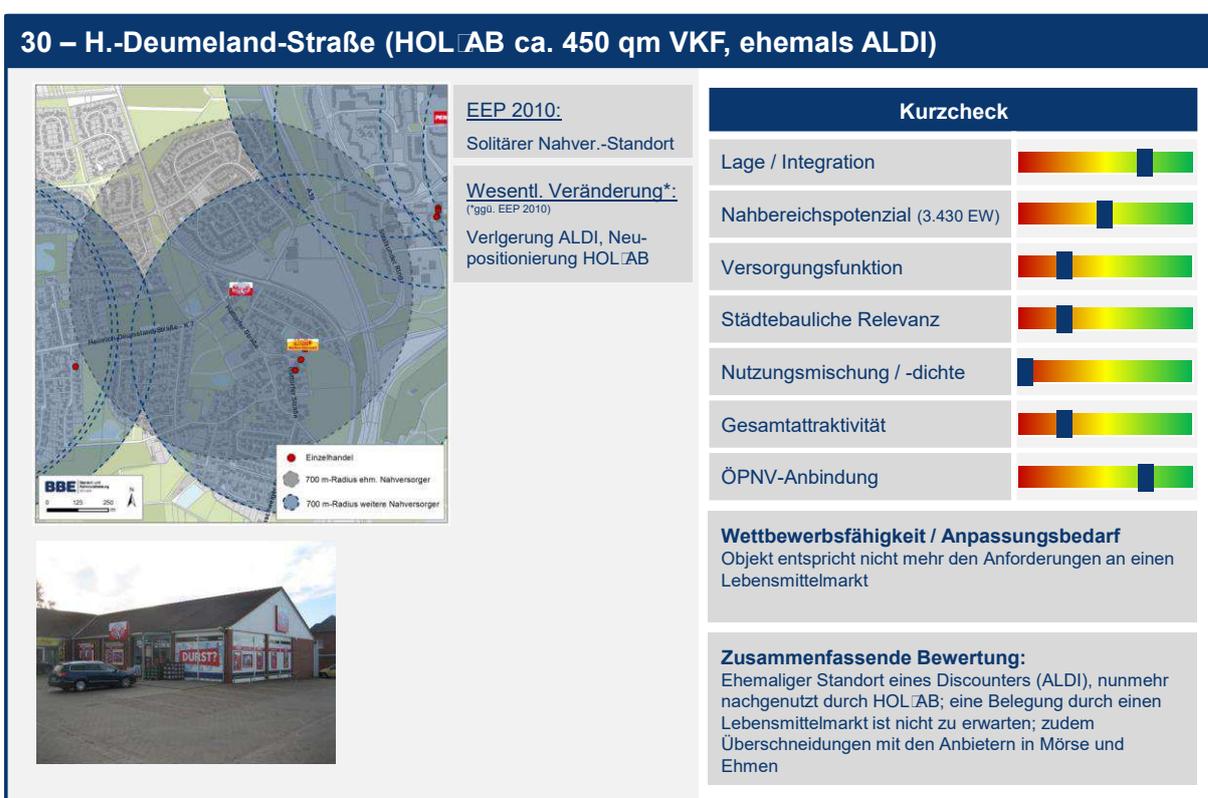


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

An der Heinrich-Deumeland-Straße im Ortsratsbereich Ehmén / Mörse befindet sich ein HOL'AB-Getränkefachmarkt in städtebaulich integrierter Siedlungslage. Der Standort wurde ehemals durch eine ALDI-Filiale belegt. Die Versorgungsfunktion, die der Standort somit im Rahmen des EEP 2010 wahrgenommen hatte, wird mittlerweile von anderen Angebotsstandorten (EDEKA und ALDI in Ehmén, NETTO in Mörse) übernommen. Eine Neubelegung dieses Standortes durch einen Lebensmittelanbieter ist nicht zu erwarten, auch weil das Objekt nicht mehr den Anforderungen an einen modernen Lebensmittelmarkt entspricht.

HOL'AB,
H.-Deumeland-Straße
(Ehmén / Mörse)

Abb. 203: Kurzprofil Standort 30 – Heinrich-Deumeland-Straße (HOL'AB)

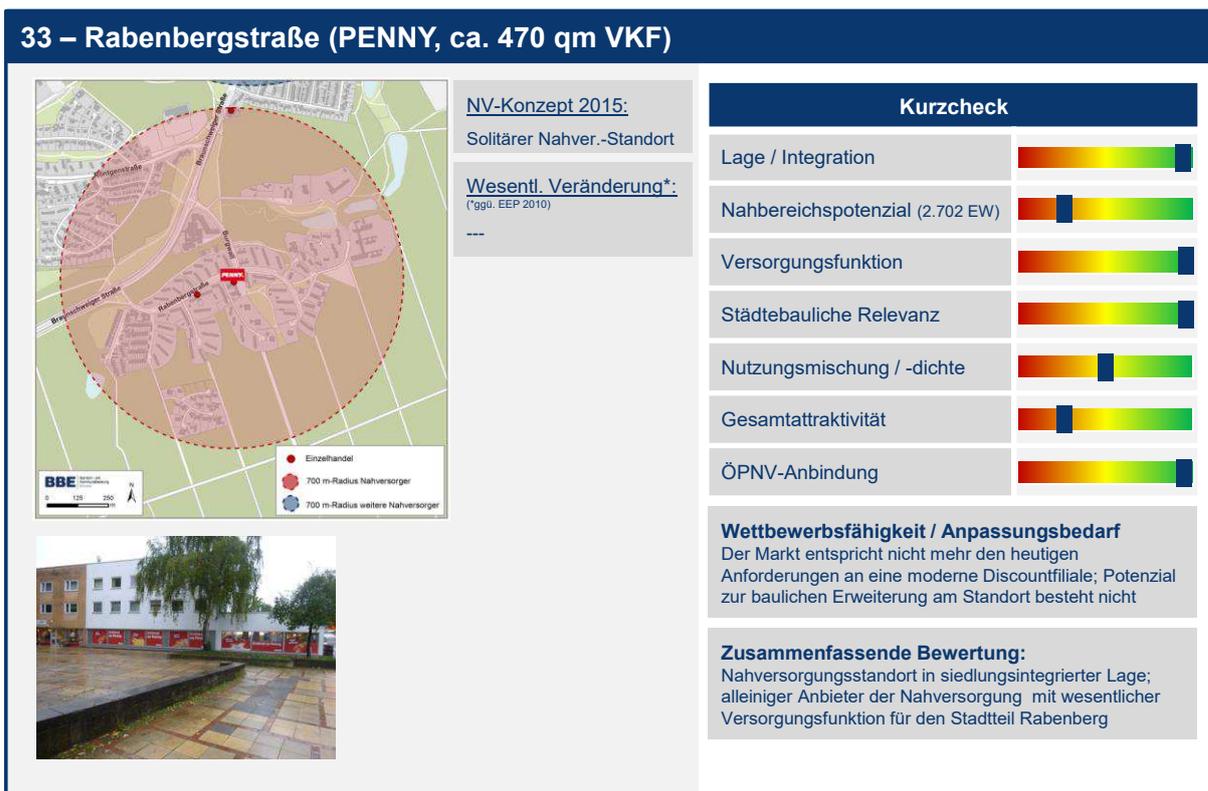


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Südosten des Ortsratsbereiches Mitte-West im Stadtteil Rabenberg befindet sich an der Rabenbergstraße und damit in siedlungsintegrierter Lage ein PENNY-Markt. Das Nahbereichspotenzial ist aufgrund der abgesetzten Lage und der In-sich-Geschlossenheit des umliegenden Wohngebiets mit 2.702 Einwohnern vergleichsweise gering. Als alleiniger Nahversorger besitzt der PENNY-Markt eine wesentliche Versorgungsfunktion für den Stadtteil Rabenberg.

PENNY,
Rabenbergstraße
(Mitte-West)

Abb. 204: Kurzprofil Standort 33 – Rabenbergstraße (PENNY)

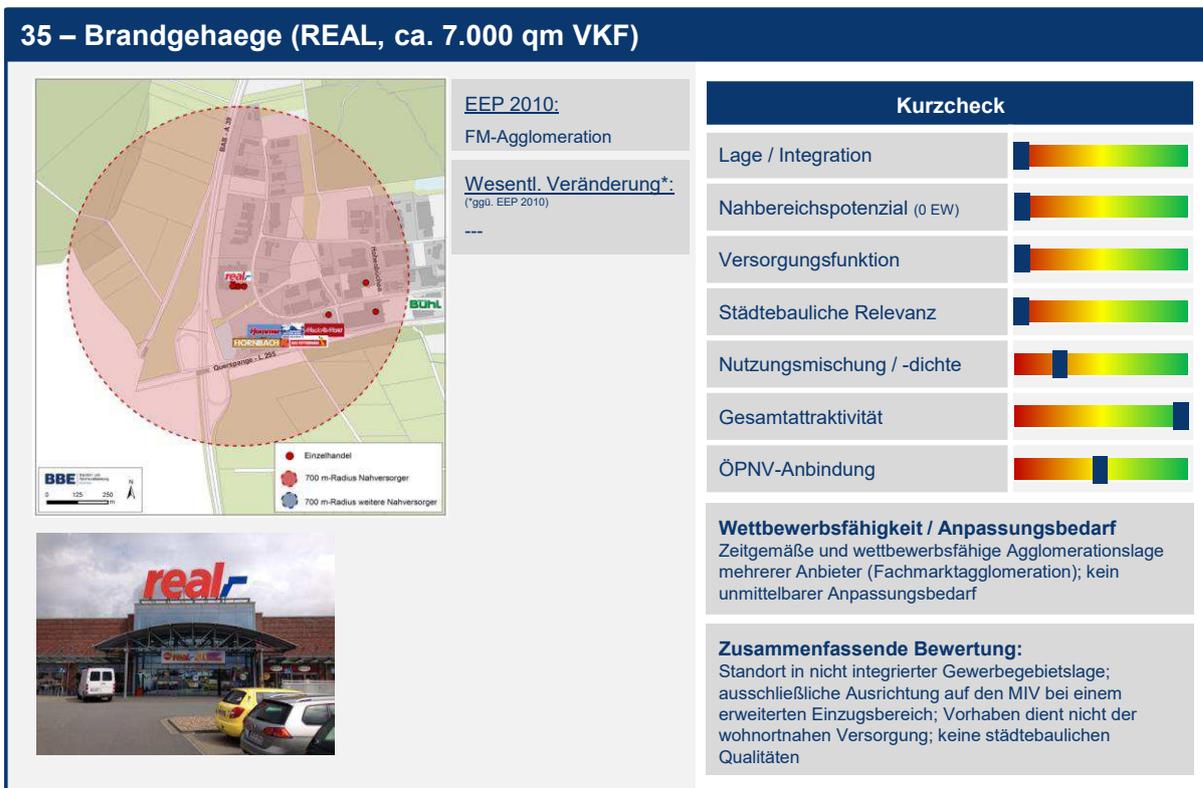


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im südlich der Kernstadt gelegenen Ortsteil Hattorf befindet sich innerhalb der Fachmarkttagglomeration Am Heinenkamp und damit in einer nicht integrierten Gewerbegebietslage ein SB-Warenhaus des Betreibers REAL. Ein Nahversorgungspotenzial ist mangels umliegender Wohngebiete nicht vorhanden, sodass der Markt nicht der wohnortnahen Versorgung dient. Der Standort ist somit ausschließlich auf den motorisierten Individualverkehr ausgerichtet und generiert aufgrund der Gesamtattraktivität dieser Agglomerationslage einen erweiterten Einzugsbereich, der deutlich über das Stadtgebiet hinausgeht.

REAL,
Brandgehaege
(Hattorf / Heiligendorf)

Abb. 205: Kurzprofil Standort 35 – Brandgehaege (REAL)

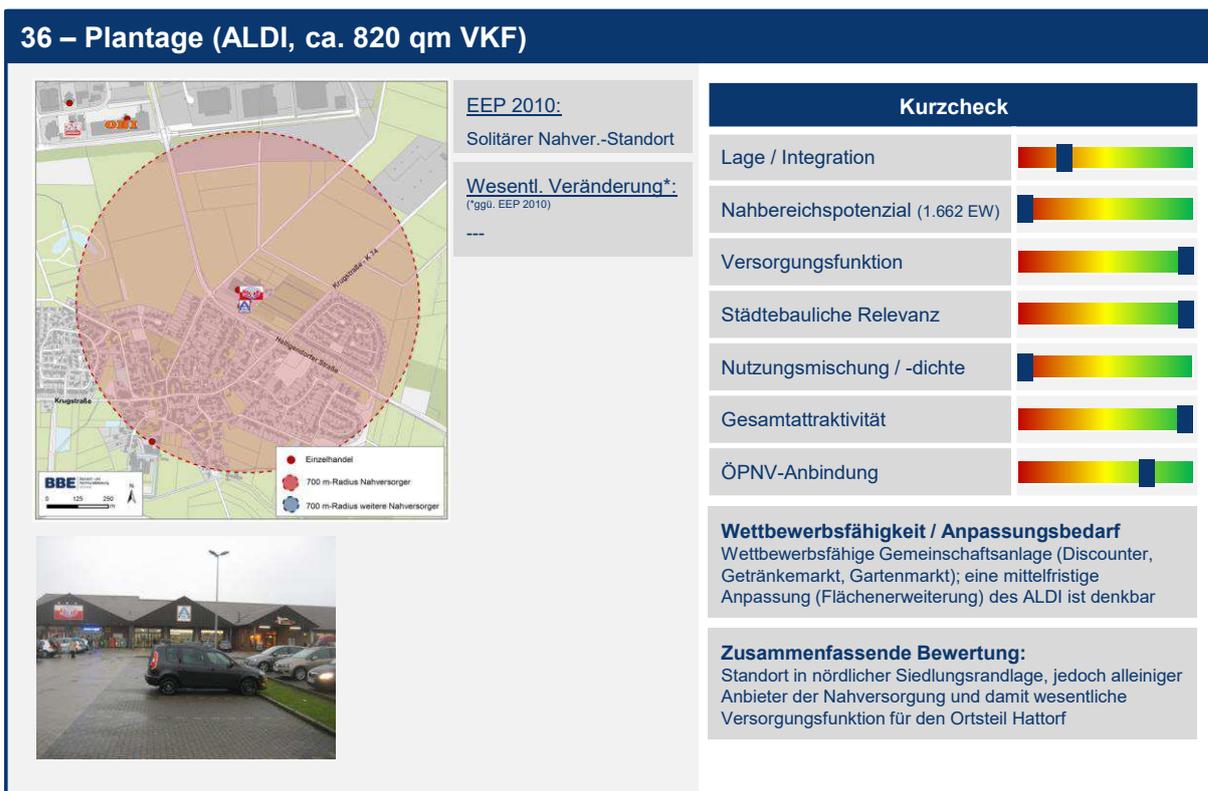


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

In Siedlungsrandlage des Ortsteils Hattorf befindet sich ein ALDI-Markt in Kooperationslage mit einem Getränke- und Gartenfachmarkt. Das Nahbereichspotenzial ist aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte in Hattorf als gering zu bewerten. Da der Markt jedoch für den Ortsteil als alleiniger Anbieter der Nahversorgung auftritt, übernimmt er eine wesentliche Versorgungsfunktion und hat hiermit eine besondere städtebauliche Bedeutung.

ALDI, Plantage
(Hattorf / Heiligendorf)

Abb. 206: Kurzprofil Standort 36 – Plantage (ALDI)

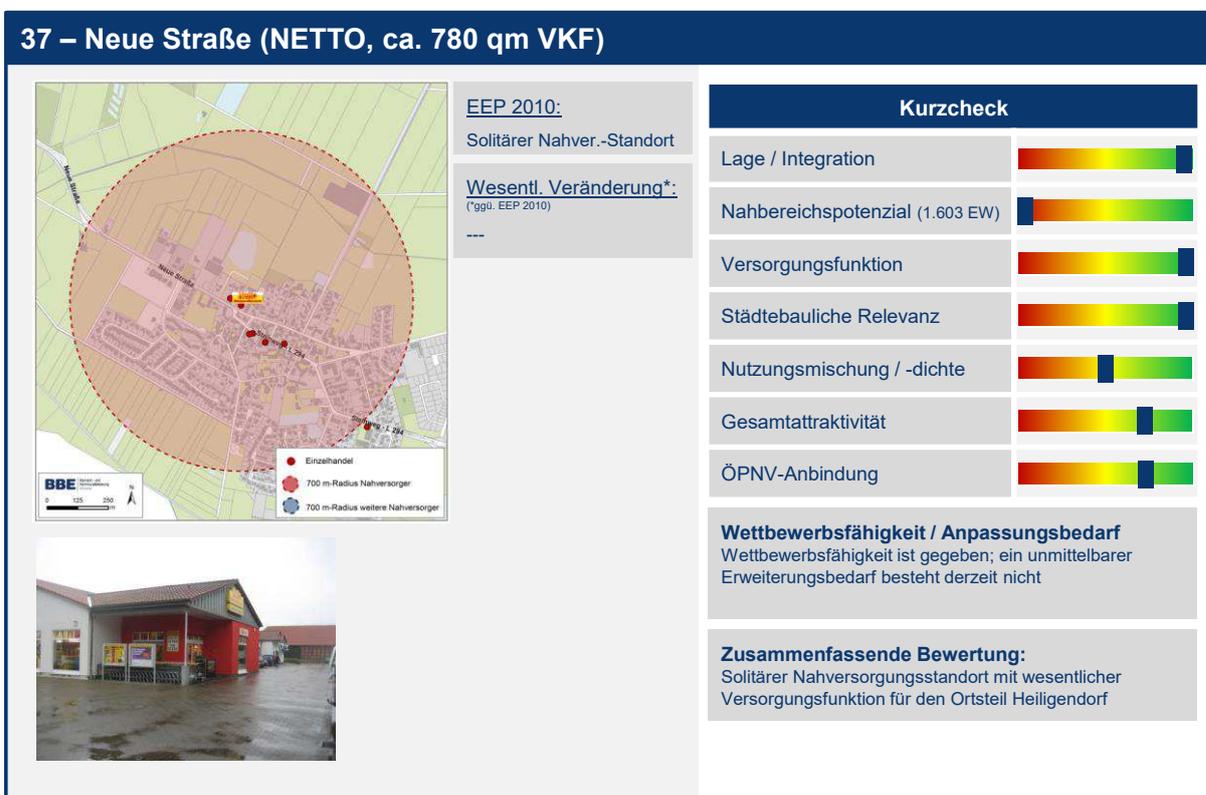


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im von der Kernstadt abgesetzten Siedlungsbereich des Ortsteils Heiligendorf befindet sich eine NETTO-Filiale in städtebaulich integrierter Lage. Das Nahbereichspotenzial ist auch hier aufgrund der niedrigen Bevölkerungsdichte vergleichsweise gering. Doch der solitäre Nahversorgungsstandort hat als derzeit alleiniger Anbieter die wesentliche Versorgungsfunktion für den Ortsteil Heiligendorf. Die Wettbewerbsfähigkeit ist aufgrund der Marktaufstellung derzeit noch gegeben. Allerdings bestehen am Standort keine Erweiterungspotenziale, sodass sich auch hier mittelfristig die Frage nach der Zukunftsfähigkeit des Marktes stellen wird. Bei einem Wegfall derzeitiger Angebotsstrukturen wäre es aus städtebaulicher Sicht erforderlich, alternative Standortlagen vorzuhalten, um die wohnortnahe Versorgung für den Ortsteil wie auch für die angrenzenden Ortsteile sicherzustellen.

NETTO, Neue Straße
(Hattorf / Heiligendorf)

Abb. 207: Kurzprofil Standort 37 – Neue Straße (NETTO)



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

3.4.3 Prüfstandorte der Nahversorgung

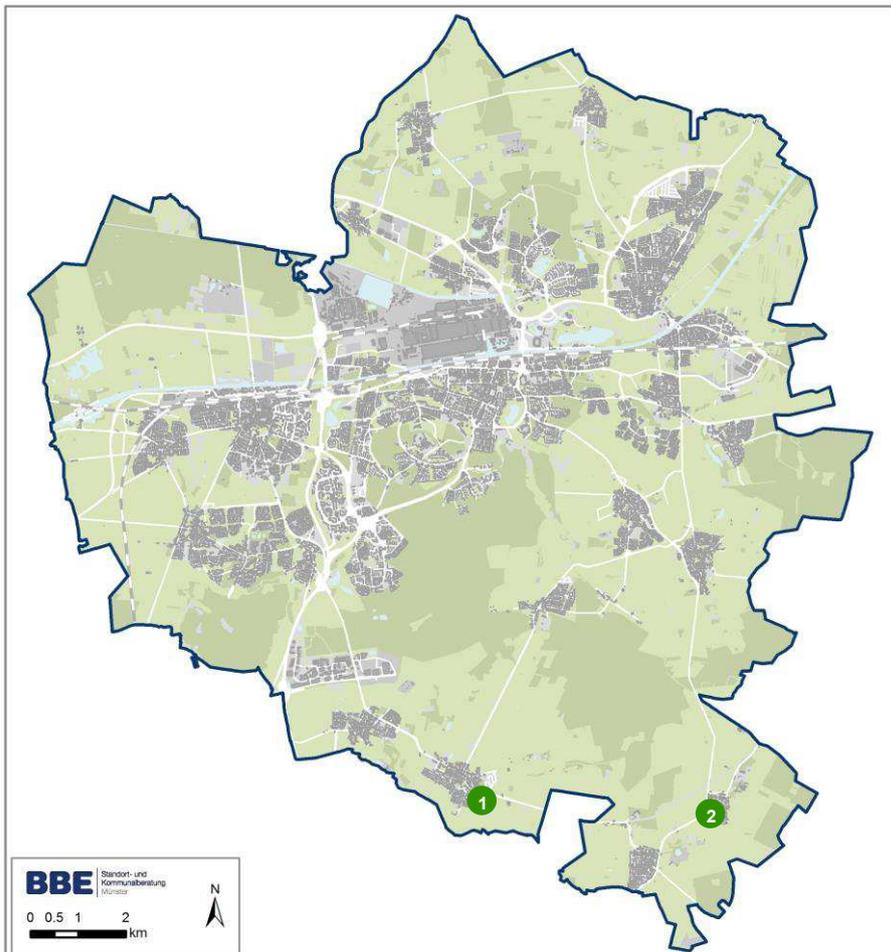
Neben den bestehenden Nahversorgungsstandorten sind künftig grundsätzlich weitere Standortlagen denkbar, die als Standorte der Nahversorgung dienen und einen Beitrag für eine wohnungsnahe Grundversorgung leisten können.

Aufgrund der geplanten Realisierung des NETTO-Marktes in Brackstedt und der Schließung einer räumlichen Versorgungslücke in den nördlichen, peripher gelegenen Ortsteilen stehen aktuell insbesondere zwei potenzielle Prüfstandorte im Süden des Wolfsburger Stadtgebiets im Fokus der Betrachtung:

- Heiligendorf
- Almke / Neindorf

Prüfstandorte

Abb. 208: Prüfstandorte Übersicht



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Aufgrund der Wohnbauentwicklung und der Realisierung ganzer Wohnquartiere mit insgesamt bis zu 6.000 zusätzlichen Wohneinheiten ergeben sich in der Stadt Wolfsburg perspektivisch zudem weitere Suchbereiche für potenzielle Standorte der Nahversorgung, insbesondere in nachfolgenden Quartieren:

- Neubaugebiet Hellwinkel (ca. 750 Wohneinheiten)
- Neubaugebiet Nordsteimke / Hehlingen (rd. 2.500 Wohneinheiten)
- Neubaugebiet Steimker Gärten (ca. 1.250 Wohneinheiten)

Die Entwicklung zukünftiger Standortlagen ist allerdings an die Realisierung der Wohnbauentwicklung gekoppelt und lässt sich derzeit noch nicht abschließend bewerten. Einhergehend mit einer wachsenden Bevölkerungszahl muss allerdings das Einzelhandelsangebot hinsichtlich seiner quantitativen Ausstattung sowie seines qualitativen Angebots angepasst werden.

Anhand nachgenannter Kriterien (Lage / Integration, Nahbereichspotenzial, Versorgungsfunktion, städtebauliche Relevanz, Nutzungsmischung / -dichte, Gesamtattraktivität, ÖPNV-Anbindung und wirtschaftliche Tragfähigkeit) sollen daher die beiden vorgenannten Prüfstandorte in Heiligendorf und in Almke analysiert und bewertet werden, wobei sich diese Standortlagen aufgrund von Überschneidungen des Versorgungsbereichs wechselseitig beeinflussen. Wegen des begrenzten Einwohner- und damit Marktpotenzials wird im Ergebnis daher nur die Realisierung einer der beiden Planstandorte im südlichen Stadtgebiet wirtschaftlich tragfähig sein.

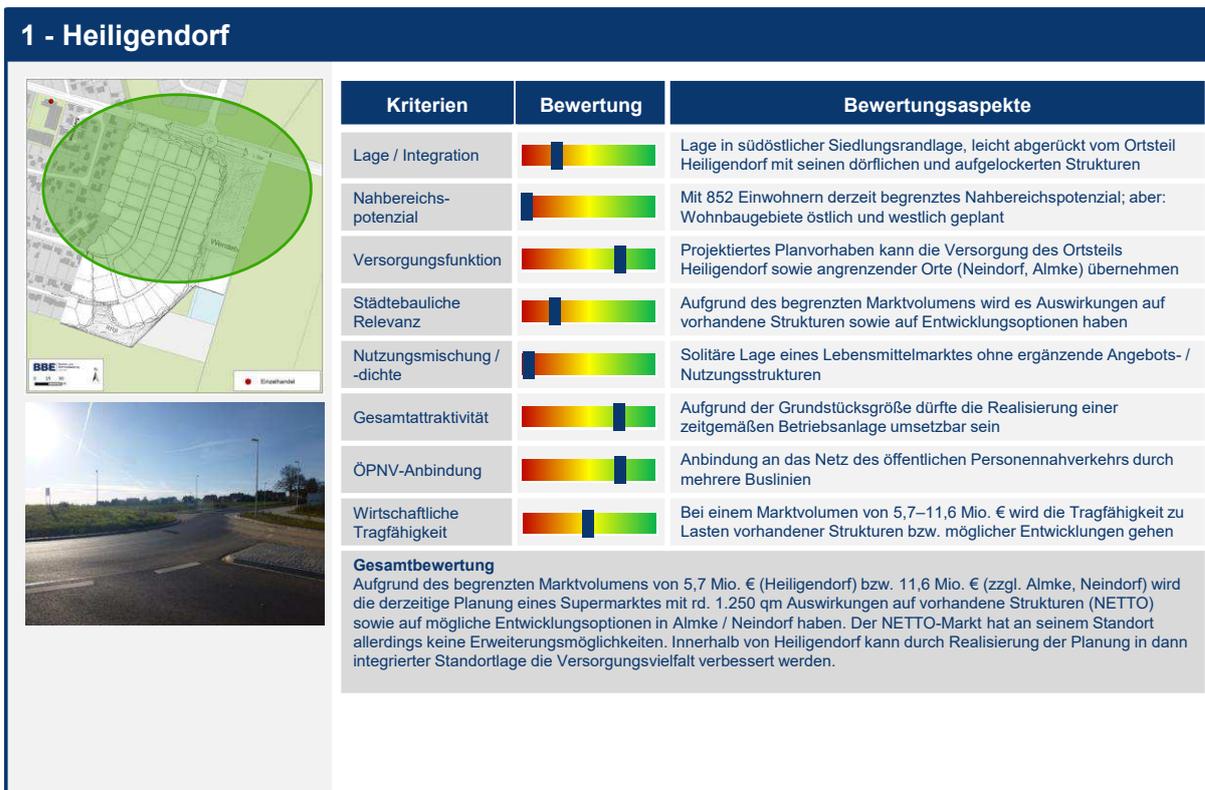
Der erste Prüfstandort liegt in südöstlicher Siedlungsrandlage, leicht abgerückt vom Ortsteil Heiligendorf mit seinen dörflichen und aufgelockerten Strukturen. Mit 852 Einwohnern besteht derzeit nur ein begrenztes Nahbereichspotenzial. Allerdings sind nördlich vom Prüfstandort in jüngerer Vergangenheit einige Neubauquartiere realisiert worden. Weitere Neubaugebiete sind im direkten Standortumfeld geplant, so dass sich das Nahbereichspotenzial künftig erhöhen und ein möglicher Markt dann eine siedlungsintegrierte Standortlage einnehmen wird.

Weitere perspektivische
Suchbereiche

Kriterien

Prüfstandort 1
Heiligendorf

Abb. 209: Prüfstandort der Nahversorgung – 1 Heiligendorf



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der dortige Lebensmittelmarkt würde hierbei nicht nur die Versorgung der Bewohner des Ortsteils Heiligendorf, sondern auch der Ortsteile Neindorf und Almke übernehmen können, so dass insgesamt ein Marktvolumen von 5,7 Mio. € (Heiligendorf) bzw. 11,6 Mio. € (zzgl. Almke, Neindorf) bestehen würde. Aufgrund dieses rechnerischen Marktvolumens würde die Realisierung eines Supermarktes mit rd. 1.250 qm allerdings Auswirkungen auf vorhandene Strukturen in Heiligendorf (NETTO) sowie auf mögliche Entwicklungsoptionen in Almke / Neindorf haben.

Auch wenn der derzeit ansässige NETTO-Discountmarkt in Heiligendorf einer anderen Betriebsform angehört, wäre ein Marktaustritt im Zuge der Vorhabenrealisierung zumindest nicht auszuschließen, zumal der Markt am jetzigen Standort keine Anpassungs- und Optimierungsmöglichkeiten hat. Bei einem möglichen Marktaustritt wäre durch das Planvorhaben die städtebauliche Zielvorstellung einer ortsteilbezogenen Grundversorgung aber weiterhin gewährleistet bzw. wäre aufgrund eines Anbieters mit Vollsortiment sogar vielfältiger als heute.

Aufgrund der räumlichen Nähe zu den östlich gelegenen Ortsteilen Neindorf und Almke würde die Vorhabenrealisierung allerdings auch

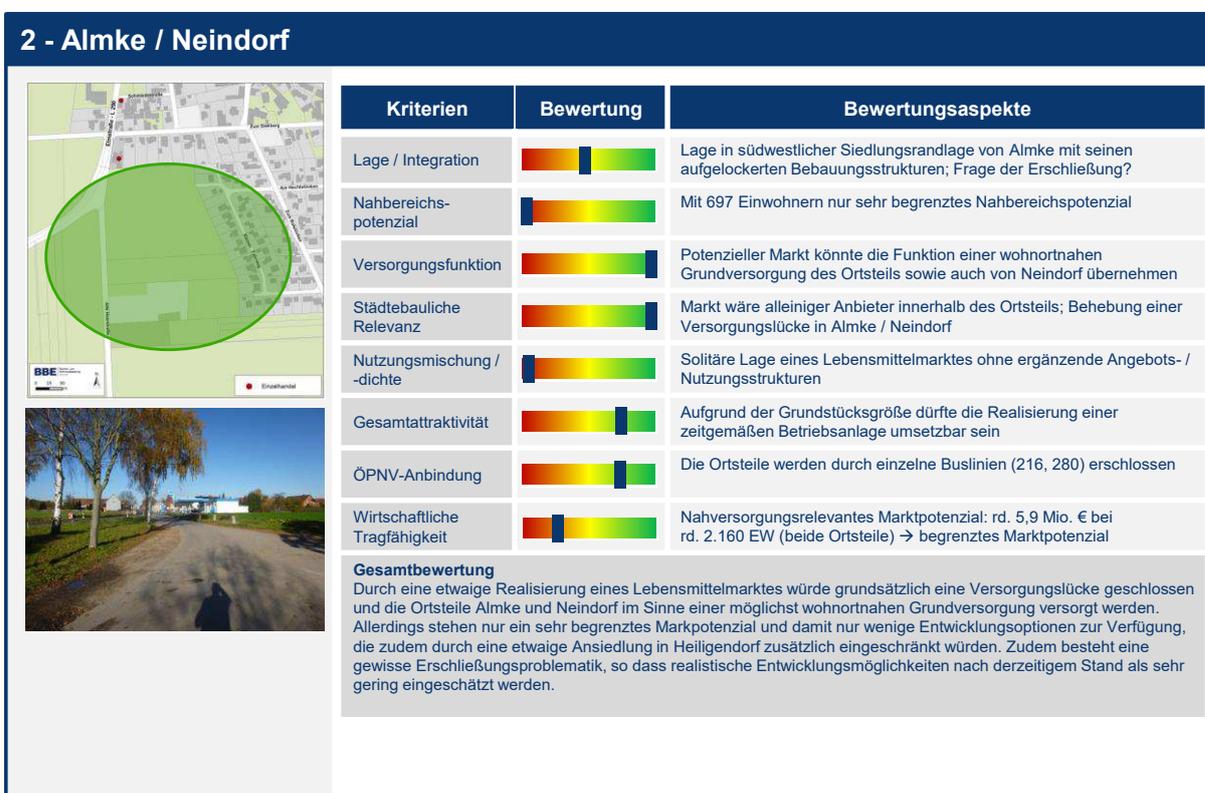
Gesamtbewertung
Prüfstandort 1

Auswirkungen auf die Entwicklungsoptionen genannter Ortsteile haben. Die beiden Ortsteile Neindorf und Almke weisen mit rd. 5,9 Mio. € nur ein begrenztes Einwohnerpotenzial auf, so dass ein potenzieller Anbieter auch Umsatzanteile aus angrenzenden Ortsteilen generieren müsste. Bei Realisierung der Planungen in Heiligendorf sind solche Umsatzeffekte allerdings dann nicht mehr zu erwarten.

Der zweite Prüfstandort befindet sich im südwestlichen Siedlungsrandbereich von Almke. Das Einwohner- und damit Marktpotenzial ist hierbei begrenzt und beläuft sich unter Hinzunahme von Neindorf, wie angeführt, auf gerade einmal rd. 5,9 Mio. € bei rd. 2.160 Einwohnern und verteilt auf zwei Ortsteile.

Prüfstandort 2
Almke / Neindorf

Abb. 210: Prüfstandort der Nahversorgung – 2 Almke / Neindorf



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Durch eine mögliche Realisierung eines Lebensmittelmarktes würde grundsätzlich eine Versorgungslücke geschlossen und die Ortsteile Almke und Neindorf im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung versorgt werden. Allerdings stehen nur ein sehr begrenztes Marktpotenzial und damit nur wenige Entwicklungsoptionen zur Verfügung, die zudem durch eine etwaige Ansiedlung in Heiligendorf zusätzlich eingeschränkt

Gesamtbewertung
Prüfstandort 2

würden. Außerdem kann der Standort nicht direkt über die Landesstraße erschlossen werden.

Die beiden oben genannten Prüfstandorte stehen, wie angeführt, in Wechselwirkung zueinander. Die Entwicklung des einen Prüfstandortes schränkt die Entwicklungsoption des anderen Prüfstandortes ein („entweder...oder“), da ein potenzieller Markt nicht nur die Versorgungsfunktion des eigenen Ortsteils, sondern auch die der angrenzenden Ortsteile übernehmen würde. Die Chancen zur Realisierung eines modernen Supermarktes sind in Heiligendorf aufgrund des Einwohnerpotenzials durch künftige Neubaugebiete höher einzuschätzen, so dass dieser Entwicklung aus fachgutachterlicher Sicht Vorrang eingeräumt werden sollte.

Fazit

3.5 Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Zur Beurteilung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist zum einen eine Abgrenzung des Einzugsbereichs des Wolfsburger Einzelhandels, zum anderen eine Analyse der Nachfragesituation erforderlich. Als Ergebnis werden die Kaufkraftpotenziale und -bindungen innerhalb der kommunalen Grenzen sowie des wirtschaftlichen Einzugsbereiches der Stadt Wolfsburg ermittelt.

3.5.1 Einzugsbereich des Wolfsburger Einzelhandels

Das räumliche Marktgebiet des Wolfsburger Einzelhandels wird u. a. durch nachfolgende Faktoren determiniert:

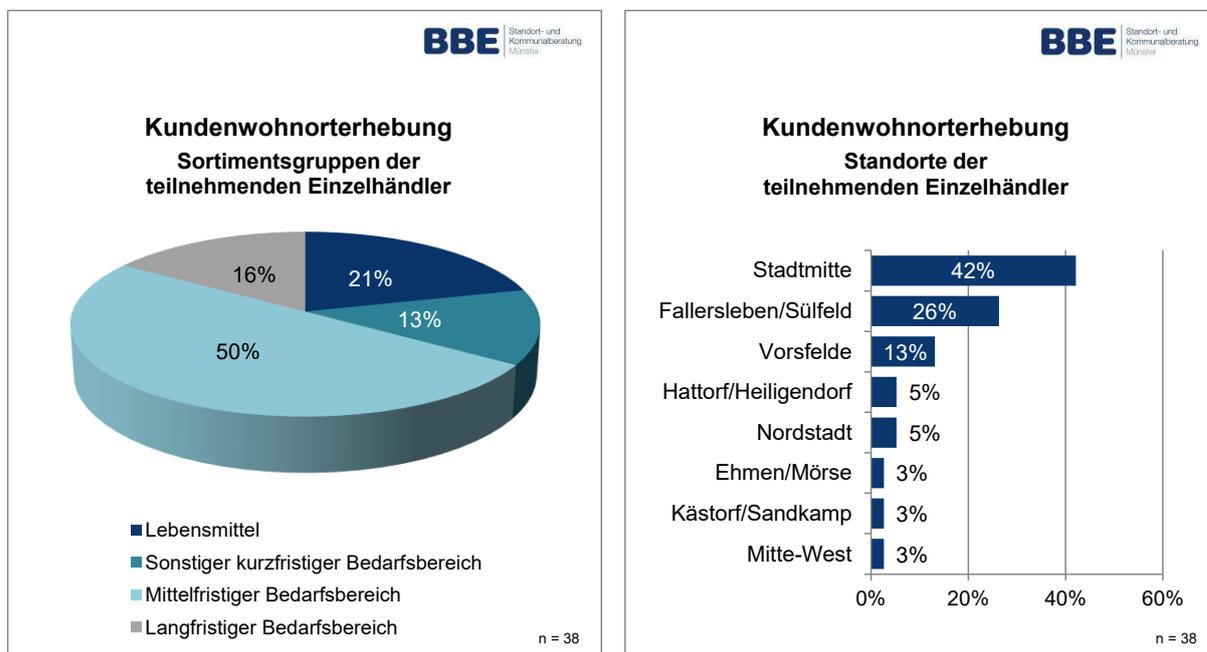
Faktoren

- Struktur und räumliche Verteilung des örtlichen Einzelhandels sowie qualitative Ausgestaltung (Branchenmix, Filialisierungsgrad, Angebotsgenre, Vorhandensein strukturprägender Magnetbetriebe etc.)
- Einzelhandelsverflechtungen mit den Wettbewerbsstandorten innerhalb der Region
- Einbindung in die örtliche und regionale Verkehrsinfrastruktur sowie eine damit einhergehende Mobilität der Bevölkerung in der Region
- bestehende Pendlerverflechtungen und traditionelle Einkaufsorientierungen

Für die Analyse wurden in ausgewählten Einzelhandelsbetrieben im Wolfsburger Stadtgebiet Kundenwohnorterhebungen durchgeführt, wobei eine Auswahl der Einzelhandelsgeschäfte anhand unterschiedlicher Sortimentsschwerpunkte und Standortkategorien erfolgte.

Grundlage: Kunden-
wohnorterhebung

Abb. 211: Kundenherkunftserhebung - Sortimentsschwerpunkte und Standortkategorien



Quelle: eigene Darstellung; eigene Auswertung

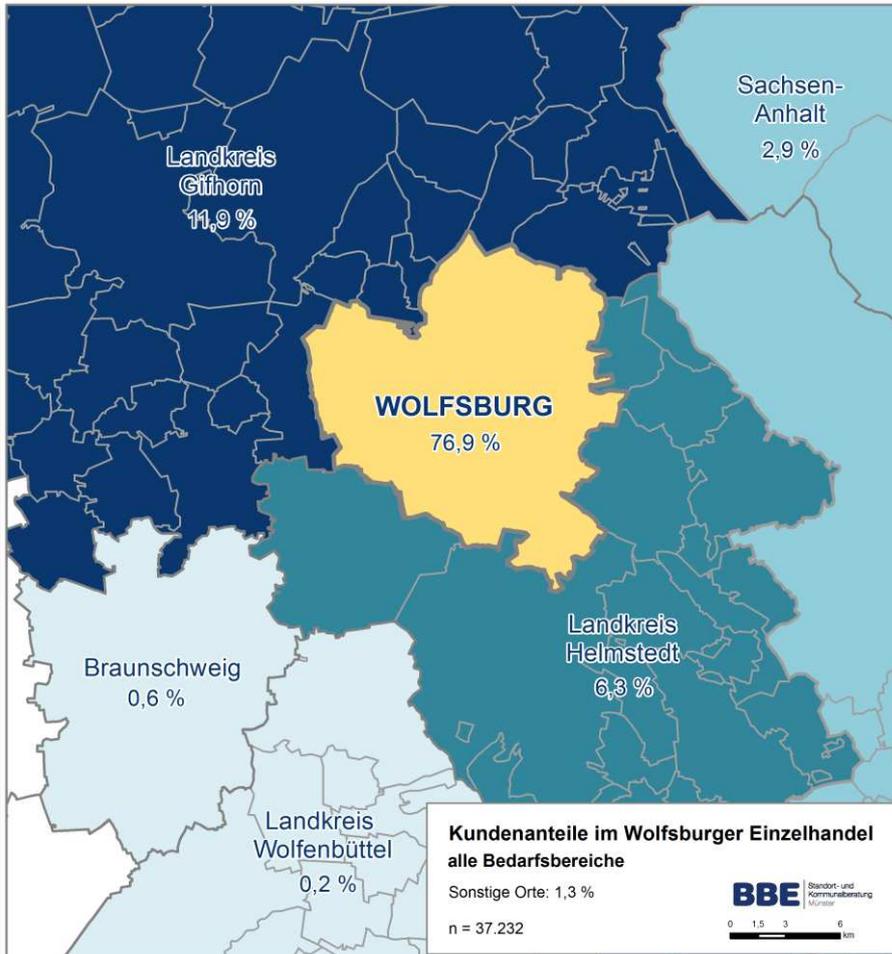
Die Erhebung wurde im November / Dezember 2015 durch die für den Kassivorgang zuständige Person nach Kundenherkunftsorten vorgenommen. Ergänzend hierzu sind von einzelnen teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben eigene Erhebungsdaten zur Verfügung gestellt und ausgewertet worden. Insgesamt sind somit Wohnorte von rd. 37.200 Kunden erfasst worden

Im Ergebnis wird deutlich, dass über alle Bedarfsbereiche und alle Standortlagen⁵⁶ rd. 77 % aus dem Wolfsburger Stadtgebiet selber kommen bzw. im Umkehrschluss rd. 23 % Zufluss von außerhalb Wolfsburgs besteht. Den größten Anteil machen hier die angrenzenden Städte und Gemeinden der beiden Landkreise Gifhorn (11,9 %) und Helmstedt (6,3 %) aus. Weitere Zuflüsse sind aus dem östlichen Teil des angrenzenden Bundeslandes Sachsen-Anhalt (2,9 %) sowie aus der Stadt Braunschweig (0,6 %) bzw. dem Landkreis Wolfenbüttel (0,2 %) festzustellen. Hinzu kommen weitere Streuumsätze aus dem sonstigen Niedersachsen (0,6 %), aus anderen Bundesländern (0,4 %) sowie aus dem Ausland (0,2 %).

Kundenherkunft

⁵⁶ Ohne DOW, da dieses aufgrund seiner konzeptionellen Ausrichtung als Designer Outlet ein deutlich anderes Einzugsgebiet erschließen kann und damit die Ergebnisse der Kundenherkunftsanalyse verfälschen würden.

Abb. 212: Kundenherkunft aller Bedarfsbereiche



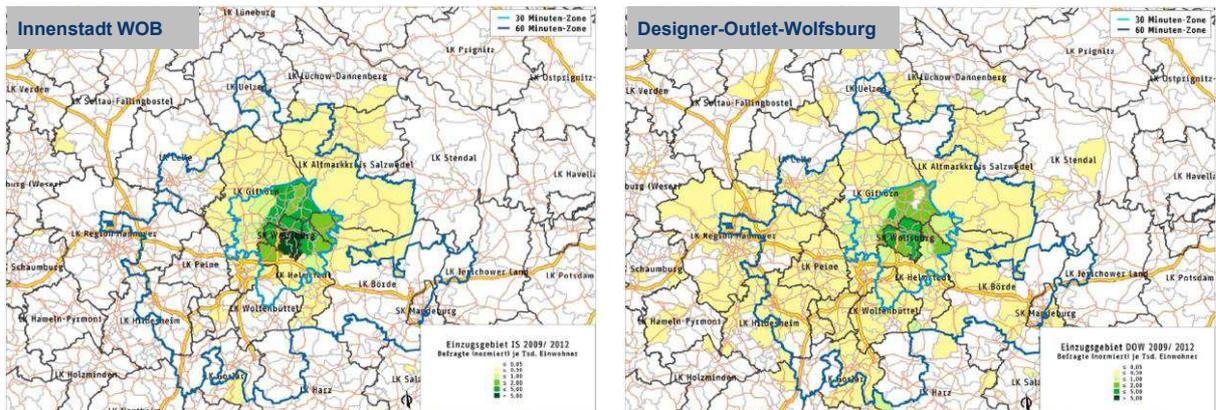
Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen; © GeoBasis-DE / BKG 2016

Angesichts der räumlichen Strukturen sowie der regionalen Wettbewerbssituation lassen sich nunmehr mittels einer Modellberechnung das wirtschaftliche Marktgebiet sowie der Verflechtungsraum der Stadt Wolfsburg und somit das externe Nachfragepotenzial abbilden. Die Ergebnisse der Modellberechnung sind zudem mit den Ergebnissen aus der Evaluierungsstudie zum DOW, die ebenfalls Aussagen zum Einzugsgebiet des innerstädtischen Einzelhandels tätigt, abgeglichen worden.

Die Evaluierungsstudie DOW hat hierbei ergeben, dass das Designer Outlet einen Einzugsbereich von mehr als 60 Minuten aufweist. Nur ein vergleichsweise geringer Kundenteil stammt aus Wolfsburg selbst und den unmittelbar angrenzenden Städten und Gemeinden. Damit erschließt das DOW ein Marktgebiet, welches sich auf weite Teile des Bundeslandes Niedersachsen sowie in Teilen auch auf Sachsen-Anhalt erstreckt und Regionen, wie z. B. den Großraum Hannover umfasst.

Evaluierungsstudie
DOW

Abb. 213: Evaluierungsstudie DOW



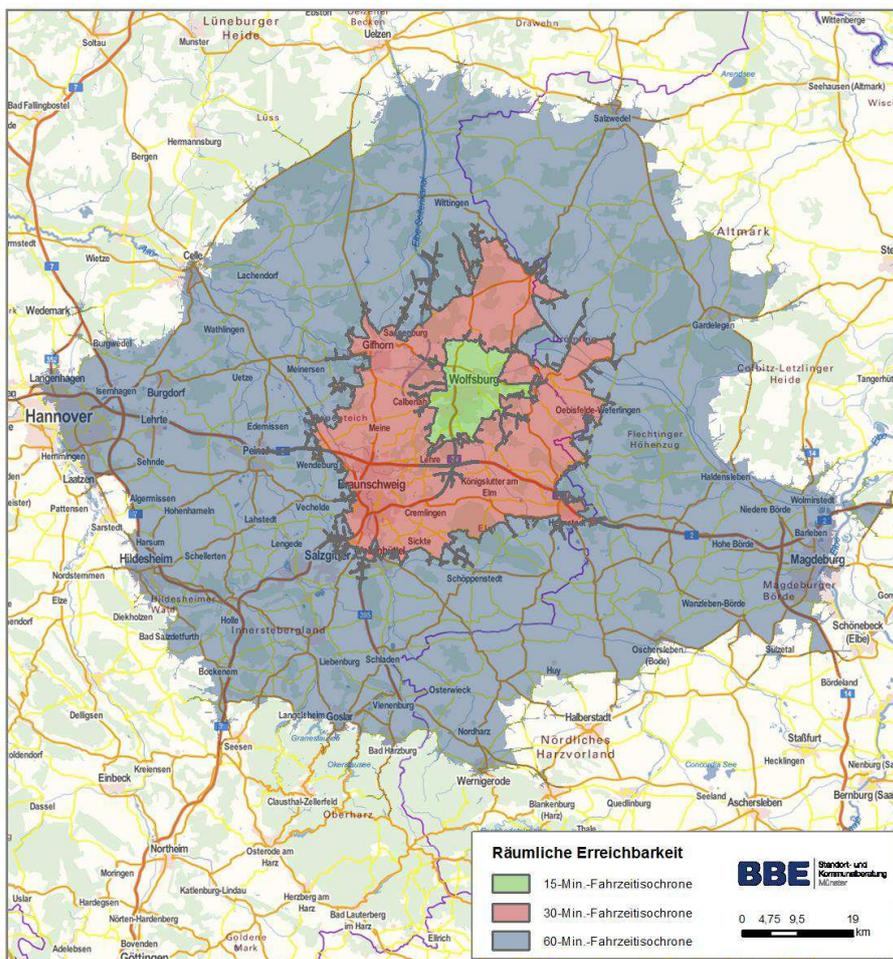
Quelle: eigene Darstellung; Studie „Designer Outlets Wolfsburg - ein Ansatz zur Stärkung der Innenstadt? 2013

Die Evaluierungsstudie kommt auch zum Ergebnis, dass der Schwerpunkt der Kundenherkunft bei dem innerstädtischen Einzelhandel ohne DOW innerhalb der 15- bis max. 30-Minuten-Zone liegt und demzufolge der Einzugsbereich der Innenstadt räumlich deutlich kleiner ist. Der Einzugsbereich des DOW kann in der Konsequenz für die Gesamtstadt Wolfsburg nicht übernommen werden. Anders formuliert ist bei der Herleitung des Marktgebiets für die Stadt Wolfsburg das DOW gesondert zu betrachten.

In der nachfolgenden Abbildung sind die vorgenannten 15- und 30-Minuten-Zonen abgebildet. Die 30-Minuten-Zone umfasst hierbei neben der Stadt Wolfsburg und den unmittelbar angrenzenden Landkreisen auch die nächstgrößeren Städte Braunschweig und Salzgitter, die allerdings bereits Wettbewerbsstandorte darstellen.

Aussagen zum
innerstädtischen
Einzelhandel

Abb. 214: Räumliche Erreichbarkeiten



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen; © GeoBasis-DE / BKG 2016

Aus den Fahrzeitsichronen wird deutlich, dass die 60-Minuten-Fahrzeitsichrone die Oberzentren und Landeshauptstädte Hannover und Magdeburg umfasst. Diese stellen regional bedeutsame Wettbewerbsstandorte dar, die für die Stadt Wolfsburg und deren Markteinzugsgebiet somit marktgebietsbegrenzend wirken.

Angesichts der räumlichen Strukturen, der räumlichen Erreichbarkeiten sowie der regionalen Wettbewerbssituation lassen sich das wirtschaftliche Marktgebiet sowie der Verflechtungsraum der Stadt Wolfsburg abbilden. Das Marktgebiet der Stadt Wolfsburg gliedert sich in vier Bereiche:

Differenzierter Verflechtungsraum

Stadt Wolfsburg

Das Stadtgebiet von Wolfsburg bildet den Haupteinzugsbereich. Das Kundenpotenzial beträgt hierbei 125.550 Verbraucher.⁵⁷

Kundenpotenzial:
rd. 125.550 Kunden

Kerneinzugsbereich

Etwa 74.000 Einwohner lassen sich zum weiteren Kerneinzugsbereich der Stadt Wolfsburg zählen. Dies umfasst insbesondere die unmittelbar angrenzenden Nachbarkommunen der Landkreise Gifhorn und Helmstedt.

