

Einzelhandelskonzept für die Stadt Holzminden

Endbericht

im Auftrag der
Stadt Holzminden

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Projektleitung)

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail kuepper@bbe.de
lehnerdt@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im März 2013

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....	5
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	5
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	6
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	8
2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung	8
2.2 Demographische Entwicklung	9
2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Holzminden	11
2.4 Regionale Ausstrahlung als Einkaufsstadt.....	14
3 Einzelhandelssituation in der Stadt Holzminden.....	17
3.1 Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen	17
3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten.....	19
3.3 Einzelhandelszentralität	23
3.4 Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2004 - 2012	25
4 Standortanalyse der Innenstadt	28
4.1 Städtebauliche Situation	28
4.2 Einzelhandelsangebot.....	31
5 Standortanalyse des Gewerbegebietes Bülte	33
5.1 Städtebauliche Situation	33
5.2 Einzelhandelsangebot.....	35
6 Wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Holzminden.....	37
7 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Schlussfolgerungen für die Konzeptentwicklung	39
8 Perspektiven für die Einzelhandelsentwicklung	41
8.1 Konsumtrends in der Gesellschaft	41
8.2 Konsequenzen für den Einzelhandel in Deutschland	42
8.3 Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung in der Stadt Holzminden..	44
9 Einzelhandels- und Zentrenkonzept Holzminden	46
9.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	46
9.2 Leitziele des Zentrenkonzeptes	48
9.3 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und Empfehlungen zur Weiterentwicklung	49

Einzelhandelskonzept Holzminden

9.4	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	53
10	Exkurs: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	57
10.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	57
10.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	58
10.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	60
10.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	61
10.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	63
10.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	63
10.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung	64
11	Fazit und abschließende Empfehlungen	66

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Lage im Raum und zentralörtliche Gliederung	8
Abbildung 2:	Einwohner der Stadt Holzminden	10
Abbildung 3:	Untergliederung des Stadtgebietes	10
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Holzminden und in Nachbarkommunen	11
Abbildung 5:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Holzminden	12
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten	13
Abbildung 7:	Kundenwohnorterhebung	15
Abbildung 8:	Naheinzugsgebiet der Stadt Holzminden	16
Abbildung 9:	Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen	17
Abbildung 10:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe	18
Abbildung 11:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Holzminden im Überblick	20
Abbildung 12:	Lebensmittelangebot der Stadt Holzminden nach Betriebsformen	20
Abbildung 13:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Holzminden nach Sortimenten	22
Abbildung 14:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick	23
Abbildung 15:	Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo	24
Abbildung 16:	Verkaufsflächenentwicklung 2004 - 2012	26
Abbildung 17:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Vergleich 2004 - 2012	26
Abbildung 18:	Nutzungsstruktur in der Innenstadt Holzminden	29
Abbildung 19:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt	31
Abbildung 20:	Nutzungsstruktur im Gewerbegebiet Bülte	34
Abbildung 21:	Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Gewerbegebiet Bülte	35
Abbildung 22:	Nahversorgung in der Stadt Holzminden	38
Abbildung 23:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	50
Abbildung 24:	Geschäftslagen in der Innenstadt	52
Abbildung 25:	Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Holzminden	55

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Holzminden beabsichtigt, das zuletzt im Jahr 2004 aufgestellte Einzelhandelsentwicklungskonzept durch ein aktuelles Einzelhandelskonzept zu aktualisieren.

Neben der Gesamtbetrachtung der Holzmindener Einzelhandelssituation soll dieses Gutachten insbesondere Empfehlungen zur Entwicklung der Innenstadt und ggf. weiterer zentraler Versorgungsbereiche aussprechen. Hinzu kommen Aussagen zur Sicherung der Nahversorgung in der Kernstadt und in den Ortschaften Neuhaus und Silberborn sowie zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels in den Sonderlagen (insbesondere im Gewerbegebiet Bülte).

Das Einzelhandelskonzept soll als „von der Stadt beschlossenes städtebauliches Entwicklungskonzept oder eine von ihr beschlossene sonstige städtebauliche Planung“ i.S. von § 1 (6) 11 BauGB der zukünftigen Bauleitplanung der Stadt Holzminden für den Einzelhandel zugrunde gelegt werden und ggf. zu erwartenden gerichtlichen Auseinandersetzungen über Planvorhaben mit möglichst hoher Wahrscheinlichkeit standhalten.