Kundenpotenzial:
rd. 74.000 Kunden

Erweiterter Einzugsbereich

Zum erweiterten Einzugsbereich gehören weitere Teile der Landkreise Gifhorn und Helmstedt wie auch Teile von Wolfenbüttel sowie die Stadt Braunschweig. In Sachsen-Anhalt zählen Teile des Altmarkkreises Salzwedel sowie des Landkreises Börde zu diesem erweiterten Bereich, der insgesamt einem Kundenpotenzial von rund 469.300 Kunden entspricht.

Kundenpotenzial:
469.300 Kunden

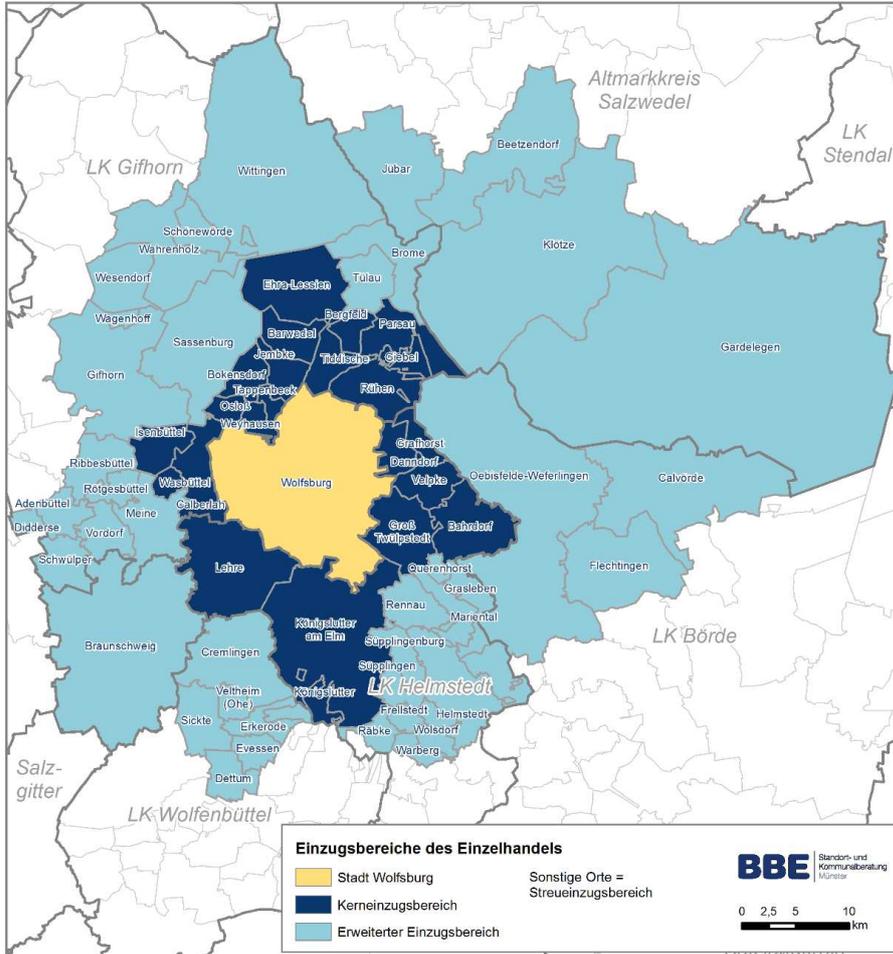
Streueinzugsbereich

Bei dem abgegrenzten Einzugsgebiet handelt es sich um den Teilraum, aus dem der wesentliche Marktanteil erzielt wird. Über diesen Siedlungsraum hinaus sind weitere, wenn auch geringe Kundenanteile zu erwarten. Hierbei handelt es sich um so genannte Streuumsätze wie zufallsbedingte Umsätze durch Pendler, Touristen oder sonstige Ortsfremde. Verbraucher, die von außerhalb der räumlich abgegrenzten Bereiche stammen, gehören somit zum Streueinzugsbereich.

Zufallsbedingte Kunden

⁵⁷ Stichtag: Wolfsburg: 31.12.2015; sonstige Städte: 31.12.2014

Abb. 215: Einzugsbereich des Wolfsburger Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung; © GeoBasis-DE / BKG 2016

Bei dem hier abgebildeten Marktgebiet ist zu berücksichtigen, dass einzelne Betriebe oder Standortlagen wie das DOW ein anderes Marktgebiet aufweisen können. Das Marktgebiet stellt somit einen durchschnittlichen Wert der Einzugsgebiete aller Betriebe dar.

Die unterschiedlichen Standortlagen wie die Innenstadt oder die Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde weisen aufgrund ihrer räumlichen Lage sowie der unterschiedlichen Angebotsausstattung und -vielfalt abweichende Versorgungsbereiche auf. Im Zuge künftiger Versorgungsaufgaben im Rahmen des räumlich-funktionalen Zentrenmodells sollen daher die Innenstadt wie auch die beiden Stadtteilzentren einer differenzierten Analyse unterzogen werden.

Die Kunden, welche die Betriebe der Innenstadt für einen Einkauf aufsuchen, kommen zu rund 72 % aus der Stadt Wolfsburg selber. Mit 12,2 % und 10,7 % sind hierbei Kunden aus den Ortsratsbereichen Mitte-West und Stadtmitte am häufigsten vertreten, was mit der räumlichen Nähe

Differenzierte Kundenherkunft

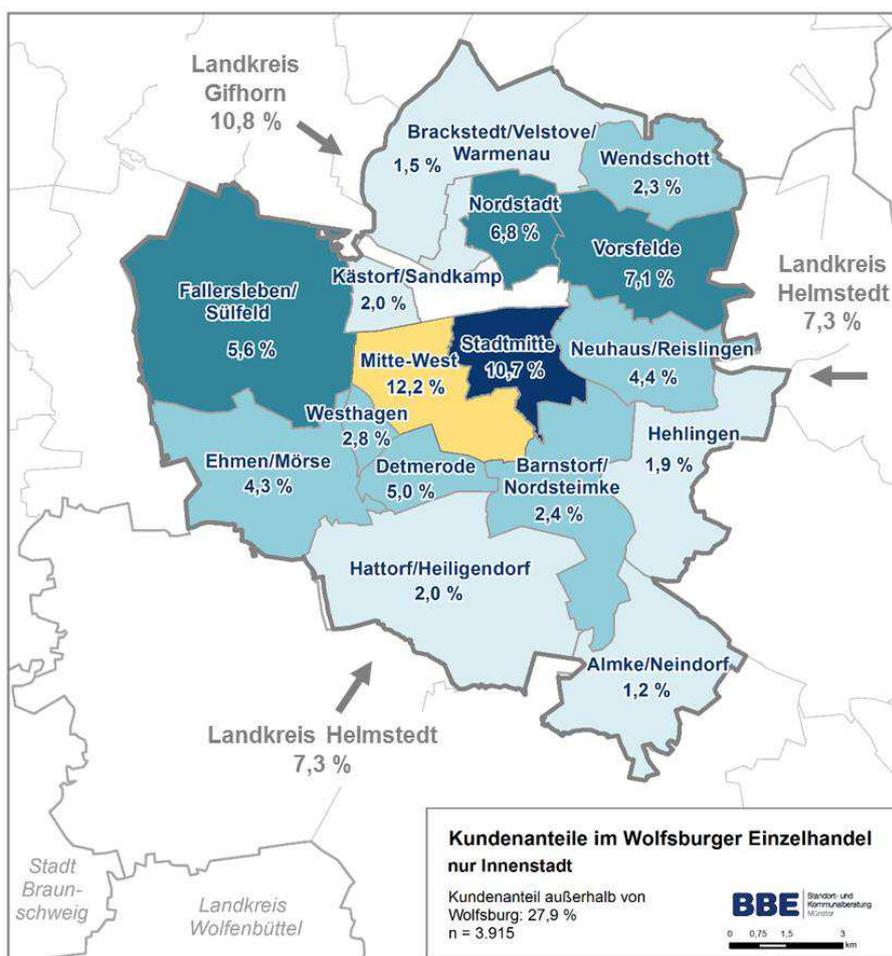
Kundenherkunft
Innenstadt

zur Innenstadt sowie der erhöhten Einwohnerdichte zu begründen ist. Darüber hinaus sind weitere Kundenanteile aus den Ortsratsbereichen Vorsfelde, Nordstadt und Fallersleben / Süfeld festzustellen, während aus den sonstigen Ortsratsbereichen der Anteil bei $\leq 5\%$ liegt.

Der Kunden- und damit de facto auch der Kaufkraftzufluss außerhalb des Wolfsburger Stadtgebiets liegt somit bei knapp 28 %, wobei der Kundenanteil aus den benachbarten Landkreisen Gifhorn (10,8 %) und Helmstedt (7,3 %) am höchsten ist. Dies unterstreicht die Bedeutung der Stadt Wolfsburg als Einkaufsstandort in der Region. Weitere Zuflüsse ergeben sich aus den westlichen Kommunen des benachbarten Bundeslandes Sachsen-Anhalt (3,5 %), der Stadt Braunschweig (1,6 %), des Landkreises Wolfenbüttel (0,7 %) sowie aus sonstigen Teilen von Niedersachsen (1,3 %) bzw. aus anderen Bundesländern (1,8 %) sowie aus dem Ausland (1,0 %).

Kundenanteile

Abb. 216: Kundenherkunft für die Wolfsburger Innenstadt⁵⁸



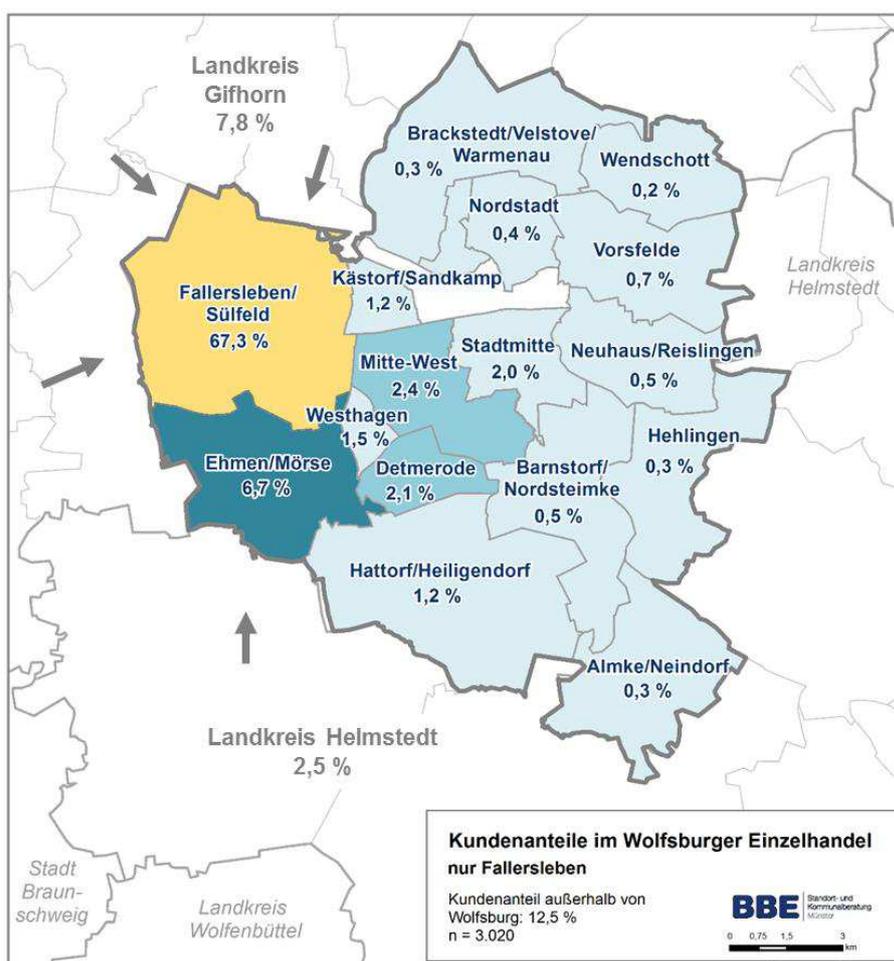
Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen; © GeoBasis-DE / BKG 2016

⁵⁸ Ohne Berücksichtigung des Anbieters SATURN und ohne DOW

Neben der Innenstadt ist die Kundenherkunftserhebung für das Stadtteilzentrum Fallersleben gesondert ausgewertet worden, um so den Versorgungsbereich abzuleiten. Hierzu wurden ebenfalls alle Bedarfsbereiche berücksichtigt, wobei sich die Auswertungen ausschließlich auf die im Stadtteilzentrum ansässigen Betriebe beschränken.

Innerhalb des Ortschaftsbereiches Fallersleben / Sülfeld besteht eine hohe Kundenbindung an den örtlichen Einzelhandel. Rund 67 % der Kunden stammen aus dem Ortschaftsbereich selber. Weitere 6,7 % stammen aus dem südlich angrenzenden Ehmten / Mörse. Aus dem weiteren östlichen Stadtgebiet sind hingegen deutlich weniger Kunden zu verzeichnen.

Abb. 217: Kundenherkunft Fallersleben⁵⁹



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen; © GeoBasis-DE / BKG 2016

Der Kunden- und damit Kaufkraftzufluss außerhalb des Wolfsburger Stadtgebiets liegt bei rd. 12,5 %. Damit liegt der Zufluss deutlich unterhalb der Gesamtstadt mit rd. 28 %. Es zeigt sich, dass der örtliche

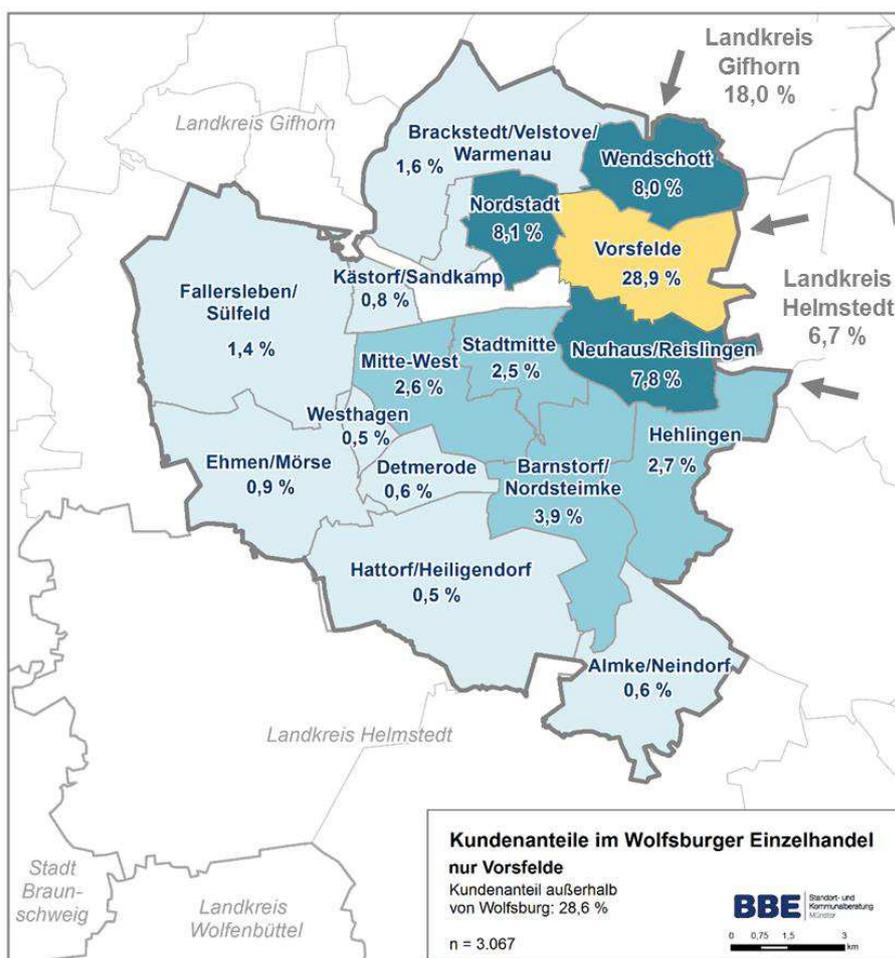
⁵⁹ Ohne Berücksichtigung des BIOMARKTES

Einzelhandel eine räumlich geringere Anziehungskraft in die Region ausstrahlt, die sich zudem vorrangig auf die benachbarten Landkreise Gifhorn (7,8 %) und Helmstedt (2,5 %) konzentriert. Die Fallerslebener Einzelhandel hat somit weniger eine regionale oder gesamtstädtische Bedeutung, sondern konzentriert sich vielmehr auf die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung sowie der unmittelbar angrenzenden Nachbargemeinden.

In Vorsfelde gibt es mit 28,9 % eine deutlich geringere Eigenbindung. Insbesondere die Kunden aus den angrenzenden Ortsratsbereichen Nordstadt (8,1 %), Wendschott (8,0 %) und Neuhaus / Reislingen (7,8 %) weisen eine vergleichsweise hohe Einkaufsorientierung auf. Mit knapp 29 % ist zudem der Zufluss von Kunden außerhalb von Wolfsburg sehr hoch. Hier ist insbesondere ein hoher Anteil von Kunden aus dem angrenzendem Landkreis Gifhorn (18 %) festzustellen.

Kundenherkunft
Vorsfelde

Abb. 218: Kundenherkunft Vorsfelde



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen; © GeoBasis-DE / BKG 2016

Der Einzelhandel in Vorsfelde hat somit weniger eine regionale oder gesamtstädtische Bedeutung, sondern konzentriert sich vorrangig auf die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung sowie der unmittelbar angrenzenden Ortsratsbereiche und Nachbargemeinden.

3.5.2 Kaufkraftpotenzial in Wolfsburg

Die Analyse der örtlichen Nachfragesituation wird auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau, den Verbrauchsausgaben sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen vorgenommen.

Die Daten und Statistiken der nachfolgenden Institute stellen hierfür die Grundlagen dar:

- IFH Retail Consultants, Köln 2015
- Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN), Hannover 2015

Für die Ermittlung des Kaufkraftpotenziales im Stadtgebiet werden neben der Zahl der Einwohner (= Bedarfsträger) die privaten jährlichen Verbrauchsausgaben hinzugezogen.⁶⁰ Grundlage sind die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants aus dem Jahre 2015. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind insgesamt 6.613 € einzelhandelsrelevant.⁶¹

Die Verbrauchsausgaben werden zudem mit einem Faktor gewichtet, der einen Index für die Ausgabefähigkeit im örtlichen Einzelhandel darstellt. Dieser Faktor wird bei der Gewichtung der Verbrauchsausgaben mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer einbezogen. Die IFH Retail Consultants Köln weisen in der Stadt Wolfsburg eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 106,7 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit um 6,7 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt.

Das Kaufkraftniveau der Stadt Wolfsburg ist vergleichbar bzw. liegt teils über der Kaufkraft anderer Kommunen in der Region, wie der nachfolgenden Karte zu entnehmen ist.

Auswertung sekundärstatistischer Quellen

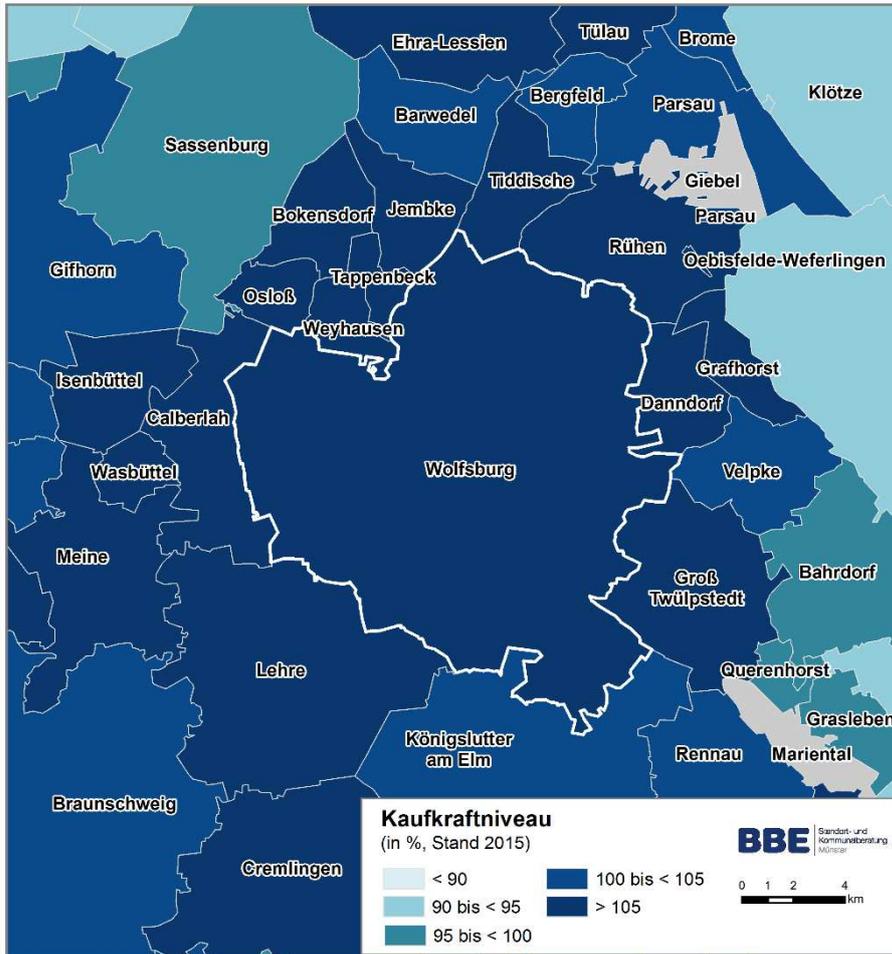
Verbrauchsausgaben

Kaufkraftkennziffer
Wolfsburg: 106,7 %

⁶⁰ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt. Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft (= Summe aller Nettoeinkünfte aus selbstständiger und nicht selbstständiger Arbeit einschließlich Kapitaleinkünften und staatlichen Transferzahlungen, wie Arbeitslosengeld, Kindergeld und Renten), die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für u. a. Dienstleistungen, Versicherungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben u. a. auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

⁶¹ Inkl. Versandhandel und e-Commerce

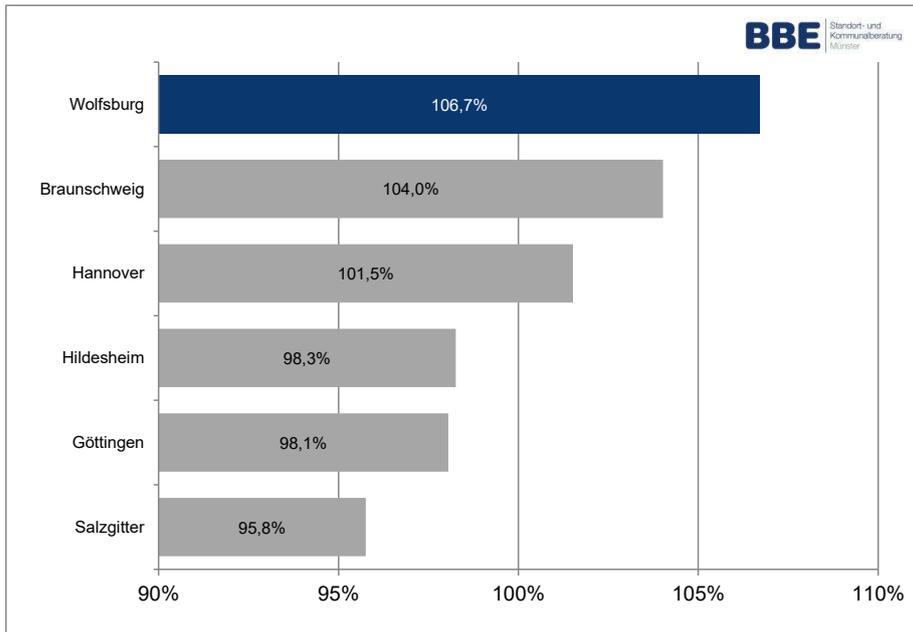
Abb. 219: Kaufkraft in der Region



Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2015; © GeoBasis-DE / BKG 2015

Der interkommunale Vergleich mit den weiteren Oberzentren in der Region macht zudem deutlich, dass das Kaufkraftniveau der Stadt Wolfsburg z. T. sogar deutlich oberhalb des Niveaus der Vergleichsstädte liegt.

Interkommunaler Vergleich

Abb. 220: Kaufkraft im Städtevergleich

Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Die Verbrauchsausgaben werden mit der Elastizität der Nachfrage gewichtet, da die Ausgabenbereitschaft für einzelne Sortimente durchaus differieren kann. Dies bedeutet, dass bei einem höheren Kaufkraftniveau die Ausgabenbereitschaft beispielsweise bei Gütern des mittelfristigen Bedarfs nicht im gleichen Verhältnis wie z. B. bei Gütern des langfristigen Bedarfs ansteigt.

Hieraus ergibt sich für die Stadt Wolfsburg eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 6.480 €⁶² im Jahr.

Elastizitätsfaktor

⁶² Verbrauchsausgaben korrigiert um die Ausgaben, die im Baumarktsegment über das Handwerk abgedeckt werden.

Abb. 221: Kaufkraftpotenzial in Wolfsburg⁶³

Warengruppe	Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe	
	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	106,72	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet
Einwohner:	125.550	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in T€ zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel		2.303	2.449	307.429
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.		978	1.015	127.463
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher		186	204	25.620
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		3.466	3.668	460.513
Bekleidung/Wäsche		541	598	75.060
Schuhe, Lederwaren		145	159	19.984
Baumarktsortimente*, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf		488	505	63.389
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat		69	77	9.672
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.		229	252	31.680
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		1.472	1.591	199.786
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien		427	469	58.921
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten		166	182	22.888
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video		413	446	55.990
Uhren/Schmuck		76	86	10.770
Sonstiges		35	38	4.756
Überwiegend langfristiger Bedarf		1.116	1.221	153.324
Gesamt		6.055	6.480	813.623

Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2015;

*Verbrauchsausgaben im Baumarktsegment abzüglich der Ausgaben, die über das Handwerk abgedeckt werden.

Gewichtet mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt rd. 813,6 Mio. € für das Jahr 2015 ermitteln.

Kaufkraftpotenzial:
rd. 813,6 Mio. €

Neben dem einzelhandelsspezifischen Kaufkraftpotenzial, das sich aus der ortsansässigen Bevölkerung ableiten lässt, sind touristische Potenziale vorhanden. Diese resultieren in Wolfsburg aus den Übernachtungen in der örtlichen Hotellerie, Ferienhäusern und -wohnungen und privaten Pensionen im Stadtgebiet. Ein Schwerpunkt liegt in Wolfsburg insbesondere in der Autostadt Wolfsburg, einem Themen- und Erlebnispark der Volkswagen AG. Auch weitere Sehenswürdigkeiten ziehen Touristen an. Entsprechend verzeichnete die Beherbergungsstatistik der Stadt Wolfsburg im Jahr 2015 etwa 556.000 Gästeübernachtungen bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,7 Tagen.⁶⁴ Statistisch schwierig zu erfassen ist jedoch das Ausgabeverhalten im Tourismussegment, zumal das Ausgabeverhalten der Gäste auch mit der Verweildauer am Ort

Touristisches Potenzial

⁶³ Es sind ausschließlich Einwohner mit gemeldeten Erstwohnsitz (ohne Zweit- / Nebenwohnsitz) berücksichtigt worden.

⁶⁴ Stadt Wolfsburg, Daten & Fakten, Wolfsburg Statistk 2016

(Tages- vs. Übernachtungstouristen) sowie der Art der Übernachtung (Selbstversorger vs. Hotelgäste) zusammenhängt. Über die Höhe des touristischen Potenzials kann somit mangels eindeutiger Zahlen keine verlässliche quantitative Aussage getroffen werden. Dennoch stützt das touristische Potenzial die einzelhandelsrelevante Nachfrage innerhalb der Stadt.

3.5.3 Kaufkraftbindungsquoten

Auf Grundlage der Betriebsstättenerhebungen sowie der Kaufkraftdaten wird eine Analyse der örtlichen Kaufkraftbindungsquoten vorgenommen. Hierbei werden die vor Ort gebundenen Umsätze der sortimentspezifischen Kaufkraft gegenübergestellt.⁶⁵ Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt eine Kenngröße für die Versorgungssituation innerhalb der Warengruppen eines Teilraumes dar.

Liegt der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse (im Saldo) stärker als die Zuflüsse, bei einem Wert über 100 % erwirtschaftet der Einzelhandel mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist. Die vollständige Kaufkraftbindung von 100 % ist allerdings zunächst eine rechnerische Größe, die in den einzelnen Sortimenten teilweise deutlich nach oben oder nach unten abweichen kann, weil die Bindungsfähigkeit einer Stadt oder eines Standortes auch mit der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betriebe oder Betriebsformen des Handels in Verbindung steht.

Je größer die Umsatz-Kaufkraft-Relation und damit die Zentralität eines Ortes sind, desto größer ist die Anziehungskraft des örtlichen Einzelhandels auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z. B. durch die Quantität und Qualität an Verkaufsfläche, den Branchenmix und die Kaufkraft im Marktgebiet beeinflusst.

Zur Ermittlung der Umsätze werden aktuelle branchenbezogene und betriebsspezifische Flächenproduktivitäten⁶⁶, d. h. sortimentspezifische Umsätze je qm Verkaufsfläche, differenziert für einzelne Vertriebsformen, angesetzt, die hinsichtlich der standortbezogenen und betrieblichen Qualitäten der Einzelhandelsbetriebe angepasst werden. Bezogen auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze.

In der Stadt Wolfsburg wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von rd. 944,3 Mio. € realisiert. In Relation zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vor Ort besteht für die Stadt Wolfsburg so insgesamt eine Kaufkraftbindung von 116,1 % über alle Sortimente. Der

Umsatz-Kaufkraft-
Relation

Zentralität

Einzelhandelsumsatz
ca. 944,3 Mio. €

⁶⁵ = Umsatz-Kaufkraft-Relationen (Relation zwischen örtlichem einzelhandelsrelevanten Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzial)

⁶⁶ EHI Retail Institute, Köln 2015

Einzelhandelsumsatz liegt signifikant über dem örtlichen Nachfragepotenzial, d. h. per Saldo werden Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland erzielt.

Abb. 222: Bindungsquoten⁶⁷

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2015
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	299.000	307.429	97,3%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	116.565	127.463	91,5%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	23.341	25.620	91,1%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	438.907	460.513	95,3%
Bekleidung/Wäsche	118.713	75.060	158,2%
Schuhe, Lederwaren	30.950	19.984	154,9%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	117.630	63.389	185,6%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	21.694	9.672	224,3%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	33.974	31.680	107,2%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	322.961	199.786	161,7%
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	81.021	58.921	137,5%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	23.495	22.888	102,7%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	60.573	55.990	108,2%
Uhren/Schmuck	12.072	10.770	112,1%
Sonstiges	5.245	4.756	--
Überwiegend langfristiger Bedarf	182.406	153.324	119,2%
Gesamt (ohne Leerstände)	944.274	813.623	116,1%

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; EHI Retail Institute, Köln 2015

Es zeigt sich über nahezu alle Sortimente und Bedarfsdeckungsbereiche eine vollständige Kaufkraftbindung bzw. sogar deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Marktgebiet (siehe Kap. 3.5.1) der Stadt Wolfsburg. Es sind somit quantitativ keine nennenswerten Versorgungsdefizite in den einzelnen Sortimentsgruppen festzustellen. Die Stadt Wolfsburg kann ihrer zentralörtlichen Einordnung als Oberzentrum in allen Fristigkeitsbereichen gerecht werden.

Versorgungssituation

Bei Nahversorgung bzw. im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich wird die örtliche Kaufkraft fast vollständig gebunden bzw. etwaige Kaufkraftabflüsse werden durch Zuflüsse nivelliert. Insbesondere in den Randbereichen des Wolfsburger Stadtgebiets ist aufgrund des Fehlens eigener wohnortnaher Versorgungsstrukturen allerdings auch eine Orientierung auf alternative Wettbewerbsstandorte im Umland (z. B. KLANZECENTER in Weyhausen) festzustellen. Ansonsten erfolgt die Versorgung

Kurzfristiger Bedarf

⁶⁷ Hinweis: veränderte Erhebungssystematik bei CIMA und Junker & Kruse (u. a. bzgl. atypischem Einzelhandel) sowie veränderte Verbrauchsausgaben

mit Waren des periodischen Bedarfs entsprechend dem Sortimentscharakter vorrangig wohnortnah und damit innerhalb des Stadtgebietes.

In den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsdeckungsbereichs, und hier insbesondere in den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten wie persönliche Ausstattung verfügt die Stadt Wolfsburg über sehr gute Bindungsquoten. Auch bei den sonstigen mittelfristigen Sortimenten wie Baumarkt, Spielwaren, Sport, Fahrrad, Hobby bestehen aufgrund der örtlichen Angebotsstrukturen sehr gute Bindungsquoten.

Mittelfristiger Bedarf

Auch bei den Sortimenten des langfristigen Bedarfs werden gemäß der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt als Oberzentrum aufgrund örtlicher Anbieter Bindungsquoten oberhalb der eigenen örtlichen Kaufkraft und damit Kaufkraftzuflüsse erreicht. Diese fallen mit durchschnittlich 119,2 % über alle relevanten Warengruppen allerdings geringe aus. Hier macht sich die räumliche Nähe zu den nächstgelegenen Oberzentren mit ihrem ebenfalls starken Angebotsbesatz (z. B. bei Möbeln mit IKEA, PORTA, XXL LUTZ), bemerkbar.

Langfristiger Bedarf

Der Stadt Wolfsburg gelingt es sowohl im periodischen als auch aperiodischen Bedarfsdeckungsbereich größtenteils, ihre raumordnerische Aufgabe zu erfüllen und die Versorgung der Bevölkerung im Marktgebiet der Stadt und auch im oberzentralen Verflechtungsraum wahrzunehmen.

Fazit

Gegenüber der letzten Primärerhebung aus 2010 haben sich einige Änderungen ergeben, wobei diese neben veränderten Verbrauchsausgaben in den einzelnen Warengruppen und Sortimenten sowie veränderter Flächenleistungen auch auf eine veränderte Erhebungssystematik zurückzuführen sind. Eine unmittelbare Vergleichbarkeit ist damit nicht möglich. Die nachfolgende Abbildung dient somit einer ersten Orientierung.

Vergleich zum EEP 2010

Abb. 223: Bindungsquoten gegenüber 2010⁶⁸

Warengruppe	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2015	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2010	Veränderung ggü. 2010	
	in Prozent zur Kaufkraft	in Prozent zur Kaufkraft	%-Punkte	
Nahrungs- und Genussmittel	97,3%	108,6%	-11,3%	↓
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	91,5%	110,1%	mit Optik	
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	91,1%	114,6%	ohne Blumen	
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	95,3%			
Bekleidung/Wäsche	158,2%	140,3%	17,9%	↑
Schuhe, Lederwaren	154,9%	130,1%	24,8%	↑
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	185,6%	180,8%	mit Blumen	
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	224,3%	116,7%	107,6%	↑
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	107,2%	111,8%	-4,6%	↓
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	161,7%			
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	137,5%	144,3%	-6,8%	↓
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	102,7%	137,6%	-31,0%	↓
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	108,2%			
Uhren/Schmuck	112,1%	102,0%	ohne Optik	
Sonstiges	---			
Überwiegend langfristiger Bedarf	119,2%			
Gesamt (ohne Leerstände)	116,1%	125,3%	-9,2%	↓

Quelle: eigene Berechnung und Darstellung; EHI Retail Institute, Köln 2015, Einzelhandelsentwicklungsplan für die Stadt Wolfsburg – Fortschreibung 2009 / 2010

Bei Nahrungs- und Genussmitteln ist z. B. eine leicht rückläufige Bindungsquote festzustellen, die u. a. auf veränderte bzw. gesunkene Flächenleistungen zurückzuführen ist. Die Marktentwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel gehen mit steigenden Verkaufsflächenansprüchen insbesondere der Discountmärkte einher. Eine Erweiterung des bereits bestehenden Angebotes findet dabei i. d. R. nicht bzw. nur begrenzt statt. Die zusätzlichen Flächen werden vorrangig für eine verbesserte Warenpräsentation, für großzügigere Gangbreiten, Leergut-Annahmestellen o. ä. sowie für verbesserte logistische Abläufe verwendet. Die erhöhten Anforderungen an die Verkaufsflächendimensionierung bei gleichbleibender Sortimentsgestaltung führen mittelbar zu sinkenden Flächenleistungen bei einer gleichzeitig höheren Verkaufsflächendimensionierung pro Betriebsstätte. Unter Einbeziehung gestiegener Verbrauchsausgaben ergibt sich daher eine Verschiebung in den Bindungsquoten.

Nahrungs- und
Genussmitteln

⁶⁸ Hinweis: veränderte Erhebungssystematik bei CIMA und Junker & Kruse (u. a. bzgl. atypischem Einzelhandel) sowie veränderte Verbrauchsausgaben

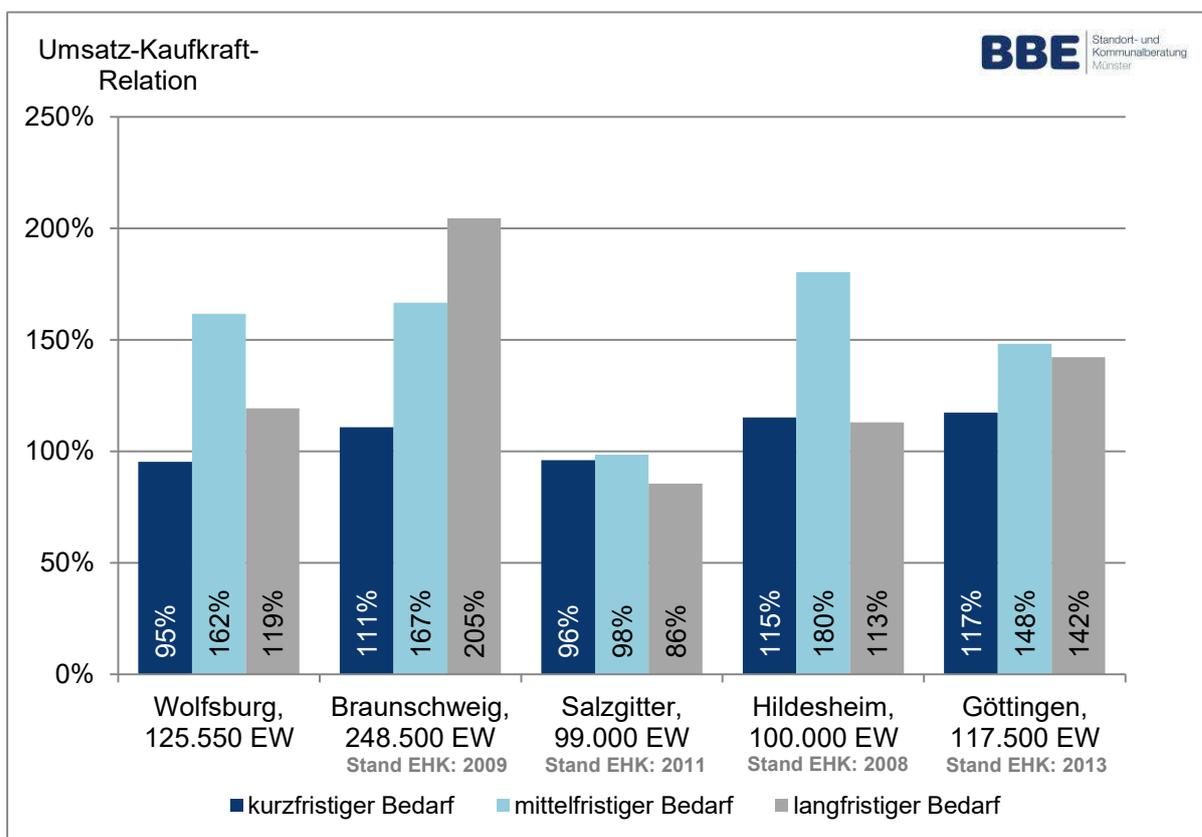
Die insgesamt positive Entwicklung der Bindungsquoten im mittelfristigen Bedarfsbereich ergibt sich vorrangig aufgrund veränderter Angebotsstrukturen innerhalb des Einzelhandels der Stadt Wolfsburg, und hier insbesondere im Bereich der persönlichen Ausstattung. Dies ist u. a. auf die Realisierung des 3. Bauabschnitts des DOW zurückzuführen. Weitere Veränderungen im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind zudem in den z. T. deutlich veränderten Verbrauchsausgaben begründet.

Mittel- u. langfristiger
Bedarfsbereich

Der interkommunale Vergleich mit anderen Oberzentren macht deutlich, dass sich die Bindungsfähigkeit der Stadt in den einzelnen Bedarfsbereichen in einem zumeist vergleichbaren und damit für Oberzentren in der Region typischen Bereich bewegt.

Bindungsquoten
im Vergleich

Abb. 224: Bindungsquoten im Vergleich

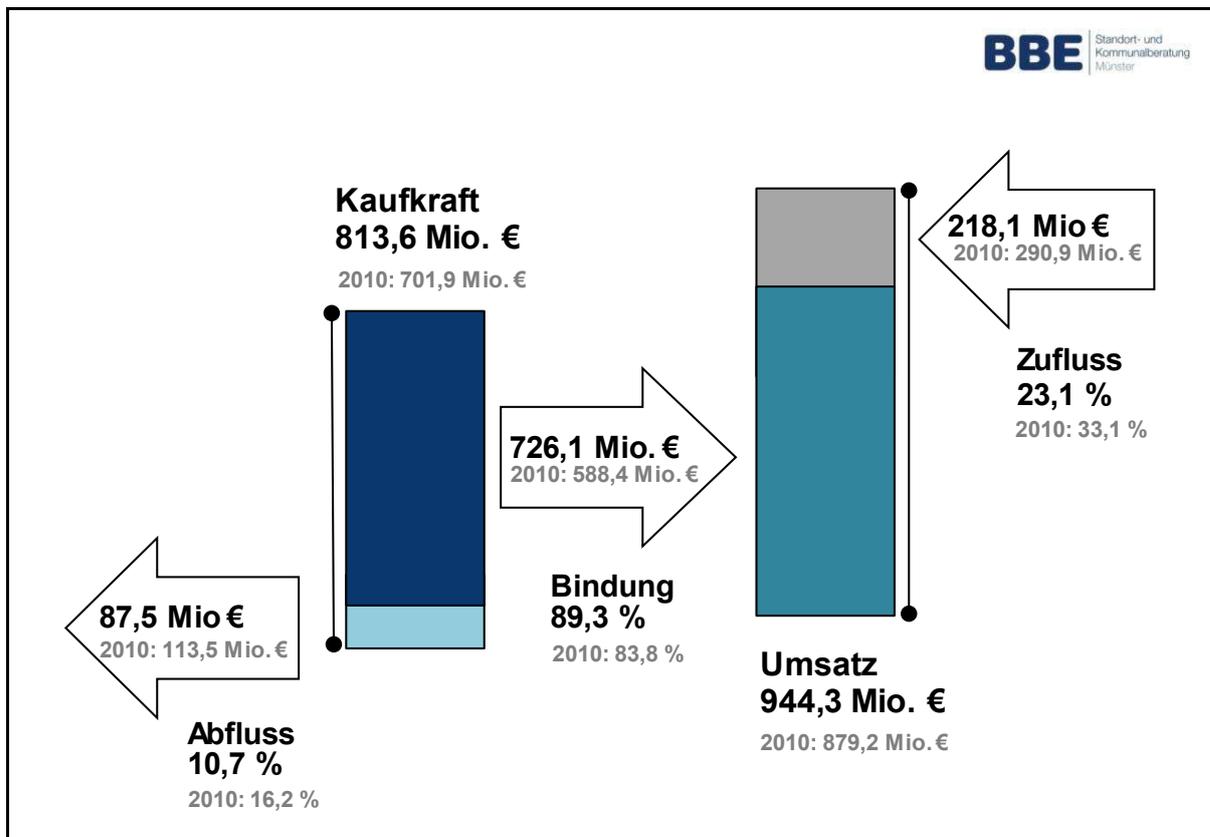


Quelle: eigene Darstellung; Einzelhandelskonzepte der Städte, Zeitraum 2008-2015

Auf Grundlage der Betriebs- und Kundenherkunftserhebungen lassen sich die Kaufkraftbewegungen für den Standort Wolfsburg ableiten. Die Kaufkraftbilanz setzt sich grundsätzlich aus der Bilanz von Zu- und Abflüssen zusammen und stellt sich für den Standort Wolfsburg im Saldo positiv dar und verzeichnet Kaufkraftzuflüsse in Höhe von 23,1 %.

Kaufkraftbilanz

Abb. 225: Kaufkraftbilanz / Kaufkraftstromanalyse



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Einzelhandelsentwicklungsplan für die Stadt Wolfsburg – Fortschreibung 2009 / 2010

Damit setzt sich der Umsatz des Wolfsburger Einzelhandels in Höhe von 944,3 Mio. € zu rund 726,1 Mio. € aus der örtlichen Nachfrage und zu rd. 218,1 Mio. € aus Kaufkraftzuflüssen außerhalb des Stadtgebiets zusammen.

3.6 Passantenfrequenzzählung in der Stadt Wolfsburg

Die Passantenfrequenzzählung stellt eine Messgröße zur Bestimmung der Lagequalitäten und der Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes und damit der Bedeutung von Einzelhandelslagen dar. Die Ergebnisse solcher Messungen sind Indikator für den Marktwert von Grundstücken als Einkaufsstandort und damit für die Miet- und Bodenpreise. Die Ergebnisse stellen hiermit eine Ergänzung der städtebaulichen Analyse dar. Insbesondere durch die regelmäßige Wiederholung dieser Erhebung lassen sich Rückschlüsse auf Veränderungen und Trends ziehen. Damit können die Daten als Entscheidungsgrundlage für etwaige Planungen in der Innenstadt bzw. den Stadtteilzentren herangezogen werden.

Ziel

Die Erhebung der Passantenfrequenzen erfolgt üblicherweise an unterschiedlichen Wochentagen, um somit nicht nur Schwankungen im Wochenverlauf, sondern auch weitere mögliche Einflussfaktoren zu nivellieren. In der Stadt Wolfsburg wurden daher am Donnerstag, den 09.06.2016 und am Samstag, den 11.06.2016 an verschiedenen Standorten (insbesondere an den Hauptzugangsbereichen) innerhalb der Wolfsburger Innenstadt sowie in den Stadtteilzentren Fallersleben und Vorsfelde die Passantenfrequenzen erfasst. Durch die Wahl genannter Erhebungstage konnten sowohl die Frequenzverläufe an Werktagen als auch das in der Regel frequenzstärkere Wochenende abgebildet werden. In Fallersleben und Vorsfelde wurde in Anlehnung an die örtlichen Ladenöffnungszeiten von 10 bis 18 Uhr (Donnerstag) und von 10 bis 14 Uhr (Samstag) erhoben. In der Innenstadt wurde an beiden Zähltagen von 10 bis 18 Uhr gezählt.

Als besonders effiziente Methodik der Erhebung hat sich ein Verfahren herausgestellt, in dem der vorgegebene Erhebungszeitraum je Stunde in vier Zählintervalle à 15 Minuten unterteilt wird. Innerhalb des jeweiligen Zählintervalls von 15 Minuten werden dann für fünf Minuten zunächst alle Passanten⁶⁹ gezählt, die den jeweiligen Messpunkt von links nach rechts passieren. Anschließend werden alle Passanten erfasst, die diesen Messpunkt von rechts nach links passieren. In den verbleibenden 5 Minuten des Zählintervalls finden keine Zählungen statt.⁷⁰ Dadurch sollen mögliche Frequenzschwankungen durch den öffentlichen Personennahverkehr, längere Ampelphasen oder sonstige Einflussfaktoren ausgeglichen werden.⁷¹ Die beschriebene Zählmethode wird für die vier Zählintervalle gleichermaßen durchgeführt und die Ergebnisse der Erhebungen je Messpunkt auf die volle Stunde hochgerechnet. Die Erhebung wiederholt sich über den gesamten Erhebungszeitraum.

Äußere Umstände und Rahmenbedingungen können die Zählung der Passantenströme beeinflussen und z. B. eine Verlagerung des Standortes bedingen und sind entsprechend zu berücksichtigen. Etwaige Besonderheiten sind jedoch während der gesamten Zählung nicht aufgetreten. Die Wetterbedingungen waren an beiden Tagen beständig mit bewölkten und sonnigen Abschnitten. Niederschläge fielen an den Zähltagen nicht. Die Temperaturen lagen im Tagesverlauf zwischen ca. 15 und 20 Grad Celsius.

⁶⁹ Als Passanten zählen Fußgänger, Kinder ab einer Größe von ca. 1,20 m, Rollstuhlfahrer sowie Radfahrer, die ihr Rad schieben. Fahrende Radfahrer und sonstige Fortbewegungsformen (z. B. Skateboard) wurden in Fallersleben und Vorsfelde gesondert erfasst.

⁷⁰ Die Erhebung in der Innenstadt wurde hingegen in Zählintervalle à 20 Minuten aufgeteilt, sodass zunächst 20 Minuten die eine Laufrichtung, dann 20 Minuten die andere Laufrichtung erhoben und die übrigen 20 Minuten pausiert wurde.

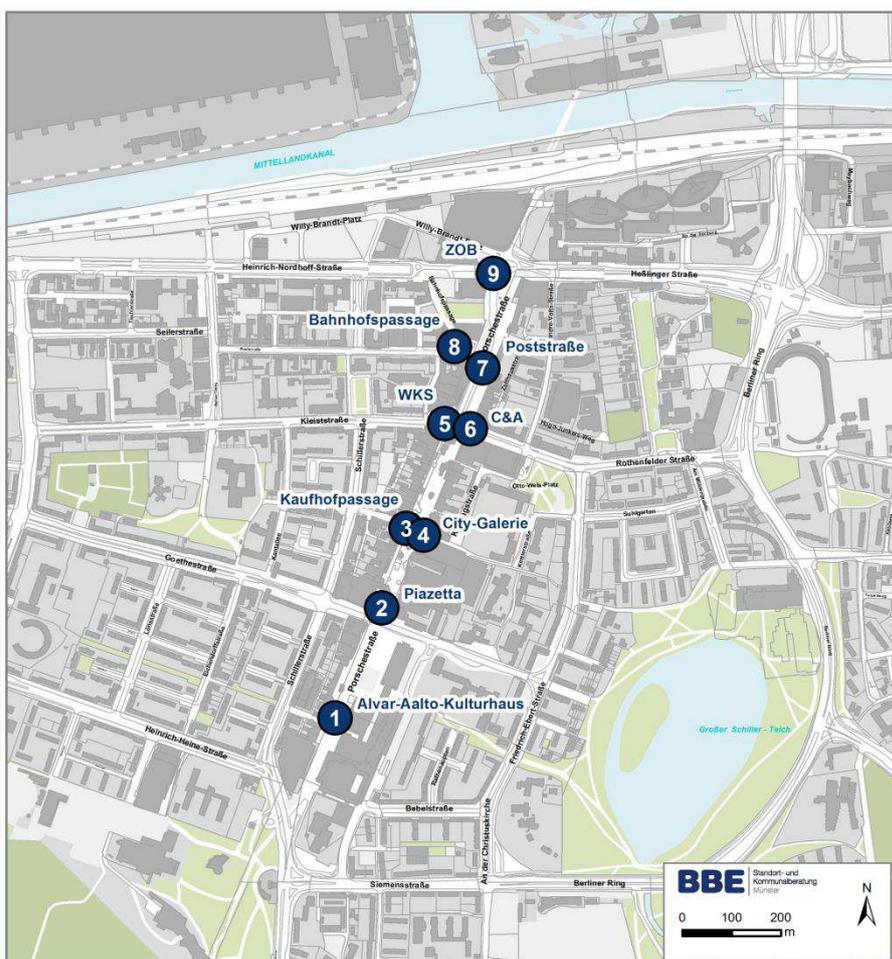
⁷¹ Personen, die sich offensichtlich aus beruflichen Gründen (z. B. Postboten, Bauarbeiter, Lieferanten) am Zählstandort aufhalten, werden nicht berücksichtigt.

3.6.1 Passantenfrequenzzählung in der Innenstadt

In der Innenstadt wurden die Passanten an insgesamt neun Standorten erfasst, die sich auf unterschiedliche Lagen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs verteilen und die wesentlichen Kreuzungsbereiche bzw. Zugangsbereiche abdecken.⁷²

Zählstandorte Innenstadt

Abb. 226: Zählstandorte der Passantenfrequenzzählung Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Datengrundlage: Erhebung der WMG; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Vergleich der Zählergebnisse an den Erhebungstagen wird deutlich, dass hinsichtlich der Passantenfrequenz erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Einzelhandelslagen in der Innenstadt bestehen. Der Bereich der Porschestraße zwischen Kleiststraße und Goethestraße,

Porschestraße zwischen
Kleist- / Goethestr.
am frequenzstärksten

⁷² Die Zählergebnisse der Standorte 3 und 4 sowie 5 und 6 wurden für die Analyse zu je einem Standort zusammengefasst.

der aufgrund seiner hohen Einzelhandelsdichte mit einem durchgängigen Einzelhandelsbesatz bei Ausgestaltung als Fußgängerzone die Hauptlage darstellt (siehe Kap. 3.3.1), wird erwartungsgemäß sowohl am Donnerstag als auch am Samstag mit Abstand am höchsten frequentiert (Tagessummen Samstag, Standort 3-4: 24.500 Passanten; Standort 5-6: 20.900 Passanten; Standort 2: 19.500 Passanten).

Der nördlich hiervon gelegene Teil der Porschestraße zwischen Kleiststraße und dem DOW ist vergleichsweise gering frequentiert, obwohl dieser als Verbindung zwischen der Fußgängerzone und dem Designer Outlet Center im Norden der Innenstadt dient und damit eine aus städtebaulicher Sicht wichtige Brückenfunktion übernimmt bzw. übernehmen soll. Der Bereich ist jedoch durch einige Friktionen im Einzelhandelsbesatz bei z. T. Anbietern aus dem Niedrigpreissegment sowie einen Schwerpunkt mit gastronomischen Angeboten geprägt. Dies legt den Schluss nahe, dass das DOW einerseits aufgrund der verkehrszentralen Lage insbesondere als autokundenorientierter Standort fungiert und andererseits die Austauschbeziehungen zwischen der Hauptgeschäftslage an der Porschestraße und dem DOW ausbaufähig sind.

Unverkennbar sind auch die geringen Passantenströme entlang der Bahnhofspassage, die als Verbindung zwischen Hauptbahnhof und Porschestraße fungieren soll. Diesen Standort passieren lediglich rund 2.200 Besucher am gesamten Donnerstag und 1.200 am gesamten Samstag. Zum Vergleich, die Standorte an der Porschestraße weisen > 2.500-3.000 Passanten pro Stunde auf. Derzeit ist die Nutzungsdichte an der Bahnhofspassage sehr gering. Außerdem beeinflusst die fehlende Sichtbeziehung zwischen Bahnhof und Bahnhofspassage die Verbindungswirkung negativ.

Der südlich der Hauptlage gelegene Bereich der Porschestraße, der durch einen Schwerpunkt bei ergänzenden Nutzungen (Dienstleistung, öffentliche Einrichtungen) geprägt ist, ist im Vergleich zur Hauptlage ebenfalls wesentlich geringer frequentiert und damit aus Handelssicht als Nebenlage zu betrachten.

Bei einer Untersuchung der Laufrichtung lassen sich für die Standorte keine signifikanten Unterschiede feststellen.

Wie zu erwarten, sind die Passantenfrequenzen am Samstag höher als am Donnerstag. Während am Samstag an allen Zählpunkten zusammen knapp 90.000 Passanten gezählt wurden, waren es am Donnerstag lediglich rund 75.000. Der Samstag ist insgesamt der frequenzstärkere Tag für das Einkaufen. Ein Grund ist der erhöhte Anteil auswärtiger Besucher, die samstags für einen Einkauf von Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs in die Wolfsburger Innenstadt kommen.

Nördlicher Teil der
Porschestraße

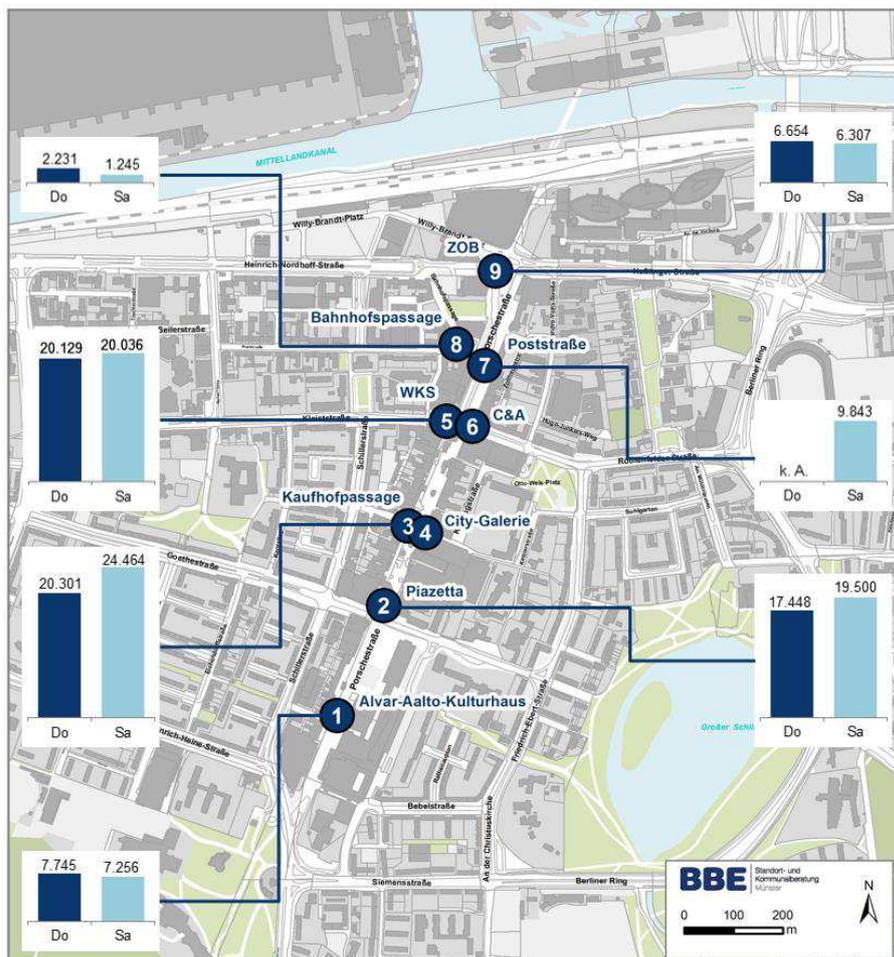
Bahnhofspassage am
frequenzschwächsten

Südlicher Teil der
Porschestraße

Unterschiede
Laufrichtung

Unterschiede
Wochentag

Abb. 227: Vergleich der Tagessummen in der Innenstadt

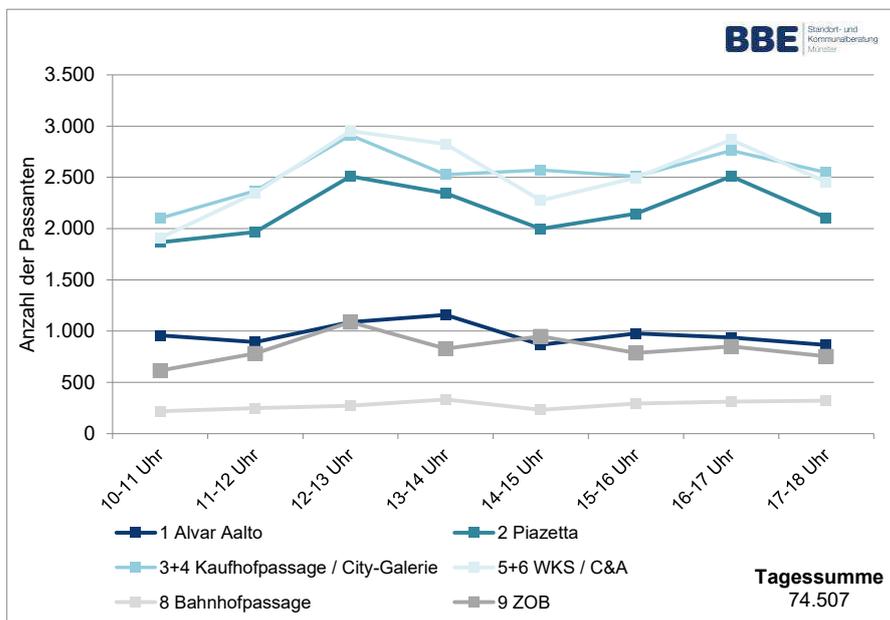


Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Datengrundlage: Erhebung der WMG; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Die Tageslinien verdeutlichen die Unterschiede in der Passantenzahl im Tagesverlauf. Die Tageshöchstwerte liegen in der Innenstadt am Donnerstag zur Mittagszeit zwischen 12 und 13 Uhr sowie am Nachmittag zwischen 16 und 17 Uhr.

Typischer Tagesverlauf

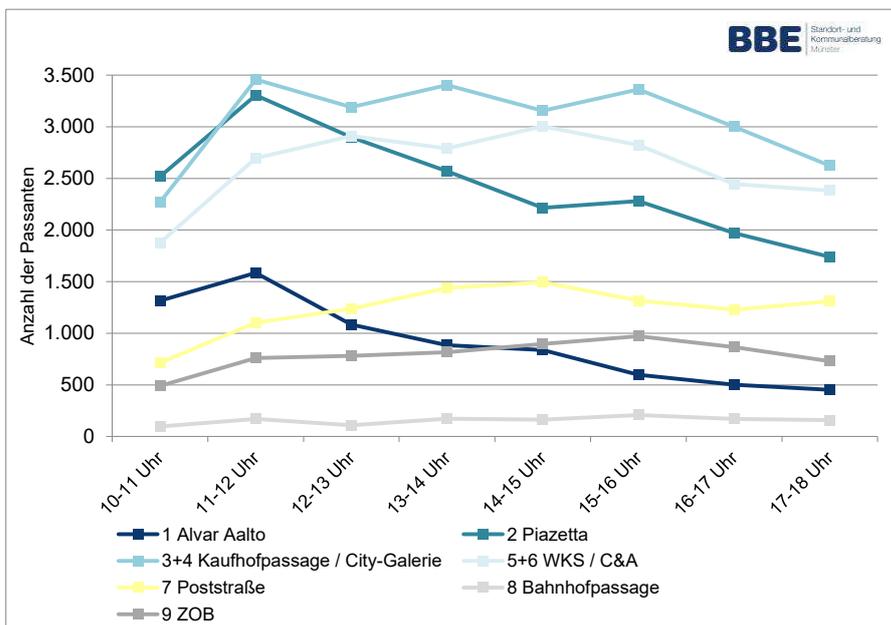
Abb. 228: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Innenstadt (Donnerstag)



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Datengrundlage: Erhebung der WMG

Am Samstag wurden die höchsten Frequenzen zwischen 11 und 12 Uhr ermittelt. Auch im Nachmittagsbereich sind die Frequenzen relativ hoch. Gegen späten Nachmittag nehmen die Frequenzen an beiden Tagen deutlich ab. An den Standorten 1 und 2 nimmt die Passantenfrequenz bereits ab 12 Uhr deutlich ab, nachdem zwischen 11 und 12 Uhr die höchste Frequenz erreicht wird. Die Standorte Bahnhofspassage sowie ZOB weisen keine abweichenden Trends im Tagesverlauf auf, sondern zeigen zu jeder Uhrzeit Frequenzen auf ähnlichem Niveau.

Abb. 229: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Innenstadt (Samstag)



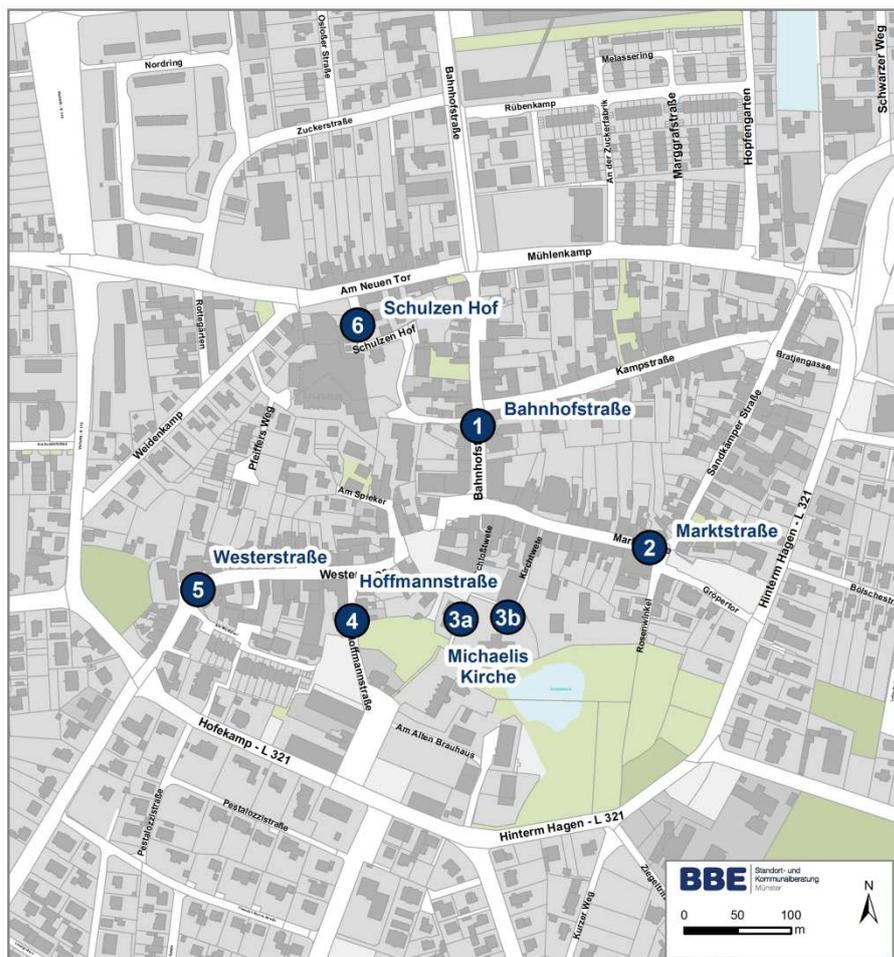
Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen; Datengrundlage: Erhebung der WMG

3.6.2 Passantenfrequenzzählung im Stadtteilzentrum Fallersleben

Im Stadtteilzentrum Fallersleben wurden die Passanten an insgesamt sechs Standorten erfasst.

Zählstandorte
Fallersleben

Abb. 230: Zählstandorte der Passantenfrequenzzählung Fallersleben



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Zunächst ist festzuhalten, dass die Gesamtzahl der erfassten Passanten im Vergleich zur Wolfsburger Innenstadt deutlich geringer ist. Wie angeführt, weist das Stadtteilzentrum in Fallersleben eine stadtteilbezogene Versorgungsfunktion vornehmlich für den kurz- und mittelfristigen Bedarf auf und erschließt damit auch einen anderen Einzugsbereich als die Wolfsburger Innenstadt (siehe Kap. 3.5). In der Konsequenz sind auch deutlich geringere Passantenfrequenzen zu erwarten.

Die Passantenfrequenzzählung zeigt an beiden Tagen, dass der Standort am Schulzen Hof mit dem REWE-Supermarkt der frequenzstärkste Bereich im Stadtteilzentrum Fallersleben ist. Zu Spitzenzeiten verkehren hier im Schnitt rund 300 Passanten in der Stunde. Als Hauptanziehungspunkt fungiert an dieser Stelle der REWE-Markt, der von Kunden insbesondere vormittags und zur Mittagszeit frequentiert wird. Auch stellt dieser Bereich eine Verbindung zwischen dem Lebensmittelanbieter LIDL

Schulzen Hof und
Bahnhofstraße am
frequenzstärksten

im Norden sowie dem Kernbereich von Fallersleben dar. Am Donnerstag wurden hier insgesamt knapp 1.700 und am Samstag 950 Passanten⁷³ gezählt.

Des Weiteren weist die Bahnhofsstraße eine hohe Passantenfrequenz auf. Die Bahnhofsstraße weist im Zusammenspiel mit der Westerstraße sowie dem Schulzen Hof die höchste Einzelhandelsdichte bzw. Dichte an ergänzenden, innenstadtprägenden Nutzungen auf und dient als Verbindung zwischen dem Stadtteilzentrum und dem Bahnhof Fallersleben sowie den nördlich im Zentrum gelegenen ALDI-Discountmarkt.

Die Standorte an der Hoffmannstraße, Westerstraße und Marktstraße weisen hingegen geringere Frequenzen (Do: 500-750 Passanten; Sa: 350-400 Passanten) auf. An diesen Zählpunkten, die jeweils die Randbereiche des Zentrums bzw. die wesentlichen Stadtzugänge darstellen, ist der Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen vergleichsweise gering. Dies schlägt sich auch in den abnehmenden Frequenzen nieder.

Der Zählpunkt an der St. Michaelis Kirche Richtung Denkmalplatz (3a) ist am Donnerstag vergleichsweise gut frequentiert, da hier die Grundschule Fallersleben im Zählbereich liegt und ein entsprechend hohes Aufkommen an Lehrern und Schülern vorhanden ist. Am Samstag sind hier insbesondere erhöhte Frequenzen aufgrund des Wochenmarktes am Denkmalplatz zu verzeichnen. Nach Ende des Marktes gegen 13 Uhr nimmt die Passantenfrequenz dann deutlich ab.

Der weitere Zählbereich an der Michaelis Kirche (3b) ist der frequenzschwächste Standort. Die Fußgängerverbindung (Kirchwetje) zwischen der Marktstraße und dem Schlossplatz wird nur sehr wenig genutzt. Lediglich rund 150 bzw. 180 Passanten nutzten diesen Weg während der Erhebung. Am Samstag erhöhte eine passierende Hochzeitsgesellschaft kurzweilig die Anzahl der Passanten.

Zwischen den verschiedenen Zählrichtungen sind keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich der Passantenströme zu verzeichnen.

Aufgrund der längeren Öffnungszeiten am Donnerstag ist dieser Tag in der Summe frequenzstärker. Am Donnerstag wurden innerhalb von acht Stunden rund 5.800 Passanten, am Samstag innerhalb der vier Zählstunden rund 3.500 Passanten gezählt. Im Vergleich ist der Samstagvormittag frequenzstärker als der Donnerstagvormittag. Somit bestätigt sich auch hier der Trend, dass der Samstag für Einkaufstätigkeiten der bevorzugte Tag ist, wenngleich die Unterschiede nicht so eindeutig ausfallen wie bei der Wolfsburger Innenstadt.

Stadteingänge

St. Michaelis Kirche
Richtung Denkmalplatz
(3a)

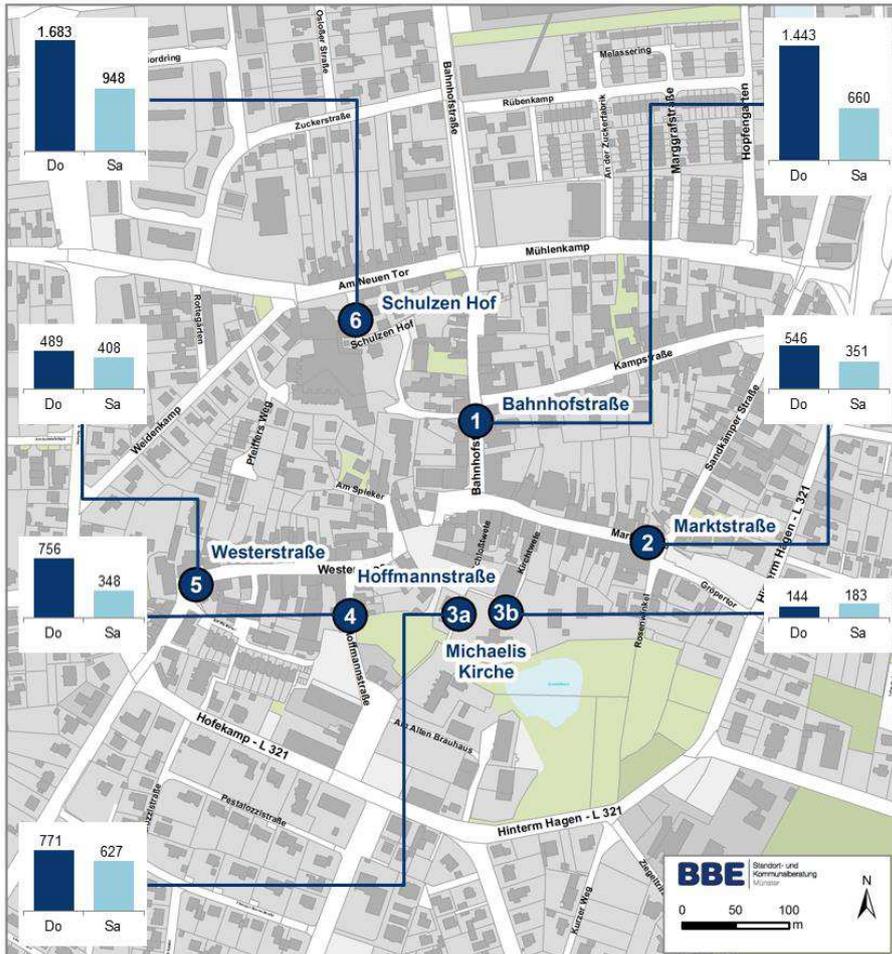
Michaeliskirche (3b) am
frequenzschwächsten

Unterschiede
Laufrichtung

Unterschiede
Wochentag

⁷³ Aufgrund eines verkürzten Erhebungszeitraums bis 14 Uhr (siehe Methodik)

Abb. 231: Vergleich der Tagessummen in Fallersleben

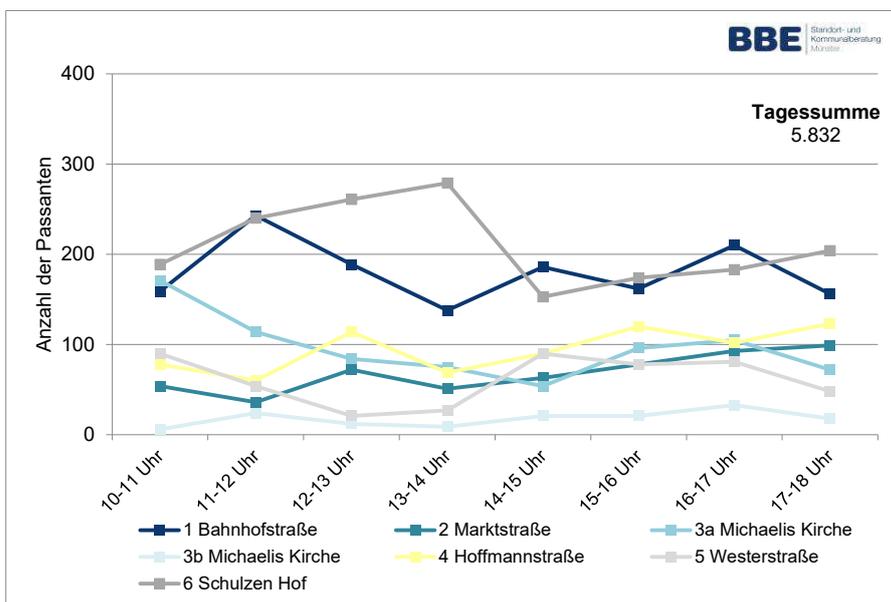


Quelle: eigene Darstellung, Erhebung und Berechnung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Hinsichtlich des Tagesverlaufs fällt auf, dass am Donnerstag im Besonderen der Vormittag stark frequentiert ist, während die Frequenzen im frühen Nachmittagsbereich etwas abnehmen, bevor sie dann zwischen 15 und 17 Uhr ihren Spitzenwert erreichen. Am Samstag sind die Frequenzen ebenfalls im Vormittagsbereich sehr hoch, während sie ab 11-12 Uhr bereits abnehmen. Die Abnahme am Samstag steht insbesondere mit den Ladenöffnungszeiten im Stadtteilzentrum in Zusammenhang. Ein Großteil der Geschäfte schließt bereits um 13 Uhr, spätestens jedoch gegen 14 Uhr. Entsprechend geringer ist das Stadtteilzentrum in diesen Zeiten frequentiert.

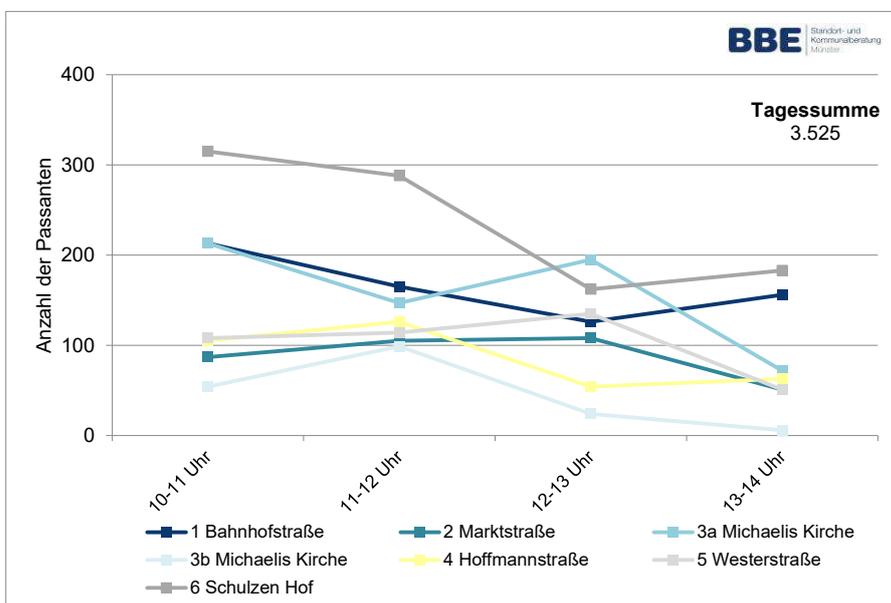
Typischer Tagesverlauf

Abb. 232: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Fallersleben (Donnerstag)



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung und Berechnung

Abb. 233: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Fallersleben (Samstag)



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung und Berechnung

Der Radfahreranteil im Stadtteilzentrum Fallersleben liegt bei ca. 15 %. Aufgrund des geringen Anteils sind jedoch keine signifikanten Trends aus der Erhebung erkennbar. Lediglich am Standort an der Westerstraße

Radfahreranteil

ist ein erhöhter Anteil an Radfahrern erhoben worden (Do: 25 %; Sa: 30 %). Insgesamt haben Radfahrer für das Stadtteilzentrum jedoch keine signifikant herausragende Bedeutung.

3.6.3 Passantenfrequenzzählung im Stadtteilzentrum Vorsfelde

Im Stadtteilzentrum Vorsfelde wurden die Passanten an vier Standorten, die als Zugang zum Zentrum dienen, erfasst.

Zählstandorte Vorsfelde

Abb. 234: Zählstandorte der Passantenfrequenzzählung Vorsfelde



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Gesamtzahl der erfassten Passanten im Vergleich zur Wolfsburger Innenstadt, aber auch gegenüber dem Stadtteilzentrum Fallersleben deutlich geringer ist.

Der Zählstandort An der Probstei ist sowohl am Donnerstag als auch am Samstag der am stärksten frequentierte Standort im Stadtteilzentrum Vorfelde. Am Donnerstag passierten knapp 1.400 und am Samstag rund 500 Fußgänger diesen Standort. Der Einzelhandelsbesatz am Standort ist allerdings gering. Die erhöhte Frequenz ist auf die Verbindungsfunktion zwischen der Amtsstraße und der Lange Straße zurückzuführen. Auch der Magnetbetrieb ROSSMANN, der an der Lange Straße in Sichtverbindung zum Zählstandort liegt, begünstigt die Frequenzen im westlichen Bereich des Stadtteilzentrums.

An der Probstei und Lange Straße (Süd) am frequenzstärksten

Der Standort an der Lange Straße im Süden des Zentrums nahe des NKD-Fachmarkts ist ebenfalls gut frequentiert (Do: 1.100 Passanten), was auf den vergleichsweise hohen Einzelhandelsbesatz und auf die örtlichen Magnetbetriebe (u. a. Kaufhaus HOHLS) zurückzuführen ist. Auch besteht eine fußläufige Verbindung zu den Nahversorgungslagen mit u. a. LIDL im Osten des Stadtteilzentrums.

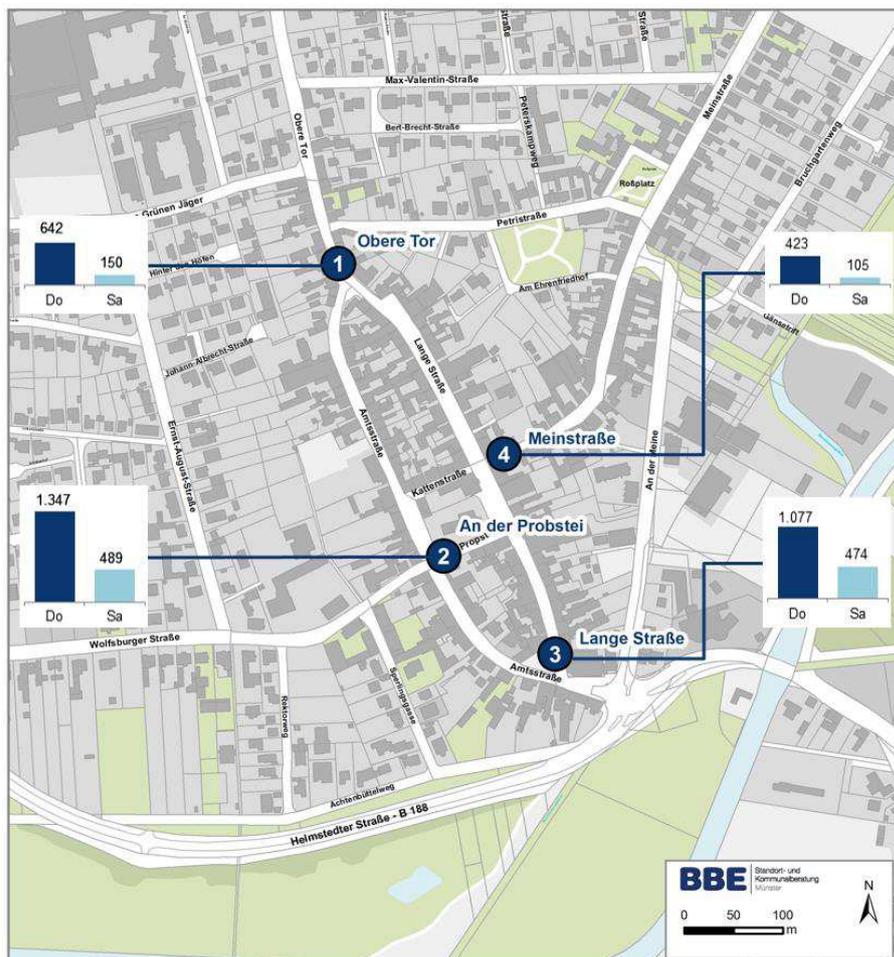
Die weiteren beiden Standorte hingegen weisen hingegen vergleichsweise geringe Frequenzen auf. Sowohl am Obere Tor sowie an der Meinstraße wurden insbesondere am Samstag sehr geringe Frequenzen gemessen. Lediglich maximal 150 Besucher passierten innerhalb der vier Zählstunden die Standorte, deren Nutzungsdichte sehr gering ist. Des Weiteren scheint die Bedeutung als Zugang zum Zentrum gering zu sein, obwohl sich nördlich des Obere Tor einige Wohngebiete anschließen.

Meinstraße am frequenzschwächsten

Während am Donnerstag innerhalb der acht Stunden rund 3.500 Passanten gezählt wurden, waren es am Samstag innerhalb der vier Stunden lediglich 1.200 Passanten. Im Gegensatz zu Fallersleben ist der Donnerstagsvormittag wesentlich frequenzstärker als der Samstagvormittag. Insbesondere aufgrund der längeren Öffnungszeiten war das Zentrum am Donnerstag besser besucht.

Unterschiede Wochentag

Abb. 235: Vergleich der Tagessummen in Vorsfelde

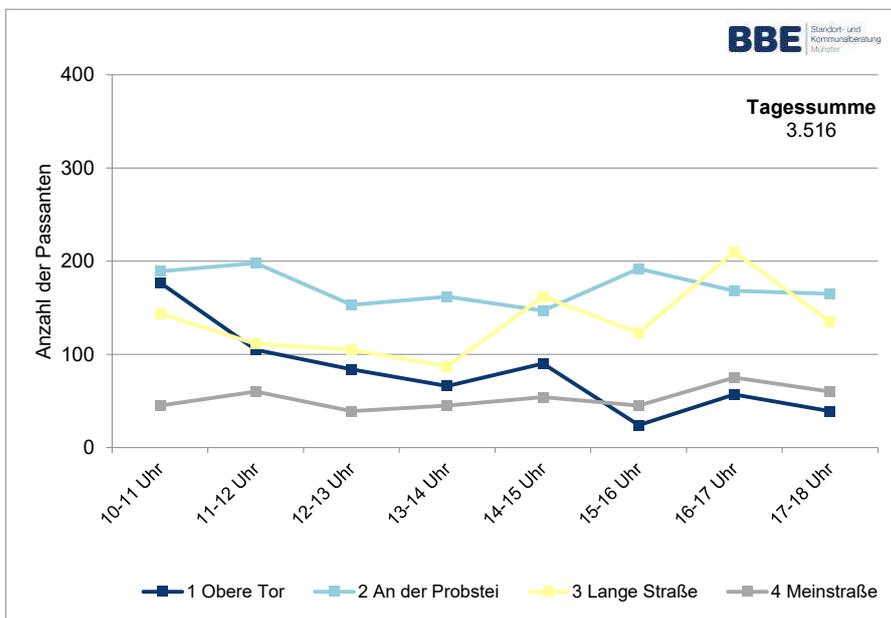


Quelle: eigene Darstellung, Erhebung und Berechnung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Im Tagesverlauf lässt sich erkennen, dass insbesondere am Vormittag zu Beginn der Ladenöffnungszeiten die Frequenzen vergleichsweise hoch sind, während sie sich gegen Ladenschluss verringern. Zwischen 16 und 17 Uhr ist am Donnerstag noch einmal ein höherer Wert zu verzeichnen. Insbesondere der Standort an der Lange Straße hat zu den Nachmittagsstunden die höchsten Frequenzen. Am Samstag sind die Frequenzen am Vormittag ebenfalls recht hoch, während sie daraufhin wieder abnehmen. Gegen Ende der Ladenöffnungszeit um 13-14 Uhr steigt die Frequenz noch einmal leicht. Für den Samstag lassen sich die im Tagesverlauf abnehmenden Frequenzen ebenso beobachten. Die Schließung der Läden gegen 13-14 Uhr ergibt insbesondere für den Standort An der Probstei noch einmal steigende Frequenzen.

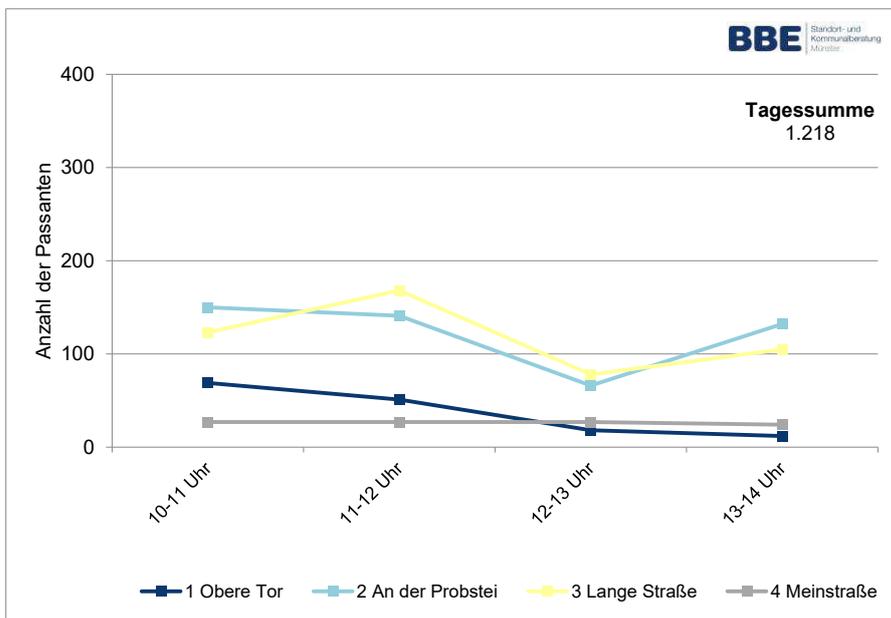
Typischer Tagesverlauf

Abb. 236: Tagesverlauf Passantenfrequenzen (Donnerstag)



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung und Berechnung

Abb. 237: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Vorfelde (Samstag)



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung und Berechnung

Der Anteil der Radfahrer im Vorfelder Stadtteilzentrum liegt mit durchschnittlich 18 % leicht höher als in Fallersleben. Insbesondere der Standort Obere Tor wird aufgrund der nördlich angrenzenden Wohngebiete mit einem Radfahreranteil von 50 % frequentiert. Hingegen war der Radfahreranteil der anderen Standorte nicht besonders ausgeprägt.

Radfahreranteil

4 Integration weiterer Plankonzeptionen

Für die Stadt Wolfsburg liegen verschiedene konzeptionelle Planwerke der Stadtentwicklung vor. Diese beinhalten unter anderem auch Fragestellungen, die in Wechselwirkung mit den künftigen Einzelhandelsentwicklungen in Wolfsburg stehen und daher eine entsprechende inhaltliche Würdigung erhalten sollen.

Hierbei handelt es sich um nachfolgende Konzepte und Untersuchungen mit direktem Einzelhandelsbezug:

- der Einzelhandelsentwicklungsplan 2010,
- das Nahversorgungskonzept für den Ortsratsbereich Mitte-West 2015,
- das regionale Einzelhandelskonzept für den Großraum Braunschweig 2010 sowie
- die Evaluierungsstudie zum DOW 2013.

Diese sind bereits in den Untersuchungen zur Angebots- und Nachfrageanalyse berücksichtigt worden bzw. werden in den konzeptionellen Empfehlungen entsprechend berücksichtigt, wobei nachfolgende Inhalte Eingang gefunden haben:

Einzelhandelsrelevante
Konzepte und
Untersuchungen

Abb. 238: Einzelhandelsrelevante Konzepte

EEP 2010	NV-Konzept Mitte-West 2015	REHK 2010:	Studie DOW 2013:
<ul style="list-style-type: none"> ↳ Analyse der räumlichen Strukturen und der Angebotsstrukturen anhand bereits definierter Einzelhandelschwerpunkte ↳ Zeitvergleich hinsichtlich quantitativer Größen (Betriebsstättenanzahl, VKF-Ausstattung etc.) ↳ Berücksichtigung der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen der Situationsanalyse ↳ Beachtung der örtlichen Sortimentsliste 2010 ↳ etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Einordnung der relevanten Einzelhandelsstandorte in das künftige räumlich-funktionale Zentrenmodell der Stadt (zukünftige Zentrenstruktur) ↳ Berücksichtigung der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen der Situationsanalyse sowie der konzeptionellen Empfehlungen ↳ etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Berücksichtigung regional bedeutsamer Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte bei der Einordnung in das künftige räumlich-funktionale Zentrenmodell der Stadt ↳ Berücksichtigung der Leitvorstellungen zur regionalen Einzelhandelsentwicklung ↳ Berücksichtigung der „regionalen Sortimentsliste“ bei der Ableitung einer örtlichen Liste („Wolfsburger Sortimentsliste“) ↳ Beachtung der Verflechtungsbereiche bei der Abgrenzung des Marktgebiets der Stadt Wolfsburg ↳ etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Kundenherkunftsanalyse und Abgrenzung des Marktgebiets der Stadt Wolfsburg ↳ etc.

Quelle: eigene Darstellung

Die wesentlichen Inhalte des EEP 2010 sind laufend in den Bearbeitungsprozess zum aktualisierten Einzelhandels- und Zentrenkonzept eingearbeitet worden, d. h. es hat eine entsprechende Würdigung sowie vergleichende Darstellungen relevanter Aspekte stattgefunden.

Einzelhandelsentwicklungsplan 2010

Insbesondere wurden die Veränderungen zu 2010 durch Vergleich der Einzelhandelsstrukturen im Rahmen der Angebots- und Nachfrageanalyse anhand wesentlicher Kennzahlen aufgezeigt. Im Rahmen nachfolgender konzeptioneller Überlegungen (siehe insb. Kap. 6) werden die räumlich-funktionale Standortstruktur sowie die Zentrenhierarchie abgeglichen und auf Grundlage neuer Erkenntnisse und aktueller Datenbasis angepasst. Hierbei werden auch die Funktionszuweisungen und räumlichen Abgrenzungen für die einzelnen Einzelhandelsstandorte überprüft und gegebenenfalls neu gefasst. Die Aktualisierung und Ausdifferenzierung der bestehenden Wolfsburger Sortimentsliste stellt einen weiteren Anpassungsschwerpunkt dar.

Nachgelagert an den EEP 2010 ist im Jahr 2015 das Nahversorgungskonzept Mitte-West erarbeitet worden, das Ziele, Anforderungen und Handlungsbedarfe an die Nahversorgung in dem Ortsratsbereich Mitte-West definiert. Die Ergebnisse des Nahversorgungskonzeptes werden im gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzept berücksichtigt und eingearbeitet. Hierbei wird aber auch die veränderte Zentren- und Standortstruktur im Rahmen der Gesamtkonzeption aufgegriffen und weiterentwickelt.

Für den Großraum Braunschweig liegt seit 2010 ein regionales Einzelhandelskonzept vor. Das Konzept definiert die Leitvorstellungen zur regionalen Einzelhandelsentwicklung und legt Verfahren zur Abstimmung raumbedeutsamer Einzelhandelsvorhaben dar. Im Konzept ist eine Festlegung regional bedeutsamer Einzelhandelsentwicklungsschwerpunkte erfolgt. Außerdem bietet das regionale Einzelhandelskonzept eine Arbeitshilfe zur Erstellung von Sortimentslisten. Auch hier findet ein Abgleich des künftigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wolfsburg mit den Leitvorstellungen zur regionalen Einzelhandelsentwicklung im Großraum Braunschweig statt.

Für das DOW in Wolfsburg ist zudem in 2013 eine Studie erarbeitet worden, die zum einen eine Fortführung der Wirkungsanalyse von 2009 / 2010 im Hinblick auf Wirkungen auf die Innenstadt von Wolfsburg und auf die Marktbedeutung in der Region, zum anderen eine Vorher-Untersuchung im Hinblick auf die Wirkungen eines erweiterten DOW darstellt. Im Rahmen dieser Analyse ist auch eine Kundenherkunftsanalyse erarbeitet worden, deren Ergebnisse mit den Untersuchungen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abgeglichen worden sind (siehe vorheriges Kapitel).

Neben den Konzepten mit unmittelbarem Einzelhandelsbezug sind darüber hinaus nachfolgende Plankonzeptionen und Planwerke berücksichtigt worden, die einen mittelbaren Einzelhandelsbezug bzw. eine mögliche Wechselwirkung mit dem örtlichen Einzelhandel haben. Dies sind:

Nahversorgungskonzept
Mitte-West 2015

Regionales
Einzelhandelskonzept

DOW-Studie

Weitere Konzepte
mit Wechselwirkung
zum Einzelhandel

- Wohnen & Bauen - Masterplan 2020 / Flächennutzungsplan 2020plus
- Büromarktanalyse 2010
- Sonstige städtebauliche Konzeptionen (z. B. Entwicklungspotenziale für die Innenstadt, Handlungskonzept Vorsfelde, Strukturkonzept Dieselstraße)
- Sonstige Studien wie "Wohnen im Alter" und "Haushalte und Wohnungstypen im Generationenwechsel"

Von besonderem Interesse ist hierbei, inwiefern sich gegebenenfalls Nutzungskonkurrenzen oder aber Synergien bzw. sinnvolle und / oder notwendige Ergänzungen ergeben können. Inhaltlich sind entsprechend die genannten Inhalte, Ziele und Räume der Konzepte ausgewertet worden. Des Weiteren hat ein Abgleich sowie eine Priorisierung konkurrierender Nutzungen und Zielsetzungen stattgefunden, so dass etwaige Wechselwirkungen eingeordnet und bewertet werden konnten. Die Ergebnisse hierzu haben bei den konzeptionellen Empfehlungen zu den Ansiedlungsräumen sowie den Ansiedlungsregeln Eingang gefunden.

Neben den sonstigen Planwerken, die bei Bedarf laufend berücksichtigt worden sind⁷⁴, sind insbesondere der Masterplan 2020 zum Thema Wohnen & Bauen sowie die Büromarktanalyse von Relevanz.

Nutzungskonkurrenzen
vs.
Synergien

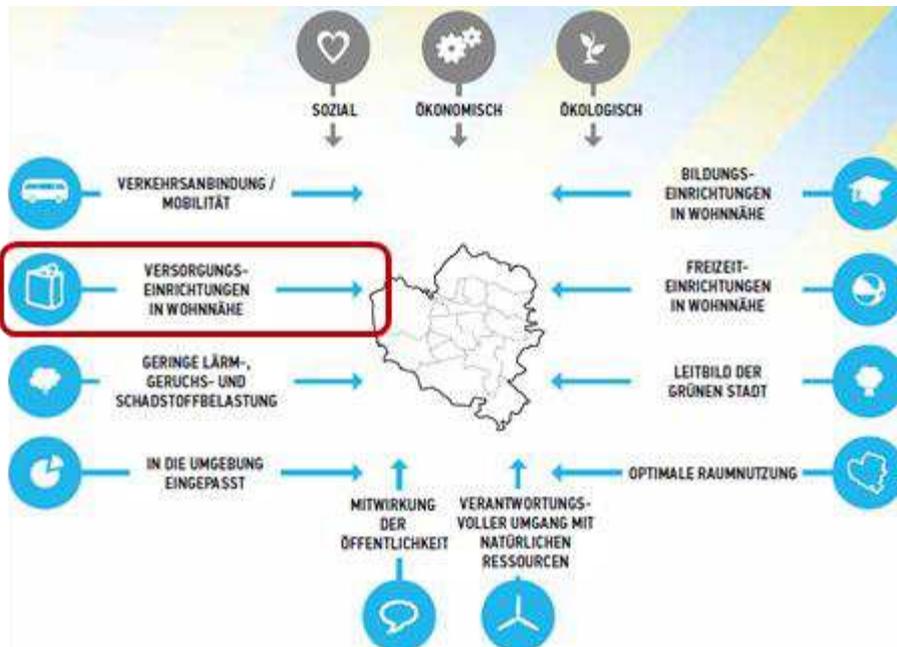
4.1 Wohnen & Bauen - Masterplan 2020

Der Wohnen & Bauen - Masterplan 2020 sieht bis zum Jahr 2020 vor, 6.000 zusätzliche Wohneinheiten in der Stadt Wolfsburg zu schaffen. Hervorzuheben sind hier insbesondere die drei großen Wohnquartiere Hellwinkel (ca. 750 WE), Steimker Gärten (rd. 1.250 WE) und Nordsteimke/Hehlingen (ca. 2.500 WE), die im Osten der Stadt entstehen sollen, aber auch eine Reihe kleinerer Wohnquartiere räumlich verteilt auf das gesamte Stadtgebiet. Ziel des Masterplans 2020 ist hierbei nicht ausschließlich die Entwicklung reiner Wohnquartiere, sondern im Sinne einer ganzheitlichen Stadtentwicklung auch die Realisierung „lebendiger Quartiere“, d. h. es soll ein lebenswertes Wohnumfeld mit unterschiedlichen Nutzungen und Infrastruktureinrichtungen geschaffen werden. Die geplante Entwicklung von neuen Wohnquartieren soll daher viele soziale, ökologische und ökonomische Aspekte berücksichtigen.

Ziele des
Masterplans 2020

⁷⁴ z. B. bei den Versorgungsradien der wohnungsnahen Grundversorgung

Abb. 239: Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung von Wohnquartieren



Quelle: eigene Darstellung; Masterplan Wohnen und Bauen, Stadt Wolfsburg 2014

Hierzu zählt eine flächendeckende und wohnungsnah Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs durch die Realisierung von Versorgungseinrichtungen in Wohnnähe. Wohneinheiten sollen in der Konsequenz dort geschaffen werden, wo das Wohnen aufgrund der Angebote in der Umgebung besonders attraktiv ist. In Wohngebieten, in denen bisher Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe fehlen, ist zu prüfen, ob man diese zusammen mit den neuen Wohnangeboten ansiedelt.

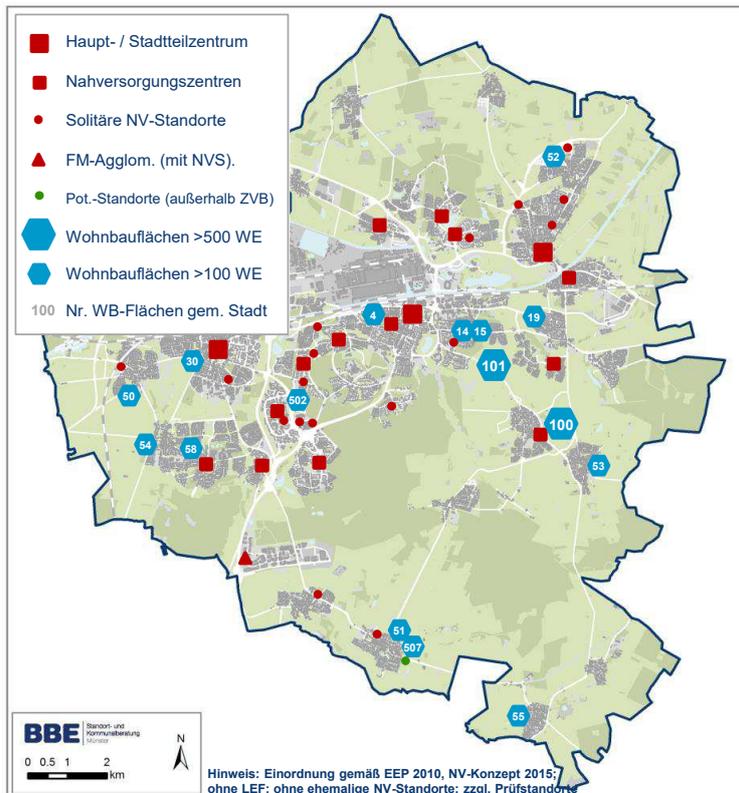
Die geplante Wohnbauentwicklung bis 2020 hat somit auch einen Einfluss auf die (künftigen) Versorgungsstrukturen und Standortlagen innerhalb des Stadtgebiets von Wolfsburg. Es ergeben sich Anknüpfungspunkte zum künftigen Einzelhandels- und Zentrenkonzept, da dieses letztlich für jeden (potenziellen) Standort des Einzelhandels innerhalb der Stadt Wolfsburg Ziele und Handlungsanweisungen enthalten soll.

Der nachfolgenden Karte sind die geplanten Wohnquartiere einschließlich derzeit anvisierter Wohneinheiten zu entnehmen.