Seit 2004 haben sich im Bereich des Einzelhandels und bei den planerischen und rechtlichen Rahmenbedingungen wesentliche Veränderungen ergeben. Zudem ist auch in Zukunft mit weiteren Anfragen zur Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu rechnen. Vor diesem Hintergrund wird die Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes erforderlich.

Die vorliegende Holzmindener Sortimentsliste soll mit Blick auf die Veränderungen bei den marktseitigen Rahmenbedingungen ortsbezogen neu bestimmt und begründet werden.

Die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes wurde inhaltlich von einem Arbeitskreis begleitet, der in zwei Sitzungen im Dezember 2012 und Januar 2013 die Ergebnisse und Empfehlungen diskutierte und mitgestaltete. Mitglieder des Arbeitskreises sind Vertreter der Stadt Holzminden, des Landkreises Holzminden, der Industrie- und Handelskammer Hannover, des Einzelhandelsverbandes Hannover e. V., der Stadtmarketing Holzminden GmbH, des Werbekreises Holzminden sowie der BBE Handelsberatung GmbH.

Im Rahmen des vorliegenden Ergebnisberichts werden die Analysedaten dargestellt und Empfehlungen zum Zentrenkonzept, zur Weiterentwicklung der Innenstadt, zum Baurecht und zur Sortimentsliste ausgesprochen.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Stadt Holzminden

Im Oktober 2012 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ und leerstehenden Ladenlokale durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 25 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstadt die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt.

Kundenwohnorterhebung in der Innenstadt/ am Standort Bülte

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes des Einzelhandelsstandortes Holzminden wurden eine Kundenwohnorterhebung durch den Einzelhandel und ergänzende Passantenbefragungen zur Kundenherkunft durchgeführt. 26 Einzelhandelsbetriebe haben in einem Zeitraum von 1 – 2 Wochen im Januar 2013 die Wohnorte von knapp 9.350 Kunden erfasst. Durch Passantenbefragungen in der Innenstadt und im Gewerbegebiet Bülte konnten insgesamt ca. 400 weitere Kundenwohnorte ermittelt werden. Darüber hinaus lagen Daten aus der Kundenkartei eines Einzelhandelsbetriebes vor.

Weitere Grundlagen

Zur Bewertung der Entwicklungsperspektiven der Stadt flossen die Aussagen des ISEK-Gutachtens der Arbeitsgemeinschaft Prof. Hölscher/ Büro Dr. Jansen ein. Für einen Zeitvergleich wurden Daten aus dem CIMA-Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2004 aufbereitet. Zur regionalen Einordnung wurde der Bericht zum Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel des Netzwerkes Erweiterter Wirtschaftsraum Hannover, Aktualisierung und Fortschreibung 2012, herangezogen. Darüber hinaus lagen für verschiedene Planvorhaben projektbezogene Auswirkungsanalysen vor (u. a. CIMA-Bewertung einer Supermarktansiedlung an der Sollingstraße und GMA-Analyse zur Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes in der Bülte).

¹

Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe berücksichtigt (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien). Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Holzminden wurden von der BBE-Marktforschung ermittelt. Zugrunde gelegt werden Daten aus der aktuellen Veröffentlichung der BBE!CIMA!MB-Research-Kaufkraft für Sortimente.

Für die Konzeptentwicklung wird auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen (u. a. Stadt Holzminden, LSKN - Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen) zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadt Holzminden wurden ausgewertet.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Holzminden liegt im Weserbergland und weist damit attraktive naturräumliche Rahmenbedingungen auf, die auch den Tourismus in der Region befördern.

Die Wirtschaftsstruktur ist durch vier bedeutende produzierende Unternehmen sowie eine Vielzahl von kleineren und mittleren Betrieben geprägt. Die Stadt stellt in der Region einen wichtigen Arbeitsplatzstandort dar, dies ist auch in einem hohen Einpendlerüberschuss (ca. 6.300 Einpendler zu ca. 2.000 Auspendlern) ablesbar.

Die Autobahnen A 2, A 7, A 30, A 33 und A 44 sind gleichermaßen in einer Fahrzeitentfernung von einer Stunde erreichbar. In der regionalen Betrachtung stellen die Bundesstraßen B 64 als Verbindung zwischen Paderborn und der A 7, die B 83 nach Kassel und zur A 2 sowie die B 497 die wichtigsten Verkehrsachsen dar, die die Stadt mit den Nachbarkommunen verbinden. Die ÖPNV-Anbindung wird durch verschiedene Regionalbahnen und durch die Buslinien im Rahmen des Verkehrsverbundes Süd-Niedersachsen sichergestellt.