Grundsätze zur wohnungsnahen Grundversorgung

Räumliche Entwicklung der Wohnbauflächen

Abb. 240: Räumliche Entwicklung der Wohnbauflächen



	Wohnbaufläche	WE
4	Nachverdichtung Wellenkamp	120
14	Kleingarten Hellwinkel 1. BA	360
15	Kleingarten Hellwinkel 2. BA	360
19	Am Wiesengarten	160
30	Kleekamp, Fallersleben	280
50	Cocksfeld, Sülfeld	180
51	Krummer Morgen, Heiligendorf	110
52	Wildzähnecke, Wendschott	300
53	Hehlingen Ost, Hehlingen	150
54	Ehmen West, Ehmen	250
55	Wiedbusch, Neindorf	150
58	An der Gärtnerei, Ehmen	100
100	Nordsteimke / Hehlingen	2.500
101	Steimker Gärten	1.250
502	Wohnen am Stadtwald	134
507	BG Hasenmorgen, Heiligendorf	110

Fett = im Bau (Stand: Sept. 2015)

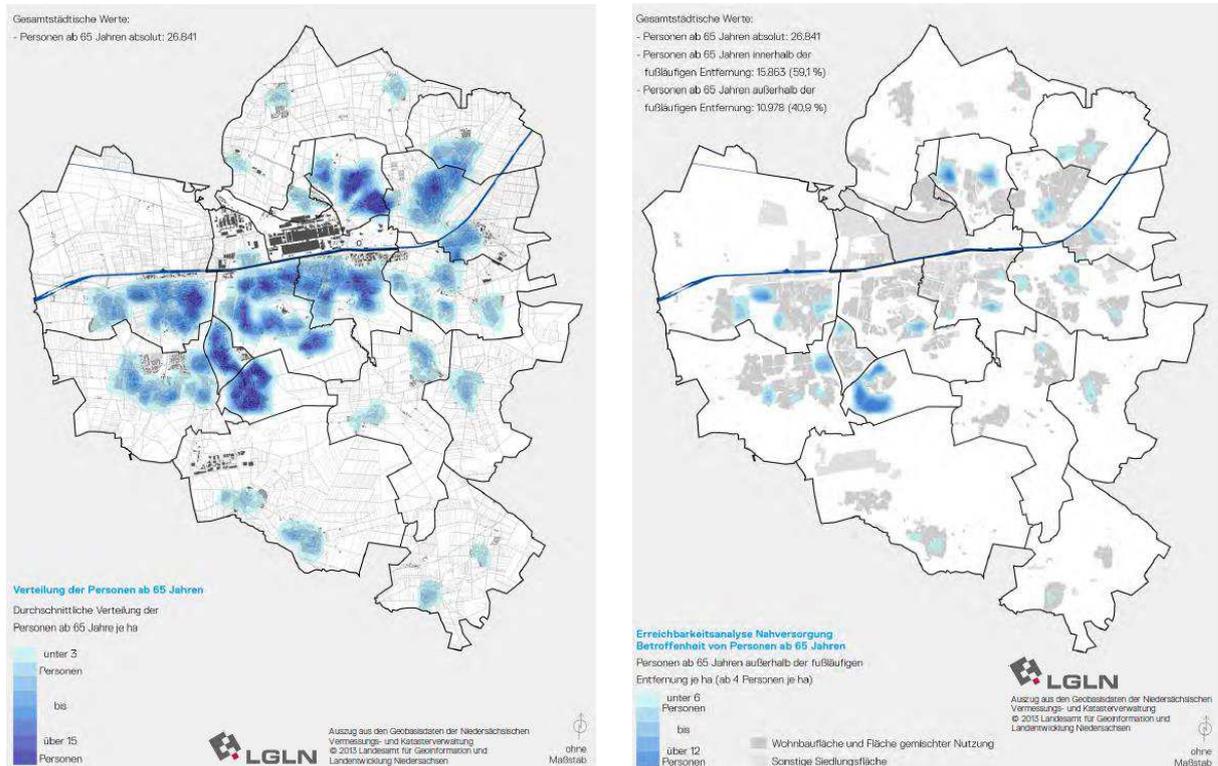
Quelle: eigene Darstellung; Wohnbauflächen gem. Masterplan 2020, Stadt Wolfsburg 2014; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Daneben ist trotz einer insgesamt guten räumlichen Abdeckung (siehe Abb. 176 bzw. Abb. 177) in einzelnen bestehenden Wohnquartieren der Stadt nicht überall eine räumliche Abdeckung mit nahversorgungsrelevanten Angeboten insbesondere für die ältere Wohnbevölkerung gegeben. Dies zeigt u. a. die Studie „Wohnen im Alter“ (2015), die gemäß nachfolgender Abbildung eine differenzierte Erreichbarkeitsanalyse insbesondere für diese Zielgruppe vorgenommen hat.⁷⁵

Exkurs: Studie
„Wohnen im Alter“

⁷⁵ Allerdings auf Grundlage eines fußläufigen Nahbereich von $r = 500$ m, und nicht wie hier auf Grundlage von 700 m.

Abb. 241: Erreichbarkeitsanalyse



Quelle: eigene Darstellung; Wohnen im Alter – Grundlagen für Wolfsburg, 2015

Das künftige Einzelhandels- und Zentrenkonzept muss in seiner Steuerungswirkung insbesondere in Bezug auf den Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt so flexibel sein, dass das Ziel einer wohnungsnahen Grundversorgung auch nach Realisierung der künftigen Wohnquartiere möglichst flächendeckend erreicht werden kann. Hierzu gehört neben der Optimierung und Neuausrichtung bereits vorhandener Nahversorgungsstandorte möglicherweise auch die Ausweisung neuer Standortlagen. Dies kann hinsichtlich der Standortlage und der Versorgungsfunktion vorhandener wie auch künftiger Angebotsstrukturen allerdings nur in Abhängigkeit von der konkreten Entwicklung der künftigen Wohnquartiere und damit nachgelagert zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgen.

Anforderungen
an das Einzelhandels-
und Zentrenkonzept

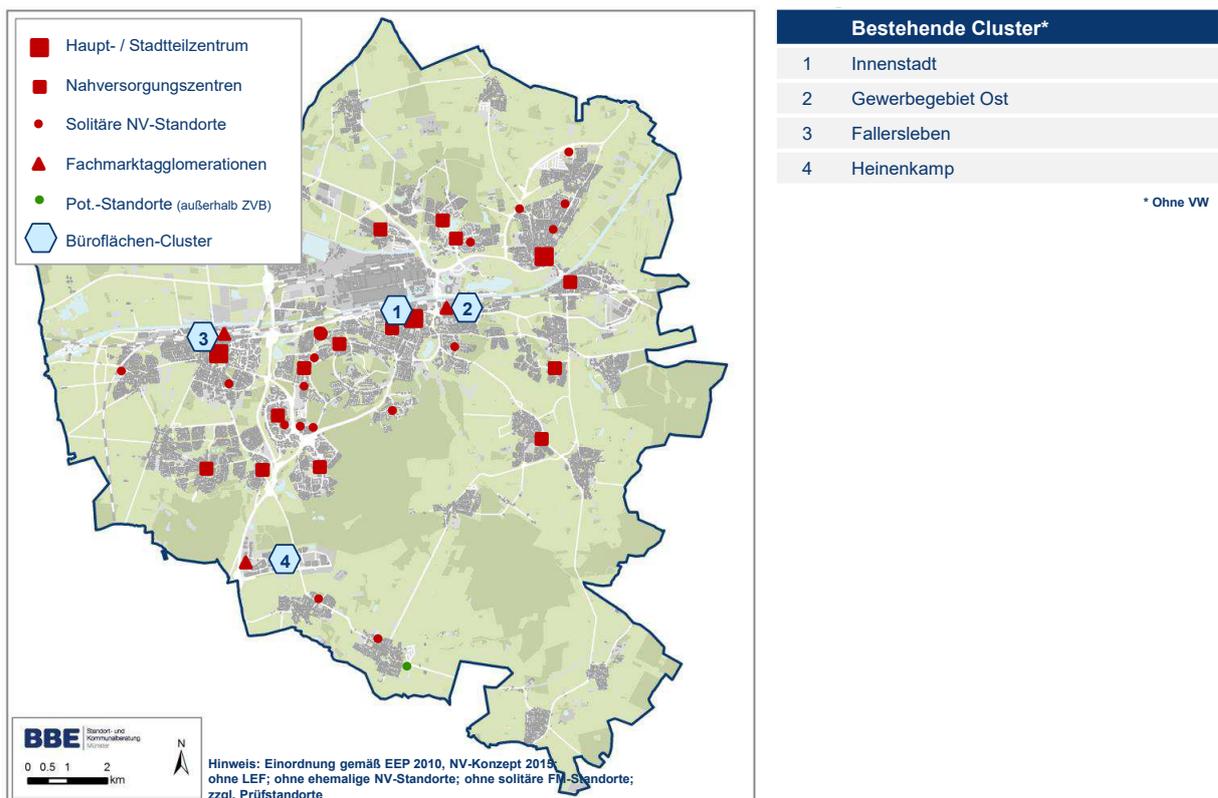
4.2 Büromarktanalyse 2010

Im Rahmen der Büromarktanalyse 2010 wurde der Wolfsburger Büroimmobilienmarkt deskriptiv analysiert, mit dem Ergebnis, dass u. a. räumliche Schwerpunkte, sog. Büroflächen-Cluster, definiert sowie die zukünftige Büromarktentwicklung prognostiziert worden sind.

Ziele der Büromarkt-
analyse 2010

Die räumlich definierten Büroflächen-Cluster befinden sich hierbei an wichtigen Einzelhandelsstandorten wie der Innenstadt sowie in Fallersleben, aber auch an Fachmarktstandorten wie dem Heinenkamp oder dem Gewerbegebiet Ost im Bereich der Dieselstraße. Durch diese räumliche Nähe zueinander bestehen Wechselwirkungen zwischen den Büro- und Einzelhandelsflächen. Neben einer möglichen Standort- und Flächenkonkurrenz sind dies zumindest im Falle der schützenswerten Standortbereiche auch mögliche Synergieeffekte durch die sich hieraus ergebende Nutzungsmischung und somit zusätzlicher Frequenzen.

Abb. 242: Büroflächen-Cluster in Wolfsburg



Quelle: eigene Darstellung; Büroflächen-Cluster gem. Büromarktanalyse Wolfsburg 2010; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

So ist die Innenstadt nicht nur Hauptgeschäftsbereich des Einzelhandels, sondern zeitgleich auch attraktiver Bürostandort. Die beiden Nutzungen treten damit grundsätzlich zwar in Konkurrenz um Standortlagen und Flächen, dies spielt sich jedoch lediglich in einem begrenzten Umfang ab. Während der Einzelhandel vorrangig bis ausschließlich Standortlagen im Erdgeschoss nachfragt, konzentriert sich der Bereich Dienstleistung / Büronutzung insbesondere auf die weiteren Geschosslagen. Von daher überwiegen aus fachgutachterlicher Sicht die sich aus der

Nutzungsmischung ergebenden Vorteile, auch im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“.

Einzig in den Bereichen der Porschestraße südlich der Goethestraße sowie zwischen dem DOW im Norden und dem Hauptgeschäftsbereich im Süden ist eine erhöhte Konzentration von Dienstleistungen auch in den Erdgeschosslagen feststellbar. Dem letztgenannten Bereich ist im Rahmen der Situationsanalyse allerdings eine Brückenfunktion zugeschrieben worden, so dass hier bei der Neuausweisung neuer Büro- bzw. Handelsflächen ein besonderes Augenmerk auf den Einzelhandel gelegt werden sollte.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept hat mit der Priorisierung unterschiedlicher Lagen für Einzelhandelsnutzungen sowie zentrenergänzende Nutzungen daher auch Aussagen zu den einzelnen Standortbereichen innerhalb der Innenstadt bzw. deren Teilbereichen getroffen.

Weitere Büromarkt-Cluster befinden sich an den Fachmarktstandorten wie dem Heinenkamp oder dem Gewerbegebiet Ost im Bereich der Dieselstraße. Bei einem Wegfall von Büronutzungen innerhalb genannter Standortbereiche stellt sich die Frage der Nachnutzung möglicherweise auch durch einzelhandelsrelevante Nutzungen.

Anforderungen
an das Einzelhandels-
und Zentrenkonzept

Fachmarktstandorte

5 Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung

Die städtebauliche und einzelhandelsbezogene Situationsanalyse stellt die Grundlage für Handlungsempfehlungen zur räumlich-funktionalen Steuerung des Einzelhandels und damit für eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung dar. Neben dem Vorrang der Innenentwicklung, der Vermeidung eines unnötigen Verbrauches vorhandener Ressourcen und der besseren Auslastung vorhandener Infrastrukturen ist die Sicherung, Weiterentwicklung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Wolfsburg übergeordnetes Ziel. Dabei gilt es, die Angebotsstrukturen insbesondere in der Innenstadt sowie in den Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde, aber auch in den weiteren schützenswerten Lagen zu sichern und zu entwickeln, eine möglichst flächendeckende Grundversorgung zu gewährleisten bzw. auszubauen sowie funktionale Ergänzungsstandorte vorzuhalten. Voraussetzung hierfür ist ein abgestuftes und aufeinander abgestimmtes Zielsystem, auch um etwaige Zielkonflikte oder entgegenlaufende Planungen des Einzelhandels zu vermeiden.

Abgestuftes und abgestimmtes Zielsystem

Mit Hilfe nachfolgender Leitlinien, Zielsetzungen und Grundsätze wird ein Rahmen definiert, an dem sich künftige Entscheidungen zu einzelhandelsrelevanten Fragestellungen orientieren. Dabei sind unterschiedliche Maßstäbe für die Entwicklung unterschiedlicher Standortkategorien anzusetzen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept muss für jede Standortkategorie und damit letztlich für jeden Standort des Einzelhandels innerhalb der Stadt Wolfsburg Ziele und Handlungsanweisungen enthalten. Den rechtlichen Rahmen bilden hierzu die Grundsätze und Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie die Aussagen des BauGB und der BauNVO zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben und Einkaufszentren.

Die nachfolgenden Ziele und Leitlinien stellen zudem eine Fortführung und Weiterentwicklung der bereits im Einzelhandelsentwicklungsplan aus dem Jahr 2010 erarbeiteten Ziele dar, welche bereits Grundlage für die Bauleitplanung in der Stadt Wolfsburg sind.

EEP 2010

Es soll nochmals darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung nachfolgender Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu reglementieren, sondern mögliche Einzelhandelsentwicklungen auf städtebaulich geeignete Standorte zu fokussieren.

Keine Reglementierung des Handels

Die Leitlinien und Ziele für die Stadt Wolfsburg lassen sich wie folgt zusammenfassen.

Ziele der Stadt Wolfsburg

Positionierung der Stadt Wolfsburg im regionalen Wettbewerb

Der Einzelhandelsstandort Wolfsburg ist eingebunden in ein regionales Geflecht attraktiver Einzelhandelsstandorte, wobei insbesondere die Oberzentren Braunschweig, Hannover und Magdeburg wesentliche Wettbewerbsstandorte darstellen. Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es daher, die Stadt Wolfsburg als attraktiven Einkaufsstandort innerhalb der Region zu positionieren und zu profilieren.

Sicherung und Stärkung der kommunalen Versorgungsfunktion der Stadt Wolfsburg

Eine wesentliche Zielsetzung für die Einzelhandelsentwicklung ist die Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Wolfsburg als Oberzentrum. Hiermit gehen die Sicherung sowie der Ausbau eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes einher, welches durch die Quantität des Angebotes (Anzahl und Größe der Betriebsstätten) und seine qualitative Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Sortimentstiefe und -breite, Betriebsformen und -konzepte etc.) bestimmt wird.

Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt

Die Innenstadt von Wolfsburg stellt den städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort der Stadt dar. Das derzeitige sowie auch das zukünftige Einzelhandelsangebot, ergänzt um weitere Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, handelsaffine Nutzungen etc.), sind maßgeblich für die Attraktivität der Stadt. Ziel muss daher die Sicherung und Entwicklung eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes sein.⁷⁶ Der Fokus zukünftiger Entwicklungen (insbesondere mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist somit auf den Hauptgeschäftsbereich zu legen. Dieser Standort genießt als schützenswerter Bereich oberste Priorität innerhalb der städtischen Zentrenstruktur.

⁷⁶ Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes wird dabei im entscheidenden Maße durch das Zusammenspiel aus quantitativer Ausstattung des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebsstätten, Verkaufsflächenausstattung etc.) sowie der qualitativen Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Betriebsformen, Sortimentstiefe etc.) einschließlich seiner Funktions- / Nutzungsvielfalt (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie etc.) bestimmt.

Sicherung und Weiterentwicklung der Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde

Neben dem innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich übernehmen die beiden Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde auch in Bezug auf den Einzelhandel wesentliche Versorgungsfunktion innerhalb des städtischen Angebotsgefüges. Die Stadtteilzentren sind daher in ihrer Funktion als Standorte des Einzelhandels, ergänzt um weitere Angebots- und Nutzungsstrukturen, zu sichern und weiterzuentwickeln, ohne allerdings städtebaulich schädliche Auswirkungen auf das Hauptzentrum zu verursachen.

Schutz und Stärkung weiterer zentraler Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentren)

Die in Wolfsburg vorhandenen Nahversorgungszentren sollen in ihrer Funktion gestärkt und weiter ausgebaut werden, ohne jedoch städtebaulich negative Auswirkungen auf die schützenswerten Standortbereiche höherer Standortqualität (Hauptzentrum, Stadtteilzentren) auszulösen.

Stadtverträgliche Sicherung und Förderung der flächendeckenden, verbrauchernahen Versorgung

Ziel muss es sein, dauerhaft tragfähige, stadtverträgliche und räumlich wie funktional ausgewogene Strukturen zu schaffen, welche die flächendeckende Nahversorgung der Bevölkerung nachhaltig sicherstellen. Das bestehende Netz an integrierten Nahversorgungseinrichtungen muss erhalten und stabilisiert werden. Zusätzlich noch bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial soll primär zur Verbesserung der Nahversorgung in unterversorgten Gebieten oder den Zentren verwendet werden. Hierbei dürfen von Nahversorgungsstandorten keine schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt hervorgerufen werden.

Sicherung funktionaler Ergänzungsstandorte und zentrenverträgliche Entwicklung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels sowie solitäre Betriebsstätten mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen unter Berücksichtigung der stadtentwicklungspolitischen Ziele sowie der Zentrenverträglichkeit solcher Vorhaben anbieter- und kundengerecht weiterentwickelt werden. Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten

Kernsortimenten sollen unter Vermeidung eines unnötigen Verbrauches von Ressourcen und der besseren Auslastung vorhandener Infrastrukturen räumlich vorrangig auf die bestehenden Sonder- / Fachmarktstandorte gelenkt werden (Bündelung).

Schaffung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch außerhalb schützenswerter Lagen

Auch in den sonstigen Standortlagen außerhalb der schützenswerten Bereiche soll eine Steuerung des Einzelhandels erfolgen. Betriebsstätten, die nicht strukturprägend sind⁷⁷, können hier zugelassen werden. Bereits bestehende Betriebe, die sich außerhalb der schützenswerten Lagen befinden, genießen Bestandsschutz. Hierdurch erhalten sowohl die Immobilienwirtschaft als auch Betreiber verlässliche Aussagen zu Entwicklungsflächen und Standorten (Investitionssicherheit).

Sicherung von Gewerbe- und Industriegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe sowie für die Industrie

Diese Gebiete sollen für ihre originären Bestimmungen vorgehalten und eine unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert werden.

Die Zielvorstellungen zur örtlichen Einzelhandelsentwicklung lassen sich je nach den örtlichen Ausgangsbedingungen nicht immer vollständig miteinander vereinbaren. Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit ist etwaig entstehenden Zielkonflikten durch eine sachgerechte Abwägung der einzelnen Zielvorstellungen unter Berücksichtigung des räumlich-funktionalen Zentrensystems bzw. der Zentrenhierarchie sowie der Ansiedlungsregeln für den Einzelhandel zu begegnen.

Für die je nach Sortimentsstruktur⁷⁸ unterschiedlichen Zielsetzungen wird ein aufeinander abgestimmtes Steuerungsinstrumentarium auf Grundlage einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung mit nachfolgenden Bausteinen angewendet:

- Standortstruktur & Zentrenhierarchie
- Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche (räumlich)
- Ortsspezifische Sortimentsliste (funktional)

Sachgerechte
Abwägung ortsspezifischer Zielkonflikte

Steuerungselemente des
Konzeptes

⁷⁷ In Orientierung an den örtlichen Gegebenheiten unterhalb einer Größenordnung von 250 qm („Wolfsburger Laden“), vgl. Herleitung Kap. 6.5.1

⁷⁸ Zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant, nicht zentrenrelevant

- Ansiedlungsgrundsätze

Abb. 243: Steuerungselemente des Konzeptes



Quelle: eigene Darstellung

6 Zentren- und Sortimentskonzept

Die nachfolgenden konzeptionellen Empfehlungen basieren sowohl auf den Untersuchungen und Analysen als auch den räumlichen Leitlinien und Entwicklungszielen und wurden u. a. gemeinsam mit den Mitgliedern des projektbegleitenden Arbeitskreises erörtert und weiterentwickelt.

Abstimmung
mit Arbeitskreis

6.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Das Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP) in seiner aktuellen Fassung enthält Rechtsgrundlagen für die regionalplanerische Einzelhandelssteuerung in Niedersachsen und damit folgende Ziele der Raumordnung:

- Konzentrationsgebot
- Integrationsgebot
- Abstimmungsgebot
- Kongruenzgebot
- Beeinträchtigungsverbot

Im April 2016 ist der 3. Entwurf eines aktualisierten Landesraumordnungsprogramms vorgelegt worden⁷⁹, in dem insbesondere der Umgang mit Einzelhandelsgroßprojekten mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt erläutert und präzisiert wird. Der Entwurf befindet sich derzeit im Beteiligungsverfahren, er soll jedoch bereits im Einzelhandelskonzept der Stadt Wolfsburg berücksichtigt werden⁸⁰, um somit mögliche Konsequenzen für die planerische Steuerung aufzuzeigen.

3. Entwurf 2016

Für neue Einzelhandelsgroßprojekte ist grundsätzlich zu prüfen, inwieweit sie als Einkaufszentren oder großflächige Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen und demnach auch sondergebietspflichtig sind oder aber inwiefern die Regelvermutung widerlegt werden kann.

Vorhaben nach § 11
BauNVO

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind ausschließlich innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des jeweiligen zentralen Ortes zulässig. Das

Konzentrationsgebot

⁷⁹ Im Nachgang zum 2. Entwurf des LROP mit Stand November 2015 haben weitere Erörterungstermine stattgefunden, deren Anregungen nun in einem weiteren, nunmehr 3. Entwurf mit Stand April 2016 Eingang gefunden haben. Das Kabinett hat am 26. April 2016 zugestimmt, dass der geänderte Entwurf dem Landtag gem. § 4 Abs. 2 Satz 2 Niedersächsisches Raumordnungsgesetz (NROG) zur Stellungnahme zugeleitet wird.

⁸⁰ Im Sinne von Zielen der Raumordnung und Landesplanung in Aufstellung.

sog. Konzentrationsgebot bezweckt eine angemessene und nachhaltige Bündelung der Angebote der Daseinsvorsorge an zentralen Orten zur Erzielung vielfältiger positiver Synergieeffekte sowie zur Aufrechterhaltung und Erreichbarkeit einer leistungsfähigen Versorgungsinfrastruktur in den zentralen Orten.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen (mit Einbindung in das ÖPNV-Netz) zulässig. Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines zentralen Ortes zulässig, allerdings unter entsprechenden Einschränkungen des zentrenrelevanten Randsortimentes (10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 qm).

Nach dem Kongruenzgebot müssen Verkaufsflächen und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen zentralen Ortes entsprechen. Der Umsatzanteil eines Vorhabens, der insgesamt mit Kaufkraft von außerhalb des Kongruenzraums⁸¹ erzielt wird, darf 30 % des Gesamtumsatzes nicht überschreiten. Das Kongruenzgebot ist sowohl insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.

Gemäß dem Beeinträchtigungsverbot dürfen ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Als Ziel der Raumordnung und Landesplanung wird im Entwurf des aktualisierten LROP u. a. die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung auch außerhalb zentraler Orte definiert.⁸²

Hierzu werden u. a. die Träger der Regionalplanung ermächtigt, das standörtliche Netz der zentralen Orte durch Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung zu ergänzen. Diese Standorte sind nicht im Wesentlichen fußläufig erreichbar und müssen damit dem

Integrationsgebot

Kongruenzgebot

Beeinträchtigungsverbot

Ziel: flächendeckende
Nahversorgung

„Standorte mit herausgehobener Bedeutung“

⁸¹ Den Regelungen des LROP Niedersachsen 2016 nach darf der grundzentrale Kongruenzraum für periodische Sortimente auch bei Mittel- und Oberzentren das Gemeinde- oder Stadtgebiet nicht wesentlich überschreiten (vgl. Entwurf LROP 2016, Nr. 2.3 Ziffer 03 Satz 2). Der mittel- und oberzentrale Kongruenzraum für aperiodische Sortimente ist gemäß dem Entwurf des LROP Niedersachsen 2016 „von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte, der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte, von grenzüberschreitenden Verflechtungen und der Marktgebiete auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte zu ermitteln“ (vgl. Entwurf LROP 2016, Nr. 2.3 Ziffer 03 Satz 4).

⁸² LROP, Entwurf 2016, Nr. 2.2 Ziffer 05 Satz 4

Integrationsgebot nicht entsprechen. Darüber hinaus können sie auch eine Versorgungsfunktion für benachbarte Ortsteile übernehmen.⁸³

Keine Einzelhandelsgroßprojekte sind Betriebe mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche oder aber Betriebe zur wohnortnahen Versorgung. Hierzu bedarf es allerdings gemäß den Erläuterungen des LROP, dass der angesprochene Kundenkreis zu mehr als 50 % aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld des Betriebes stammt, zudem müssen die Betriebe auf mindestens 90 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten. Zur Bestimmung des fußläufigen Einzugsbereiches ist eine maximale Gehzeit von 10 Minuten zugrunde zu legen, dies entspricht einer Entfernung von 700 bis maximal 1.000 m.⁸⁴ Dies ist nach Einschätzung der BBE Standort- und Kommunalberatung lediglich in hochverdichteten Räumen niedersächsischer Großstädte denkbar.

„Betriebe der wohnortnahen Versorgung“

Darüber hinaus wird zusätzlich eine Ausnahmeregelung für Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zu mindestens 90 % periodische Sortimente sind, außerhalb städtebaulich integrierter Lagen (ZVB) innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines Zentralen Ortes eingeführt.⁸⁵

Ausnahmeregelung

Hierzu bedarf es, vergleichbar mit den Bestimmungen des Ziels 2 im Sachlichen Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ des Landesentwicklungsplans NRW, folgender Voraussetzungen:

Voraussetzungen

- eine Lage innerhalb städtebaulich integrierter Lagen (ZVB) ist aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich.
- ein räumlich-funktioneller Zusammenhang zu Wohngebieten und eine ÖPNV-Anbindung sind notwendig.
- das Beeinträchtigungsverbot und das Kongruenzgebot müssen gewahrt bleiben.

Die Gründe, die eine solche Ausnahme rechtfertigen, bedürfen einer städtebaulichen Konzeption, die unter Einbeziehung der Träger öffentlicher Belange abgestimmt worden ist.

Städtebauliche Konzeption

Einen zusammenfassenden Überblick über die regionalplanerischen Vorgaben bzw. Regelungen zu Einzelhandelsgroßprojekten im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich liefert die nachfolgende Abbildung.

Überblick Regelungen Nahversorgung

⁸³ LROP, Entwurf 2016, Nr. 2.3 Ziffer 10 Sätze 1 und 2

⁸⁴ Erläuterung zum LROP, Entwurf 2016, Nr. 2.3 Ziffer 02 Sätze 2 und 3

⁸⁵ Das bisherige LROP 2008 beinhaltet eine derartige Ausnahmeregelung für Einzelhandelsgroßprojekte mit periodischem Kernsortiment bisher nicht. Um möglichst aktuelle Konsequenzen für die planerische Steuerung aufzuzeigen, sollen, wie oben bereits angeführt, die neuen Regelungen aus dem Entwurf 2016 berücksichtigt werden.

Abb. 244: Regionalplanerische Rahmenbedingungen Nahversorgung

Landesraumordnungsprogramm (LROP) <small>aktualisierter Entwurf April 2016</small>		
Ziel u. a.: Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung		
„Standorte mit herausgehobener Bedeutung“	„Betriebe der wohnortnahen Versorgung“	Ausnahmeregelung bei Betrieben, mit Kernsortiment mind. 90 % periodischer Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortnetz der Zentralen Orte kann von Trägern der Regionalplanung durch „Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung“ ergänzt werden ▪ Standorte sind nicht im Wesentlichen fußläufig erreichbar ▪ Können Versorgungsfunktion auch für benachbarte Ortsteile übernehmen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Direkte räumliche-funktionale Zuordnung zur Wohngebieten ▪ 50 % der Kaufkraft aus fußläufigem Einzugsbereich von max. 1.000 Metern ▪ Begrenzung auf Betriebe deren Kernsortiment zu mind. 90 % aus periodischen Sortimenten besteht ▪ Im Einzelfall auch > 800 qm ▪ Keine Einzelhandelsgroßprojekte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage in städtebaulich integrierter Lage (ZVB) ist aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ▪ Räumlich-funktioneller Zusammenhang zu Wohngebieten; ÖPNV-Anbindung ▪ Einhaltung Beeinträchtungsverbot und Kongruenzgebot ▪ Städtebauliche Konzeption (Beteiligungs- / Abstimmungsprozess) notwendig

Quelle: eigene Darstellung; 3. Entwurf LROP Niedersachsen 2016

6.2 Standortstruktur & Zentrenhierarchie

Die Entwicklung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Wolfsburg hängt von der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Hierfür spielen die kommunalen Vorstellungen der Stadtentwicklung sowie der politische Wille zur Umsetzung eine zentrale Rolle.

Auf Grundlage der Situationsanalyse sowie der Leitlinien und Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Wolfsburg wird nachfolgend das Zentrenkonzept im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ dargelegt. In diesem sind die räumlichen Versorgungsschwerpunkte in ein hierarchisches Zentrenmodell gegliedert und den Einzelhandelsstandorten räumlich-funktionale Versorgungsfunktionen zugewiesen worden. In Wolfsburg ist dies ein hierarchisch abgestuftes Standortsystem, bestehend aus dem Hauptzentrum im Ortsratsbereich Stadtmitte, den Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde, weiteren auf das Stadtgebiet verteilten Nahversorgungszentren, integrierten Nahversorgungsstandorten, den nicht integrierten Bestandsstandorten der Nahversorgung sowie den Fachmarkttagglomerationen.

Räumlich-funktionale
Arbeitsteilung

Maßgebliches Kriterium für die Einstufung und Abgrenzung eines Einzelhandelsstandortes im Rahmen der Zentrenhierarchie ist die Lage, die Einzelhandelsdichte sowie die Durchmischung mit weiteren Nutzungen. Hierbei sind u. a. die Anzahl und Dichte der Einzelhandelsbetriebe, die Sortimentsschwerpunkte, die Verkaufsfläche und die städtebauliche Integration in die Beurteilung einzubeziehen.

Kriterien zur Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche

Neben der Orientierung am Bestand sind mögliche Entwicklungsperspektiven und geeignete Flächen zu berücksichtigen.

Entwicklungsperspektiven

Auf Grundlage dieser Bewertungskriterien lassen sich die städtebaulich schützenswerten Einzelhandelsstandorte⁸⁶ der Stadt Wolfsburg folgendermaßen idealtypisch definieren:

Abb. 245: Kriterien zur Festlegung schützenswerter Bereiche in der Stadt Wolfsburg

Kriterien für die Abgrenzung	Hauptzentrum	Stadtteilzentrum	Nahversorgungszentrum	Entwicklungsstandorte der Nahversorgung
Versorgungsfunktion	gesamtes Stadtgebiet	stadtteilbezogen; nahegelegene Wohngebiete sowie angrenzende Ortsratsbereiche	quartiersbezogen; umliegende Wohngebiete	unmittelbar umliegende Wohngebiete
Einzugsbereich	gesamtes Stadtgebiet	mittlerer Einzugsbereich (Ortsratsbereichs- / Stadtteilebene)	näherer Einzugsbereich (Quartiersebene)	Naheinzugsbereich (fußläufig)
Dichte von Einzelhandelsbetrieben	Angebote für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf	Angebote überwiegend im kurz- und mittelfristigen Bedarf	Angebote überwiegend im kurzfristigen Bedarf	wenige, einzelne Betriebe im kurzfristigen Bedarf
Dichte von handelsaffinen Nutzungen	umfangreiches ergänzendes Angebot an Dienstleistern und Gastronomie	ergänzendes Angebot an Dienstleistern und Gastronomie	vereinzelte Dienstleistungs- und Gastronomieangebote	i. d. R. kein oder nur geringes Angebot
Integration	baulich verdichteter Siedlungszusammenhang / städtischer Verdichtungsraum	teilweise baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen	im Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen	im Siedlungszusammenhang
Lage	Haupteinkaufslage	Einkaufslage im Stadt- / Ortsteil	Nahversorgungslage innerhalb von Wohngebieten	Grundversorgungslage innerhalb von Wohngebieten

Quelle: eigene Darstellung

▪ Hauptzentrum

Hauptzentrum

Der bedeutendste Einzelhandelsstandort in der Stadt Wolfsburg ist die Innenstadt mit ihren Neben- und Ergänzungslagen, in dem sich zahlreiche Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie öffentliche Einrichtungen und gastronomische Betriebe konzentrieren. Die Angebotsschwerpunkte liegen im kurz-, mittel- und langfristigen

⁸⁶ Ohne nicht schützenswerte Standortbereiche wie Bestandsstandorte der Nahversorgung oder Fachmarkttagglomerationen.

Bedarfsbereich. Die Innenstadt übernimmt eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie darüber hinaus für die angrenzende Region.

- Stadtteilzentren

Stadtteilzentren

Neben dem Hauptzentrum der Stadt Wolfsburg haben sich in Fallersleben und Vorsfelde zwei Stadtteilzentren etabliert, in denen sich verschiedene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe konzentrieren. Anders als das Hauptzentrum haben diese eine stadtteilbezogene Versorgungsfunktion und umfassen jeweils einen räumlich stärker begrenzten Versorgungsbereich, der sich auf die jeweils unmittelbar angrenzenden Ortsratsbereiche sowie auf die angrenzenden Gemeinden der Landkreise Gifhorn und Helmstedt erstreckt. Entsprechend sind Angebotsart und -umfang deutlich begrenzter und konzentrieren sich vorrangig auf den kurz- und mittelfristigen Bedarfsdeckungsbereich.

- Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentren

Die Nahversorgungszentren verteilen sich auf das gesamte Stadtgebiet von Wolfsburg und stehen im unmittelbaren Siedlungszusammenhang mit angrenzenden Wohnquartieren (= Nahversorgungslage innerhalb von Wohngebieten). Die Angebotsstrukturen in den Nahversorgungszentren sind gekennzeichnet durch mindestens einen größeren nahversorgungsrelevanten Anbieter (Supermarkt, Discounter) sowie weitere, zumeist kleinteilige Angebotsstrukturen des kurz-, sowie im begrenzten Umfang auch des mittelfristigen Bedarfsdeckungsbereichs. Einzelne Dienstleistungs- und gastronomische Angebote runden den Besatz ab. Die Nahversorgungszentren übernehmen hiermit eine quartiersbezogene Versorgungsfunktion für den näheren Einzugsbereich.

- Entwicklungsstandorte der Nahversorgung

Entwicklungsstandorte
der Nahversorgung

Diese Nahversorgungsstandorte zeichnen sich durch größere Lebensmittelbetriebe im Voll- oder Discountsortiment, ergänzt in der Regel um kleinteilige Ladenhandwerker und / oder einzelne Dienstleistungen (häufig in der Vorkassenzonen), aus. Städtebaulich sind sie aufgrund fehlender Angebotsdichte und -vielfalt nicht als zentrale Versorgungsbereiche, sondern als solitäre Versorgungsstandorte einzuordnen. Ihnen obliegt die Nahversorgungsfunktion insbesondere für Wohngebiete innerhalb eines (möglichst barrierefrei angebotenen) fußläufigen Einzugsbereiches. Die Standorte weisen somit eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb des Wohnsiedlungsbereiches auf.

- Bestandsstandorte der Nahversorgung

Die Bestandsstandorte für den täglichen Bedarf entsprechen hinsichtlich der Angebotsfunktion den Nahversorgungsstandorten. Anders als die Entwicklungsstandorte der Nahversorgung befinden sie sich allerdings in einem städtebaulich nicht integrierten Umfeld, z. B. innerhalb von Industrie- und Gewerbegebieten und verfügen demnach über eine deutlich geringere städtebauliche Standortqualität. Sie erfüllen keine (nennenswerte) Nahversorgungsfunktion innerhalb eines fußläufigen Einzugsbereiches.

Bestandsstandorte der
Nahversorgung

- Sonstige Standortlagen

Neben den angesprochenen Standorten finden sich weitere nicht großflächige Angebotsstrukturen, die teilweise durch ihre räumliche Lage innerhalb von Wohnsiedlungsbereichen, umgeben von angrenzender Mantelbevölkerung, die Funktion einer wohnungsnahen Versorgung wahrnehmen können, aber aufgrund der nicht vorliegenden Nutzungsvielfalt keine Zentrenfunktion ausüben sowie aufgrund ihrer Dimensionierung nicht strukturprägend sind.

Sonstige Standortlagen

- Sonder- und Fachmarkttagglomerationen

Ergänzend zu den räumlichen Schwerpunkten für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente werden im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ der Standorte und Sortimente auch Standorte für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel benannt: die Sonder- und Fachmarkttagglomerationen. Als Agglomeration einzelner Fachmärkte oder Fachgeschäfte lassen sie sich durch ihren nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt bei fehlender Dichte und Mischung mit anderen ortskernrelevanten Nutzungen charakterisieren. Prägend ist darüber hinaus ihre städtebaulich nicht integrierte Lage, oftmals in Industrie- und Gewerbegebieten bzw. Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereichen.

Sonder- und
Fachmarkt-
agglomerationen

Ausgehend von dieser Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen für die Stadt Wolfsburg nachfolgende Zentrenhierarchie:

Zentrenhierarchie

Abb. 246: Zentrenhierarchie der Stadt Wolfsburg



Quelle: eigene Darstellung

Gemäß den anzuwendenden Rechtsgrundlagen⁸⁷ sind das Hauptzentrum, die Stadtteil- und Nahversorgungszentren sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte⁸⁸ als schützenswerte und zu entwickelnde Bereiche einzustufen. Dem gegenüber haben Sonder- und Fachmarktagnglomerationen sowie Bestandsstandorte der Nahversorgung⁸⁹ keinen solchen Schutzanspruch.

6.3 Zentrale Versorgungsbereiche und sonstige Einzelhandelsstandorte

Die zentralen Versorgungsbereiche stellen die zukünftig zu schützenden und zu entwickelnden Bereiche insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des Zentrengefüges dar. Das Hauptzentrum, die Stadtteil- und Nahversorgungszentren sowie die Entwicklungsstandorte der Nahversorgung sind städtebaurechtlich und

⁸⁷ u. a. i. S. V. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB

⁸⁸ Die Einordnung integrierter Nahversorgungsstandorte basiert auf der Einordnung wohnortnaher Versorgungsstrukturen als Schutzgüter im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, wenngleich sie keine zentralen Versorgungsbereiche darstellen. Die Einordnung erfolgt hierbei im Hinblick auf die Standortqualität und die damit einhergehende Versorgungsfunktion, ohne Berücksichtigung tatsächlicher Entwicklungsmöglichkeiten (= städtebaulich wünschenswerte Entwicklung).

⁸⁹ Die Entwicklung solcher Standortlagen ist aufgrund fehlender Standortqualitäten aus städtebaulicher Sicht nicht empfehlenswert.

landesplanerisch schützenswert im Sinne des BauGB, der BauNVO sowie der Landesplanung.⁹⁰ Deren räumliche Abgrenzung sowie funktionale Zuordnung ist die wesentliche Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in der Bauleitplanung.

Dabei können sich zentrale Versorgungsbereiche insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ergeben. Sie können aber auch aus sonstigen raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen abgeleitet werden, nicht zuletzt aus den örtlichen Verhältnissen.⁹¹

Die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung ist unter Einbeziehung funktionaler und städtebaulicher Kriterien vorzunehmen und erfolgt auf der Grundlage der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Wolfsburg sowie der Standortstruktur und Zentrenhierarchie.

Festlegung durch die
Stadt Wolfsburg

Als Kriterien für die Festlegung bzw. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche lassen sich u. a. anführen:

Kriterien ZVB

- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb des Stadtgebiets,
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen,
- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- die Lage der strukturprägenden Magnetbetriebe, räumliche Verteilung und Besatzdichte weiterer Angebotsstrukturen sowie Branchenmix,
- eine funktionale oder in sich geschlossene, kompakte städtebauliche Einheit / Bebauungsstruktur,
- die Gestaltung des öffentlichen Raumes,
- die Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität,
- die Gestaltung, Einbindung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur,

⁹⁰ Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO), der bundesrechtlichen Leitsätze zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB), der planungsrechtlichen Vorgaben für den unbepflanzten Innenbereich (§ 34 Abs. 4 BauGB) sowie der zu berücksichtigenden Belange der Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Zudem berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne (§ 9 Abs. 2a BauGB).

⁹¹ Begründung des Regierungsentwurfs zum Europarechtsanpassungsgesetz, BT-Drs. 15/2250

- die verkehrliche Erreichbarkeit und Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz,
- mögliche Barrieren und Zäsuren, z. B. Verkehrsstraßen und Bahngleise sowie
- die Passantenfrequenzen und –ströme.

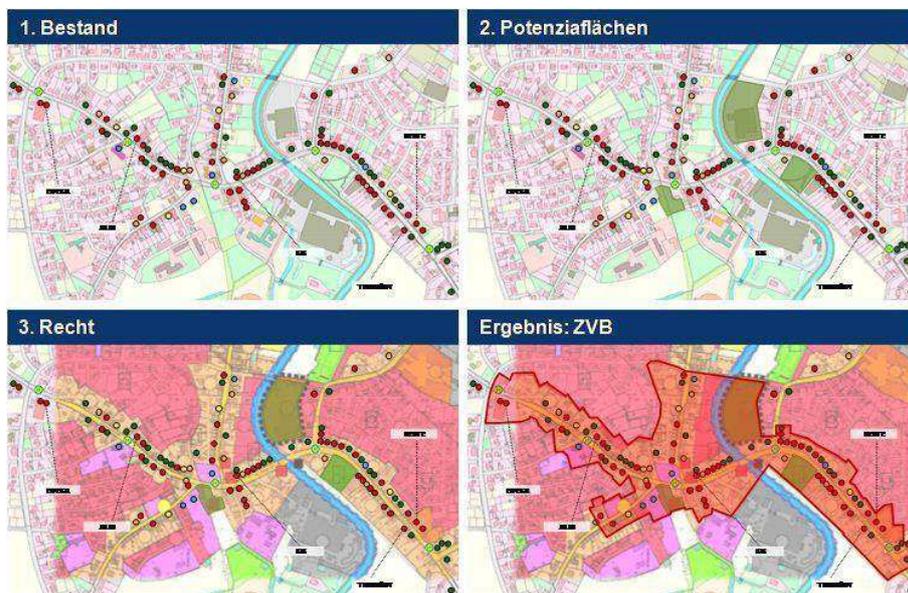
Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt mehrstufig. Auf Grundlage der örtlichen Situationsanalyse sowie obiger Kriterien wird zunächst eine parzellenscharfe Abgrenzung des tatsächlichen Bestandes von öffentlichen und privaten Einrichtungen vorgenommen.

Da künftige Entwicklungsperspektiven (brachliegende Flächen; leer stehende Objekte etc.) zu berücksichtigen sind, ist neben dem tatsächlichen Bestand die Einbeziehung geeigneter Flächen geboten.

Letztlich soll eine Orientierung an den planungsrechtlichen Vorgaben erfolgen (z. B. Regionalplan, Flächennutzungsplan), wengleich ein zentraler Versorgungsbereich nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen muss.

Methodik zur
Abgrenzung zentraler
Versorgungsbereiche

Abb. 247: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel)



Quelle: eigene Darstellung

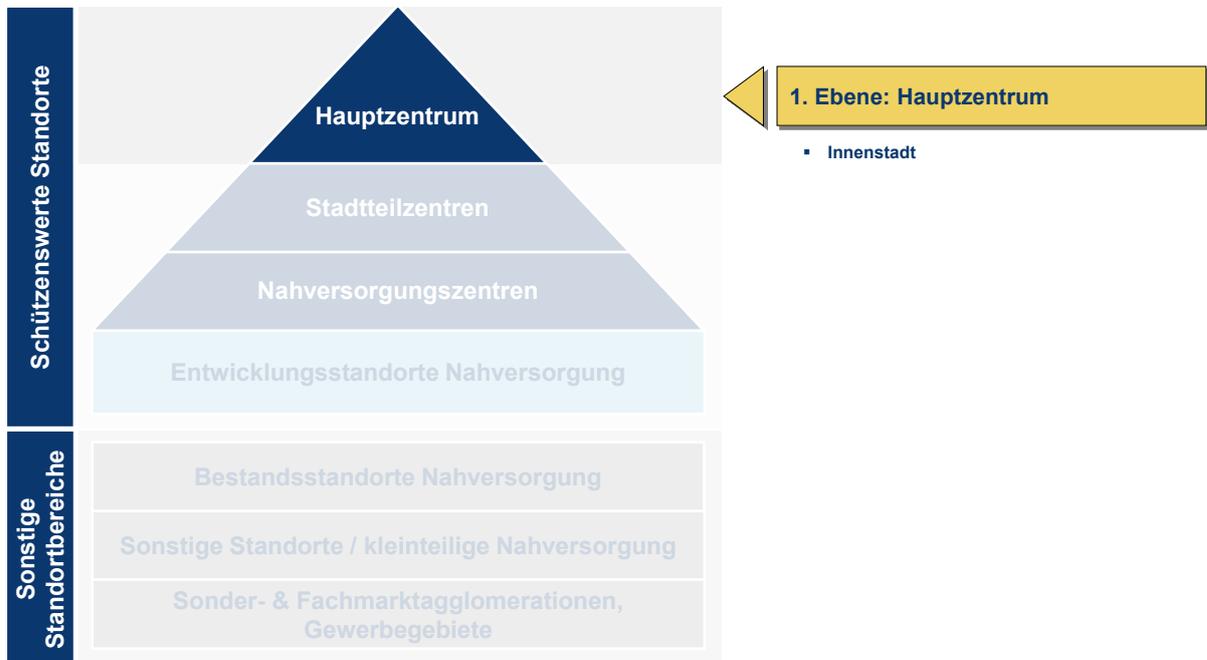
6.3.1 Hauptzentrum

Wie angeführt ist die Innenstadt mit ihren Neben- und Ergänzungslagen der bedeutendste Einzelhandelsstandort in der Stadt Wolfsburg. Diese

1. Ebene:
Hauptzentrum

übernimmt nicht nur eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet, sondern darüber hinaus für die angrenzende Region mit ihren Städten und Gemeinden. Das Hauptzentrum ist damit das aus städtebaulicher Sicht höchste „schützenswerte Gut“.

Abb. 248: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Hauptzentrum



Quelle: eigene Darstellung

Entsprechend der Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Stadt Wolfsburg wird die Funktion des Hauptzentrums vom zentralen Versorgungsbereich im Stadtkern innerhalb des Ortsratsbereichs Stadtmitte übernommen. Dieser ist somit für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowohl zentren- als auch nahversorgungsrelevanter Kernsortimente geeignet.

Der im Hauptzentrum ansässige Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient der gesamtstädtischen Versorgung sowie darüber hinaus der Versorgung der Städte und Gemeinden im Einzugsbereich der Stadt Wolfsburg (siehe Kap. 3.5.1). Zum Schutz und zur Stärkung der Versorgungsfunktionen sind zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Großflächiger Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich

Für das Hauptzentrum werden folgende Zielvorstellungen definiert:

Zielvorstellungen

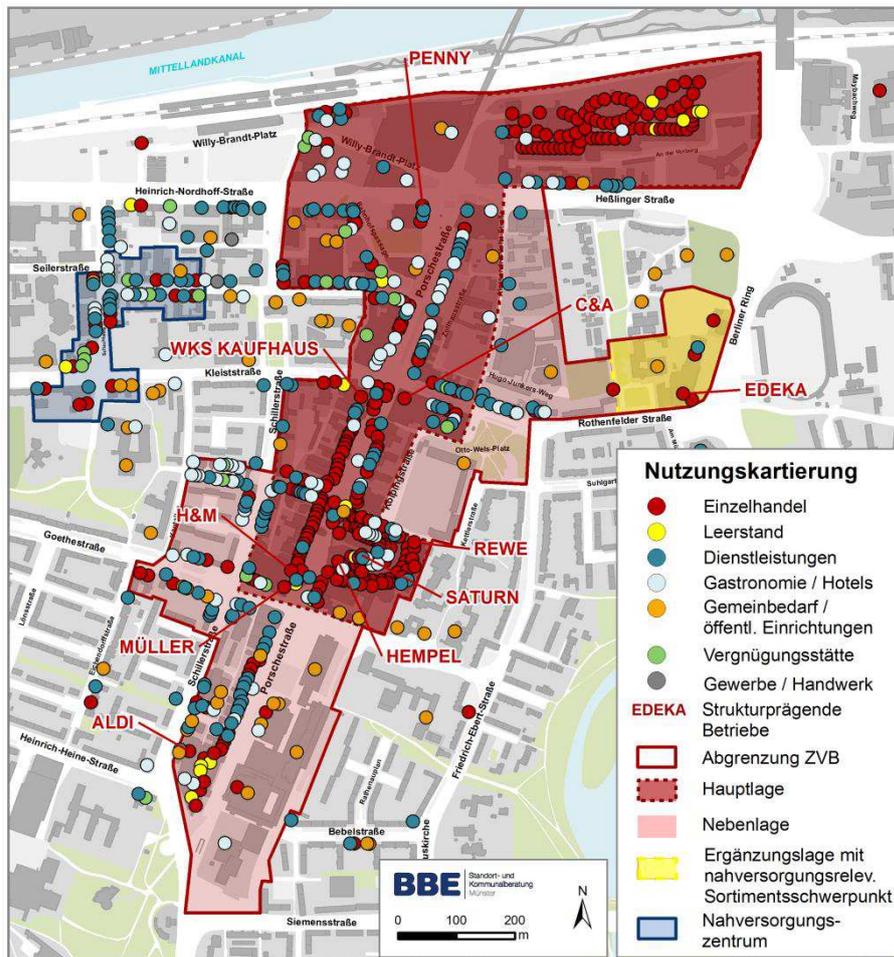
- Sicherung, Stärkung und Entwicklung der oberzentralen Versorgungsfunktion des Hauptzentrums gemäß den Zielvorstellungen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes,
- Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort.
- Konzentration und Bündelung insbesondere von zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (klein- / großflächig) auf diesen Bereich.

Der planerisch festgelegte Bereich genießt neben seiner Eignung als Standort auch des großflächigen zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels eine besondere Schutzwürdigkeit.

Bei der parzellenscharfen Abgrenzung haben die Ergebnisse der Situationsanalyse, und hier im Besonderen die Erkenntnisse zu den unterschiedlichen Standort- bzw. Lagequalitäten Eingang gefunden.

Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum

Abb. 249: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Auf Grundlage der genannten Kriterien sowie der unterschiedlichen Lagequalitäten lässt sich der zentrale Versorgungsbereich „Hauptzentrum“ der Stadt Wolfsburg parzellenscharf abgrenzen und funktional differenzieren. Die Abgrenzung konzentriert sich auf den gewachsenen Kernbereich. Sie erstreckt sich im Wesentlichen ab dem Kreuzungsbereich Braunschweiger Straße, Ecke Siemensstr. / Berliner Ring im Süden, dem sog. Südkopf mit dem dort befindlichen SÜDKOPF-CENTER, beidseitig entlang der Porschestraße bis zum Kreuzungsbereich Heßlinger Straße / Heinrich-Nordhoff-Straße, dem sog. Nordkopf, sowie darüber hinaus bis zum Designer Outlet Wolfsburg (DOW). Räumliche Ausweitungen bestehen in westlicher Richtung insbesondere entlang der Heinrich-Nordhoff-Straße bis zum Hauptbahnhof der Stadt sowie entlang der Goethestraße bis zur Einmündung Eichendorffstraße und in östlicher

Parzellenscharfe
Abgrenzung des
Hauptzentrums

Richtung entlang der Rothenfelder Straße bis zum Kreuzungsbereich Berliner Ring.

Schützenswerter Bereich im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches ist der gesamte rot umrandete Raum, wobei der vorrangige Entwicklungsfokus der Einzelhandelsentwicklung auf den dunkelrot eingefärbten Kernbereich zu legen ist. Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind innerhalb dieses Kernbereichs zulässig, d. h. neben der Konzentration strukturprägender Magnetbetriebe ist eine gezielte Neuan siedlung klein- und großflächiger Einzelhandelsbetriebe insbesondere zentrenrelevanter Art anzustreben. Ziel ist die Sicherung und Weiterentwicklung dieses für die Stadt Wolfsburg als Einkaufstadt so wichtigen Standortbereichs.

Kernbereich

Ergänzt wird der Bereich um eine Nebenlage mit Entwicklungspriorität nachgeordnet zur Hauptlage (hellrot), welche überwiegend für kleinteilige Ergänzungen und Erweiterungen bestehender Betriebsstätten sowie handelsaffiner, innenstadttypischer Nutzungen (Dienstleistung, Verwaltung, Freizeit etc.) in Betracht kommt.

Nebenlage mit
Entwicklungspriorität
nachgeordnet zur
Hauptlage

Trotz gewisser räumlicher Friktionen in den Nutzungsstrukturen sowie der zunehmenden Entfernung wird der Bereich entlang der Rothenfelder Straße bis zum Kreuzungsbereich Berliner Ring als Ergänzungslage mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt mit in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Neben seiner nahversorgungsrelevanten Versorgungsfunktion für die zahlreichen unmittelbar angrenzenden Wohnquartiere übernimmt dieser in Ergänzung zu den weiteren innerstädtischen Angebotsstrukturen (u. a. REWE, ALDI, PENNY) eine wesentliche Funktion der Nahversorgung u.a. für die in der Innenstadt beschäftigten Personen. Gemäß den Zielvorstellungen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sollen diesem Standortbereich daher eine Stärkung und Weiterentwicklung als bedeutender Einzelhandelsstandort der Nahversorgung eingeräumt werden.

Ergänzungslage mit
nahversorgungs-
relevantem Sortiments-
schwerpunkt

Gemäß seiner Versorgungsfunktion ist hier ausschließlich Einzelhandel mit einem nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkt zulässig, während zentrenrelevanter Einzelhandel gleich welcher Größenordnung zur Vermeidung von unmittelbarem Wettbewerb mit der Hauptlage ausgeschlossen ist. Ausgenommen hiervon sind etwaige Entwicklungen im Rahmen bauplanungsrechtlicher Festsetzungen bzw. des Bestandsschutzes.

Eine Überschreitung der Abgrenzung zum zentralen Versorgungsbereich ist im Regelfall nicht zulässig. Ob und inwieweit Abweichungen unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes möglich sind, kann nur einzelfallbezogen unter Nachweis städtebaulicher Gründe erfolgen.

Aus der dargestellten Abgrenzung und Differenzierung ergeben sich nachfolgende Konsequenzen:

Konsequenzen aus der
Abgrenzung

- Bestehendes Baurecht wird durch das Konzept zunächst nicht berührt.
- Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs schafft die städtebauliche Grundlage für eine gezielte und nach Lagequalitäten differenzierte Entwicklung des Einzelhandels und zur planerischen Steuerung insbesondere des großflächigen Einzelhandels. Über die mögliche Zulässigkeit einzelner Planungen ist im Rahmen der Aufstellung bzw. Änderung von Bauleitplänen zu entscheiden.
- Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich stellt den Bereich der Stadt Wolfsburg mit der höchsten Schutzwürdigkeit dar und ist wie auch die weiteren zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen möglicher Auswirkungs- und Verträglichkeitsuntersuchungen als wesentlicher städtebaulicher Belang bei der Bewertung von (großflächigen) Vorhaben im Bereich der Stadt Wolfsburg selbst oder auch bei (großflächigen) Vorhaben oder Planungen benachbarter Städte und Gemeinden zu beachten (§ 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB).

6.3.2 Stadtteilzentren

Anders als das Hauptzentrum haben die beiden Stadtteilzentren in Falersleben und Vorsfelde eine stadtteilbezogene Versorgungsfunktion und umfassen jeweils einen räumlich stärker begrenzten Versorgungsbereich, der sich auf die unmittelbar angrenzenden Ortsratsbereiche sowie auf die angrenzenden Gemeinden der Landkreise Gifhorn und Helmstedt erstreckt.

2. Ebene:
Stadtteilzentren

Bei den beiden Stadtteilzentren handelt es sich ebenfalls um städtebaulich schützenswerte Standortbereiche im Sinne eines zentralen Versorgungsbereichs, die es zu sichern, zu stärken und zu entwickeln gilt, ohne dass jedoch städtebaulich schädliche Auswirkungen auf das Hauptzentrum von Wolfsburg zulässig sind.

Abb. 250: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Stadtteilzentren



Quelle: eigene Darstellung

Für die Stadtteilzentren in Fallersleben und Vorsfelde werden folgende Ziele und Handlungsempfehlungen definiert:

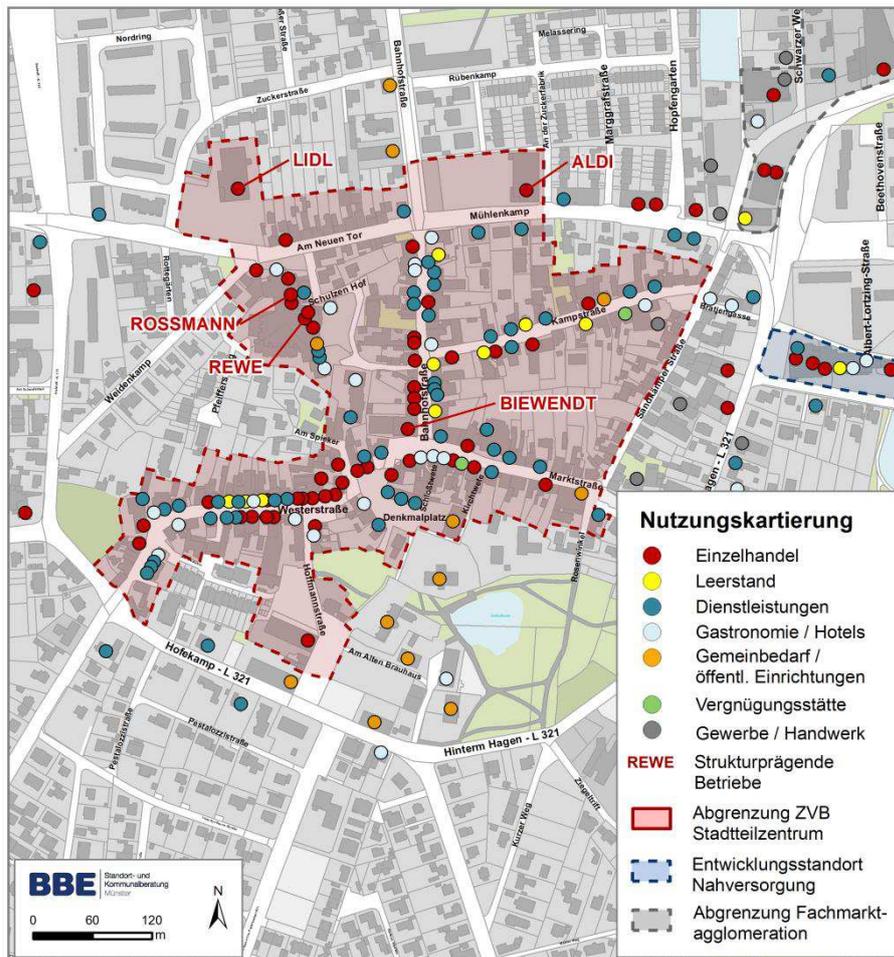
Zielvorstellungen für die Stadtteilzentren

- Stärkung und Attraktivitätssteigerung der Stadtteilzentren gemäß ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion
- Konzentration und Bündelung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (klein- / großflächig) auf diesen Bereich

Bei der parzellenscharfen Abgrenzung der Stadtteilzentren sind auch hier die Ergebnisse der Situationsanalyse herangezogen worden.

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes im Stadtteilzentrum Fallersleben erstreckt sich im Kern vom Mühlkamp im Norden entlang der Bahnhofstraße sowie der Westerstraße bis zum Hofekamp im Südwesten. Weitere Bereiche sind Teile der Marktstraße und der Kampstraße jeweils bis zur Sandkämper Straße im Osten, der Denkmalplatz sowie der Schulzen Hof. Ergänzt wird dieser Kernbereich um zwei Standortlagen der Nahversorgung (ALDI, LIDL) nördlich des Mühlkamps bzw. der Straße Am Neuen Tor.

Räumliche Abgrenzung Stadtteilzentrum Fallersleben

Abb. 251: Stadtteilzentrum Fallersleben⁹²Stadtteilzentrum
Fallersleben

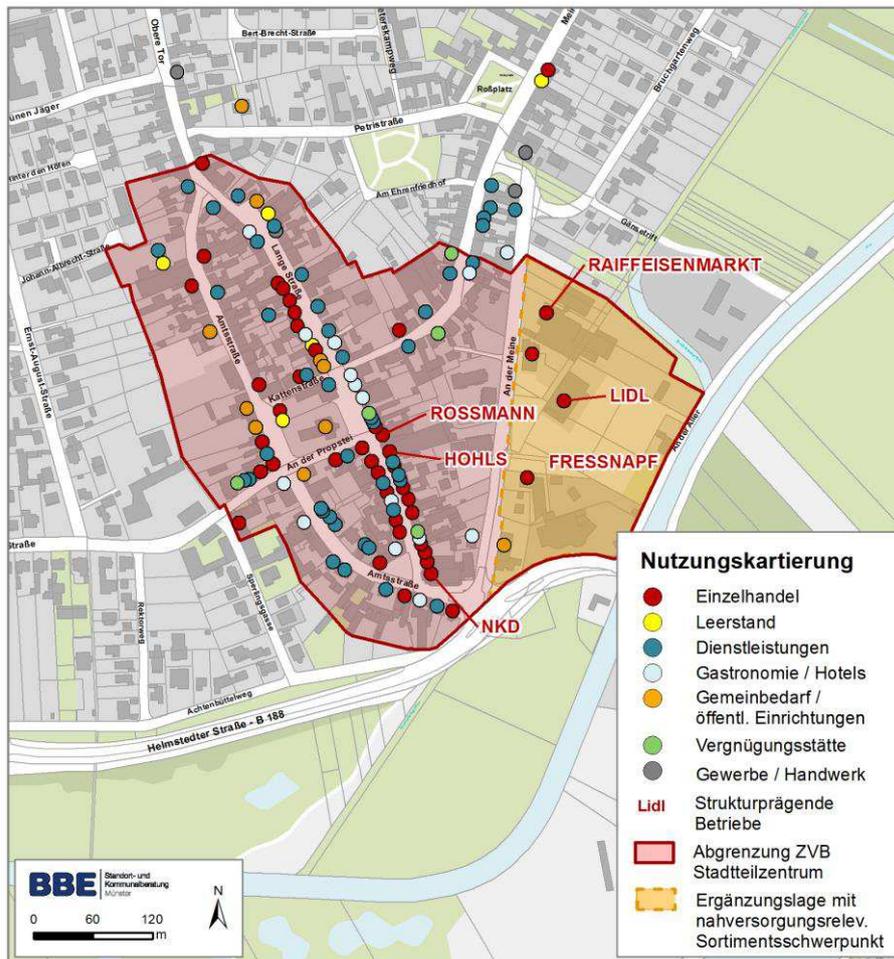
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Der wesentliche Einzelhandelsbesatz innerhalb des Stadtteilzentrums Vorsfelde erstreckt sich vom Einmündungsbereich Obere Tor / Lange Straße / Amtsstraße im Norden entlang der beiden parallel verlaufenden Straßen Lange Straße und Amtsstraße bis zur Helmstedter Straße (B 188) im Süden. In östlicher Richtung dehnt sich der zentrale Versorgungsbereich zudem beidseitig entlang der Straße An der Meine aus.

Räumliche Abgrenzung
Stadtteilzentrum
Vorsfelde

⁹² Weitere angrenzende Standortlagen sind der REWE an der Georg-Friedrich-Händel-Straße als solitärer Nahversorgungsstandort mit Entwicklungsoptionen sowie die Fachmarkttagglomeration „Wolfsburger Landstraße“.

Abb. 252: Stadtteilzentrum Vorsfelde

Stadtteilzentrum
Vorsfelde

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Entwicklungsfokus der Einzelhandelsentwicklung in den beiden Stadtteilzentren ist auch hier der rot markierte Bereich, d. h. Betriebe aller Branchen und standortangepasster Größenordnungen gemäß dem jeweils zugeordneten Versorgungsbereich sind zulässig. Die hier ansässigen Betriebe dienen der Versorgung der Bevölkerung in den jeweils unmittelbar angrenzenden Ortsratsbereichen sowie in den angrenzenden Gemeinden der Landkreise Gifhorn und Helmstedt. Begrenzender Faktor für den Zielumsatz möglicher Neuerrichtungen und Erweiterungen ist das sortimentspezifische Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung in diesem Bereich.

Prüfkriterien für die Ansiedlung (großflächiger) Einzelhandelsvorhaben sind:

Prüfkriterien

- Keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche „höherer Hierarchie“ (= Hauptzentrum)
- Die Flächendimensionierung sowie der Sortimentsschwerpunkt zukünftiger Vorhaben sind an die jeweilige Versorgungsfunktion anzupassen

Im Stadtteilzentrum Vorsfelde wird der (rot) abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich im Osten ergänzt durch eine Ergänzungslage mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt (gelb). Gemäß der Versorgungsfunktion ist hier ausschließlich Einzelhandel mit einem nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt zulässig, während zentrenrelevanter Einzelhandel gleich welcher Größenordnung zur Vermeidung von unmittelbarem Wettbewerb mit der gewachsenen Ortskernlage von Vorsfelde ausgeschlossen ist. Die Neuansiedlung von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel ist ebenfalls ausgeschlossen. Ausgenommen hiervon sind etwaige Entwicklungen im Rahmen bauplanungsrechtlicher Festsetzungen bzw. des Bestandsschutzes.

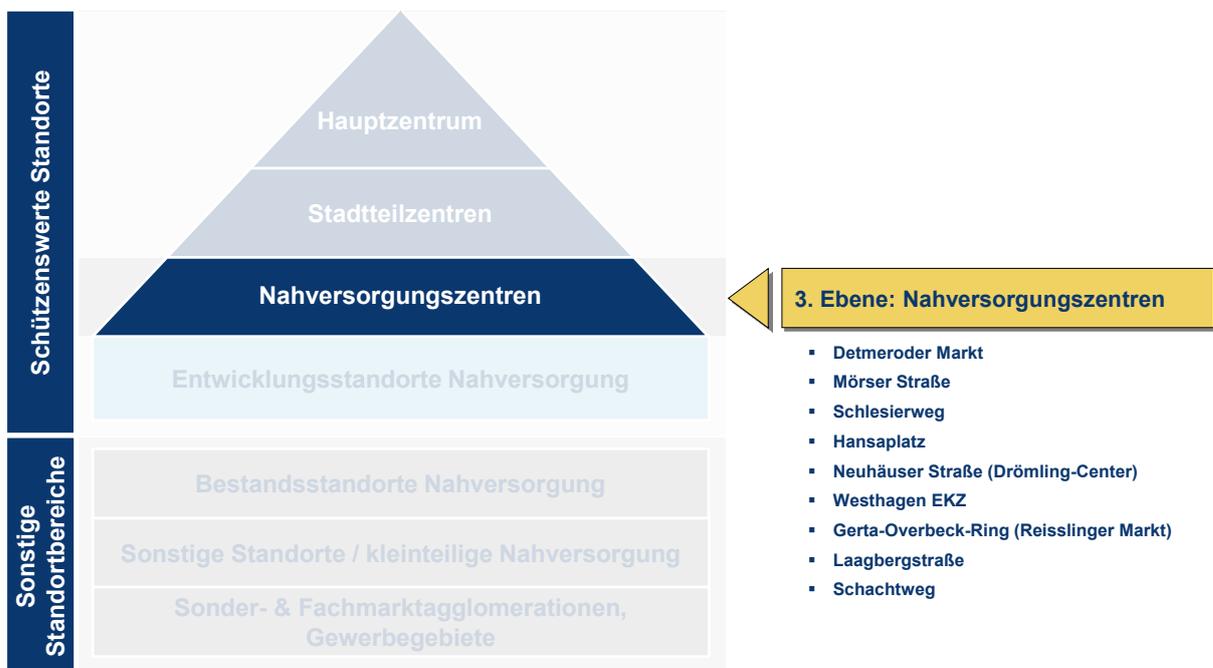
Ergänzungslage mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt

6.3.3 Nahversorgungszentren

Innerhalb des hierarchisch abgestuften Standortsystems der Stadt Wolfsburg befinden sich auf der dritten Hierarchieebene die Nahversorgungszentren.

3. Ebene: Nahversorgungszentren

Abb. 253: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Nahversorgungszentren



Quelle: eigene Darstellung

Diese verteilen sich auf das gesamte Stadtgebiet von Wolfsburg und sind gekennzeichnet durch mindestens einen größeren nahversorgungsrelevanten Anbieter sowie weitere, zumeist kleinteilige Angebotsstrukturen des kurz-, sowie im begrenzten Umfang auch des mittelfristigen Bedarfsdeckungsbereichs. Einzelne Dienstleistungs- und gastronomische Angebote runden den Besatz ab. Die Nahversorgungszentren übernehmen hiermit eine quartiersbezogene Versorgungsfunktion für den jeweils näheren Einzugsbereich.

Die vorhandenen Nahversorgungszentren sollen in ihrer Funktion gestärkt und weiter ausgebaut werden, ohne jedoch städtebaulich negative Auswirkungen auf die schützenswerten Standortbereiche höherer Standortpriorität auszulösen. Für die Nahversorgungszentren werden folgende Zielvorstellungen definiert:

Zielvorstellungen für die Nahversorgungszentren

- Sicherung und Stärkung der nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb des jeweiligen Nahversorgungszentrums
- Konzentration und Bündelung von nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (klein- / großflächig) auf diese Bereiche

Um die vorgenannten Zielvorstellungen erreichen zu können, sind u. a. nachfolgende Handlungsempfehlungen umzusetzen:

- Verträgliche (Weiter-) Entwicklung der Standorte bzw. Umstrukturierungen im Bestand
- Ausschluss des großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandels in den Nahversorgungszentren zum Schutz des Hauptzentrums sowie der Stadtteilzentren
- Kleinteilige Ergänzungen durch zentrenrelevante Sortimentsschwerpunkte sind bei einer Verträglichkeit der Planungen denkbar⁹³

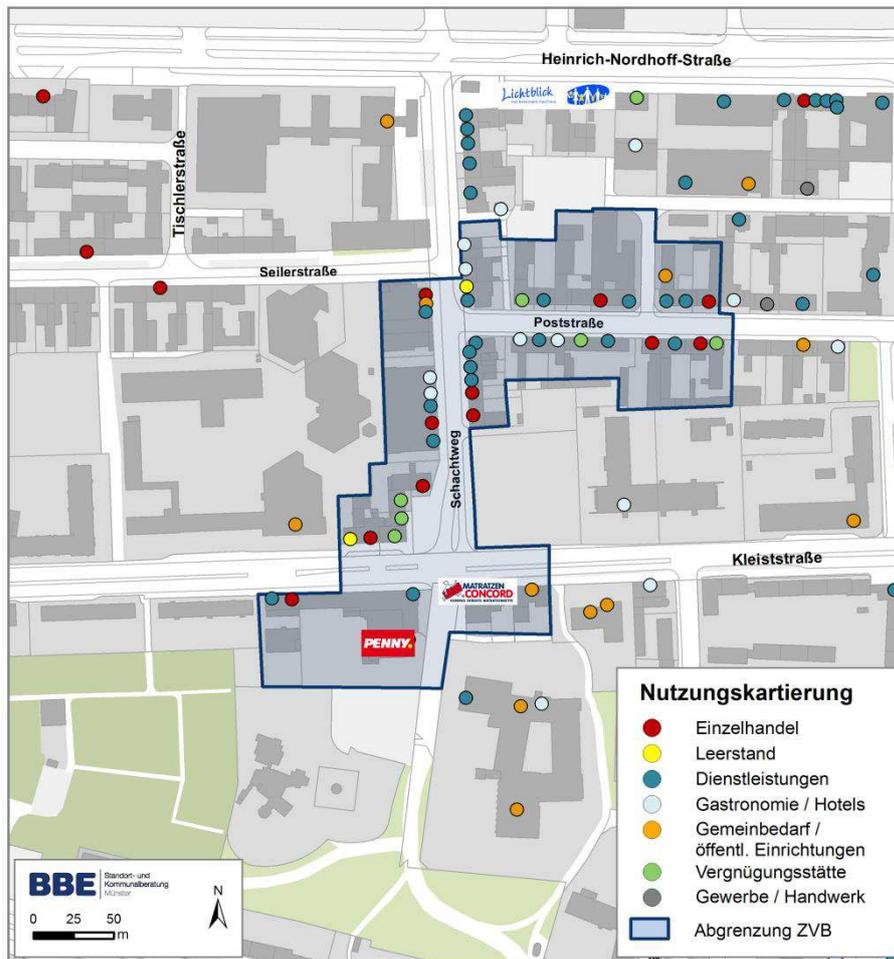
Handlungsempfehlungen

Bei den Nahversorgungszentren Laagbergstraße, Schlesierweg und Westhagen EKZ wird der jeweils (blau) abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich ergänzt durch eine unmittelbar angrenzende Potenzialfläche (grün) zur Weiterentwicklung des Nahversorgungszentrums unter Beachtung der Zielvorstellungen dieses Konzeptes. Hierbei handelt es sich jeweils um eine Flächenoption insbesondere für großflächige Betriebsstätten mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt, die aufgrund der Kleinteiligkeit in der Parzellierung des Nahversorgungszentrums ansonsten kaum realisierbar sind. Über deren mögliche Nutzung und Ausgestaltung ist im Rahmen der Bauleitplanung abzuwägen.

Potenzialflächen

⁹³ Siehe Ansiedlungsregeln Kap. 6.5.2

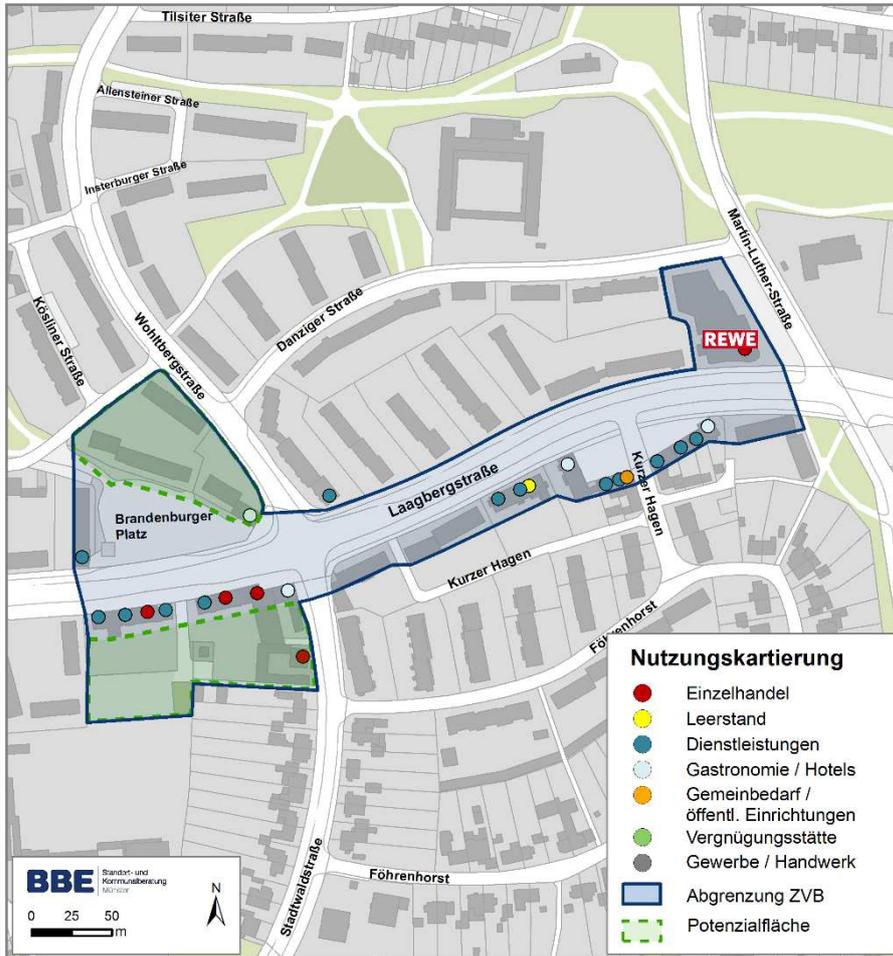
Abb. 254: Räumliche Abgrenzung – NVZ Schachtweg

Nahversorgungszentrum
Schachtweg

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

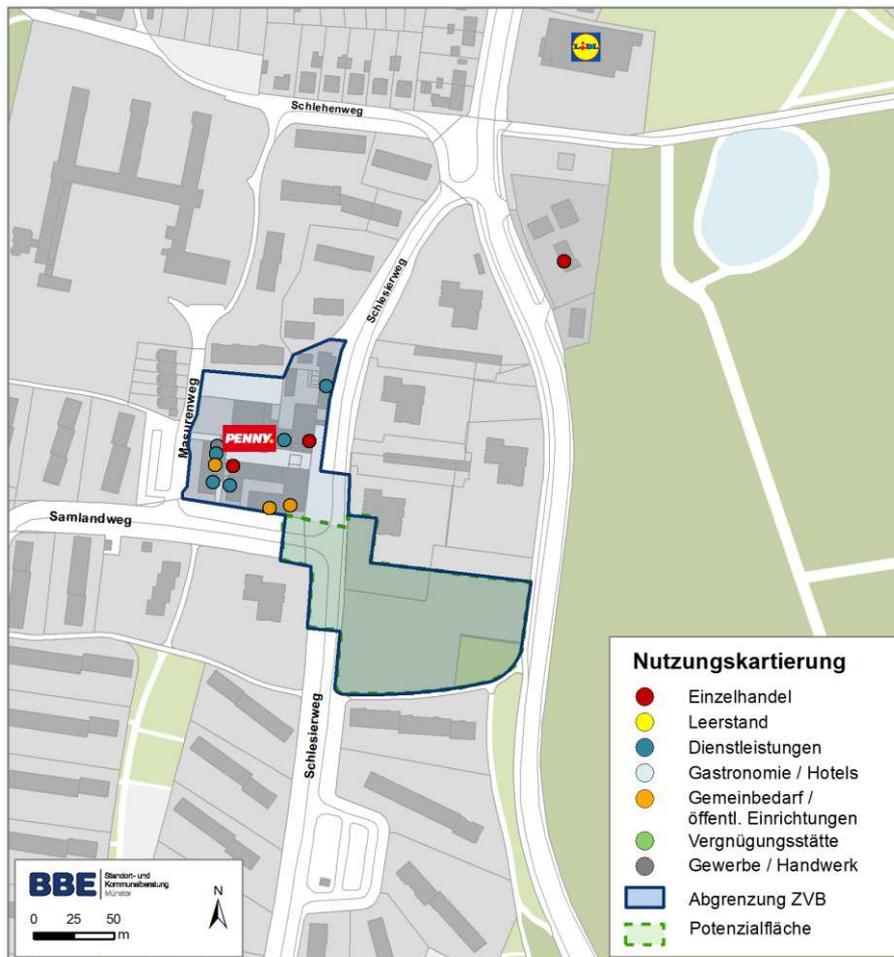
Abb. 255: Räumliche Abgrenzung – NVZ Laagbergstraße

Nahversorgungszentrum
Laagbergstraße



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

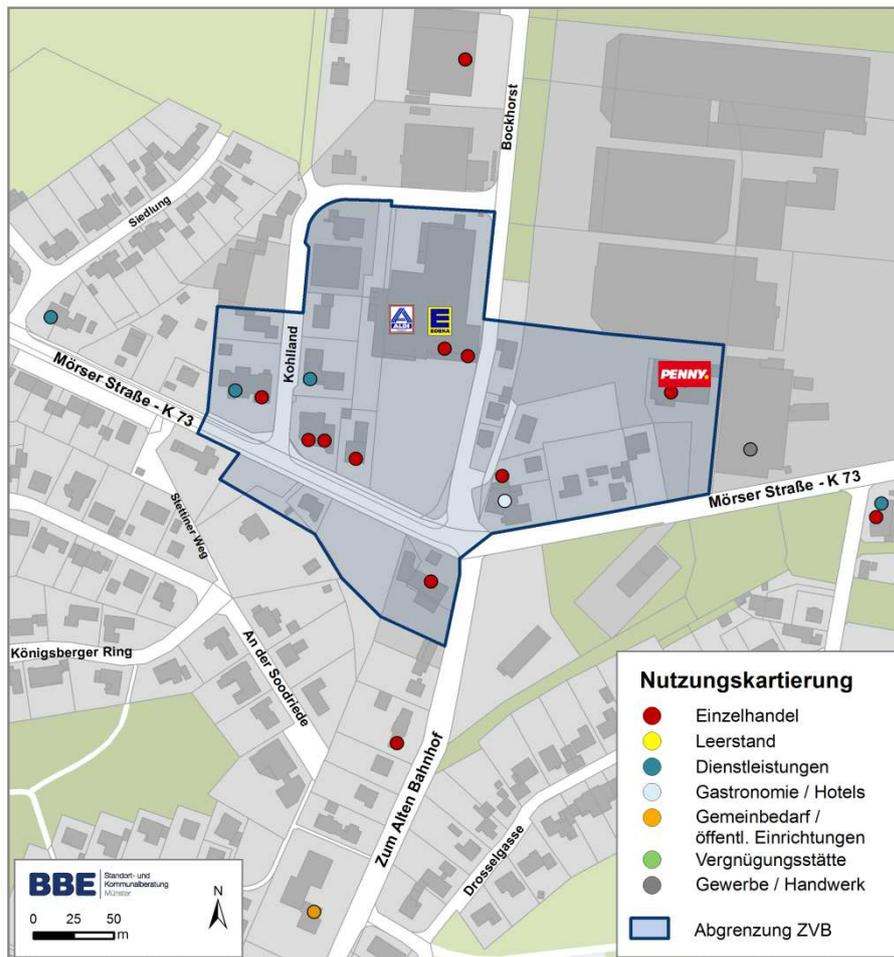
Abb. 256: Räumliche Abgrenzung – NVZ Schlesierweg

Nahversorgungszentrum
Schlesierweg

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Abb. 257: Räumliche Abgrenzung – NVZ Mörser Straße

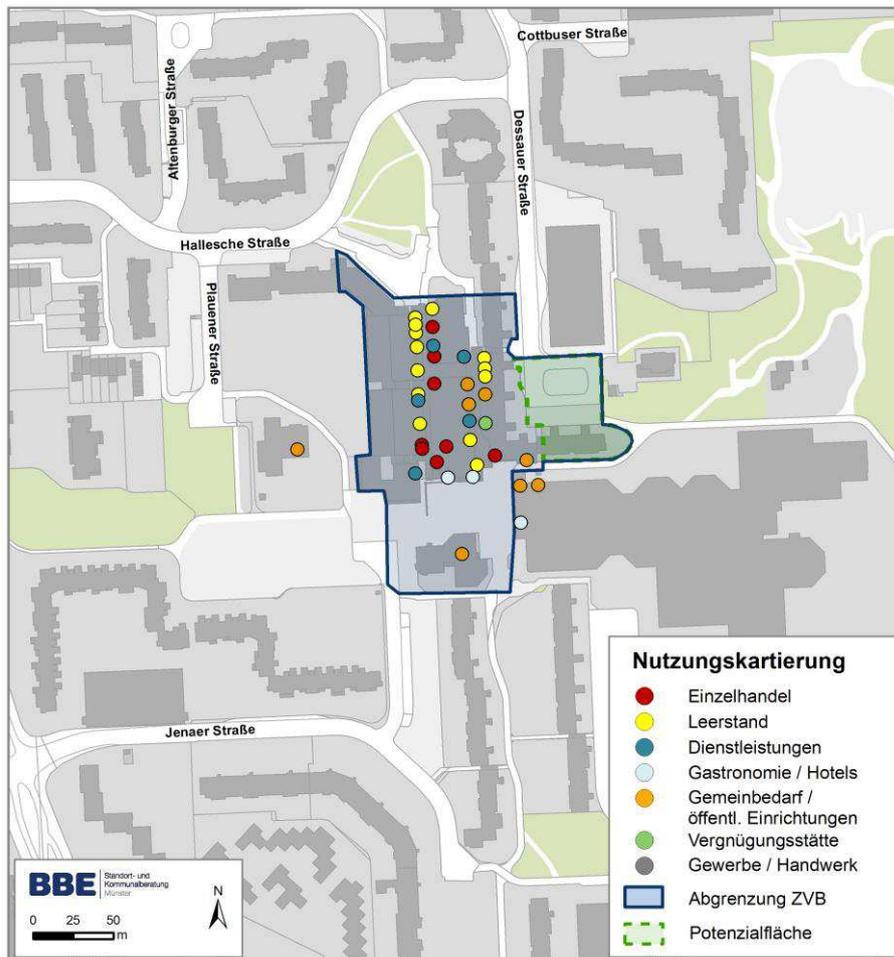
Nahversorgungszentrum
Mörser Straße



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Abb. 258: Räumliche Abgrenzung – NVZ Westhagen EKZ

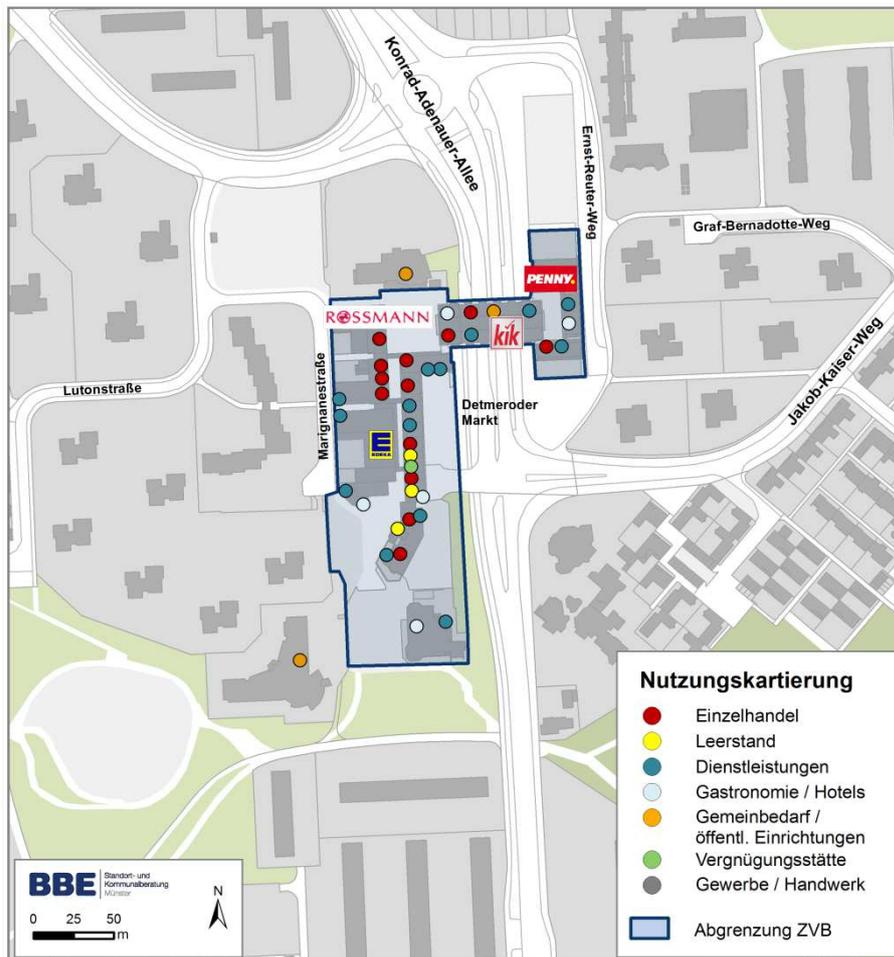
Nahversorgungszentrum
Westhagen EKZ



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Abb. 259: Räumliche Abgrenzung – NVZ Detmeroder Markt

Nahversorgungszentrum
Detmeroder Markt



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Abb. 260: Räumliche Abgrenzung – NVZ Hansaplatz

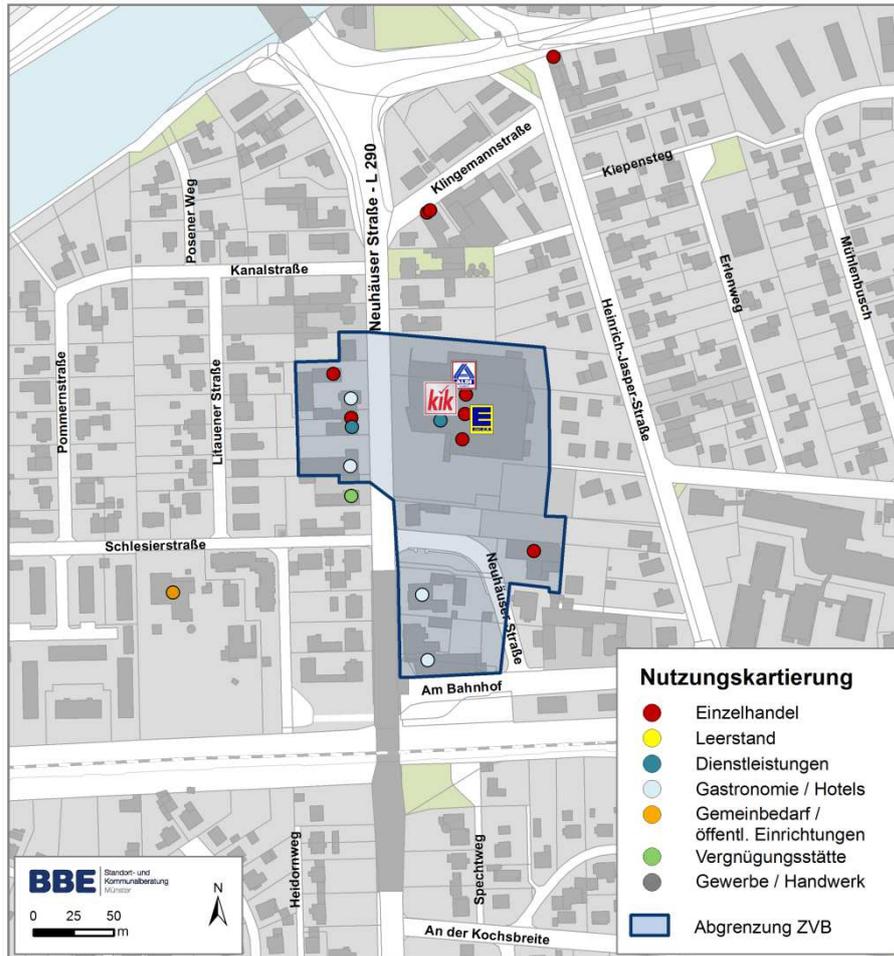
Nahversorgungszentrum
Hansaplatz



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

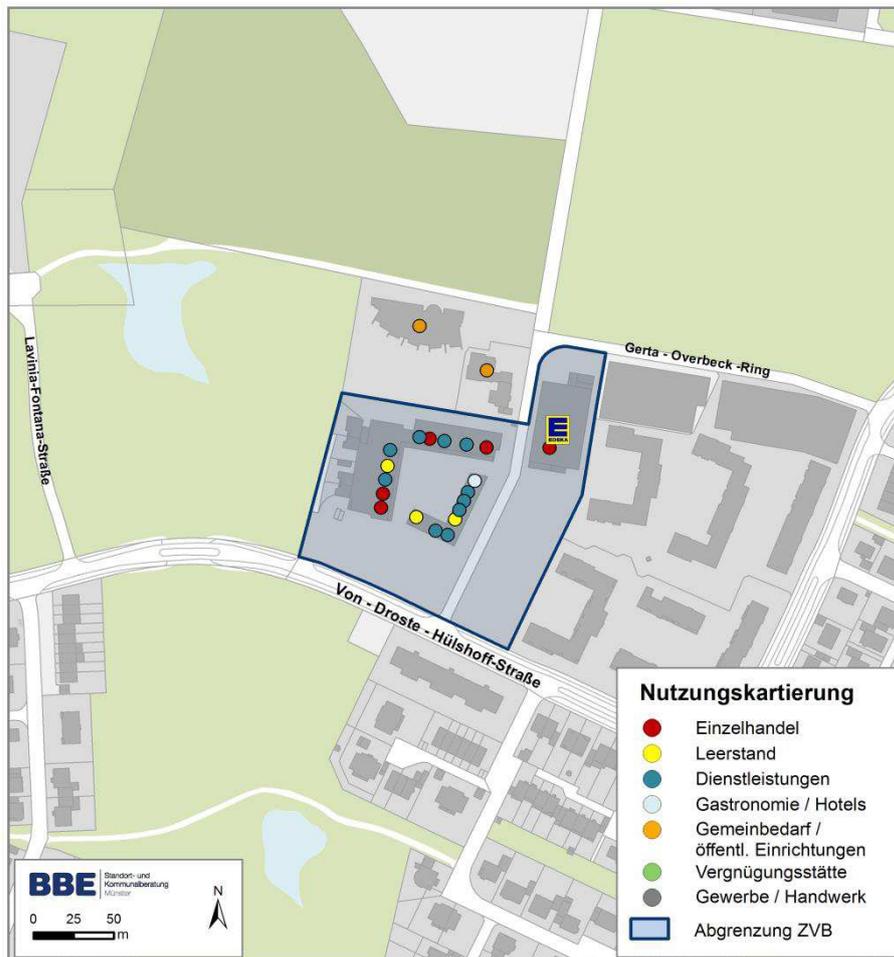
Abb. 261: Räumliche Abgrenzung – NVZ Drömling-Center

Nahversorgungszentrum
Drömling-Center



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Abb. 262: Räumliche Abgrenzung – NVZ Gerta-Overbeck-Ring



Nahversorgungszentrum
Gerta-Overbeck-Ring

Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

6.3.4 Entwicklungsstandorte der Nahversorgung

Die Sicherung und Entwicklung wohnortnaher und dezentraler Nahversorgungsstrukturen ist nicht nur ein wesentlicher Beitrag zur Daseinsvorsorge, sondern auch ein grundlegender Aspekt der Wohn- und Lebensqualität. Ebenso stellt die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung auch gemäß dem Entwurf zum LROP ein raumordnerisches Ziel dar.

Die Erweiterung sowie die Errichtung neuer großflächiger Nahversorgungsbetriebe sind grundsätzlich nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich. Außerhalb dieser Bereiche sind jedoch

Flächendeckende
Nahversorgung

ausnahmsweise Errichtungen großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt möglich, sofern sie folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Eine Lage innerhalb städtebaulich integrierter Lagen (zentrale Versorgungsbereiche) ist aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich.
- Ein räumlich-funktioneller Zusammenhang zu Wohngebieten und eine ÖPNV-Anbindung sind gegeben.
- Das Beeinträchtigungsverbot und das Kongruenzgebot müssen gewahrt bleiben.

Kriterien / Standort-
anforderungen

Die Gründe, die eine solche Ausnahme rechtfertigen, bedürfen einer städtebaulichen Konzeption, die unter Einbeziehung der Träger öffentlicher Belange abgestimmt worden ist.

Städtebauliche
Konzeption

Zur Sicherung einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgungsstruktur soll den bestehenden Nahversorgungsstandorten in städtebaulich integrierten Standortlagen die Möglichkeit zu einer angemessenen Weiterentwicklung gegeben werden. Aufgrund ihrer Lage als Solitärstandorte der Nahversorgung, einer somit fehlenden Durchmischung bzw. Anbindung an andere Nutzungen und damit des fehlenden Zentrencharakters erfüllen diese Standortbereiche nicht die Voraussetzungen zur Ausweisung als zentrale Versorgungsbereiche. Gleichwohl stellen sie nachgeordnet zu den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Bestandteil des Versorgungsnetzes innerhalb der Stadt dar und übernehmen als integrierte Nahversorgungsstandorte eine schützenswerte Versorgungsfunktion im Sinne dieses Konzeptes.

Nahversorgung in
städtebaulich
integrierten Lagen

Abb. 263: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Entwicklungsstandorte der Nahversorgung



Quelle: eigene Darstellung

Eine verträgliche Weiterentwicklung dieser Standorte im Zuge von Erweiterungen oder auch kleinflächigen, ergänzenden Angebotsstrukturen ist aus städtebaulicher Sicht wünschenswert. Unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes werden für diese Nahversorgungsstandorte nachfolgende Ziele und konzeptionelle Empfehlungen definiert:

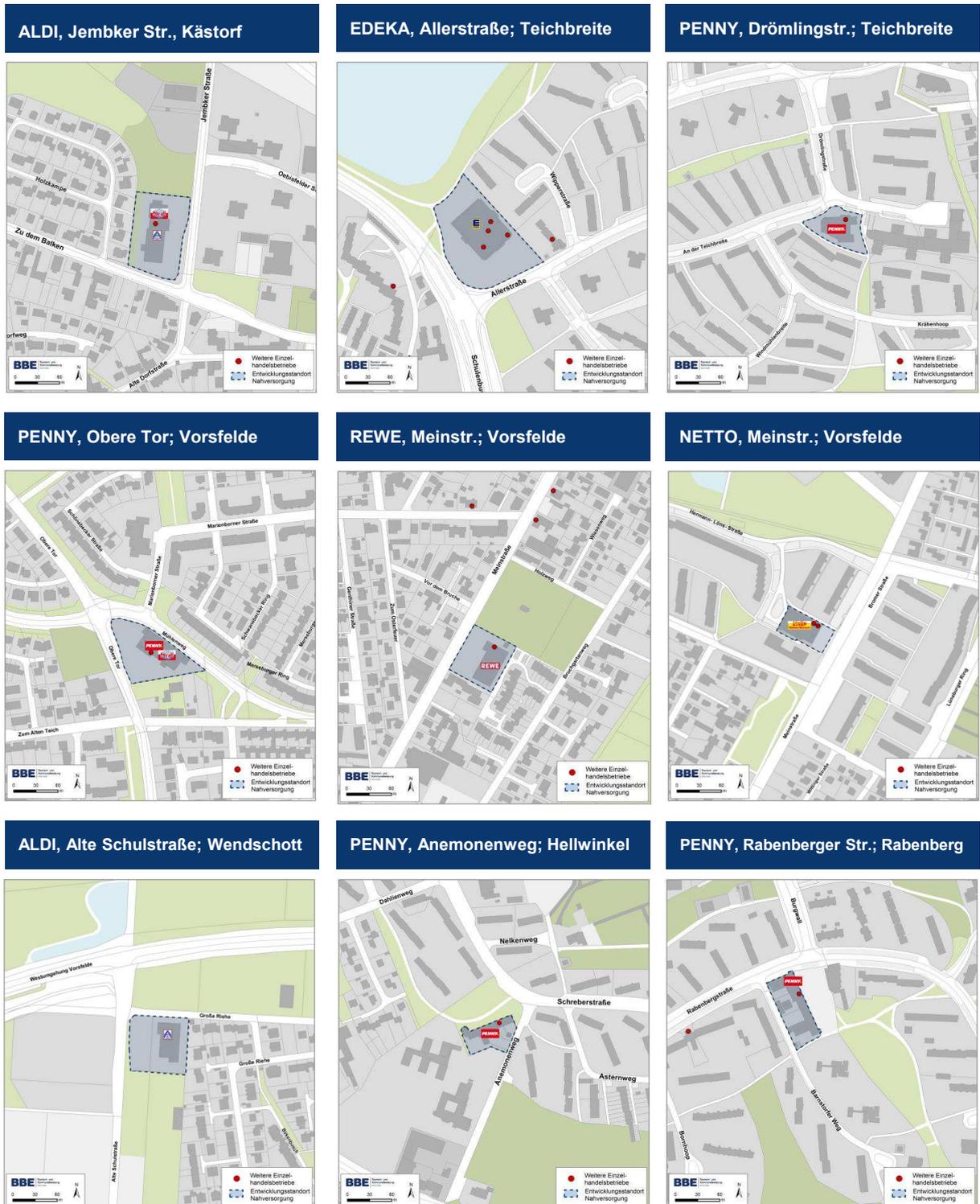
- Sicherung des bestehenden integrierten Nahversorgungsangebotes zum Erhalt einer flächendeckenden Nahversorgung
- Verträgliche Entwicklungsmöglichkeiten bestehender Standorte zur Neuausrichtung und Beibehaltung marktfähiger Formate⁹⁴ (Erweiterungen oder kleinflächige ergänzende Angebotsstrukturen wie Bäcker, Fleischerei o. ä.)
- Steuerung etwaiger Verlagerungsabsichten auf integrierte Standortlagen

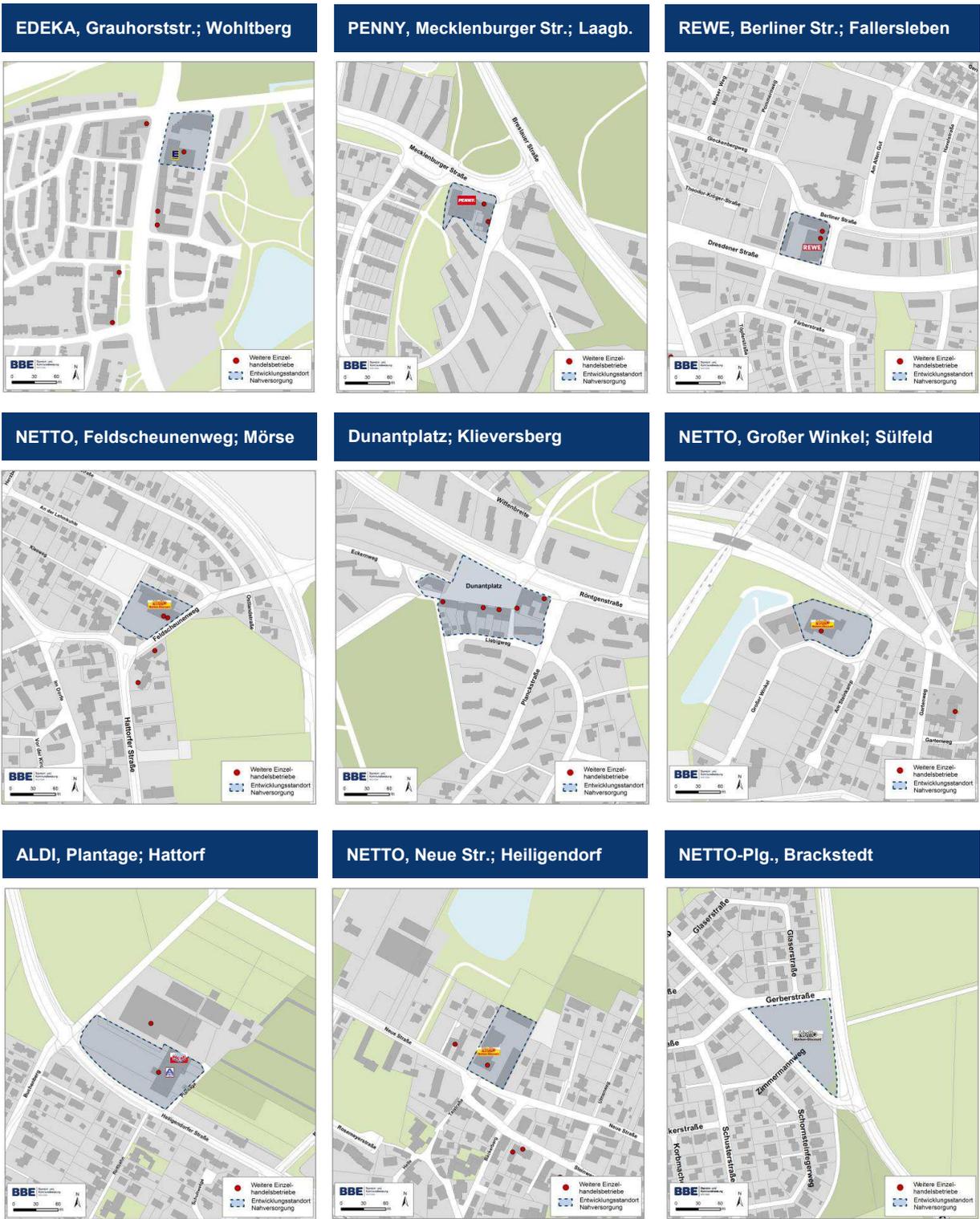
Hierdurch erhalten die Betriebsstätten der Nahversorgung die Möglichkeit zur Neuausrichtung und Beibehaltung marktfähiger Formate. Dies leistet einen Beitrag zur Gewährleistung flächendeckender wohnungsnaher Versorgungsstrukturen.