2.2 Demographische Entwicklung

Die Stadt Holzminden weist aktuell 20.040 Einwohner auf,² die sich auf die Kernstadt mit ca. 90 % und auf die Solling-Ortsteile Mühlenberg, Neuhaus und Silberborn verteilen (vgl. Abbildung 2).

Das Kernstadtgebiet lässt sich in 2 Standortbereiche untergliedern (vgl. Abbildung 3). Dem nördlichen Stadtgebiet sind ca. 9.830 Einwohner zugeordnet. In der südlichen Kernstadt sind ca. 8.240 Personen wohnhaft. Das sonstige Stadtgebiet mit den Solling-Ortschaften umfasst ca. 1.970 Einwohner.

Die Stadt Holzminden verzeichnet im Zeitraum 2000 - 2011 einen Bevölkerungsrückgang um ca. 7 %, die Einwohnerentwicklung im Landkreis Holzminden weist sogar einen Rückgang um ca. 11 % auf. Stadt und Kreis verzeichnen somit einen Bevölkerungsrückgang, der sich deutlich von der landesweiten Einwohnerentwicklung (Rückgang um ca. 0,2 %) unterscheidet.

Auch für die Zukunft ist eine negative Bevölkerungsentwicklung zu erwarten (im Landkreis Holzminden für den Zeitraum 2009 – 2030 in der mittleren Variante ca. - 20 %).³

² Quelle: Stadt Holzminden, Stand: 19.10.2012

³ Vgl. LSKN, Regionale Bevölkerungsvorausberechnung Niedersachsen, Basis 01.01.2009