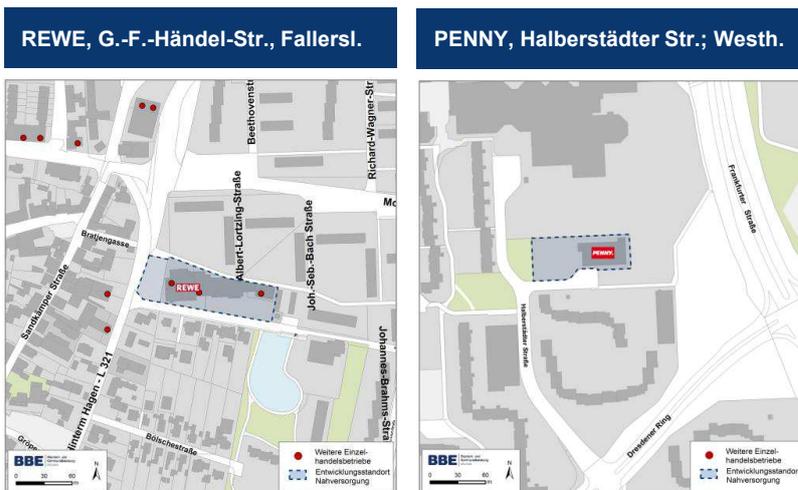
⁹⁴ Kernsortiment Nahversorgung; Einschränkung des Anteils zentrenrelevanter Randsortimente auf 10 % der Gesamtfläche

Die Entwicklungsstandorte der Nahversorgung sind folgendermaßen räumlich abgegrenzt worden:

Abb. 264: Entwicklungsstandorte der Nahversorgung







Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Eine Besonderheit stellt der Dunantplatz dar, da hier derzeit noch kein größerer Lebensmittelmarkt bzw. lediglich ein kleiner Lebensmittelanbieter (NAHKAUF) im erweiterten Nahbereich etabliert ist. Aufgrund seiner für die beiden Stadtteile Eichelkamp und Klieversberg gut erreichbaren Lage und der damit einhergehenden wichtigen Versorgungsfunktion soll dieser Standortbereich als Entwicklungsstandort der Nahversorgung mit dem Ziel ausgewiesen werden, hier kurz- bis mittelfristig einen entsprechenden Magnetbetrieb der Nahversorgung zu etablieren.⁹⁵ Unter Berücksichtigung der weiteren Nutzungs- und Angebotsstrukturen sowie seiner besonderen städtebaulichen Funktion ist mittel- bis langfristig sogar eine Entwicklung als Nahversorgungszentrum denkbar.

Dunantplatz

Daneben empfiehlt sich aus städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gründen eine Neuerrichtung dort, wo Versorgungsdefizite vorliegen. Zugleich muss jedoch eine dem Versorgungsbereich angemessene und maßstabgerechte Dimensionierung gewahrt bleiben. Dies dient der Sicherstellung einer möglichst flächendeckenden, dezentralen und wohnortnahen Nahversorgung, so dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst alle Bewohner der Stadt gegeben ist. Neben den vorgenannten Standortlagen sind somit auch weitere integrierte Solitärstandorte der Nahversorgung möglich, sofern von ihnen keine schädlichen Auswirkungen auf Zentren- oder Versorgungsstrukturen ausgehen (Einzelfallprüfung).⁹⁶

Neue Standorte bei Versorgungsdefiziten

Hierzu ist im Rahmen der Konzepterarbeitung ein Suchbereich der Nahversorgung im Wolfsburger Ortsteil Heiligendorf identifiziert worden.

Suchbereich der Nahversorgung

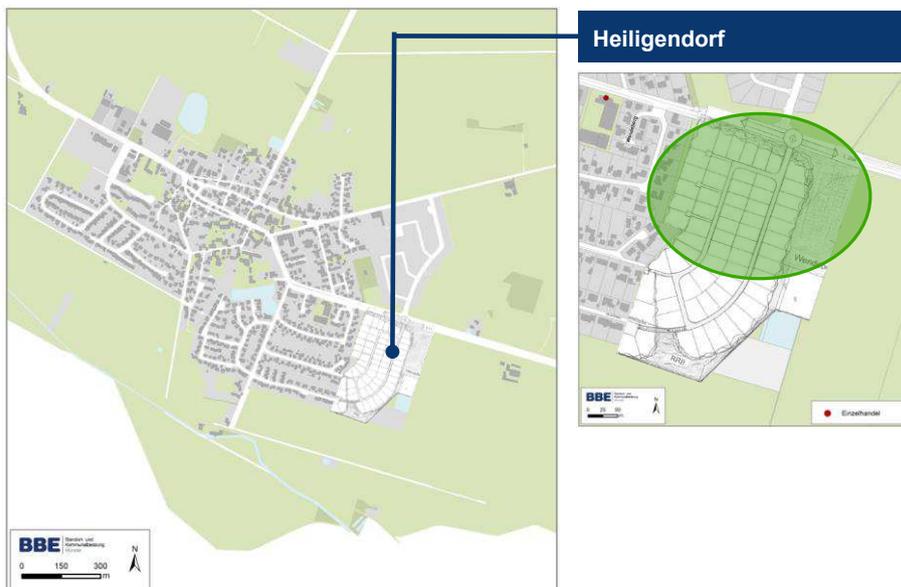
⁹⁵ Siehe hierzu auch die Zielvorstellungen und Handlungsempfehlungen des Nahversorgungskonzeptes für den Ortsratsbereich Mitte-West, 2015

⁹⁶ Siehe hierzu auch Kap. 6.5.3

Aufgrund fehlender Entwicklungsmöglichkeiten des hier ansässigen NETTO-Marktes sowie der angestrebten Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung bei einem wachsenden Einwohnerpotenzial sollen die konzeptionellen Voraussetzungen zur Realisierung einer weiteren Lebensmittelplanung geschaffen werden.⁹⁷

Ein solcher potenzieller Markt wird hierbei nicht nur die Versorgungsfunktion von Heiligendorf, sondern auch die Versorgung angrenzender Ortsteile (insb. Almke, Neindorf) übernehmen, in denen aufgrund geringer Einwohnerzahlen und damit fehlender wirtschaftlicher Tragfähigkeiten die Etablierung eigener nahversorgungsrelevanter Angebotsstrukturen auch künftig nicht zu erwarten ist. Eine mögliche Entwicklung in Heiligendorf dient damit der Ergänzung des flächendeckenden, wohnortnahen Versorgungsnetzes mit Gütern des täglichen Bedarfs im südöstlichen Stadtgebiet.

Abb. 265: Prüfstandort der Nahversorgung



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Etwaige weitere neue Standorte der wohnungsnahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfsbereichs sollen sich auf die Siedlungsräume konzentrieren, die bisher nicht in einer Gehzeit von 10 Minuten (= ca. 700 m) einen Lebensmittelanbieter erreichen können.

Weitere Standorte
der wohnungsnahen
Versorgung

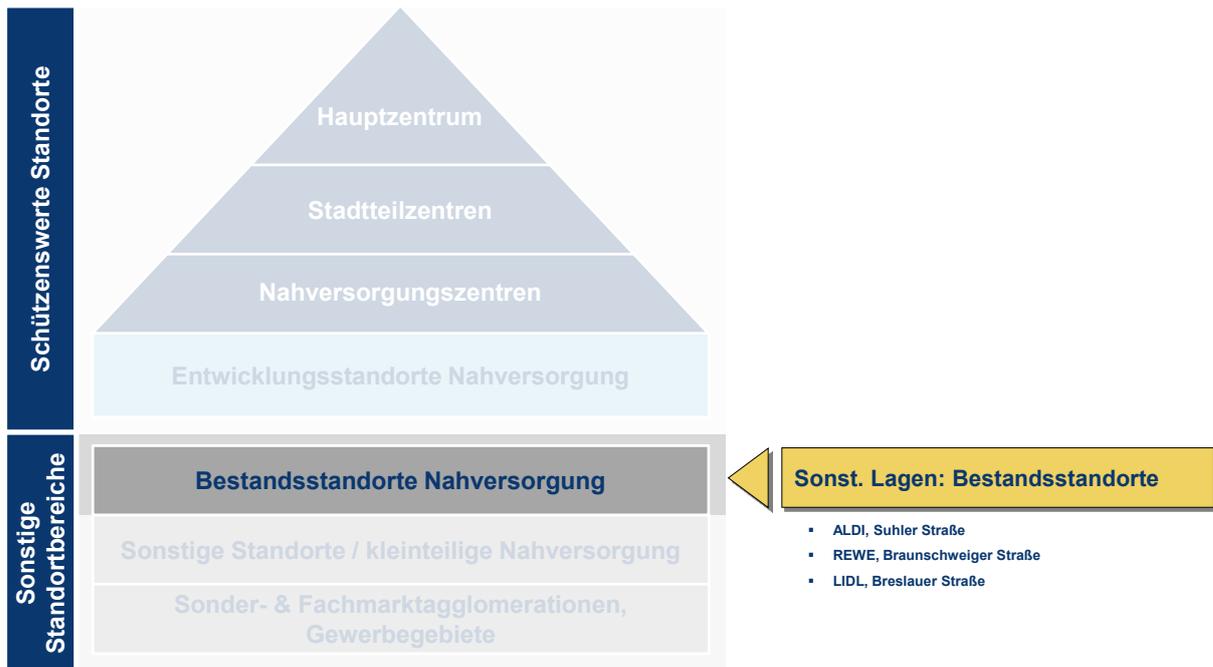
⁹⁷ Ob und in welcher Ausgestaltung ein weiterer Lebensmittelmarkt realisiert wird, ist dann im Zuge des konkreten Bauleitplanverfahrens zu prüfen.

6.3.5 Bestandsstandorte der Nahversorgung

Innerhalb des hierarchisch abgestuften Standortsystems der Stadt Wolfsburg werden die schützenswerten Standortlagen durch sonstige Standortbereiche ergänzt. Hierzu zählen u. a. die Bestandsstandorte der Nahversorgung

Sonstige
Standortbereiche:
Bestandsstandorte der
Nahversorgung

Abb. 266: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Bestandsstandorte der Nahversorgung



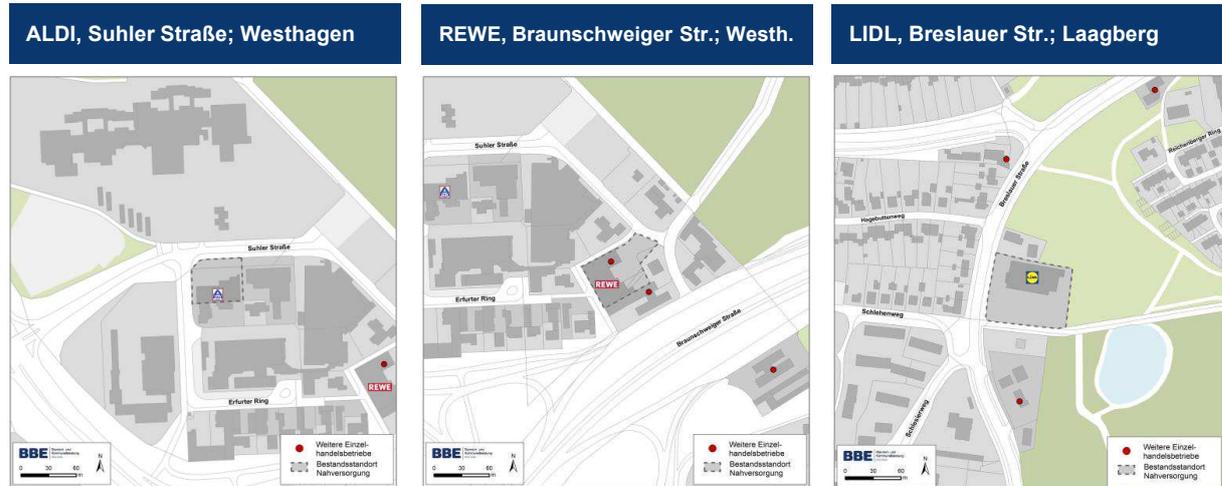
Quelle: eigene Darstellung

Während eine verträgliche Weiterentwicklung der integrierten Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung aus städtebaulicher Sicht wünschenswert ist, übernehmen die Bestandsstandorte der Nahversorgung im Zentrenkonzept zwar ebenfalls eine Versorgungsfunktion, haben allerdings aufgrund ihrer fehlenden Standortqualität in städtebaulich nicht integrierter Lage keine Funktion als integrierte Nahversorgungsstandorte und aufgrund geringer Nahbereichspotenziale sowie einer Überschneidung mit angrenzenden Versorgungsradien eine nur sehr eingeschränkte versorgungsstrukturelle Bedeutung. Zudem können sie aufgrund ihrer Lage bestehende Zentren- und Nahversorgungsstrukturen gefährden und ihnen Entwicklungsspielräume nehmen. Für diese Standorte wird daher die Bestandssicherung auf die genehmigte und ausgeübte bzw. durch den Bebauungsplan festgesetzte Nutzung empfohlen.

Bestandsstandorte
Nahversorgung

Als Bestandsstandorte der Nahversorgung können folgende Standorte eingeordnet werden, die räumlich wie folgt abgegrenzt werden:

Abb. 267: Bestandsstandorte der Nahversorgung



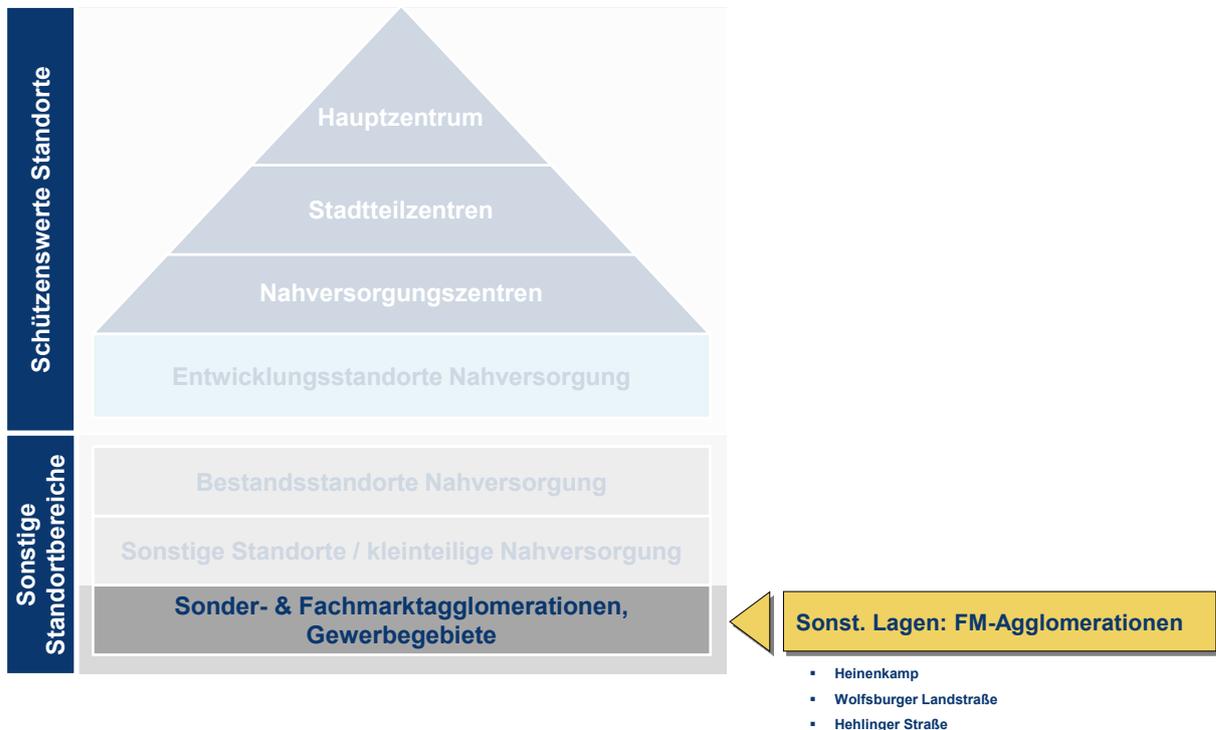
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

6.3.6 Sonder- / Fachmarktstandorte

Neben den Standortbereichen für zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimentsgruppen sind im Stadtgebiet von Wolfsburg Standorte für die (vorrangige) Ansiedlungen von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zulässig.

Sonstige
Standortbereiche:
Standorte für
nicht zentrenrelevanten
Handel

Abb. 268: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Bestandsstandorte der Nahversorgung



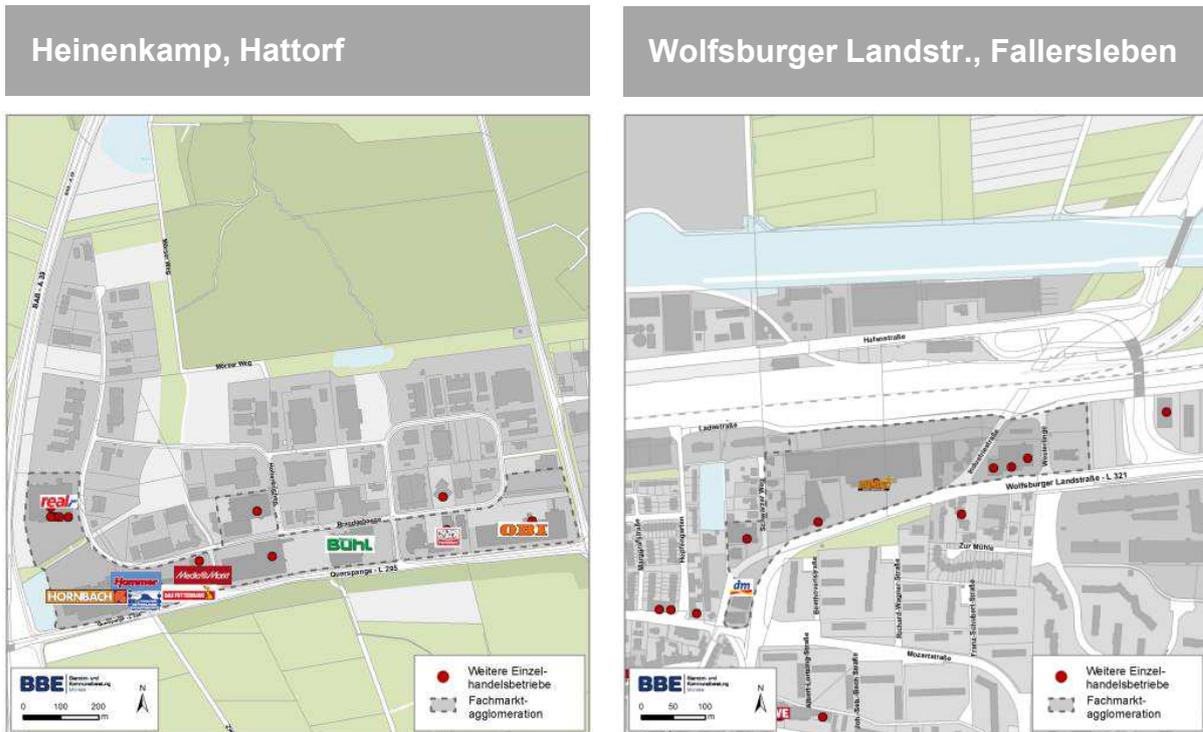
Quelle: eigene Darstellung

Anders als bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortiments-schwerpunkten sind Ansiedlungen des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt auch außerhalb schützenswerter Bereiche zulässig. Voraussetzung ist allerdings die Lage im zentralen Siedlungsgebiet eines zentralen Ortes sowie die Beschränkung der Randsortimente. Neben der Zulässigkeit solcher Vorhaben z. B. in Gewerbe- oder Industriegebieten empfiehlt sich eine Bündelung entsprechender Vorhaben auf definierte Bereiche, um zumindest mittelbar zu einem reduzierten Ressourcenverbrauch und einer besseren Auslastung örtlicher Infrastrukturen beizutragen.

Für die konzeptionelle Einordnung als Sonder- und Fachmarktstandort wurde neben der aktuellen Bestandssituation zudem die grundsätzliche Eignung eines Standortes hinsichtlich seiner Standortmerkmale und städtebaulichen Qualität für Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevantem Angebotsschwerpunkt berücksichtigt. Als Sonder- und Fachmarktstandorte in der Stadt Wolfsburg werden die nachfolgenden Standortbereiche definiert:

Orientierung an Bestand
und Perspektive

Abb. 269: Sonder- und Fachmarktstandorte



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Für die angeführten Sonder- und Fachmarktstandorte wird empfohlen:

Empfehlungen

- Zulässig ist die Ansiedlung von (großflächigen) Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten, sofern die Verträglichkeit der Planungen mit den städtischen Strukturen und einer etwaig zugewiesenen Versorgungsfunktion gegeben ist.
- Bei großflächigen Betriebsstätten ist der Anteil der (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Randsortimente auf maximal 10 % (insgesamt maximal 800 qm) zu beschränken⁹⁸ und sollte dem Kernsortiment deutlich untergeordnet sein. Die maximale Verkaufsflächenobergrenze ist durch das raumordnerische Kongruenzgebot beschränkt. Zudem sollte die Gesamtfläche der Randsortimente nicht von einem Teilsortiment allein eingenommen werden, sondern eine Aufteilung auf unterschiedliche Teilsortimente erfolgen.

⁹⁸ In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass bestehende Betriebsstätten mit Anteilen zentrenrelevanter Randsortimente > 10 % entsprechend unter den Bestandsschutz auf die ausgeübte Nutzung bzw. auf den durch den BPlan gesicherten Bestand fallen.

- Entwicklungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten sind an diesen Standorten auszuschließen.⁹⁹

Der Ausschluss nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente verfolgt die zuvor definierten städtebaulichen Zielvorstellungen einer Stärkung des Haupt- und der Stadtteilzentren sowie der Gewährleistung möglichst flächendeckender, wohnungsnaher Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen mit Wohngebietsbezug.

Städtebauliche
Zielvorstellungen

Die Zielvorstellung entspricht zugleich den Vorgaben zum Entwurf des LROP Niedersachsen von 2016. So sind gemäß dem Integrationsgebot neue Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevantem Sortimentschwerpunkt nur innerhalb städtebaulich integrierter Lagen (zentrale Versorgungsbereiche) zulässig. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen.

LROP

Der Standortbereich Hehlinger Straße in Nordsteimke übernimmt innerhalb des räumlich-funktionalen Standortsystems eine Sonderfunktion. Aufgrund der derzeitigen Angebotsstrukturen mit u. a. einem SB-Warenhaus des Betreibers REAL übernimmt der Standortbereich trotz seines Angebotsschwerpunkts im nahversorgungsrelevanten Bedarfsdeckungsbereich eine deutlich über den Nahbereich bzw. den Ortsteil hinausgehende Versorgungsfunktion. Der Standort weist einen Einzugsbereich auf, welcher die angrenzenden Ortsteile wie auch die angrenzenden Umlandkommunen umfasst. Dies wird durch die zahlreichen weiteren Fachmärkte aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich (z. B. KIK, ABC SCHUHE, ZOO & CO) zusätzlich verstärkt.

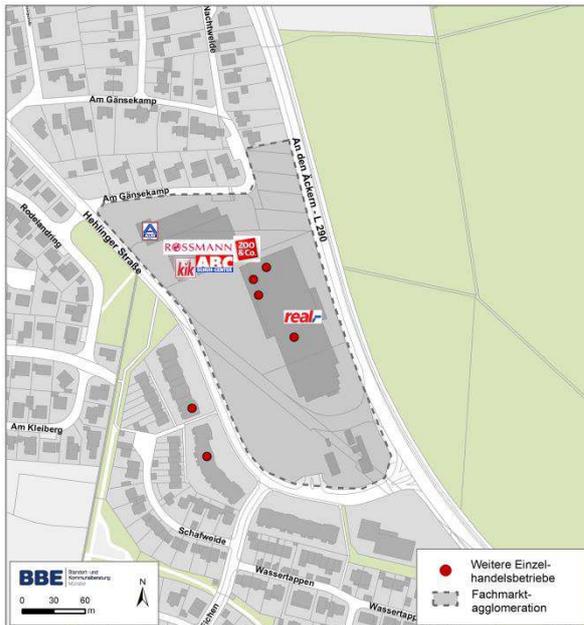
Standortbereich
Hehlinger Straße

Auch wenn an der Westseite der Hehlinger Straße einzelner weiterer kleinteiliger Einzelhandel sowie einige handelsaffine Nutzungen wie Dienstleistungen vorzufinden sind, sind für diesen Standort die Kriterien zur Festlegung schützenswerter Standortbereiche als Nahversorgungszentrum (siehe Abb. 245) insbesondere hinsichtlich Versorgungsfunktion und Einzugsbereich nicht erfüllt. Mit dem Angebot aus einem großzügig dimensionierten SB-Warenhaus sowie weiteren typischen Fachmärkten entspricht der Standortbereich einer Fachmarkttagglomeration. Der Standortbereich ist daher innerhalb des hierarchisch abgestuften Standortsystems in seiner derzeitigen Ausgestaltung zurzeit als Fachmarkttagglomeration einzuordnen.

Einordnung als
Fachmarkttagglomeration

⁹⁹ Bestandsschutz auf zentren- / nahversorgungsrelevante Kern- / Randsortimente

Abb. 270: Fachmarkttagglomeration Hehlinger Straße, Nordsteimke



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

Die hier ansässigen Anbieter der Nahversorgung (REAL, ALDI) übernehmen allerdings eine besondere Versorgungsfunktion, auch im Hinblick auf die aktuellen Wohnbauentwicklungen in Nordsteimke (siehe Kap. 4.1). Während das REAL-SB-Warenhaus aufgrund seiner Verkaufsflächendimensionierung bereits zeitgemäß aufgestellt ist, wird sich für ALDI kurz- bis mittelfristig ein Anpassungsbedarf ergeben, um auch künftig den Anforderungen an Sortiment und Gestaltung entsprechen zu können und damit wettbewerbsfähig zu bleiben. Da für die vorgenannten Märkte unterschiedliche bauplanungsrechtliche Ausgangssituationen vorliegen, soll für den vorhandenen Lebensmitteldiscountmarkt ein „aktiver Bestandsschutz“ zur marktgerechten Positionierung eingeräumt werden.

Aufgrund der künftigen Wohnbauentwicklung in Nordsteimke und der Realisierung von rd. 3.750 Wohneinheiten (Steimker Gärten 1.250 WE; Nordsteimke / Hehlingen 2.500 WE) wird sich die Versorgungsfunktion des Standortbereichs Hehlinger Straße mittelfristig neu stellen. Die weitere Einzelhandelsentwicklung ist hierbei an die positive Einwohnerentwicklung gekoppelt. Bei einer Kopplung der künftigen Einzelhandelsentwicklung an die weitere Einwohnerentwicklung und der Hinzunahme weiterer Potenzial- / Erweiterungsflächen östlich der L 322 ist perspektivisch eine Einordnung als zentraler Versorgungsbereich anzustreben.

Entwicklungsoptionen

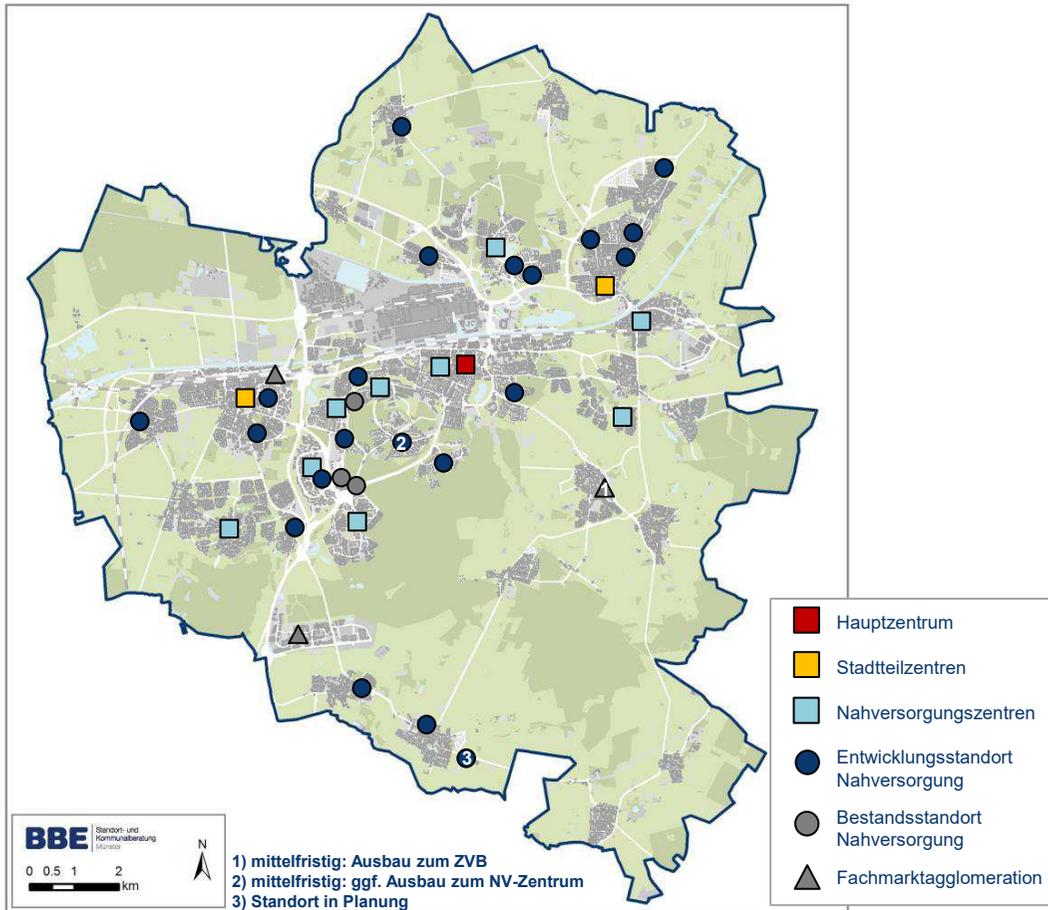
Perspektivisch:
Einordnung als ZVB

6.3.7 Zusammenfassung: Zentren- und Standortstruktur im Überblick

Basierend auf der Zentrenhierarchie sowie der räumlichen Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche und sonstiger Standortbereiche lassen sich nachfolgende Standorte für die Stadt Wolfsburg definieren und räumlich verorten:

Zentren- und Standortstruktur in Wolfsburg

Abb. 271: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Wolfsburg



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung; Kartengrundlage: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © 2015 Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen (LGLN)

6.4 Sortimentsliste

Neben der Standortstruktur und Zentrenhierarchie sowie der Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche stellt die Wolfsburger Sortimentsliste ein unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Bauleitplanung dar. In der Bauleitplanung ist die örtliche Sortimentsliste für Bindungen des Sortiments bei der Festsetzung von SO-Gebieten für den großflächigen Einzelhandel sowie bei der Zulässigkeit bzw. dem Ausschluss von Einzelhandel in den einzelnen Baugebieten der BauNVO (§§ 1 – 11) maßgeblich.

6.4.1 Einordnung und Herleitung einer örtlichen Sortimentsliste

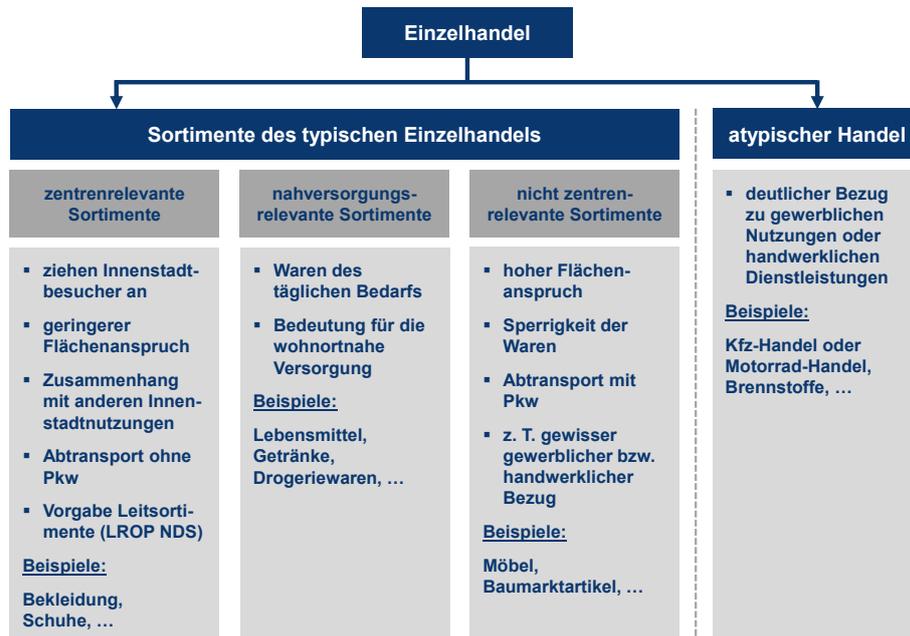
Die Städte und Gemeinden sind aufgefordert, eine örtliche Sortimentsliste auf Grundlage der örtlichen Verhältnisse zu definieren. Eine allgemeingültige Aufstellung oder Übernahme sonstiger Listen z. B. anderer Kommunen ist nicht zulässig und keine rechtssichere Grundlage für die Festsetzungen in Bebauungsplänen. Diesbezüglich urteilte das Oberverwaltungsgericht Münster, dass eine allgemeine Liste rechtswidrig sei und zu Abwägungsfehlern führe.¹⁰⁰ In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen vielmehr zum Schutz sowie zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, muss die Liste den örtlichen Gegebenheiten entsprechen und im gesamtstädtischen Kontext entstehen.

Zur Einordnung der Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt eine Differenzierung nach ihrer Relevanz, d. h. eine Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden, wobei zunächst zwischen typischem und atypischem Handel unterschieden werden muss. Während beim typischen Einzelhandel der Verkauf von Waren und Produkten an den Endverbraucher erfolgt, steht der atypische Handel in Beziehung zu einer gewerblichen Nutzung bzw. handwerklichen Dienstleistung (z. B. reine Baustoffe, Kfz-Handel mit Werkstatt, Brennstoffe).

Notwendigkeit einer
örtlichen Liste

¹⁰⁰ OVG Münster (22.04.2004); Az: 7a D 142/02.NE

Abb. 272: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz



Quelle: eigene Darstellung

Die Einordnung und Differenzierung der Sortimente nach ihrer Relevanz erfolgt u. a. anhand ihrer Warenbeschaffenheit, ihres Flächenanspruchs, ihrer Transportbedürftigkeit sowie anhand ihres Beitrags zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes und somit der Belebung und Attraktivitätssteigerung der Innenstädte.

Die zentrenrelevanten Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines zentralen Versorgungsbereiches prägend und für eine starke und intakte Zentrenbildung bedeutsam sind:

- Sie ziehen viele Kunden an.
- Sie besitzen eine hohe Flächenintensität.
- Sie erzielen eine große Verbundwirkung mit anderen Sortimenten oder Dienstleistungen.
- Sie verfügen über eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Das LROP Niedersachsen nennt zur Orientierung für die ortsspezifische Einordnung einige Sortimente, die als typischerweise zentrenrelevant gelten. Gleichzeitig bedarf es aber einer Betrachtung im Einzelfall und daran anknüpfend einer näheren Konkretisierung durch die Kommune selbst. Die in der Regel als zentrenrelevant geltenden Sortimente können der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Merkmale zentrenrelevanter Sortimente

Typische zentrenrelevante Sortimente
Niedersachsen

Abb. 273: Regelmäßig zentrenrelevante Sortimente gemäß LROP Niedersachsen

Sortimentsgruppe
Genuss- und Lebensmittel, Getränke
Drogerieartikel, Kosmetika und Haushaltswaren
Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation
Kunst, Antiquitäten
Baby- und Kinderartikel, Spielwaren
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Sportartikel
Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltswaren, Foto/Film, Optik
Uhren, Schmuck, Musikinstrumente
Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
Teppiche (ohne Teppichböden)
Blumen
Campingartikel, Fahrräder und Fahrradzubehör
Tiernahrung und Zoobedarf
Lampen / Leuchten

Quelle: eigene Darstellung; Erläuterungen Entwurf LROP Niedersachsen, 2016

Auch das Regionale Einzelhandelskonzept für den Großraum Braunschweig legt zur Orientierung für die ortsspezifische Einordnung einige Sortimente fest, die innerhalb der Region i. d. R. zentren- bzw. nahversorgungsrelevant sind.

Regionales
Einzelhandelskonzept

Abb. 274: Regelmäßig zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß REHK

zentrenrelevante Sortimente	
Oberbekleidung	
Wäsche, sonst. Bekleidung	
Heimtextilien	
Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Stoffe	
Sportartikel	
Schuhe	
Bücher	
Schreibwaren	
Spielwaren	
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	
Geschenkartikel	
Unterhaltungselektronik	
Foto	
Optik, Hörgeräteakustik	
Uhren, Schmuck	
Lederwaren	
Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies	
Computer, Büro-/ Telekommunikation	
Fahrräder	
nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel	
Reformwaren	
Arzneimittel (Apotheken)	
Drogerie- und Parfümeriewaren	
Schnittblumen, Floristik	
Zeitschriften, Zeitungen	
Sanitätswaren	

Quelle: Aktualisierung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Großraum Braunschweig, 2010

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen vorrangig einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Zugleich sind sie insbesondere in kleineren Standortkategorien nicht nur Träger der Nahversorgung, sondern wesentliche Frequenzbringer für die weiteren Nutzungen auch in zentralen Versorgungsbereichen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem typischerweise Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränken sowie Drogerieartikeln.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Für nahversorgungsrelevante Sortimente treffen die Merkmale zentrenrelevanter Sortimente zu. Da allerdings eine Ansiedlung oder Erweiterung von Nahversorgungsbetrieben für eine wohnortnahe Versorgung wünschenswert sein kann, sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche unter bestimmten Anforderungen¹⁰¹ ausnahmsweise möglich.

Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie nur in einem geringen Umfang in Zentren und Ortskernen vertreten sind und für das zentrentypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) nur selten in die oftmals eher kleinteiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Bei der Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste empfiehlt sich folgende Vorgehensweise¹⁰²:

Vorgehensweise örtliche Sortimentsliste

- Zunächst sind die Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten zu ermitteln, die durch Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen (Kriterium: Bestand). Diese Sortimente sind dann im Weiteren in die örtliche zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimentsliste zu übertragen, auch wenn diese darüber hinaus an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden.
- Darüber hinaus können solche Sortimente in die Liste aufgenommen werden, die sich heute gar nicht oder nur in einem geringen Umfang in den schützenswerten Standorten wiederfinden (Kriterium: Entwicklungsperspektive). So können „zentrenbildende“ Nutzungsarten, die in den Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel ausgeschlossen werden, um mögliche Neuansiedlungen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum zu nutzen.

¹⁰¹ Vgl. Regelungen zur Nahversorgung, Entwurf LROP Niedersachsen 2016; siehe auch Kap. 6.1

¹⁰² U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007

- Die o. g. regionalplanerischen Vorgaben und Zielsetzungen für die Einordnung der Sortimentsgruppen sind zu berücksichtigen.

Bei der Zuordnung der örtlichen Sortimentsliste in Wolfsburg wird darüber hinaus eine detaillierte Differenzierung der gängigen Sortimentsgruppen vorgenommen, wie die nachfolgende Gliederung des Sortiments „Elektrogeräte“ beispielhaft verdeutlichen soll. So ist beim genannten Beispiel „Elektrogeräte“ eine Ausdifferenzierung u. a. in nachfolgende Untergruppen möglich:

Ausdifferenzierung

- elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
- ...

Die genannten Sortimentsuntergruppen können je nach den örtlichen Gegebenheiten der jeweiligen Kommune dann sowohl als zentren- als auch als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden. Ein besonderes Augenmerk ist gemäß aktueller Rechtsprechungen allerdings darauf zu legen, dass die differenzierten Untergruppen hinreichend bestimmt sind.¹⁰³

Im Ergebnis kann eine örtliche Sortimentsliste durchaus mit einer allgemeinen Auflistung übereinstimmen, es kann allerdings auch zu Abweichungen kommen. Entscheidend ist letztendlich, dass die Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestellt wird.

Herleitung aufgrund örtlicher Verhältnisse

6.4.2 Wolfsburger Sortimentsliste

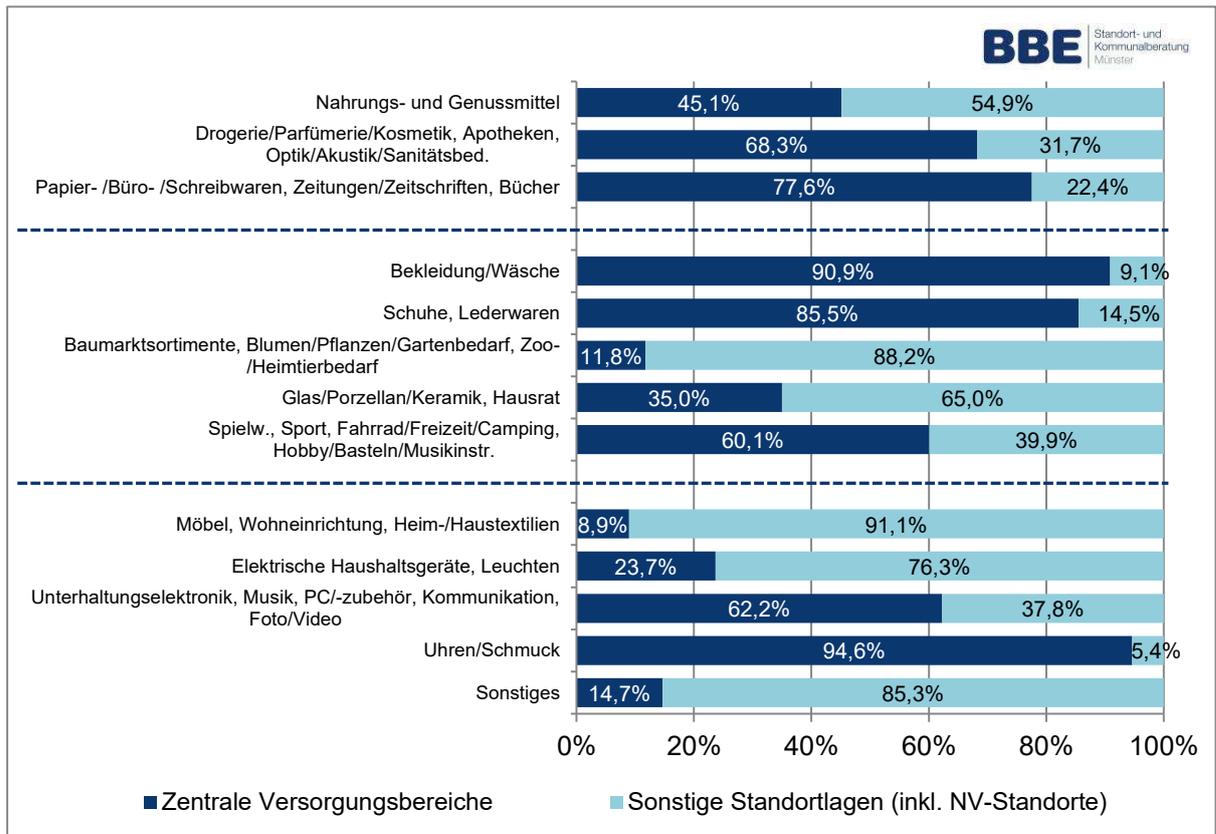
Bei der Herleitung der Wolfsburger Sortimentsliste sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente anhand der örtlichen Gegebenheiten (Kriterien: Bestand, städtebauliche Zielvorstellung / Entwicklungsperspektiven) festzulegen.

Festlegung durch die Stadt

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über die Verteilung der Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. in sonstigen Standortlagen der Stadt Wolfsburg über die einzelnen Warengruppen:

Bestandssituation der Sortimentsgruppen

¹⁰³ OVG Münster (15.03.2013); Az: 10 D 9/11.NE

Abb. 275: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen¹⁰⁴

Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Unter Beachtung der im LROP dargelegten Empfehlungen für zentrenrelevante Sortimente und der Bestandssituation innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche werden diejenigen Sortimente identifiziert, die einen wesentlichen Beitrag zum Zentrencharakter leisten und deren Bestand in den Zentren es damit zu sichern gilt.

Bei einigen Sortimenten kann eine Differenzierung einzelner Sortimente abweichend von der Bestandssituation in den Zentren erfolgen, wie am Beispiel für Elektrogeräte aufgezeigt worden ist. Abweichende Einordnungen einzelner Sortimente werden im Folgenden einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen.

Zur Sicherung und Entwicklung einer wohnortnahen Grundversorgung können nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel etc.) auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche unter bestimmten Anforderungen¹⁰⁵ ausnahmsweise möglich sein, so dass diese unabhängig von ihrem innerstädtischen Flächenanteil

Beitrag zum
Zentrencharakter

Nahversorgungs-
relevante Sortimente

¹⁰⁴ Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche gemäß Konzeptentwurf 2016

¹⁰⁵ Siehe Kap. 6.5.3

bzw. Anteil in sonstigen Standortlagen entsprechend eingeordnet werden.

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren)
- kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

Zentrenrelevante
Sortimente

Nachfolgende Sortimente sind überwiegend innerhalb zentraler Versorgungsbereiche vorzufinden und prägen damit die Qualität und Angebotsvielfalt des innerstädtischen Einzelhandels. Darüber hinaus finden sich hier u. a. auch zahlreiche der regelmäßig zentrenrelevanten Sortimente gemäß LROP Niedersachsen wieder.

- Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf
- medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel
- Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)
- Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
- Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
- Bücher
- Antiquariate
- Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren)
- Pelz- und Kürschnerwaren
- Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher
- Schuhe (ohne Sportschuhe)
- Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)
- Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielekonsolen)
- Sportbekleidung und -schuhe
- Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software

- Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
- Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielekonsolen)
- bespielte Ton- und Bildträger
- Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
- Uhren und Schmuck

Weitere zentren-
relevante Sortimente

Trotz eines zum heutigen Zeitpunkt nur untergeordneten (< 50 %) bzw. nicht vorhandenen Bestands innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt in der Wolfsburger Sortimentsliste zudem eine Einordnung der nachfolgend genannten Sortimente als zentrenrelevant.

- Zeitschriften und Zeitungen
- Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
- keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik)
- Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke
- Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
- Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
- Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe); E-Bikes
- Künstler- und Bastelbedarf
- Musikinstrumente und Musikalien
- Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse
- elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
- Kinderwagen
- Sammlerbriefmarken, -münzen

Deren Flächenanteile liegen aktuell zwar größtenteils außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, stellen aber gemäß der städtebaulichen Zielvorstellung einer möglichst vielfältigen Angebotsmischung in der Innenstadt sowie in den Stadtteilzentren (künftig) auch unter dem

Entwicklungsgedanken zentrenprägende Sortimente dar. Gleichzeitig werden die Sortimentsgruppen z. T. durch die Regelungen im LROP als zentrenrelevant empfohlen.

Nachfolgende Sortimente sind vorrangig außerhalb zentraler Versorgungsbereiche vorzufinden. Aufgrund ihres Sortimentscharakters (Warenbeschaffenheit, Flächenanspruch, Transportbedürftigkeit) und dem damit geringen bzw. fehlenden Beitrag zum Zentrencharakter können sie daher als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden.

Nicht zentrenrelevante
Sortimente

- Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleiseisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial)
- Fußbodenbeläge, Tapeten
- Rolläden, Rollos, Markisen
- Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
- Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
- Herde, Öfen, Kamine
- Sauna
- Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße
- Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör)
- Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel)
- Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen)
- Matratzen und Lattenroste
- Bettwaren (ohne Bettwäsche)
- Vorhänge und Gardinen

Die nachfolgenden Sortimente als Teilsortimente einiger im LROP als zentrenrelevant empfohlenen Sortimente sollen aufgrund der örtlichen Strukturen sowie nicht erkennbarer Entwicklungschancen innerhalb des Zentrums in der Wolfsburger Sortimentsliste ebenfalls als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden:

Ausdifferenzierte
Leitsortimente =
nicht zentrenrelevant

- Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
- Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
- elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)

Abweichend von den Empfehlungen im LROP soll aufgrund der fehlenden Angebote¹⁰⁶ in den zentralen Versorgungsbereichen sowie fehlender Entwicklungsperspektiven in den Zentren in der Wolfsburger Sortimentsliste zudem eine Einordnung der nachfolgend genannten Sortimente als nicht zentrenrelevant erfolgen.

Weitere nicht zentrenrelevante Sortimente

- zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
- Tiernahrung
- Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
- Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
- Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
- Antiquitäten und antike Teppiche
- Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
- Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
- Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Boote und Zubehör
- Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Pokale, Vereinsbedarf

¹⁰⁶ Diese Sortimente werden, wenn überhaupt, lediglich als Randsortimente angeboten.

Aufgrund ihres Sortimentscharakters (Warenbeschaffenheit, Flächenanspruch, Transportbedürftigkeit) und dem damit geringen bzw. fehlenden Beitrag zum Zentrencharakter können die ausdifferenzierten Leitsortimente sowie die sonstigen Sortimente als nicht zentrenprägend für Wolfsburg eingeordnet werden.

Weitere nicht explizit aufgeführte Sortimentsgruppen können aufgrund ihres tatsächlichen Angebotsschwerpunktes an Standorten außerhalb der Zentren und ihrer dementsprechenden Eigenschaften ebenfalls als nicht zentrenrelevant eingestuft werden.

Zusammenfassend ergeben sich aufgrund vorgenannter Ausführungen folgende Einordnungen der einzelnen Sortimentsgruppen. Die Bezeichnung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige¹⁰⁷:

Abb. 276: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren)
kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

Quelle: eigene Darstellung; Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008

¹⁰⁷ Grundlage der Wolfsburger Sortimentsliste ist die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes.

Abb. 277: Liste der zentrenrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf
medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel
Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)
Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
Zeitschriften und Zeitungen
Bücher
Antiquariate
Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren)
Pelz- und Kürschnerwaren
Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher
Schuhe (ohne Sportschuhe)
Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)
Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik)
Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke
Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielekonsolen)
Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
Sportbekleidung und -schuhe
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe); E-Bikes
Künstler- und Bastelbedarf
Musikinstrumente und Musikalien
Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse
elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielekonsolen)
bespielte Ton- und Bildträger
Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
Uhren und Schmuck
Kinderwagen
Sammlerbriefmarken, -münzen

Quelle: eigene Darstellung; Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008

Die zuvor aufgeführten Sortimentslisten legen fest, welche Sortimente den nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Hierbei verbleiben alle in den Listen nicht aufgeführten Sortimente als nicht zentrenrelevant. Allerdings kann eine nicht

Nicht zentrenrelevante
Sortimentsliste =
nicht abschließend

zentrenrelevante Sortimentsliste nicht abschließend oder vollständig sein. Die nachfolgende Auflistung gibt somit die wesentlichen Sortimente wieder.

Abb. 278: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente (Beispiele)

Sortimentsgruppe
Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleiseisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial)
Fußbodenbeläge, Tapeten
Rolläden, Rollos, Markisen
Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
Herde, Öfen, Kamine
Sauna
Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße
Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör)
zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
Tiernahrung (nur Heim- und Kleintierfutter)
Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Boote und Zubehör
Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Pokale, Vereinsbedarf
Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel)
Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen)
Matratzen und Lattenroste
Wohnrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
Antiquitäten und antike Teppiche
Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
Bettwaren (ohne Bettwäsche)
Vorhänge und Gardinen
elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Erotikartikel

Quelle: eigene Darstellung; Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008

6.5 Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung

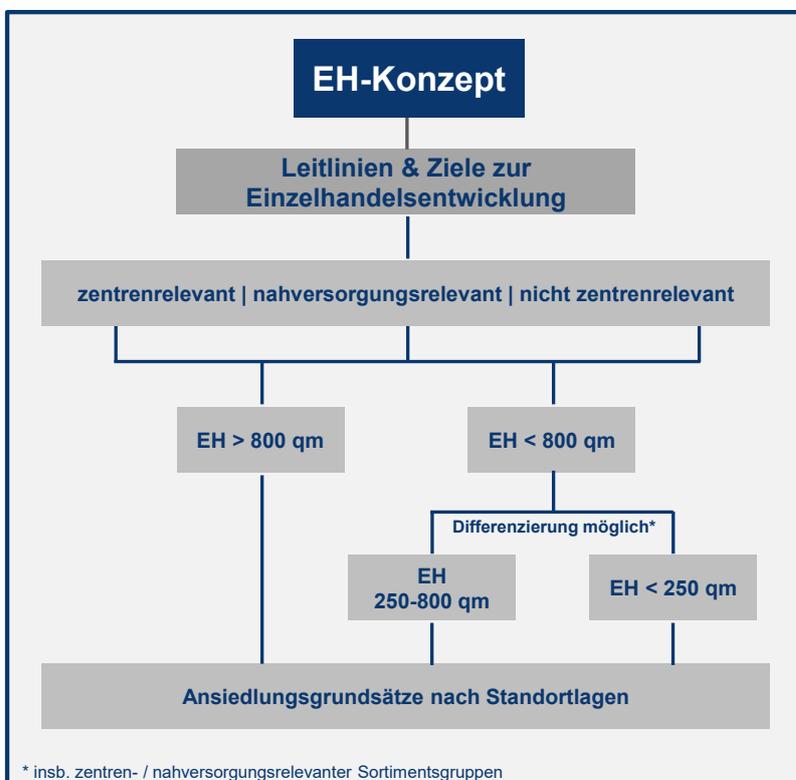
Zur Umsetzung der Leitlinien und Ziele sind Ansiedlungsregeln und Grundsätze für die künftige räumliche Entwicklung der Versorgungsstrukturen und die Steuerung des Einzelhandels auf städtebaulich gewünschte Standorte erforderlich. Die Ansiedlungsregeln und Grundsätze konkretisieren die Ziele und bilden die Grundlage für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als Einzelhandelsstandort im Rahmen bauleitplanerischer Abwägungen.

Aus städtebaulicher Sicht sind Neuansiedlungen oder Erweiterungen sinnvoll, wenn sie zur Stärkung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, zur Sicherung und Entwicklung wohnortnaher Versorgung sowie zur räumlichen Konzentration des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels an Sonderstandorten beitragen. Die Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfordert einen gezielten und konsequenten Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums.

Im Folgenden werden Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen. Die Grundstruktur der Steuerungsregeln kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Grundstruktur der Einzelhandelssteuerung

Abb. 279: Grundstruktur der Einzelhandelssteuerung in Wolfsburg



Quelle: eigene Darstellung

Die Leitlinien und Grundsätze differenzieren Einzelhandelsnutzungen nach ihrer Sortimentsrelevanz (zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant, nicht zentrenrelevant), nach Haupt- und Randsortimenten, ihrem Verkaufsflächenumfang sowie ihrer städtebaulichen Lage.

Die nachfolgenden Ansiedlungsregeln und Grundsätze gelten vor allem für die Bauleitplanung im Rahmen von Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen sowie für Bebauungspläne zum Ausschluss oder zur Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen, wobei für die Zulässigkeit von Vorhaben allein die jeweilige bauplanungsrechtliche Situation (§§ 30 bis 35 BauGB; Bebauungsplanfestsetzungen i. V. m. der BauNVO) maßgebend ist. Bestehende Baurechte bleiben hinsichtlich des genehmigten Bestandes von den formulierten Regeln unberührt (Bestandsschutz).

Bauplanungsrechtliche
Situation maßgeblich

Ein Steuerungserfordernis ergibt sich nicht nur für den großflächigen Einzelhandel, sondern auch für Einzelhandelsbetriebe unterhalb der Großflächigkeitsgrenze von 800 qm Verkaufsfläche.

6.5.1 Exkurs: Steuerung des nicht großflächigen Handels

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte dienen insbesondere der räumlich-funktionalen Steuerung des großflächigen Einzelhandels (> 800 qm Verkaufsfläche). Die dafür maßgeblichen Regelungen müssen die teilweise sehr differenzierten raumordnerischen Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sowie die bauplanungsrechtlichen Vorgaben des BauGB und der BauNVO (insb. § 11 Abs. 3) beachten.

In der Fachpraxis ist jedoch unstrittig, dass auch Vorhaben unterhalb der Großflächigkeitsgrenze insbesondere im Zusammenhang mehrerer Nutzungen (Agglomerationen) durchaus städtebauliche Auswirkungen generieren und den Zielvorstellungen der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie der wohnungsnahen Grundversorgung zuwiderlaufen können¹⁰⁸ und die deshalb ebenfalls einer bauleitplanerischen Steuerung bedürfen.

Auswirkungen auch
unterhalb der
Großflächigkeit

Unterhalb dieser Schwelle sieht jedoch der Gesetzgeber mit Ausnahme der Regelvermutung nach § 34 Abs. 3 BauGB keinen Prüf- und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf, wenngleich z. B. ein Lebensmitteldiscountmarkt mit 799 qm Verkaufsfläche möglicherweise höhere Umsätze und auch potenzielle städtebauliche Auswirkungen generiert als ein großflächiger Supermarkt mit Vollsortiment. Ähnliches gilt im Besonderen für zentrenprägende Leitsortimente wie Bekleidung oder

Rechtliche Grundlagen

¹⁰⁸ Siehe z. B. BVerwG, Urteil vom 10.11.2011 – 4 CN 9.10 (Agglomerationsregelungen in Raumordnungsplänen); diesem Sachverhalt trägt auch der Entwurf zum LROP 2016 Rechnung, der Agglomerationen als Einzelhandelsgroßprojekte einordnet.

Schuhe, da z. B. ein Textilfachmarkt mit 500 qm Größe relativ schnell hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zum örtlichen Besatz in den zentralen Lagen erreichen kann. Zugleich ist ein vollständiger Ausschluss außerhalb ausgewiesener Zentren weder gewünscht noch städtebaulich begründbar und lediglich in definierten Tabubereichen wie z. B. Gewerbe- oder Industriegebieten planerische Praxis.

Andererseits bedürfen kleinere Einzelhandelsläden, die keine versorgungsstrukturelle Bedeutung haben, nicht der bauleitplanerischen Steuerung. Da sich für diese Läden ein allgemeingültiger Anlagentyp allein auf Grundlage der Sortimentsstruktur sowie der Verkaufsfläche nicht rechtsicher definieren lässt, erfordert dessen Bestimmung eine Orientierung an den tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten, d. h. es bedarf einer Herleitung und Begründung, warum bestimmte Läden von ihrer Größe und Sortimentsstruktur her für die örtliche Situation typisch sind und somit auf Grundlage der örtlichen Verhältnisse einem bestimmten, festsetzungsfähigen Anlagentyp entsprechen.¹⁰⁹

Die Situationsanalyse für die Stadt Wolfsburg hat einen Bestand von 701 Betrieben mit insgesamt etwa 308.600 qm Verkaufsfläche über alle Sortimente und Betriebsformen hinweg ermittelt, so dass sich hieraus eine durchschnittliche Betriebsgröße von rechnerisch rd. 440 qm ergibt. Bei nah- und zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten, die im Fokus der Zielvorstellung einer Stärkung der Zentren stehen, liegt der Durchschnittswert mit rechnerisch rd. 240 qm¹¹⁰ deutlich niedriger, steht allerdings in direktem Zusammenhang mit zahlreichen kleinstflächigen Betriebstypen, wie z. B. Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Kiosken. Ein Schwellenwert für die Strukturelevanz und damit für die Steuerungsnotwendigkeit von kleineren Einzelhandelsbetrieben sollte zudem die typischen Markteintrittsgrößen von mind. 300 qm für die im Grundsatz auch filialfähigen Betriebsformen wie Fachmärkte o. ä. berücksichtigen.

Angesichts der städtebaulichen Zielvorstellungen ergibt sich hieraus eine Größenordnung von etwa 250 qm Verkaufsfläche als Schwellenwert, ab dem aus städtebaulicher Sicht eine Strukturelevanz gegeben ist. Damit existieren in der Stadt Wolfsburg einschließlich der großflächigen Betriebseinheiten insgesamt 172 Betriebsstätten mit einer Verkaufsfläche oberhalb von 250 qm, die als „strukturelevant“ gelten können. Die aufsummierte Verkaufsfläche dieser Betriebe beläuft sich auf

Orientierung an örtlichen
Gegebenheiten

Örtliche Situation

„Strukturelevanz“

¹⁰⁹ Will man eine Feindifferenzierung für Einzelhandelsbetriebe auch unterhalb der Großflächigkeitsschwelle erreichen, um bestimmte kleinere Betriebe von einem Einzelhandelsausschluss auszunehmen, darf man sich nicht ausschließlich auf die Angabe einer maximalen Verkaufsflächenobergrenze beschränken, sondern muss bestimmte real existierende Betriebstypen identifizieren, die in der sozialen und ökonomischen Realität der Stadt existieren und spezifisch für die örtliche Situation sind.

¹¹⁰ 626 Betriebe mit rd. 151.200 qm Verkaufsfläche.

rd. 269.900 qm, was einem Anteil von rd. 87 % der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Wolfsburg entspricht.

Die Anzahl der Betriebe mit einem nah- und zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt, die im Fokus der Zielvorstellung der Sicherung und der Entwicklung der Zentren stehen, beläuft sich hierbei auf 88 sog. „strukturprägende“ Betriebe (ohne großflächige Betriebe) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 44.000 qm. Hiervon entfallen rd. 2/3 auf die zentralen Versorgungsbereiche. Sofern die Entwicklungsstandorte der Nahversorgung als schützenswerte Standortbereiche im Sinne dieses Konzeptes mit hinzugenommen werden, so erhöht sich der Anteil sogar auf rd. 84 %. Diese Zahlen machen die Funktion und Bedeutung der strukturprägenden Betriebsstätten auch für die schützenswerten Bereiche deutlich.

Im Umkehrschluss sind keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur und die zentralen Versorgungsbereiche anzunehmen, sofern ein Einzelhandelsbetrieb mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten die Größenordnung von 250 qm nicht überschreitet und der Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. im Nahbereich dient. Dieser sog. „Wolfsburger Laden“:

„Wolfsburger Laden“

- umfasst eine maximale Verkaufsfläche von 250 qm und ist damit nicht strukturelevant,
- weist im Kernsortiment ganz unterschiedliche Sortimente auf, jedoch mit einem Schwerpunkt bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten,
- erfüllt eine ergänzende Versorgungsfunktion bzw. hat nur einen begrenzten Einzugsbereich und
- ist sowohl in den zentralen Versorgungsbereichen als auch in den sonstigen Geschäftsstraßen in Wolfsburg zu finden.

Die Betriebe stehen aufgrund ihrer typischerweise geringen Verkaufsfläche nicht in Konkurrenz zu den zentralen Versorgungsbereichen, so dass sie im Hinblick auf das Zentrengefüge nicht strukturelevant sind.

Insgesamt existieren in der Stadt Wolfsburg 534 Betriebsstätten¹¹¹, die eine maximale Verkaufsfläche von 250 qm nicht überschreiten, wobei sich der Anteil der Betriebe mit einem nah- bzw. zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt auf knapp 94 % beläuft. Die durchschnittliche Flächengröße dieses „Wolfsburger Ladens“ liegt hierbei deutlich unterhalb der strukturelevanten Schwelle von 250 qm. Aufgrund der Kleinteiligkeit

¹¹¹ 76 % Anteil ggü. Gesamtstadt; Gesamtverkaufsfläche von 39.990 qm (13 % Anteil ggü. Gesamtstadt)

dieser Angebotsstrukturen wird das Ziel, zentrale Versorgungsbereiche zu schützen und zu entwickeln, nicht gefährdet.

Ziel soll es vielmehr sein, Läden mit maximal dieser Größenordnung, z. B. zur Stärkung der Wohnumfeldversorgung generell zuzulassen. Für einen solchen „Wolfsburger Laden“ besteht damit, außerhalb von Industrie- und Gewerbegebieten, kein Steuerungsbedarf. Durch die Ausnahme vom Ausschluss des Einzelhandels- mit nah- und zentrenrelevanten Kernsortimenten wird sichergestellt, dass das Ziel des Zentrumschutzes mit dem Ziel einer weiterhin existierenden Grundversorgung nicht kollidiert und zugleich die Nutzungsmöglichkeiten betroffener Grundstücke nicht über das erforderliche Maß hinaus beschränkt werden.

Steuerungswirkung

6.5.2 Ansiedlungsgrundsätze für den zentrenrelevanten Einzelhandel¹¹²

ZIELE

- Sicherung und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Wolfsburg
- Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort
- Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Stadtteil- und Nahversorgungszentren

Zielsetzung

Neben der Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Wolfsburg als Oberzentrum ist die Sicherung und Entwicklung eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes innerhalb der Innenstadt eine wesentliche Zielvorstellung. Der Fokus zukünftiger Entwicklungen ist auf diesen Bereich zu lenken, der als schützenswerter Bereich oberste Priorität innerhalb der örtlichen Zentrenstruktur genießt. Die weiteren Stadtteil- / Nahversorgungszentren sollen in ihrer Funktion gestärkt und weiter ausgebaut werden, ohne dass hierdurch jedoch städtebaulich negative Auswirkungen auf die Innenstadt zu erwarten sind.

¹¹² Ohne nahversorgungsrelevante Sortimente; siehe hierzu Kap. 6.5.3

GRUNDSÄTZE

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen grundsätzlich nur innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs der Innenstadt sowie der Stadtteilzentren angesiedelt oder erweitert werden.
- Auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen grundsätzlich nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (außer Ergänzungslagen mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt) angesiedelt oder erweitert werden.
- Zum Schutz und zur Entwicklung des Hauptzentrums sowie der Stadtteilzentren sind innerhalb der Nahversorgungszentren Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur bis zu einer Größenordnung von maximal 250 qm zulässig („Wolfsburger Laden“).
- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten grundsätzlich ausgeschlossen.

AUSNAHMEN

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten mit einer Verkaufsflächengröße von bis zu 250 qm sind außerhalb von Industrie- und Gewerbegebieten, sofern nicht gezielt ausgeschlossen, allgemein zulässig („Wolfsburger Laden“).
- In Gewerbegebieten können kleinflächige Verkaufsstätten in Verbindung mit produzierenden Gewerbebetrieben („Fabrikverkauf“) oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) ausnahmsweise zugelassen werden.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen künftig nur innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs der Innenstadt sowie innerhalb der Stadtteilzentren Fallersleben und Vorsfelde in Abhängigkeit von der jeweiligen Versorgungsfunktion angesiedelt werden, um diese Standortbereiche zu sichern und zu entwickeln. Im Umkehrschluss sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt außerhalb des Hauptgeschäftsbereichs sowie außerhalb der Stadtteilzentren ausgeschlossen.

Auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können funktionsprägend für die zentralen Versorgungsbereiche sein. Die Ansiedlung solcher Einzelhandelsbetriebe außerhalb

Betriebe > 800 qm

Betriebe < 800 qm

zentraler Versorgungsbereiche kann in der Summe die Funktionsfähigkeit schützenswerter Standortbereiche beeinträchtigen. Daher sollen auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden, wobei in den Nahversorgungszentren Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auf maximal 250 qm („Wolfsburger Laden“) beschränkt sein sollen. Hierdurch soll die Grundversorgungsfunktion dieser Zentren gewährleistet und eine Beeinträchtigung der höherstufigen Zentren der Innenstadt sowie der beiden Stadtteilzentren vermieden werden.

Innerhalb der Nebenlage des Hauptzentrums sind in der Entwicklungspriorität nachgeordnet zum Hauptgeschäftsbereich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment zulässig.

Dem gegenüber sind in den Ergänzungslagen mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt des Hauptzentrums sowie des Stadtteilzentrums Vorsfelde klein- und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ohne Ausnahme ausgeschlossen. Die Ansiedlung solcher Einzelhandelsbetriebe außerhalb der jeweiligen Hauptlagen kann in der Summe ansonsten die Funktionsfähigkeit und Angebotsvielfalt dieser besonders schützenswerten Kernbereiche beeinträchtigen.

Klein- und großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevantem Kernsortiment an den Standorten der Nahversorgung (Entwicklung, Bestand) sollen ebenfalls nicht zulässig sein. Hierbei handelt es sich um Standortbereiche, die mit dem Ziel einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten vorgehalten werden sollen. Bei den Betrieben der Nahversorgung sind zudem die zentrenrelevanten Randsortimente zu beschränken, um so eine Gefährdung für die Sicherung und Entwicklung schützenswerter Standortbereiche zu vermeiden.

Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und einer Verkaufsflächengröße von bis zu 250 qm ist außerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten planungsrechtlich i. d. R. überall (sofern nicht gezielt ausgeschlossen) zulässig.

Eine Beschränkung von bestimmten in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen. Zum Schutz und zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche ist es daher erforderlich, den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen (Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen) in Baugebieten nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO sowie im unbeplanten

Nebenlage
Hauptzentrum

Ergänzungslagen mit
nahversorgungs-
relevantem Sortiments-
schwerpunkt

Standorte der
Nahversorgung
(Entwicklung, Bestand)

„Wolfsburger Laden“

Ausschluss in
Gewerbegebieten

Innenbereich nach § 9 Abs. 2a BauGB auszuschließen. Hierzu zählen insbesondere (sofern dies nicht bereits erfolgt ist) die Gewerbe- und Industriegebiete.

Um produzierenden Betrieben die Möglichkeit zu eröffnen, Produkte aus eigener Herstellung an Produktions- oder bedeutenden Vertriebsstandorten eines Herstellers in Gewerbegebieten zu verkaufen, können derartige Betriebe auch mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in Gewerbegebieten zulässig sein („Fabrikverkauf“). Voraussetzung ist allerdings eine räumliche Zuordnung der Ladenfläche zum Produktions- bzw. Vertriebsstandort (äußerlich angegliedert und als Bestandteil des Produktionsbetriebes erkennbar). Die Verkaufsfläche sollte eine Größe von maximal 250 qm („Wolfsburger Laden“) nicht überschreiten¹¹³ und die Verkaufsstätte dem Produktionsbetrieb der Fläche nach deutlich untergeordnet sein. Das Sortiment derartiger Fabrikverkaufsläden besteht üblicherweise aus Teilen des Markensortiments des Herstellers, welche zu erheblich reduzierten Preisen unter dem üblichen Ladenpreis verkauft werden (z. B. zweite Wahl, Überbestände, Retouren).

Ausnahme:
Fabrikverkauf

Eine weitere Ausnahme gilt für Handwerksbetriebe. So soll der Verkauf von Produkten aus eigener Herstellung bzw. Produkten, die in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang¹¹⁴ mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen, auch mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in Gewerbegebieten möglich sein („Handwerkerprivileg“). Voraussetzung ist ein funktionaler und räumlicher Zusammenhang, womit das Ladenlokal dem Handwerksbetrieb räumlich zugeordnet ist, das Ladenlokal im räumlichen Zusammenhang errichtet ist, eine Verkaufsflächenobergrenze von maximal 250 qm („Wolfsburger Laden“) i. d. R. nicht überschritten ist und die Verkaufsstätte dem Handwerksbetrieb von Fläche und Umsatz nach deutlich untergeordnet ist. Der Begriff „funktionaler Zusammenhang“ ist so zu verstehen, dass nicht nur im Betrieb selbst hergestellte Waren veräußert werden dürfen. Er ist im Falle des Handwerksbetriebes weiter auszulegen, dass auch mit solchen zugekauften Waren Handel getrieben werden darf, die der Kunde des jeweiligen Handwerks als branchenübliches Zubehör betrachtet und die in Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung steht. Die weiteren Kriterien bleiben von dieser erweiterten Begriffsauslegung unberührt.

Ausnahme:
Handwerkerprivileg

¹¹³ Die Größenbegrenzung dient nicht der Beschreibung des Betriebstyps, sondern nur der Rechtsklarheit, indem sie von vornherein einen Missbrauch durch übergroße Geschäfte ausschließt (klare Vorgabe zur Sicherstellung der Zentrenverträglichkeit).

¹¹⁴ Dies umfasst nicht nur Produkte, welche selbst hergestellt werden, sondern auch solche, die dem jeweiligen Betriebstyp zugeordnet werden können.

6.5.3 Ansiedlungsgrundsätze für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

ZIELE

- Stärkung und Weiterentwicklung der Zentren (Innenstadt, Stadtteilzentren, Nahversorgungszentren) als bedeutende Einzelhandelsstandorte
- Stadtverträgliche Sicherung und Förderung der flächendeckenden, möglichst wohnungsnahen Grundversorgung

Zielsetzung

Ziel ist die Sicherung und Entwicklung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung durch Stärkung und Weiterentwicklung funktionsfähiger Zentren sowie durch eine stadtverträgliche Sicherung und Förderung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung. Das bestehende Netz an integrierten Nahversorgungseinrichtungen soll unter Beachtung der hierarchisch aufgebauten Versorgungsstruktur erhalten sowie sinnvoll ergänzt werden.

GRUNDSÄTZE

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen grundsätzlich nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.
- Auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen grundsätzlich nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und ausnahmsweise an integrierten Standorten in Wohnsiedlungsbereichen angesiedelt oder erweitert werden.

AUSNAHMEN

- Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zur Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche an wohnsiedlungsräumlich integrierten Standorten zugelassen werden, sofern sie der Nahversorgung dienen, Versorgungslücken geschlossen werden und von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentren ausgehen. Diese Ausnahmevoraussetzungen sind insbesondere in den räumlich definierten Entwicklungsstandorten der Nahversorgung erfüllt.

Grundsätze & Ausnahmen

- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten mit einer Verkaufsflächengröße von bis zu 250 qm sind, sofern nicht gezielt ausgeschlossen (z. B. in Industrie- und Gewerbegebieten) allgemein zulässig („Wolfsburger Laden“).
- In Gewerbegebieten können kleinflächige Verkaufsstätten in Verbindung mit produzierenden Gewerbebetrieben („Fabrikverkauf“) oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) ausnahmsweise zugelassen werden.
- Im Einzelfall können auch Tankstellenshops und Kioske in Industrie- und Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig sein.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen künftig grundsätzlich nur innerhalb zentraler Versorgungsbereiche (einschließlich Ergänzungslagen) angesiedelt werden. Gerade in kleineren Zentren stellen Nahversorgungsbetriebe nicht nur die Versorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind wichtige Frequenzbringer insbesondere für gewachsene Ortskernlagen. Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche eine besondere städtebauliche Bedeutung zu.

Betriebe > 800 qm

Zudem sollen auch die nicht großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment, die aufgrund ihrer Flächendimensionierung strukturprägend sind (ab 250 qm, „Wolfsburger Laden“) auf die zentralen Versorgungsbereiche (einschließlich Neben- und Ergänzungslagen) gelenkt werden. Die Ansiedlung solcher Einzelhandelsbetriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann in der Summe ansonsten die Funktionsfähigkeit schützenswerter Standortbereiche beeinträchtigen.

Betriebe < 800 qm

Die Zulässigkeit (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment innerhalb der Stadtteil- und Nahversorgungszentren richtet sich nach der Versorgungsfunktion des jeweiligen funktional zugeordneten Versorgungsbereichs. Negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche insbesondere „höherer Hierarchie“ müssen ausgeschlossen werden.

Um die Nahversorgung möglichst für alle Bevölkerungsgruppen attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es zielführend, die Entwicklung von Betrieben der Nahversorgung positiv zu steuern. Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können im Sinne einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung ausnahmsweise auch an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt und erweitert werden, wenn diese wohnsiedlungsräumlich integriert sind, der Nahversorgung dienen und die Zentren nicht negativ beeinträchtigen.

Entwicklungsstandorte
der Nahversorgung

Solche integrierten Nahversorgungsstandorte sollen das Zentrennetz sinnvoll ergänzen. Diese Ausnahmevoraussetzungen sind im Besonderen die identifizierten Entwicklungsstandorte der Nahversorgung, die im Sinne einer wohnortnahen Versorgung eine zentrenergänzende Versorgungsfunktion übernehmen. Möglichkeiten der Stärkung können die Umstrukturierung und Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an die aktuellen Marktanforderungen sein.

Zum Schutz und zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der integrierten Nahversorgungsstandorte ist es erforderlich, den Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Zentren und der identifizierten Entwicklungsstandorte der Nahversorgung durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen auszuschließen. Hierzu zählen auch die weiteren identifizierten Standorte der Nahversorgung mit Bestandsschutz. Diese übernehmen im Zentrenkonzept zwar ebenfalls eine Versorgungsfunktion, sie haben aber aufgrund ihrer städtebaulich nicht integrierten Lage keine Versorgungsfunktion als integrierte Nahversorgungsstandorte. Sie können vielmehr bestehende Zentren- und Nahversorgungsstrukturen gefährden und diesen notwendige Entwicklungsspielräume nehmen. Diese Standorte sind daher auf den Bestandsschutz für die genehmigte und ausgeübte Nutzung festzuschreiben.

Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsgebiete sowie der integrierten Nahversorgungsstandorte (und damit in Mischgebieten (MI) und Allgemeinen Wohngebieten (WA) sowie in Gebieten gemäß § 34 BauGB) zugelassen werden, sofern diese wohnsiedlungsräumlich integriert sind, der Nahversorgung dienen und von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen (Atypische Fallgestaltung). Solche Vorhaben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sind somit nur in städtebaulich integrierter Lage in der Nähe zu Wohngebieten zulässig, wo nachweisbar Versorgungsdefizite festzustellen sind sowie deren Unschädlichkeit für die Zentren dargelegt werden kann, d. h. zusätzliche Angebote dürfen die zentralen Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Grundversorgung nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Städtebauliche Auswirkungen sind insbesondere nicht zu erwarten, sofern diese Betriebe keine zentrenprägenden Versorgungsfunktionen übernehmen. Zentrenprägende Versorgungsfunktionen sind in der Regel ab 250 qm Verkaufsfläche zu erwarten. Dem zu Folge ist Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten und einer Verkaufsflächengröße von bis zu 250 qm außerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten planungsrechtlich i. d. R. überall (sofern nicht gezielt ausgeschlossen) zulässig.

Da auch bei mehreren, jeder für sich nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in räumlicher

Bestandsstandorte
der Nahversorgung

Ausnahme:
Atypik,
„Wolfsburger Laden“

Agglomerationen
außerhalb ZVB

Konzentration vergleichbare negative Auswirkungen wie bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben möglich sind, soll dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung bzw. Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche entgegengewirkt werden

Im Allgemeinen Wohngebiet sind nur Läden zulässig, die absehbar nur oder zumindest in einem erheblichen Umfang von den Bewohnern des umliegenden Gebiets aufgesucht werden. Dies trifft in der Regel für Ladenhandwerksbetriebe oder kleinere Einzelhandelsbetriebe zu, die vorwiegend nahversorgungsrelevante Waren anbieten. Typische Beispiele sind Bäckereien, Metzgereien sowie Obst- und Gemüsegeschäfte, sofern von ihnen keine städtebaulich negativen Auswirkungen ausgehen. Nicht zulässig sind Betriebe, die aufgrund ihrer Größe und ihres Betriebskonzeptes einen Einzugsbereich erwarten lassen, der deutlich über das umliegende Gebiet hinausgeht. Als Beispiel für eine nicht zulässige Nutzung ist die Betriebsform des Lebensmitteldiscountmarktes zu nennen, dem auch bei weniger als 800 qm der Gebietsbezug abzusprechen ist.

Zum Schutz und zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und der integrierten Nahversorgungsstandorte ist in Gewerbe- und Industriegebieten die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkten durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen auszuschließen. Die o. g. Ausnahmeregelungen zu Lagen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bzw. der Entwicklungsstandorte der Nahversorgung gelten damit ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbegebieten, auch um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und sie für gewerbliche Nutzung vorzuhalten.

Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, ihre eigenen Produkte am Produktionsstandort in Gewerbegebieten zu verkaufen, können derartige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen ausnahmsweise zugelassen werden („Fabrikverkauf“ und „Handwerkerprivileg“). Es gelten die bereits angeführten Voraussetzungen (siehe Kap. 6.5.2).

Um Kiosken und Tankstellenshops Ansiedlungs- und Entwicklungsperspektiven einzuräumen und damit beispielsweise die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Gewerbegebieten zulässig, sofern ihre Verkaufsfläche angemessen dimensioniert ist. Damit wird zugleich sichergestellt, dass sie die städtebauliche Zielsetzung „Schutz und Stärkung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche“ nicht beeinträchtigen.

Kleinteilige wohnungsnahe Grundversorgung möglich, sofern die Versorgung der im Gebiet Wohnenden dient

Ausschluss in Gewerbegebieten

Ausnahmen:
Fabrikverkauf und
Handwerkerprivileg

Tankstellen, Kioske

6.5.4 Ansiedlungsgrundsätze für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel

ZIELE

- Sicherung funktionaler Ergänzungsstandorte und zentrenverträgliche Entwicklung des Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten.
- Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen, den Standorten der Nahversorgung sowie den Sonder- / Fachmarktstandorten

Zielsetzung

Ziel ist die räumliche Konzentration des Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf die Sonder- / Fachmarktstandorte und damit die Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen, den Nahversorgungsstandorten sowie den Sonder- / Fachmarktstandorten.

GRUNDSÄTZE

- Die Ansiedlung oder Erweiterung von klein- bzw. großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind innerhalb zentraler Versorgungsbereiche zulässig.
- Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sollen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten vorrangig an Sonder- / Fachmarktstandorten angesiedelt oder erweitert werden (Bündelung).
- Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind im Einzelfall im gesamten Stadtgebiet zulässig, sofern diese durch die Bauleitplanung nicht ausgeschlossen werden (z. B. Totalausschluss des Einzelhandels in Gewerbegebieten nach § 1 Abs. 5 BauNVO), bei großflächigen Betrieben eine Lage im zentralen Siedlungsgebiet gegeben ist und von ihnen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und integrierten Nahversorgungslagen (Entwicklungsstandorte der Nahversorgung) ausgehen.
- Branchenübliche zentren- / nahversorgungsrelevante Randsortimente von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dürfen bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, wobei eine maximale Gesamtgröße von 800 qm nicht überschritten werden darf.

Grundsätze & Ausnahmen

AUSNAHMEN

- In Gewerbegebieten mit Einzelhandelsausschluss können ausnahmsweise kleinflächige Verkaufsstätten in Verbindung mit produzierenden Gewerbebetrieben („Fabrikverkauf“) oder Handwerksbetrieben zulässig sein („Handwerkerprivileg“).
- Der atypische Einzelhandel (z. B. Kfz-Handel, Motorradhandel, reiner Baustoffhandel) ist in Gewerbegebieten zulässig.

Die Ansiedlung von klein- und großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist innerhalb zentraler Versorgungsbereiche (einschließlich Nebenlagen) zulässig. Aufgrund ihrer Struktur, ihrer Warenbeschaffenheit sowie der besonderen Standortanforderungen ergeben sich gegenüber dem zentrentypischen Angebotsspektrum jedoch nur geringe Synergieeffekte.

Innerhalb der Ergänzungslagen mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt sowie der Entwicklungsstandorte der Nahversorgung sind Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten indes auszuschließen. Diese Standortbereiche leisten einen wesentlichen Beitrag u. a. im Sinne einer möglichst flächendeckenden, wohnungsnahen Versorgung und sind von daher gegenüber Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu sichern.

Angesichts des Zielsystems für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Wolfsburg sollten Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten aus städtebaulich-funktionalen Gründen räumlich daher vorrangig auf die bestehenden Sonder- / Fachmarktstandorte gelenkt werden (Bündelung). Eine Bündelung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist hinsichtlich der Vermeidung eines unnötigen Verbrauches vorhandener Ressourcen und der besseren Auslastung vorhandener Infrastrukturen zu fördern.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind im Einzelfall darüber hinaus im gesamten Stadtgebiet zulässig (Einzelfallprüfung), sofern diese durch die Bauleitplanung nicht ausgeschlossen werden, bei großflächigen Betrieben eine Lage im zentralen Siedlungsgebiet gegeben ist, von ihnen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und auf die Entwicklungsstandorte der Nahversorgung ausgehen sowie weitere städtebauliche und raumordnerische Ziele nicht dem entgegen stehen. Hierzu kommen grundsätzlich auch die Bestandsstandorte der Nahversorgung in Betracht, da diese keine Versorgungsfunktion als integrierte Nahversorgungsstandorte übernehmen.

Standortlagen des
nicht zentrenrelevanten
Einzelhandels

Sonder- / Fachmarkt-
standorte

Sofern die Stadt Wolfsburg ihre Industrie- bzw. Gewerbegebiete, in denen keine Einzelhandelsvorprägung besteht, ausschließlich für Handwerk und produzierendes Gewerbe sichern will, ist in diesen der Einzelhandel generell nach § 1 Abs. 5 BauNVO auszuschließen. Ausnahmen bilden hierzu lediglich der „Fabrikverkauf“, das „Handwerkerprivileg“ sowie Angebotsformen des atypischen Einzelhandels.

GE/GI-Gebiete ohne Einzelhandelsvorprägung

Bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung zu beschränken, um so eine Gefährdung für die Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und der Entwicklungsstandorte der Nahversorgung zu vermeiden. Um negative landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich abzusichern, werden daher Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und differenzierte Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Dazu ist es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen zur Beschränkung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen.

Beschränkung der Randsortimente

Negative städtebauliche Auswirkungen auf gewachsene Strukturen sind in der Regel dann auszuschließen, sofern der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche bzw. insgesamt 800 qm begrenzt wird.¹¹⁵ Auch für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe soll eine Beschränkung der Randsortimente dahingehend gelten, dass der Charakter eines nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunktes gewahrt bleibt (Anteil > 50 %). Eine weitere Begrenzung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen sowie unter Beachtung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Randsortimente bei Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereichen¹¹⁶ können regelmäßig ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden.

Ferner ist für die Annahme eines Randsortiments festzulegen, dass ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment gegeben sein muss. Die Flächen für Randsortimente dürfen auch nicht von einem einzigen

Bezug zum Hauptsortiment

¹¹⁵ In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass bestehende Betriebsstätten mit Anteilen zentrenrelevanter Randsortimente > 10 % entsprechend unter dem Bestandsschutz auf die ausgeübte Nutzung bzw. auf den durch den BPlan gesicherten Bestand fallen.

¹¹⁶ Ggf. in Abhängigkeit von der jeweiligen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs

Sortiment belegt werden. Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert allerdings je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung und ist im Einzelfall zu überprüfen.

6.5.5 Zusammenfassung: Ansiedlungsgrundsätze im Überblick

Die nachfolgende Grafik zeigt die wesentlichen funktionalen Zuordnungen nach Standortkategorien sowie die hiermit verbundenen Leitlinien und Grundsätze für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen. Für die Zulässigkeit von Vorhaben ist allein die jeweilige bauplanungsrechtliche Situation maßgebend. Das Konzept selbst kann Baurecht weder schaffen noch aufheben.

Abb. 280: Räumlich-funktionale Zuordnung

Zentrenmodell	Zentrenrelevante Kernsortimente	Nahversorgungsrelevante Kernsortimente	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente
Schützenswerte Standortbereiche			
Hauptgeschäftsbereich Innenstadt	klein- / großflächig**	klein- / großflächig**	klein- / großflächig
Nebenlage Innenstadt	kleinflächig	klein- / großflächig**	klein- / großflächig
Ergänzungslage Nahversorgung	nicht zulässig	klein- / großflächig**	nicht zulässig
Stadtteilzentren	klein- / großflächig* / **	klein- / großflächig* / **	klein- / großflächig
Ergänzungslage Nahversorgung	nicht zulässig	klein- / großflächig* / **	nicht zulässig
Nahversorgungszentren	„Wolfsburger Laden“ (max. 250 qm)	klein- / großflächig* / **	klein- / großflächig
Entwicklungsstandorte der Nahversorgung	nicht zulässig	klein- / großflächig**	nicht zulässig
Sonstige Standortbereiche			
Sonstige Standorte	„Wolfsburger Laden“ (max. 250 qm)	„Wolfsburger Laden“**** (max. 250 qm)	klein- / großflächig; Randsortimente < 10 %; max. 800 qm
Bestandsstandorte Nahversorgung	nicht zulässig	Bestandsschutz	klein- / großflächig; Randsortimente < 10 %; max. 800 qm
Ausgewiesene Sonder- & Fachmarktglomerationen	nicht zulässig	nicht zulässig	klein- / großflächig; Randsortimente < 10 %; max. 800 qm
Gewerbegebiete ohne Einzelhandelsvorprägung	nicht zulässig	nicht zulässig	nicht zulässig
*für den jeweiligen funktional zugeordneten Versorgungsbereich; **ggf. Nachweis der Verträglichkeit; *** in begründeten Ausnahmefällen auch größer mit Einzelfallprüfung			

Quelle: eigene Darstellung

7 Strategien und Empfehlungen für die Stadt Wolfsburg

Zur Stärkung und Weiterentwicklung der Stadt Wolfsburg als attraktiver Einzelhandelsstandort sollen mögliche Strategien und Entwicklungspotenziale aufgezeigt werden. Diese betreffen sowohl sortiments- wie auch betriebsspezifische Entwicklungspotenziale.

7.1 Entwicklungspotenziale in der Stadt Wolfsburg

Der Einzelhandel in Wolfsburg stellt sich insgesamt als leistungsstark und vielfältig dar. Dies zeigen auch die quantitativen Kennzahlen wie z. B. die ermittelten Kaufkraftbindungsquoten (siehe Kap. 3.5.3). Die Stadt Wolfsburg kann damit ihrer zentralörtlichen Funktion als Oberzentrum in allen Fristigkeitsbereichen gerecht werden. Trotz dieser Stellung bzw. gerade aufgrund dieser Stellung ist der Standort für weitere Ansiedlungen und Erweiterungen attraktiv. Hierzu setzt das Einzelhandels- und Zentrenkonzept den Rahmen für die zukünftige Entwicklung und bietet Planungs-, Rechts- und Investitionssicherheit durch ein Modell der städtebaulich-funktionalen Arbeitsteilung zwischen den unterschiedlichen Standorten.

Attraktiv für weitere
Entwicklungen

Auch wenn in Relation zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft für die Stadt Wolfsburg insgesamt eine Kaufkraftbindung von 116,1 % über alle Sortimente besteht und der Einzelhandelsumsatz damit signifikant über dem vorhandenen Nachfragepotenzial liegt, verteilt sich dies nicht homogen auf das gesamte Stadtgebiet. Es konzentriert sich vielmehr auf die Innenstadt als das „Aushängeschild“ für den Einkaufsstandort Wolfsburg sowie auf die Stadtteilzentren und die großen Fachmarkttagglomerationen, insbesondere auf den regional bedeutsamen Einzelhandelschwerpunkt am Heinenkamp im Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf. Ergänzend zu den Kaufkraftbindungsquoten der Gesamtstadt (siehe Kap. 3.5.3) sind das Umsatzvolumen der örtlichen Betriebsstätten sowie das Nachfragepotenzial innerhalb der einzelnen Ortsratsbereiche hergeleitet worden.

Umsatz- und
Nachfragevolumen

Hieraus ergibt sich für den Ortsratsbereich Stadtmitte nachfolgende Umsatz- und Nachfragevolumen:

Ums. / Nachfr.volumen –
Stadtmitte

Abb. 281: Umsatz- und Nachfragevolumen – Stadtmitte

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft Stadtmitte
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel	54.184	39.022
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	47.167	16.179
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	12.114	3.252
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	113.465	58.453
Bekleidung/Wäsche	100.410	9.527
Schuhe, Lederwaren	24.787	2.537
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	3.486	8.046
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	6.137	1.228
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	19.115	4.021
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	153.935	25.359
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	14.211	7.479
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	5.926	2.905
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	36.586	7.107
Uhren/Schmuck	9.260	1.367
Sonstiges	2.115	604
Überwiegend langfristiger Bedarf	68.098	19.461
Gesamt (ohne Leerstände)	335.498	103.273

Quelle: eigene Darstellung und eigene Berechnungen; Erhebungen aus 2015; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Vertiefend hierzu wird der Umsatz des innerstädtischen Einzelhandels nunmehr der Kaufkraft der Gesamtstadt gegenübergestellt (der sog. „unechten Einzelhandelszentralität“¹¹⁷), da der Einzelhandel in der Innenstadt eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie darüber hinaus für die Region übernimmt.

Ums. / Nachfr.volumen –
Innenstadt

¹¹⁷ Dieser Kennwert setzt die Kaufkraft der Gesamtstadt in das Verhältnis mit dem Umsatz des innerstädtischen Einzelhandels gemäß Abgrenzung ZVB 2016; siehe auch EEP 2010

Abb. 282: Umsatz- und Nachfragevolumen – Innenstadt¹¹⁸

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft Gesamtstadt Wolfsburg
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel	40.140	307.429
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	43.018	127.463
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	11.768	25.620
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	94.926	460.513
Bekleidung/Wäsche	99.438	75.060
Schuhe, Lederwaren	24.605	19.984
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	1.868	63.389
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	5.011	9.672
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	18.344	31.680
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	149.266	199.786
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	6.355	58.921
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	4.875	22.888
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	34.871	55.990
Uhren/Schmuck	9.260	10.770
Sonstiges	1.280	4.756
Überwiegend langfristiger Bedarf	56.641	153.324
Gesamt (ohne Leerstände)	300.833	813.623

Quelle: eigene Darstellung und eigene Berechnungen; Erhebungen aus 2015; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Für den Ortsratsbereich Fallersleben ergeben sich analog nachfolgende Umsatz- und Nachfragevolumen:

Ums. / Nachfr.volumen –
Fallersleben / Sülfeld

¹¹⁸ Gemäß aktualisierter Abgrenzung

Abb. 283: Umsatz- und Nachfragevolumen – Fallersleben / Sülfeld

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel	38.649	34.311
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	13.775	14.225
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	3.070	2.859
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	55.494	51.395
Bekleidung/Wäsche	4.614	8.377
Schuhe, Lederwaren	1.259	2.230
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	14.620	7.075
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	1.388	1.079
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	6.371	3.536
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	28.252	22.297
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	5.116	6.576
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	598	2.554
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	1.069	6.249
Uhren/Schmuck	1.207	1.202
Sonstiges	1.355	531
Überwiegend langfristiger Bedarf	9.345	17.112
Gesamt (ohne Leerstände)	93.091	90.804

Quelle: eigene Darstellung und eigene Berechnungen; Erhebungen aus 2015; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Auch hier soll zur vertiefenden Betrachtung die „unechte Einzelhandelszentralität“ dargelegt werden. Da sich im Gegensatz zur Innenstadt der Versorgungsbereich allerdings nicht auf das gesamte Stadtgebiet erstreckt, wird nachfolgend die Kaufkraft des Ortsratsbereichs Fallersleben / Sülfeld dem Umsatz des im Stadtteilzentrums ansässigen Einzelhandels gegenübergestellt.¹¹⁹

Ums. / Nachfr.volumen –
Stadtteilzentrum
Fallersleben

¹¹⁹ Siehe auch EEP 2010

Abb. 284: Umsatz- und Nachfragevolumen – Stadtteilzentrum Fallersleben¹²⁰

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel	20.650	34.311
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	8.673	14.225
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	2.101	2.859
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	31.424	51.395
Bekleidung/Wäsche	4.151	8.377
Schuhe, Lederwaren	846	2.230
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	1.245	7.075
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	599	1.079
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	957	3.536
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	7.798	22.297
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	1.151	6.576
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	95	2.554
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	557	6.249
Uhren/Schmuck	1.121	1.202
Sonstiges	10	531
Überwiegend langfristiger Bedarf	2.934	17.112
Gesamt (ohne Leerstände)	42.156	90.804

Quelle: eigene Darstellung und eigene Berechnungen; Erhebungen aus 2015; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Für den Ortsratsbereich Vorsfelde lassen sich nachfolgende Umsatz- und Nachfragevolumen ableiten.

Ums. / Nachfr.volumen –
Vorsfelde

¹²⁰ Gemäß aktualisierter Abgrenzung

Abb. 285: Umsatz- und Nachfragevolumen – Vorsfelde

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Ortsratsbereich Vorsfelde
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel	31.473	31.380
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	10.939	13.010
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1.283	2.615
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	43.695	47.005
Bekleidung/Wäsche	4.214	7.661
Schuhe, Lederwaren	1.929	2.040
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	15.197	6.470
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	2.953	987
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	2.680	3.234
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	26.973	20.392
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	4.466	6.014
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	1.670	2.336
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	715	5.715
Uhren/Schmuck	683	1.099
Sonstiges	255	485
Überwiegend langfristiger Bedarf	7.789	15.650
Gesamt (ohne Leerstände)	78.457	83.047

Quelle: eigene Darstellung und eigene Berechnungen; Erhebungen aus 2015; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Auch hier wird zudem die Kaufkraft des Ortsratsbereichs Vorsfelde dem Umsatz des im Stadtteilzentrum ansässigen Einzelhandels gegenübergestellt.

Ums. / Nachfr.volumen –
Stadtteilzentrum
Vorsfelde

Abb. 286: Umsatz- und Nachfragevolumen – Stadtteilzentrum¹²¹ Vorsfelde

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Ortsratsbereich Vorsfelde
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel	7.958	31.380
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	8.249	13.010
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	769	2.615
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	16.976	47.005
Bekleidung/Wäsche	2.441	7.661
Schuhe, Lederwaren	943	2.040
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	5.356	6.470
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	2.303	987
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	1.945	3.234
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	12.988	20.392
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	2.289	6.014
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	934	2.336
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	629	5.715
Uhren/Schmuck	663	1.099
Sonstiges	20	485
Überwiegend langfristiger Bedarf	4.535	15.650
Gesamt (ohne Leerstände)	34.499	83.047

Quelle: eigene Darstellung und eigene Berechnungen; Erhebungen aus 2015; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Des Weiteren sollen auch für die weiteren Ortsratsbereiche im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsdeckungsbereich die Umsatz- und Kaufkraftpotenziale abgeleitet werden.

Sonstige
Ortsratsbereiche

¹²¹ Gemäß aktualisierter Abgrenzung

Abb. 287: Umsatz- und Nachfragevolumen der sonstigen Ortsratsbereiche

Warengruppe	Almke / Neindorf		Barnstorf / Nordsteimke	
	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	963	7.930	40.481	14.437
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	190	3.440	9.389	6.263
Überwiegend langfristiger Bedarf	0	2.640	4.552	4.807
Gesamt	1.153	14.011	54.422	25.507

Warengruppe	Brackstedt / Velstove / Warmenau		Detmerode	
	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	300	12.200	14.935	27.884
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	50	5.293	2.276	12.097
Überwiegend langfristiger Bedarf	50	4.062	301	9.284
Gesamt	400	21.554	17.512	49.265

Warengruppe	Ehmen / Mörse		Hattorf / Heiligendorf	
	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	28.562	35.058	45.070	14.866
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	9.183	15.210	63.218	6.449
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.083	11.672	85.278	4.949
Gesamt	38.828	61.940	193.566	26.265

Warengruppe	Hehlingen		Kästorf / Sandkamp	
	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	250	6.514	6.364	7.358
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	4.910	2.826	304	3.192
Überwiegend langfristiger Bedarf	180	2.169	72	2.450
Gesamt	5.340	11.509	6.740	13.000

Warengruppe	Mitte-West		Neuhaus / Reisligen	
	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	33.303	67.443	9.632	28.093
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.261	29.259	17.684	12.188
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.554	22.455	3.090	9.353
Gesamt	37.118	119.156	30.406	49.634

Warengruppe	Nordstadt		Wendschott	
	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	18.552	36.298	3.842	10.916
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.712	15.747	263	4.736
Überwiegend langfristiger Bedarf	647	12.085	63	3.634
Gesamt	20.911	64.131	4.168	19.286

Warengruppe	Westhagen	
	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- potenzial in Mio. €
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	23.995	34.662
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.314	15.038
Überwiegend langfristiger Bedarf	304	11.541
Gesamt	26.613	61.240

Quelle: eigene Darstellung und eigene Berechnungen; Erhebungen aus 2015; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Aus den obigen Gegenüberstellungen von Umsatzvolumen und Nachfragepotenzial ließen sich auf Ebene z. B. der Ortsratsbereiche grundsätzlich auch deren Umsatz-Kaufkraft-Relationen bzw. die Einzelhandelszentralitäten sowie weitere Kennzahlen wie die sog. „unechte Einzelhandelszentralität“¹²² herleiten, um damit rechnerisch eine Unter- oder Überversorgung zu identifizieren, wenngleich eine rein rechnerische Betrachtung allein zu kurz greift.

Die Zentralitätskennziffer auf kleinräumiger Ebene hat ihre Grenzen dahingehend, dass sich diese auf einen räumlich definierten Raum (hier: Ortsratsbereiche) bezieht, jedoch die Verflechtungen einzelner Teilräume durch Angebotsstätten auch außerhalb dieser Räume nicht berücksichtigt. Beispielsweise wird im Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke

Einzelhandels-
zentralitäten auf
kleinräumlicher Ebene

Grenzen der Kennzahl
„Zentralität“

¹²² Siehe z. B. EEP 2010, S. 149ff

aufgrund der Angebotsstrukturen in Nordsteimke mehr als doppelt so viel Einzelhandelsumsatz (rd. 54,4 Mio. €) wie örtliche Kaufkraft (rd. 25,5 Mio. €) erzielt, während im angrenzenden Ortsratsbereich Hehlingen lediglich knapp die Hälfte der Kaufkraft gebunden wird.¹²³ Gleichwohl ist der Ortsteil Hehlingen räumlich näher an die Angebotsstrukturen an der Hehlinger Straße angebunden als der Ortsteil Barnstorf und damit zumindest vergleichbar versorgt. Die Verhältniszahlen zu Umsatz und Kaufkraft spiegeln diesen Sachverhalt jedoch nicht adäquat wieder und würden falsche „Indizien“ für mögliche Entwicklungsperspektiven geben.

In der Konsequenz geben auch rechnerisch hergeleitete Flächenkorridore, die auf Grundlage anzustrebender Zielzentralitäten die möglichen Flächenentwicklungen in einzelnen Sortimenten quantifizieren, nach Einschätzung der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster nur bedingt und lediglich rechnerisch die tatsächlichen Entwicklungschancen einer Stadt oder eines Standortes wieder. Wie die Entwicklungen in vielen Städten vielmehr zeigen, generiert eine bereits bestehende hohe Attraktivität oder auch Zentralität zusätzliche Anziehungskraft auf weitere Betriebe und Betreiber, die sich deren Frequenz zu Nutze machen. Hieraus leitet sich die Frage ab, woraus zukünftige Bindungsquoten abgeleitet werden können.

In der wirtschaftlichen Realität erfordern bestimmte Anbieter oder Angebotsformen Mindestgrößen oder -formate. Neben dem Einwohner- und Verbraucherpotenzial spielen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit bestimmter Vorhaben oder Betreiber die Nähe zu Wettbewerbsstandorten sowie deren Wettbewerbsqualität oder die räumliche Verteilung der Bevölkerung auf mögliche Siedlungsbereiche und Ortsteile eine wesentliche Rolle.

Auch hat der so genannte „Größensprung“ bestimmter Betriebsformen und Betreiber im Einzelhandel zum einen zu einer Ausweitung wirtschaftlich notwendiger Einzugsgebiete einzelner Vorhaben geführt, zum anderen die Entwicklungschancen an anderen Standorten deutlich eingeschränkt. Dies lässt sich insbesondere an den Entwicklungen der Bau- und Gartenfachmärkte ablesen. Hier ist die Markteintrittsgröße der regional und überregional agierenden Anbieter auf i. d. R. minimal 5.000 qm Verkaufsfläche angestiegen, was einen wirtschaftlichen Einzugsbereich von mindestens 30.000 Verbrauchern voraussetzt.

Zusammenfassend heißt dies, dass es entweder gelingt, ein entsprechendes Format (Beispiel: Möbeldiscounter mit etwa 4.000 bis 6.000 qm

Begrenzte Aussagekraft
rein quantitativer
Entwicklungskorridore

Mindestanforderungen

Größensprung der
Vorhaben

¹²³ Zudem ergibt sich die Kaufkraftbindung in Hehlingen aufgrund des Vorhandenseins eines Gartenmarktes, der wiederum seinen Umsatz nicht ausschließlich nur aus dem eigenen Ortsratsbereich, sondern aus dem gesamten südlichen Stadtgebiet erzielt.

Verkaufsfläche) für einen Standort zu gewinnen oder aber möglicherweise keine Ansiedlungen und somit Flächenentwicklung realisieren zu können.

In diesem Zusammenhang spielt beim Ausschöpfen möglicher Entwicklungspotenziale des örtlichen Einzelhandels aber nicht nur die Ansiedlung neuer Betriebsstätten eine zentrale Rolle. Vielmehr kann eine höhere Kaufkraftbindung auch durch eine konzeptionelle Neuausrichtung ortsansässiger Anbieter erzielt werden. So zeigen Erfahrungen aus entsprechenden Projekten, dass durch eine (konzeptionelle) Umgestaltung und Aufwertung des Erscheinungsbildes – ggf. ergänzt durch Arrondierungsmaßnahmen – Umsatzsteigerungen und damit eine höhere Kaufkraftbindung erzielt werden können. Eine verbesserte Umsatz- und Ertragsituation trägt somit letztlich zur Sicherung der jeweiligen Betriebsstätte sowie der lokalen Angebotsqualität bei.

Entwicklung im Bestand

Bei Nahrungs- und Genussmitteln besteht mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von knapp 100 % quantitativ eine hohe Ausstattung an Angeboten unterschiedlicher Betreiber und Formate, welche nicht nur eine Versorgungsfunktion für die Stadt Wolfsburg einnehmen, sondern insbesondere bei größeren Betreiberformaten eine überörtliche Anziehungskraft ausüben. Gleichwohl bestehen in den Randbereichen des Stadtgebiets auch Kaufkraftabflüsse zu Wettbewerbsstandorten (z. B. KLANZENCENTER) im Umland von Wolfsburg.

Nahrungs- und
Genussmittel

Etwaige noch bestehende Versorgungslücken sind durch die Realisierung neuer Nahversorgungstandorte, welche die Kriterien und Anforderungen im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entsprechen, zu schließen. Hierbei ist ein besonderes Augenmerk auf die künftigen noch zu entwickelnden Wohnquartiere (z. B. in Nordsteimke) zu legen.

Wie angeführt spielt beim Ausschöpfen möglicher Entwicklungspotenziale aber nicht nur die Ansiedlung neuer Betriebsstätten eine wesentliche Rolle, sondern auch die Entwicklung im Bestand. Für die Stadt Wolfsburg ist festzustellen, dass zahlreiche örtliche Betreiber auch vor dem Hintergrund allgemeiner Marktanpassungen im Lebensmitteleinzelhandel nicht mehr den aktuellen Markterfordernissen entsprechen. Die vorhandenen Entwicklungspotenziale sollten somit vorrangig für Erweiterungs- oder Verlagerungsplanungen eingesetzt werden, die der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung dienen.

Darüber hinaus ist die Neuansiedlung ergänzender oder spezialisierter Fachmarktbetreiber (z. B. Getränkemarkte) oder Ergänzungen durch Fachanbieter (z. B. Bioläden, Reformwaren) wünschenswert. Eine Verbesserung des Angebotes bei Nahversorgung sollte hierbei auf

ergänzende bzw. alternative Angebotsformen insbesondere im Innenstadtzentrum sowie in den Stadtteilzentren¹²⁴ durch Fachanbieter wie z .B. Biofachmärkte abzielen.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Sortiment Drogerieartikel liegt auf einem ähnlich hohen Niveau wie bei Nahrungs- und Genussmitteln, auch wenn sich durch die Insolvenz der Firma SCHLECKER (räumliche) Lücken im Angebot mit Drogerieartikeln aufgetan haben. Dies konnte allerdings in Teilen durch eine Verbesserung des Sortimentsangebotes Drogerie durch Ausbau der Fachabteilungen innerhalb bestehender Angebotsstrukturen aufgefangen werden. Durch eine weitere Optimierung örtlicher Lebensmittelanbieter und eine konzeptionelle Neuausrichtung und damit auch einer Ausweitung und Optimierung in der Sortimentsgestaltung könnte das Angebot mit Drogerieartikeln in den bestehenden Lebensmittelmärkten weiter verbessert werden. Mögliche Neuentwicklungen von Drogeriemärkten wären ansonsten auf die zentralen Versorgungsbereiche zu konzentrieren.

Drogerieartikel

Bei Mode (Bekleidung, Schuhe etc.) ist bereits ein sehr gut ausgebildeter Angebotsbesatz vorhanden. Dies spiegelt sich in den hohen Umsatz-Kaufkraft-Relationen für Bekleidung von 158,2 % sowie für Schuhe von 154,9 % wider (siehe Abb. 222). Aufgrund der Bedeutung dieser Branchen für attraktive und lebendige Zentrenstrukturen kommt möglichen Entwicklungen dieser Leitsortimente eine besondere Bedeutung zu.

Mode (Bekleidung,
Schuhe)

In den so genannten Lifestyle-Sortimenten haben sich in den letzten Jahren neben den Individualkonzepten verstärkt Flächenkonzepte oder vertikale Konzepte durchgesetzt. Diese Konzepte zeichnen sich dadurch aus, dass sich die starre Trennung zwischen produzierender Industrie und örtlichem Handel mehr und mehr aufgelöst hat. Zugleich gehen diese Konzepte mit einem deutlich schnelleren Belieferungstakt und einer verbesserten Aktualität der Mode sowie erhöhten Absatzchancen des Handels (verbesserte Lager-Umschlags-Geschwindigkeit) einher. Durch die starke Verbreitung dieser Konzepte (STREET ONE, ESPRIT etc.) haben sich der Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz erheblich verbessert. Da sich das Angebot zugleich von dem systemgleicher Anbieter an anderen Orten nur geringfügig unterscheidet sowie eine eher konsumige Preislage bedient wird, hat sich das Angebot in den Flächenkonzepten in den letzten Jahren erheblich verbreitert.

In der Stadt Wolfsburg sind bereits zahlreiche Textilanbieter vor Ort vertreten, wobei sich ein räumlicher Schwerpunkt innerhalb des DOW feststellen lässt. Hierbei handelt es sich um eine Sonderform sogenannter Factory-Outlet-Center (FOC). Diese zeichnen sich u. a. wie folgt aus:

¹²⁴ Etwaige Entwicklungen sind auch hier wünschenswert, stoßen aber sicherlich schnell an die Grenzen der wirtschaftlichen Tragfähigkeit.

- Es wird ein breites Angebot unterschiedlicher Marken in einem einheitlich betriebenen Center unter einem Dach vorgehalten.
- Es handelt sich bei den angebotenen Waren in der Regel um ausgewählte Markenprodukte, wobei allerdings keine vollständige Bandbreite des Produktes, sondern vorrangig Artikel „zweiter Wahl“, Rückläufen, Überbestände oder Artikel der Vorsaison vorgehalten werden.
- Die Waren werden im Vergleich zu den üblichen Ladenpreisen bzw. der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers zu erheblich reduzierten Preisen angeboten.

Diese Vertriebsformen strahlen hierdurch eine eigene Attraktivität und Anziehungskraft aus und können Marktgebiete weit über den Einzugsbereich der jeweiligen Ansiedlungskommune generieren (siehe auch Kap. 3.5.1).

Das DOW leistet somit einen wesentlichen Beitrag für die Gesamtattraktivität des innerstädtischen Einzelhandels, schränkt jedoch zeitgleich auch die möglichen Entwicklungsoptionen an anderer Stelle ein. So sind Entwicklungen z. B. im Hinblick auf die Neuansiedlung eines weiteren Bekleidungskaufhauses (z. B. PEEK & CLOPPENBURG) bzw. sonstiger Anbieter von Modemarken wenig realistisch, da es zu Angebotsüberschneidungen mit den heutigen oder auch zukünftigen Markenangeboten im DOW kommt. Etwaige Neuentwicklungen werden sich daher vorrangig auf vertikale Angebotsformen konzentrieren, die mit ihren Eigenmarken nicht in direkter Konkurrenz zum DOW treten (z. B. ZARA) oder aber eine andere Angebotsform bedienen (z.B. TK MAXX).

Vergleichbar stellt sich die Situation bei Sportartikeln dar. Da sich innerhalb des DOW zahlreiche Sportanbieter (PUMA, ADIDAS, NIKE, REEBOK etc.) finden, ist auch hier das Entwicklungspotenzial für einen weiteren, inhabergeführten Sportfachmarkt mit Vollsortiment eher begrenzt. Etwaige Entwicklungen sind bei Spezialanbietern (z. B. Golf, Reitsport, Anglerbedarf, Outdoor, Skisport o. ä.) sowie bei filialisierten Fachmärkten mit einem erhöhten Anteil an Eigenmarken (z. B. DECATHLON) denkbar, wobei insbesondere großflächige Entwicklungen auf die aus städtebaulicher Sicht geeigneten Standortlagen zu lenken sind.

Im Sortiment „Zweiräder“ gibt es in der Stadt Wolfsburg aktuell zwei größere Fachgeschäfte / -märkte (DAHL, SCHAEEL), ergänzt um kleinere Fachgeschäfte. Aufgrund der aktuellen Marktentwicklungen mit u. a. einer zunehmenden Marktdurchdringung von E-Bikes etc. ist neben Spezialanbietern auch die Etablierung eines filialisierten Fachmarktes (z. B. BOC, LUCKY BIKES) wirtschaftlich durchaus denkbar. Etwaige Entwicklungen sind auch hier auf die aus städtebaulicher Sicht geeigneten

Sportartikel

Zweiräder

Standortlagen (Innenstadt bzw. Stadtteilzentren) zu lenken. Ziel ist es, dass sich die künftigen Angebotsstrukturen nicht ausschließlich nur an autokundenorientierten Lagen befinden, die lediglich mit dem Pkw erreicht werden können. Durch die städtebaulich integrierten Lagen kann vielmehr eine notwendige Kundennähe der Geschäfte gewährleistet werden, die gerade für die Inanspruchnahme von Servicedienstleistungen (Reparatur / Werkstatt, Beratung, etc.) von Relevanz ist.

Bei Unterhaltungselektronik bzw. Elektroartikel werden Kaufkraftbindungsquoten von rd. 108,2 % bzw. 102,7 % erzielt. Der Stadt Wolfsburg gelingt es damit in diesen Warengruppen nicht nur den Bedarf der eigenen Wohnbevölkerung abzudecken, sondern darüber hinaus auch für das Umland eine Versorgungsfunktion zu übernehmen. Zwar ist die Umsatz-Kaufkraft-Relation beider Warengruppen im Vergleich zu 2010 um rd. 30 %-Punkte zurückgegangen. Dies ist neben den veränderten Verbrauchsausgaben jedoch insbesondere auf die zunehmende Bedeutung des Online-Handels zurückzuführen.

Die Marktentwicklung der letzten Jahre im Bereich Unterhaltungselektronik / Elektroartikel hat aber nicht nur zu einer Zunahme des Online-Handels geführt, sondern auch zu einer Konzentration auf immer weniger Betreiber geführt. Der Markt für Unterhaltungselektronik / Elektroartikel wird zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung insbesondere durch die Marktführer SATURN und MEDIA MARKT dominiert. Da sich bereits sowohl in der Innenstadt (SATURN) als auch am Fachmarktstandort Heinenkamp (MEDIA MARKT) diese Anbieter befinden, ist die Eröffnung eines weiteren Fachmarktes für Unterhaltungselektronik auch angesichts rückläufiger Umsätze im stationären Handel nicht zu erwarten.

Mögliche Entwicklungen in diesem Sortiment werden sich vorrangig auf inhabergeführte Formate mit einer notwendigen Spezialisierung (insbesondere Serviceleistungen wie Werkstatt, Installation vor Ort sowie Beratungsqualität) konzentrieren, was allerdings eine gezielte Ansprache möglicher Betreiber sehr erschwert.

Die Situationsanalyse zeigt angesichts der aktuellen Umsatz-Kaufkraft-Relationen weitere Potenziale in einzelnen zentrenrelevanten Sortimentsgruppen wie etwa bei Büchern / Schreibwaren, Hobby / Basteln sowie bei Babyartikeln / Spielwaren. Entwicklungen sind hier insbesondere auf Fachgeschäftsebene zu erwarten, möglicherweise aber auch durch Fachmärkte wie z. B. BABYONE (Babyartikel) oder ASKANIA (Papier-, Büro-, Schreibwaren).

Trotz bereits einer guten Angebotsstruktur in den Sortimentsbereichen Baumarkt und Möbel sind auch in diesen Sortimenten weitere Ansiedlungsvorhaben und Entwicklungen möglich. Im Baumarktbereich können dies stärker spezialisierte Anbieter sein, die sich von den klassischen

Elektroartikel /
Unterhaltungselektronik

Weitere zentren-
relevante Sortimente

Ergänzungen Baumarkt
und Möbel

und bereits ansässigen Baumärkten deutlich unterscheiden (z. B. Renovierungsfachmärkte wie TEDOX). Angesichts des örtlichen Möbelanbieters BUHL als Vollsortimentshaus sowie der Wettbewerbsstrukturen in den nächstgelegenen Oberzentren (insb. Braunschweig und Hannover) der Region liegen mögliche Potenziale im Sortiment Möbel zum einen bei diskontierenden Fachmärkten, zum anderen bei Fachmärkten oder Spezialisten mit hoher Beratungs- und Serviceintensität (u. a. Küchenstudios, Innenausbauer).

Daneben agieren oftmals Spezialisten, die aufgrund ihrer doch recht engen Zielgruppenorientierung regionale Einzugsgebiete generieren. Hier sind exemplarisch Spezialangebote wie Motorradzubehör (LOUIS, POLO, HEIN GERICKE) oder auch Musikinstrumente, Jagdbedarf, Brautmoden oder Kaminöfen genannt. Allerdings werden in diesem Zusammenhang erhöhte Anforderungen an die verkehrliche Erreichbarkeit gestellt, um auch Ortsfremden eine leichte Anfahrt zu ermöglichen.

Die Anforderungen an die Objekteigenschaften differieren nach Branche und Betreiberkonzept recht deutlich. Während Fachmärkte in aller Regel eine Verkaufsflächendimensionierung von mindestens 300 qm Verkaufsfläche benötigen, sind Fachgeschäfte in wirtschaftlichen Größenordnungen in aller Regel schon mit etwa 80 bis 100 qm Verkaufsflächen zu führen. Insbesondere Fachmärkte suchen die Nähe zu frequenzstarken Magnetbetrieben, weshalb die Verfügbarkeit entsprechender Flächen und Objekte in unmittelbarer Anbindung an den Magnetbetrieb förderlich sein kann.

Über die quantitative Verkaufsflächenentwicklung hinaus ergeben sich auch für den bestehenden örtlichen inhabergeführten Handel u. a. im Zusammenhang mit qualitativen Aspekten wie Marktauftritt, Angebotsspektrum, Service- und Beratungsleistungen Chancen zur Profilierung im Wettbewerb (siehe Kap. 7.2).

Die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Wolfsburg unterliegt selbstverständlich nicht nur den angebots- und nachfrageseitigen Faktoren des Handels selber, sondern auch den sonstigen Rahmenbedingungen, welche die Vielfalt, Attraktivität und Individualität einer Stadt ausmachen.

Wesentliches Element stellen hier städtebauliche Qualitäten wie z. B. eine hohe Aufenthalts- und Verweilqualität oder die attraktive Einbindung historisch-baulicher sowie naturräumlicher Gegebenheiten dar. Die Aufenthalts- und Verweilqualität innerhalb des verkehrsberuhigten Kernbereiches der Innenstadt von Wolfsburg wie auch der Kernbereich der beiden Stadtteilzentren ist aufgrund der ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raumes u. a. durch eine attraktive Oberflächengestaltung, Möblierung, Außengastronomie und Begrünung als gut zu bezeichnen.

Sonstige Spezialanbieter

Anforderungen an
Objekte

Profilierung örtlicher
Anbieter

Städtebauliche
Voraussetzungen

Der positive Gesamteindruck wird jedoch durch die in der Innenstadt gelegenen Pavillon-Bauten negativ beeinflusst, da diese eine unattraktive Architektur sowie einen z. T. renovierungsbedürftigen Gebäudezustand aufweisen und die Sichtbeziehungen innerhalb der Hauptlage einschränken.

Neben den städtebaulichen Rahmenbedingungen in Wolfsburg spielen sonstige Angebote wie Gastronomie und Hotellerie, Kultur- und Freizeitangebote, Dienstleistungen oder Gemeinbedarfseinrichtungen eine wesentliche Rolle für die Attraktivität einer Einkaufsstadt. Neben diesen harten Faktoren haben auch qualitative Aspekte wie Image, Sauberkeit und Sicherheit, Bürgernähe oder Identifizierung mit seiner Stadt einen Einfluss auf die Wahl einer Einkaufsstadt. Allerdings würde die Untersuchung dieser Faktoren den Rahmen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als Instrument zur (planungsrechtlichen) Festlegung der künftigen Einzelhandelsentwicklung im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB sprengen. Mögliche Handlungsansätze sind somit in einem separaten, vom Einzelhandels- und Zentrenkonzept losgelösten Prozess zu entwickeln.

Einflussfaktoren für
Handelsentwicklungen

7.2 Strategien und Empfehlungen für den mittelständischen Handel

Der mittelständische Handel trägt zur Attraktivität und Unverwechselbarkeit eines Stadtbildes bei. Allerdings zählt insbesondere die Betriebsform des inhabergeführten Handels in den letzten Jahren zu den deutlichen Verlierern im Wettbewerb insbesondere der Fachmärkte, diskontierender Angebotsformen sowie des Online-Handels.¹²⁵ Ergebnis ist eine zunehmende Uniformität der Innenstädte und Zentren. Ein attraktiver und wirtschaftlich leistungsfähiger inhabergeführter Handel in Ergänzung zu dem filialisierten Fachhandel ist damit ein wesentliches Element zur Positionierung und Profilierung von Städten und Gemeinden als attraktiver Einkaufsstandort.

Zunehmende Uniformität
der Innenstädte

In diesem Zusammenhang spielen qualitative Merkmale sowohl des inhabergeführten als auch des filialisierten Handels eine entscheidende Rolle: Der zunehmende Wettbewerb im Einzelhandel sowie das anhaltende Flächenwachstum haben in den letzten Jahren nicht nur zu einem verstärkten Wettbewerb quantitativer Größen geführt, sondern die

Qualitätswettbewerb

¹²⁵ Die Ursachen für eine Verschiebung der Marktanteile im Handel liegen zum einen vorrangig in einem veränderten Verbraucherverhalten, zum anderen aber auch einer dynamischen Entwicklung der Angebotsstrukturen. Als Beispiele seien hier die Vertikalisierung des Handels sowie die zunehmende Konzentration von „Handelsmacht“ genannt. Einher geht sie mit zunehmender Technisierung und Rationalisierung der Betriebe.

qualitativen Aspekte zunehmend wichtiger werden lassen. Zur Beurteilung eines Einzelhandelsstandortes bedarf es nicht nur der Bestandserhebung quantitativer Aspekte, wie z. B. der Verkaufsflächenumsätze, sondern auch der Beurteilung des Erscheinungsbildes, einer mittelfristigen Wettbewerbsfähigkeit sowie einer klaren Zukunftsorientierung.

Der mittelständische Handel steht oftmals vor der Herausforderung, auf zumeist deutlich geringerer Fläche als andere Angebotsformen ein für den Kunden attraktives Angebot vorhalten zu müssen. In diesem Zusammenhang muss sich das Angebot des Fachhandels auf bestimmte Sortimente und Produktgruppen konzentrieren, die hier allerdings in einer wettbewerbsfähigen Angebotstiefe vorgehalten werden. Der hieraus resultierende Verzicht auf Angebotsbreite kann durch Kompetenz in den anderen (Kernsortiments-)Bereichen wettgemacht werden. Wichtig ist eine Kontinuität und Verlässlichkeit des Angebotes.

Neben klassischen Individualkonzepten haben sich in den letzten Jahren Erfolgsmodelle auf dem Markt durchsetzen können, die auf andere Standorte übertragen werden können. Dies sind insbesondere Franchisemodelle oder aber lizenzierte Store- und Shopkonzepte. Insbesondere so genannte Flächenkonzepte verbinden die Vorteile eines filialisierten Unternehmens wie leistungsfähige Beschaffungs- und Vertriebsstrukturen mit den Vorteilen inhabergeführter Modelle wie die Nähe zum Kunden sowie deren individuelle Ansprache.

Im Handel haben sich unterschiedliche Formen der horizontalen Kooperation entwickelt. Dies sind neben den Einkaufsverbänden und Verbundgruppen zunehmend mehr Marketingverbände. Hinzu kommen örtliche Kooperationen wie etwa Werbegemeinschaften oder branchenbezogene Kooperationen wie Erfa-Gruppen¹²⁶. Zu den Formen vertikaler Kooperation gehören neben den bereits erwähnten Flächenkonzepten sowie Franchisemodellen auch Zielvereinbarungen zwischen Industrie und Handel. Diese reichen von Vereinbarungen über Lieferabnahmen und -terminen bis hin zu solchen über Datenaustausch oder gemeinsamer Marketingmaßnahmen.

Wesentliche Aktionsparameter und somit Botschaften des inhabergeführten Handels sind Service- und Beratungsqualitäten. Diese können jedoch nur durch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter erbracht werden. Neben fachlicher Kompetenz sowie Freundlichkeit des Verkaufspersonals sind der Auftritt der Mitarbeiter, Teamgeist sowie die Personalstrukturen wesentliche Aktionsparameter in einer eindeutigen Positionierung des Unternehmens, wie jüngere Untersuchungen z. B. der BBE München belegen. Bei der Auswahl weitergehender Serviceleistungen ist eine kritische Überprüfung sinnvoll, welche Maßnahmen sowohl

Konzentration schafft
Kompetenz

Übertragbare
Erfolgsmodelle

Horizontale und vertikale
Kooperation

Service- und
Beratungsqualitäten

¹²⁶ Gruppen zum Austausch von Erfahrungen

einzelbetrieblich als auch betriebsübergreifend für eine Verbesserung der Serviceorientierung ergriffen werden können.

Zudem bieten die Verbesserung des Marktauftrittes und des gesamten Erscheinungsbildes Chancen sowohl für die Weiterentwicklung des jeweiligen Betreibers als auch für den Handelsstandort insgesamt. Besonderes Augenmerk sollte auf den Aspekten Außenfront- und Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation sowie Ausleuchtung liegen, die größtenteils schon mit relativ einfachen finanziellen Mitteln sowie entsprechendem handwerklichen bzw. kaufmännischem Geschick in Angriff genommen und umgesetzt werden können.

Marktauftritt und
Erscheinungsbild

In einer attraktiven Außenfrontgestaltung bietet sich dem Einzelhändler die Möglichkeit, auf sich sowie auf sein Leistungsangebot aufmerksam zu machen. Die Elemente einer guten Außenfrontgestaltung sind neben einer hohen Aufmerksamkeitswirkung (Fernwirkung) die zielgruppenadäquate Gestaltung des Gesamterscheinungsbildes sowie eine gute Einbindung sowohl in branchen- als auch in standortspezifische Gegebenheiten.

Außenfrontgestaltung

Neuere Studien haben erneut bewiesen, dass insbesondere im Spontankaufbereich das Schaufenster der attraktivste und effektivste Werbeträger des Unternehmens ist. Das Schaufenster bzw. die Schaufensterpräsentation soll hierbei einen Überblick über das angebotene Leistungsspektrum geben und andererseits saison- oder anlassgerechte Anregungen vermitteln. Besonderes Augenmerk wird dabei auf folgende Kriterien gelegt:

- Ausleuchtung,
- Qualität der Blickfänge,
- Auszeichnung und Preistafeln,
- Präsentation der angebotenen Waren,
- Gesamtwirkung.

Abb. 288: Positive Beispiele zur Schaufenstergestaltung

Quelle: eigene Fotos

Der Eingangsbereich eines Geschäftes soll den Passanten in das Geschäft hineinführen und besonders ansprechend und einladend gestaltet sein. Die häufigsten Mängel sind zugestellte Eingänge mit hohem Hemmschwellencharakter oder eine unattraktive Gestaltung durch Verschmutzung, mangelnde Ausleuchtung oder schlechte Einsehbarkeit des Eingangsbereiches.

Eingangsbereich

Abb. 289: Negative Beispiele Eingang / Außenfront

Quelle: eigene Fotos

Die Verkaufsflächenzuwächse im Einzelhandel haben in vielen Bereichen zu einem deutlichen Überangebot an Ware geführt. Neben rationalen und bedarfsgesteuerten Überlegungen überwiegen in vielen Bereichen spontane Kaufentscheidungen. Das sogenannte Visual Merchandising, das insbesondere auf eine zielgerichtete Warenpräsentation abzielt, hat sowohl bei den großen Einzelhandelskonzernen als auch bei den Filialisten einen erheblichen Stellenwert eingenommen. Bei der Beurteilung werden folgende Kriterien angelegt:

Warenpräsentation

- Übersichtlichkeit und Kundenführung,
- Ladengestaltung,

- optische und funktionale Gliederung der Abteilungen,
- Einsatz von Leitbildern und Attraktivitätspunkten.

Abb. 290: Positive Beispiele zur Warenpräsentation



Quelle: eigene Fotos

Abb. 291: Negative Beispiele zur Warenpräsentation



Quelle: eigene Fotos

Untersuchungen in zahlreichen Städten belegen, dass insbesondere hier die deutlichsten Mängel auftreten. Neben einer ausreichenden Grundausleuchtung ist die gezielte und akzentuierte Ausleuchtung einzelner Warengruppen und Sortimente von Bedeutung. Weit verbreitet ist der Irrglaube, dass die Beleuchtung erst bei Einsetzen der Dämmerung einzuschalten ist.

Als Ambiente wird eine zielgruppengerechte Geschäftsatmosphäre verstanden. Eine gelungene Harmonie zwischen Innenraum und äußerer Gestaltung, abgestimmt auf das Unternehmenskonzept, führt aus der Sicht des Kunden zu einem positiven Gesamterscheinungsbild des Betriebes.

Informationen zu den oben aufgeführten Handlungsansätzen liefern zahlreiche Fachdokumentationen. Hilfestellung können zudem Verbände und Kooperationen sowie professionelle Berater leisten. Bewährt haben sich insbesondere Qualitäts-Initiativen innerhalb der Kaufmannschaften wie

Ausleuchtung

Ambiente

Vertiefende
Informationen

z. B. gemeinsame Workshops, Begehungen, Schaufensterwettbewerbe, etc. zur betrieblichen Weiterentwicklung des Haupteinkaufsbereiches.¹²⁷

Besondere Herausforderungen für den örtlichen Einzelhandel ergeben sich auch durch den Online-Handel, der aus Sicht der Verbraucher neben einem umfassenden Angebot insbesondere durch einen hohen Grad an Bequemlichkeit punktet. Wenngleich Handelsexperten den Aufbau eines eigenen Online-Shops und somit eine Multi-Channel-Strategie empfehlen, so dürften die Umsetzungsmöglichkeiten zumindest bei mittelständischen Betreibern durch die zur Verfügung stehenden Ressourcen beschränkt sein. Dennoch sind die einzelnen Betriebe sowie auch der Standort Wolfsburg insgesamt gefordert, das Internet als Absatz-, Marketing- und Kommunikationskanal (z. B. durch eigene Website) zu nutzen, um vom Kunden „gefunden“ zu werden. Hierfür bieten sich verschiedene Formen und Intensitäten der Nutzung an, die je nach Betrieb und Zielgruppe individuell ausgerichtet sein können. Ein Verzicht auf derartige Marketing- und Kommunikationsmittel wird indes langfristig zu einem deutlichen Verlust der Wettbewerbsfähigkeit führen.

Herausforderung
Online-Handel

Wenngleich oftmals durch den serviceorientierten Einzelhandel ein „Beratungsklau“ beklagt wird, so ergeben sich im Gegenzug allerdings auch so genannte Showrooming-Effekte durch eine Information der Verbraucher im Netz, aber einem Kauf vor Ort. Diese Effekte gilt es durch individuelle Beratung und Service vor Ort für sich zu nutzen. Ebenso versuchen teilweise örtliche Initiativen durch Vernetzung sowie gemeinsame Bestell- und Lieferforen die Attraktivität des örtlichen Handels zu bündeln und somit auszubauen. Zukünftig gilt es für den stationären Handel mehr denn je, seine spezifischen Stärken, wie das unmittelbare „Erleben und Erfassen“, persönliche Kommunikation oder Individualität in den Vordergrund zu stellen.

¹²⁷ Vgl. hierzu u. a. <http://www.qualitaetsroute-dortmund.de/>; ein Verbundprojekt von rd. 70 Einzelhändlern in der Dortmunder Innenstadt, bei dem verschiedene Maßnahmen in den Bereichen Serviceorientierung, Marktauftritt, Beratung sowie Marketing zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsbetriebe durchgeführt wurden; vgl. <http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de/>; Qualitätszeichen für eine generationenfreundliche Ausrichtung des Einzelhandels als Gemeinschaftsinitiative von HDE und Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen u. Jugend

8 Schlusswort

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wolfsburg stellt die Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage für die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes dar. Es bietet vor allem Chancen zur weiteren Stärkung der Stadt Wolfsburg als Einkaufsstandort in der Region und damit auch zur Sicherung und Entwicklung seiner kommunalen Versorgungsfunktion.

Beurteilungs- und
Abwägungsgrundlage

Es schafft zugleich allen Akteuren aus Handel, Politik und Verwaltung einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wenngleich bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss. Auch wenn durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept nicht alle heutigen und zukünftigen Fragestellungen abschließend beantwortet werden können, so wird doch ein verlässlicher Rahmen für wesentliche Entwicklungen insbesondere im Zusammenhang mit großflächigen und strukturprägenden Einzelhandelsvorhaben geschaffen.

Entscheidungs- und
Orientierungsrahmen

Zur Umsetzung des politisch beschlossenen Konzeptes und seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der Zustimmung des Rates der Stadt Wolfsburg zu den grundlegenden Bestandteilen des Konzeptes wie dem Standort- und Zentrenkonzept, den zentralen Versorgungsbereichen, der örtlichen Sortimentsliste sowie den Ansiedlungsregeln. Der Rat der Stadt Wolfsburg hat daher am 22.06.2016 das Einzelhandels- und Zentrenkonzept einstimmig beschlossen.

Ratsbeschluss

Das Konzept erzeugt durch den Ratsbeschluss eine interne Bindungswirkung innerhalb der Verwaltung, nicht jedoch eine unmittelbare Rechtswirkung nach außen. Es schafft die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze wie Empfehlungen, die im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind. Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z. B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.

Umsetzung in
Bauleitplanung

Diese Bedeutung des Konzeptes wird in einem aktuellen Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes noch einmal bestätigt.¹²⁸ Hier wird festgestellt, dass eine Kommune nicht verpflichtet ist, das Einzelhandelskonzept sofort und insgesamt umzusetzen und somit auch bei einer zunächst nur teilweisen Umsetzung das Plankonzept als Begründung hinzuziehen kann. Für die Umsetzung in Wolfsburg bedeutet dies, dass insbesondere die Standorte überplant werden sollten, für die es mögliche Planvorhaben gibt oder aber wo aufgrund der Lagegunst entsprechende Vorhaben zu erwarten sind.

Schrittweise Umsetzung

¹²⁸ BVerwG, Az. 4 CN 7.11 vom 27.3.2013

Neben dem Rat, der Verwaltung sowie der WMG sind aber auch alle anderen Akteure aufgefordert, im Sinne einer konstruktiven Zusammenarbeit die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Wolfsburg voranzutreiben. Hierbei sind sowohl die Kaufleute bei einer Verbesserung des Marktauftrittes und Erscheinungsbildes als auch die Verwaltung und die Wirtschaft in der konsequenten planerischen Umsetzung des Konzeptes aufgerufen.

9 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes.....	6
Abb. 2:	Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel (Beispiele).....	9
Abb. 3:	Entwicklung der Betriebsstätten	10
Abb. 4:	Entwicklung von Internetnutzern / Onlinekäufern der 14- bis 64-jährigen Bevölkerung	13
Abb. 5:	Umsatzanteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz.....	14
Abb. 6:	Umsatzstärkste Warengruppen im interaktiven Handel	15
Abb. 7:	Räumliche Lage der Stadt Wolfsburg.....	18
Abb. 8:	Zentralörtliche Funktion in der Region	19
Abb. 9:	Regionale Wettbewerbsstandorte	20
Abb. 10:	Siedlungsstruktur und Ortsratsbereiche der Stadt Wolfsburg.....	21
Abb. 11:	Bevölkerungsverteilung in Wolfsburg	22
Abb. 12:	Bevölkerungsvorausberechnung	23
Abb. 13:	Erhebungssystematik	24
Abb. 14:	Warengruppensystematik 2010 - 2015	26
Abb. 15:	Betriebe und Sortimente	28
Abb. 16:	Betriebsstättendichte im Vergleich	29
Abb. 17:	Verkaufsflächen in Wolfsburg (2010 und 2015).....	30
Abb. 18:	Verkaufsflächenausstattung im Vergleich	31
Abb. 19:	Verkaufsflächenausstattung nach Standortlagen.....	32
Abb. 20:	Anteile der Einzelhandelsbetriebe der Gesamtstadt nach Verkaufsflächenkategorien	33
Abb. 21:	Einzelhandelsschwerpunkte gemäß EEP 2010 / NV-Konzept Mitte-West 2015.....	35
Abb. 22:	Räumliche Lage – Ortsratsbereich Stadtmitte	36
Abb. 23:	Standortlagen im Ortsratsbereich Stadtmitte	37
Abb. 24:	Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Stadtmitte	37
Abb. 25:	Fotos Hauptzentrum Innenstadt	39
Abb. 26:	Fotos öffentlicher Raum Hauptzentrum Innenstadt.....	40

Abb. 27: Nutzungsmischung Hauptzentrum Innenstadt	41
Abb. 28: Betriebe und Verkaufsflächen im Hauptzentrum Innenstadt.....	42
Abb. 29: Bedarfsgruppen und Betriebsgrößen Hauptzentrum Innenstadt	43
Abb. 30: Einzelhandelslagen im Hauptzentrum Innenstadt.....	44
Abb. 31: Verteilung der Verkaufsfläche / Betriebe nach Lagen.....	45
Abb. 32: Fotos DOW	45
Abb. 33: Nutzungsmischung DOW	46
Abb. 34: Fotos Berliner Ring	47
Abb. 35: Leerstandsverteilung im Hauptzentrum Innenstadt.....	48
Abb. 36: Fotos Nahversorgungszentrum Schachtweg	49
Abb. 37: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Schachtweg	50
Abb. 38: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Schachtweg	51
Abb. 39: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Schachtweg	52
Abb. 40: Nutzungsmischung LEF Reislinger Straße	53
Abb. 41: Nahversorgungsstandort PENNY, Anemonenweg	54
Abb. 42: Fotos Fachmarkttagglomeration Dieselstraße	54
Abb. 43: Fachmarkttagglomeration Dieselstraße	55
Abb. 44: Fachmarktstandort Sozialkaufhaus, Heinrich-Nordhoff-Straße	56
Abb. 45: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld.....	57
Abb. 46: Standortlagen im Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld.....	58
Abb. 47: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Fallersleben / Sülfeld	58
Abb. 48: Fotos Stadtteilzentrum Fallersleben	59
Abb. 49: Nutzungsmischung Stadtteilzentrum Fallersleben	61
Abb. 50: Betriebe und Verkaufsflächen im Stadtteilzentrum Fallersleben	62
Abb. 51: Nahversorgungsstandort REWE, Berliner Straße.....	63
Abb. 52: Nahversorgungsstandort NETTO, Großer Winkel	64
Abb. 53: Fotos Fachmarkttagglomeration Wolfsburger Landstraße.....	64
Abb. 54: Fachmarkttagglomeration Wolfsburger Landstraße.....	65

Abb. 55: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Vorsfelde	66
Abb. 56: Standortlagen im Ortsratsbereich Vorsfelde	67
Abb. 57: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Vorsfelde	67
Abb. 58: Fotos Stadtteilzentrum Vorsfelde	69
Abb. 59: Nutzungsmischung Stadtteilzentrum Vorsfelde	70
Abb. 60: Betriebe und Verkaufsflächen im Stadtteilzentrum Vorsfelde	71
Abb. 61: Fotos Nahversorgungszentrum Drömling-Center	72
Abb. 62: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Drömling-Center.....	73
Abb. 63: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Drömling-Center	74
Abb. 64: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Drömling-Center.....	74
Abb. 65: Nahversorgungsstandort PENNY, Obere Tor	75
Abb. 66: Nahversorgungsstandort REWE, Meinstraße	76
Abb. 67: Nahversorgungsstandort NETTO, Meinstraße.....	77
Abb. 68: Nahversorgungsstandort NP (geschlossen), Mühlenweg.....	78
Abb. 69: Fachmarktstandort KIEBITZMARKT, Am Bahnhof	79
Abb. 70: Fachmarktstandort TOOM, Sägerbäume	79
Abb. 71: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Mitte-West	80
Abb. 72: Zentrenstruktur nach EEP 2010 sowie Nahversorgungskonzept Mitte-West 2015.....	81
Abb. 73: Standortlagen im Ortsratsbereich Mitte-West	81
Abb. 74: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Mitte-West.....	82
Abb. 75: Fotos Nahversorgungszentrum Laagbergstraße	83
Abb. 76: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Laagbergstraße.....	84
Abb. 77: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Laagbergstraße	84
Abb. 78: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Laagbergstraße.....	85
Abb. 79: Fotos Nahversorgungszentrum Schlesierweg	86
Abb. 80: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Schlesierweg.....	87
Abb. 81: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Schlesierweg	87
Abb. 82: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Schlesierweg.....	88

Abb. 83: Nahversorgungsstandort EDEKA, Grauhorststraße	89
Abb. 84: Nahversorgungsstandort PENNY, Mecklenburger Straße.....	90
Abb. 85: Nahversorgungsstandort Dunantplatz.....	91
Abb. 86: Nahversorgungsstandort PENNY, Rabenbergstraße	92
Abb. 87: Nahversorgungsstandort LIDL, Breslauer Straße	93
Abb. 88: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Almke / Neindorf.....	94
Abb. 89: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Almke / Neindorf	95
Abb. 90: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke.....	96
Abb. 91: Standortlagen im Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke	96
Abb. 92: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Barnstorf / Nordsteimke	97
Abb. 93: Fotos Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße.....	98
Abb. 94: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße.....	99
Abb. 95: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße	99
Abb. 96: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Hehlinger Straße.....	101
Abb. 97: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau.....	102
Abb. 98: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Brackstedt / Velstove / Warmenau	103
Abb. 99: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Detmerode.....	104
Abb. 100: Standortlagen im Ortsratsbereich Detmerode.....	104
Abb. 101: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Detmerode	105
Abb. 102: Fotos Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt.....	106
Abb. 103: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt.....	107
Abb. 104: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt.....	107
Abb. 105: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Detmeroder Markt.....	108
Abb. 106: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Ehmen / Mörse	109
Abb. 107: Standortlagen im Ortsratsbereich Ehmen / Mörse	110
Abb. 108: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Ehmen / Mörse.....	111
Abb. 109: Fotos Nahversorgungszentrum Mörser Straße	111

Abb. 110: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Mörser Straße	112
Abb. 111: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Mörser Straße	113
Abb. 112: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Mörser Straße	114
Abb. 113: Fotos Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße	115
Abb. 114: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße	115
Abb. 115: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße	116
Abb. 116: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Hattorfer Straße	117
Abb. 117: Nutzungsmischung NVS HOL'AB, Heinrich-Deumeland-Straße	118
Abb. 118: Fachmarktstandort STEIB, Bockhorst	119
Abb. 119: Fachmarktstandort LIEVEN, Baumschulenweg	119
Abb. 120: Fachmarktstandort Ehem. Gärtnerei, Mörser Straße	120
Abb. 121: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf	121
Abb. 122: Standortlagen im Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf	121
Abb. 123: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Hattorf / Heiligendorf	122
Abb. 124: Nahversorgungsstandort ALDI, Plantage	123
Abb. 125: Nahversorgungsstandort NETTO, Neue Straße	124
Abb. 126: Fachmarkttagglomeration Heinenkamp	125
Abb. 127: Fotos Fachmarkttagglomeration Heinenkamp	126
Abb. 128: Fachmarktstandort HATTORF, Plantage	127
Abb. 129: Fachmarktstandort BECHTEL, Steinweg	127
Abb. 130: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Hehlingen	128
Abb. 131: Standortlagen im Ortsratsbereich Hehlingen	128
Abb. 132: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Hehlingen	129
Abb. 133: Fachmarktstandort SCHLIEBENER, An den Äckern	130
Abb. 134: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp	131
Abb. 135: Standortlagen im Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp	131
Abb. 136: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Kästorf / Sandkamp	132
Abb. 137: Fotos Nahversorgungszentrum Jembker Straße	133

Abb. 138: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Jembker Straße	133
Abb. 139: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Jembker Straße	134
Abb. 140: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Jembker Straße	135
Abb. 141: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen	136
Abb. 142: Standortlagen im Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen	136
Abb. 143: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Neuhaus / Reislingen.....	137
Abb. 144: Fotos Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring.....	138
Abb. 145: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring.....	138
Abb. 146: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring	139
Abb. 147: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Gerta-Overbeck-Ring.....	140
Abb. 148: Fachmarktstandort HAGEBAU, Karl-Ferdinand-Braun-Ring	141
Abb. 149: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Nordstadt	142
Abb. 150: Standortlagen im Ortsratsbereich Nordstadt.....	142
Abb. 151: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Nordstadt.....	143
Abb. 152: Fotos Nahversorgungszentrum Allerstraße.....	144
Abb. 153: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Allerstraße.....	145
Abb. 154: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Allerstraße	145
Abb. 155: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Allerstraße.....	146
Abb. 156: Fotos Nahversorgungszentrum Hansaplatz	147
Abb. 157: Nutzungsmischung Nahversorgungszentrum Hansaplatz	147
Abb. 158: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Hansaplatz.....	148
Abb. 159: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Hansaplatz	149
Abb. 160: Nahversorgungsstandort PENNY, Drömlingstraße.....	150
Abb. 161: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Wendschott.....	151
Abb. 162: Standortlagen im Ortsratsbereich Wendschott	151
Abb. 163: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Wendschott.....	152
Abb. 164: Nahversorgungsstandort ALDI, Alte Schulstraße	153
Abb. 165: Räumliche Lage – Ortsratsbereich Westhagen	154

Abb. 166: Standortlagen im Ortsratsbereich Westhagen	155
Abb. 167: Kennzahlen zum Einzelhandel im Ortsratsbereich Westhagen	155
Abb. 168: Fotos Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ.....	156
Abb. 169: Nutzungsmischung Nahversorgungsstandort Westhagen EKZ.....	157
Abb. 170: Kennzahlen Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ	157
Abb. 171: Kurzcheck Nahversorgungszentrum Westhagen EKZ.....	158
Abb. 172: Nutzungsmischung LEF Stralsunder Ring	159
Abb. 173: Nahversorgungsstandort ALDI, Suhler Straße.....	160
Abb. 174: Nahversorgungsstandort REWE, Braunschweiger Straße	160
Abb. 175: PENNY, Halberstädter Straße.....	161
Abb. 176: Nahversorgung in Wolfsburg – Übersicht.....	163
Abb. 177: Nahversorgungssituation – Versorgungsradien Detailansicht	164
Abb. 178: Kriterien zur Standortbewertung.....	165
Abb. 179: Standorte mit wesentlichem Anbieter der Nahversorgung.....	166
Abb. 180: Überblick größerer Anbieter der Nahversorgung in den ZVB	168
Abb. 181: Kurzprofil Standort 13 – Jembker Straße (ALDI)	169
Abb. 182: Kurzprofil Standort 16 – Allerstraße (EDEKA).....	170
Abb. 183: Kurzprofil Standort 31 – Hattorfer Straße (NETTO).....	171
Abb. 184: Kurzprofil Standort 34 – Hehlinger Straße (REAL, ALDI)	172
Abb. 185: Kriterien zur Standortbewertung der Nahversorgung.....	173
Abb. 186: Standorte der Nahversorgung außerhalb zentraler Versorgungsbereiche	174
Abb. 187: Kurzprofil Standort 4 – Großer Winkel (NETTO).....	175
Abb. 188: Kurzprofil Standort 6 – Breslauer Straße (LIDL)	176
Abb. 189: Kurzprofil Standort 7 – Grauhorststraße (EDEKA).....	177
Abb. 190: Kurzprofil Standort 10 – Anemonenweg (PENNY).....	178
Abb. 191: Kurzprofil Standort 14 – Brackstedt (NETTO).....	179
Abb. 192: Kurzprofil Standort 17 – Drömlingstraße (PENNY).....	180
Abb. 193: Kurzprofil Standort 18 – Obere Tor (PENNY)	181

Abb. 194: Kurzprofil Standort 19 – Mühlenweg (LEH-Markt, ehemals NP).....	182
Abb. 195: Kurzprofil Standort 20 – Meinstraße Süd (REWE).....	183
Abb. 196: Kurzprofil Standort 21 – Meinstraße Nord (NETTO).....	184
Abb. 197: Kurzprofil Standort 22 – Alte Schulstraße (ALDI).....	185
Abb. 198: Kurzprofil Standort 23 – Berliner Straße (REWE).....	186
Abb. 199: Kurzprofil Standort 24 – Mecklenburger Straße (PENNY).....	187
Abb. 200: Kurzprofil Standort 26 – Halberstädter Straße (PENNY).....	188
Abb. 201: Kurzprofil Standort 27 – Suhler Straße (ALDI).....	189
Abb. 202: Kurzprofil Standort 28 – Braunschweiger Straße (REWE).....	190
Abb. 203: Kurzprofil Standort 30 – Heinrich-Deumeland-Straße (HOL'AB).....	191
Abb. 204: Kurzprofil Standort 33 – Rabenbergstraße (PENNY).....	192
Abb. 205: Kurzprofil Standort 35 – Brandgehaege (REAL).....	193
Abb. 206: Kurzprofil Standort 36 – Plantage (ALDI).....	194
Abb. 207: Kurzprofil Standort 37 – Neue Straße (NETTO).....	195
Abb. 208: Prüfstandorte Übersicht.....	196
Abb. 209: Prüfstandort der Nahversorgung – 1 Heiligendorf.....	198
Abb. 210: Prüfstandort der Nahversorgung – 2 Almke / Neindorf.....	199
Abb. 211: Kundenherkunftserhebung - Sortimentsschwerpunkte und Standortkategorien.....	201
Abb. 212: Kundenherkunft aller Bedarfsbereiche.....	202
Abb. 213: Evaluierungsstudie DOW.....	203
Abb. 214: Räumliche Erreichbarkeiten.....	204
Abb. 215: Einzugsbereich des Wolfsburger Einzelhandels.....	206
Abb. 216: Kundenherkunft für die Wolfsburger Innenstadt.....	207
Abb. 217: Kundenherkunft Fallersleben.....	208
Abb. 218: Kundenherkunft Vorsfelde.....	209
Abb. 219: Kaufkraft in der Region.....	211
Abb. 220: Kaufkraft im Städtevergleich.....	212
Abb. 221: Kaufkraftpotenzial in Wolfsburg.....	213

Abb. 222: Bindungsquoten	215
Abb. 223: Bindungsquoten gegenüber 2010	217
Abb. 224: Bindungsquoten im Vergleich	218
Abb. 225: Kaufkraftbilanz / Kaufkraftstromanalyse	219
Abb. 226: Zählstandorte der Passantenfrequenzzählung Innenstadt.....	221
Abb. 227: Vergleich der Tagessummen in der Innenstadt.....	223
Abb. 228: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Innenstadt (Donnerstag)	224
Abb. 229: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Innenstadt (Samstag)	225
Abb. 230: Zählstandorte der Passantenfrequenzzählung Fallersleben.....	226
Abb. 231: Vergleich der Tagessummen in Fallersleben	228
Abb. 232: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Fallersleben (Donnerstag).....	229
Abb. 233: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Fallersleben (Samstag)	229
Abb. 234: Zählstandorte der Passantenfrequenzzählung Vorsfelde	230
Abb. 235: Vergleich der Tagessummen in Vorsfelde	232
Abb. 236: Tagesverlauf Passantenfrequenzen (Donnerstag).....	233
Abb. 237: Tagesverlauf Passantenfrequenzen Vorsfelde (Samstag).....	233
Abb. 238: Einzelhandelsrelevante Konzepte	234
Abb. 239: Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung von Wohnquartieren	237
Abb. 240: Räumliche Entwicklung der Wohnbauflächen	238
Abb. 241: Erreichbarkeitsanalyse	239
Abb. 242: Büroflächen-Cluster in Wolfsburg	240
Abb. 243: Steuerungselemente des Konzeptes	246
Abb. 244: Regionalplanerische Rahmenbedingungen Nahversorgung	250
Abb. 245: Kriterien zur Festlegung schützenswerter Bereiche in der Stadt Wolfsburg	251
Abb. 246: Zentrenhierarchie der Stadt Wolfsburg	254
Abb. 247: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel)	256
Abb. 248: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Hauptzentrum	257
Abb. 249: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum	259

Abb. 250: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Stadtteilzentren	262
Abb. 251: Stadtteilzentrum Fallersleben	263
Abb. 252: Stadtteilzentrum Vorsfelde	264
Abb. 253: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Nahversorgungszentren	265
Abb. 254: Räumliche Abgrenzung – NVZ Schachtweg	267
Abb. 255: Räumliche Abgrenzung – NVZ Laagbergstraße	268
Abb. 256: Räumliche Abgrenzung – NVZ Schlesierweg	269
Abb. 257: Räumliche Abgrenzung – NVZ Mörser Straße.....	270
Abb. 258: Räumliche Abgrenzung – NVZ Westhagen EKZ	271
Abb. 259: Räumliche Abgrenzung – NVZ Detmeroder Markt.....	272
Abb. 260: Räumliche Abgrenzung – NVZ Hansaplatz.....	273
Abb. 261: Räumliche Abgrenzung – NVZ Drömling-Center	274
Abb. 262: Räumliche Abgrenzung – NVZ Gerta-Overbeck-Ring	275
Abb. 263: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Entwicklungsstandorte der Nahversorgung	277
Abb. 264: Entwicklungsstandorte der Nahversorgung.....	278
Abb. 265: Prüfstandort der Nahversorgung	281
Abb. 266: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Bestandsstandorte der Nahversorgung.....	282
Abb. 267: Bestandsstandorte der Nahversorgung.....	283
Abb. 268: Hierarchieebenen des Zentrenmodells – Bestandsstandorte der Nahversorgung.....	284
Abb. 269: Sonder- und Fachmarktstandorte.....	285
Abb. 270: Fachmarkttagglomeration Hehlinger Straße, Nordsteimke	287
Abb. 271: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Wolfsburg	289
Abb. 272: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz	291
Abb. 273: Regelmäßig zentrenrelevante Sortimente gemäß LROP Niedersachsen	292
Abb. 274: Regelmäßig zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß REHK.....	292
Abb. 275: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen.....	295
Abb. 276: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente	300
Abb. 277: Liste der zentrenrelevanten Sortimente	301

Abb. 278: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente (Beispiele)	302
Abb. 279: Grundstruktur der Einzelhandelssteuerung in Wolfsburg	303
Abb. 280: Räumlich-funktionale Zuordnung.....	319
Abb. 281: Umsatz- und Nachfragevolumen – Stadtmitte	321
Abb. 282: Umsatz- und Nachfragevolumen – Innenstadt.....	322
Abb. 283: Umsatz- und Nachfragevolumen – Fallersleben / Sülfeld.....	323
Abb. 284: Umsatz- und Nachfragevolumen – Stadtteilzentrum Fallersleben.....	324
Abb. 285: Umsatz- und Nachfragevolumen – Vorsfelde.....	325
Abb. 286: Umsatz- und Nachfragevolumen – Stadtteilzentrum Vorsfelde	326
Abb. 287: Umsatz- und Nachfragevolumen der sonstigen Ortsratsbereiche	327
Abb. 288: Positive Beispiele zur Schaufenstergestaltung	338
Abb. 289: Negative Beispiele Eingang / Außenfront.....	338
Abb. 290: Positive Beispiele zur Warenpräsentation.....	339
Abb. 291: Negative Beispiele zur Warenpräsentation	339