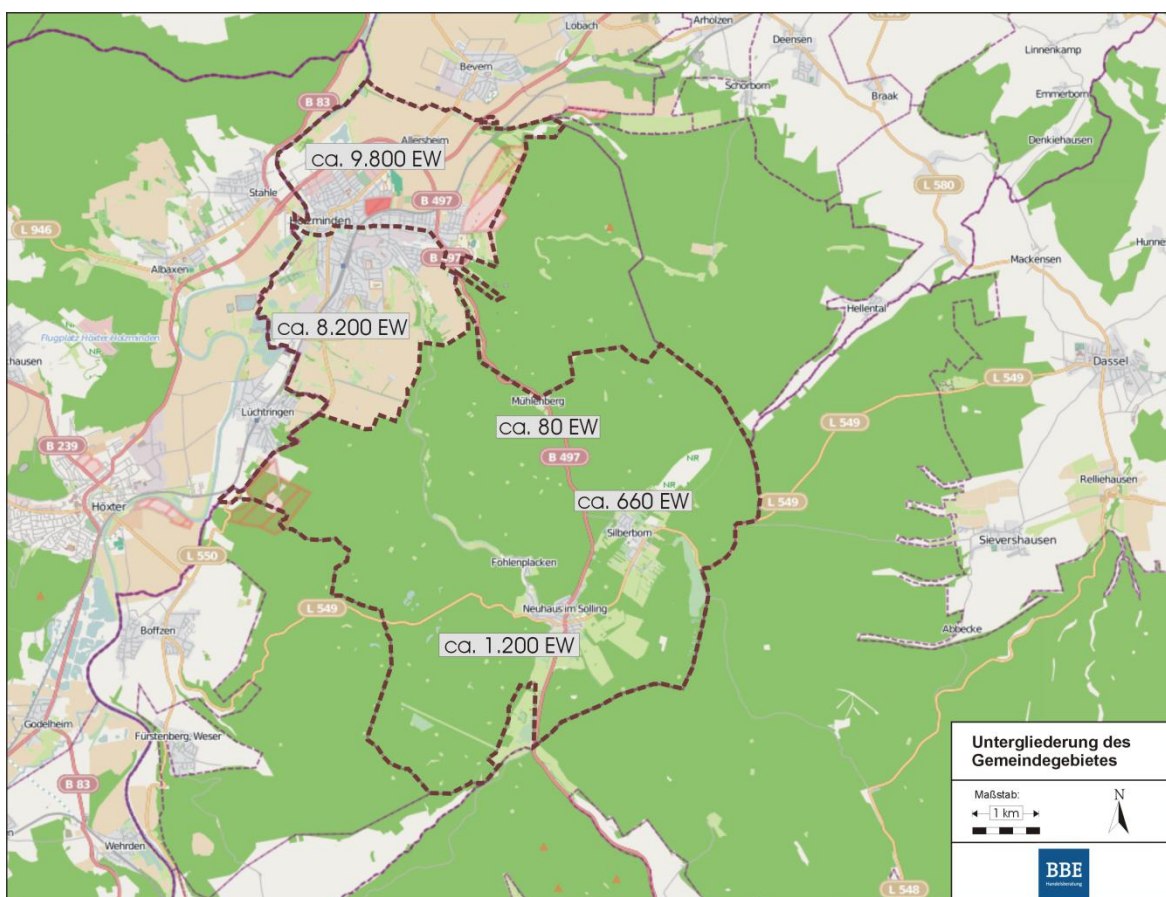
Einzelhandelskonzept Holzminden

Abbildung 2: Einwohner der Stadt Holzminden

Ortsteil	Einwohner	
	abs.	in %
nördliche Kernstadt	9.826	49
südliche Kernstadt	8.243	41
Mühlenberg	81	1
Neuhaus	1.233	6
Silberborn	657	3
Stadt Holzminden gesamt	20.040	100

Quelle: Stadt Holzminden, Stand: 19.10.2012 (nur Hauptwohnsitze), Rundungsdifferenzen möglich

Abbildung 3: Untergliederung des Stadtgebietes



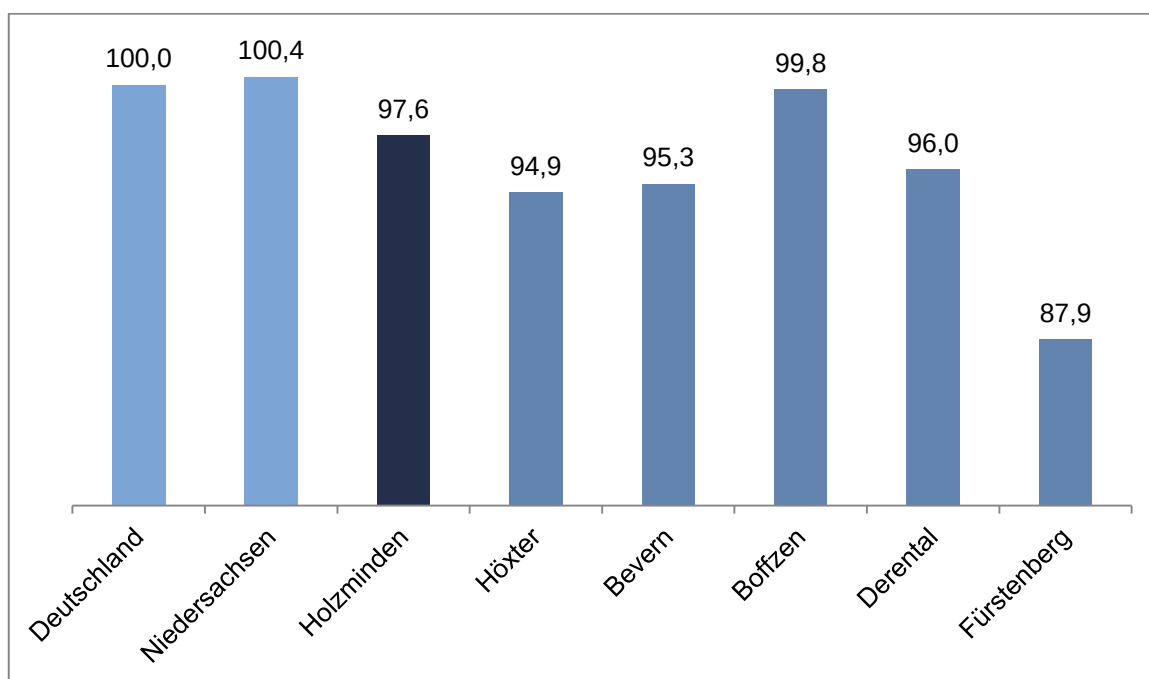
Quelle: BBE-Darstellung

2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Holzminden

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 5.664 € einzelhandelsrelevant.⁴

Die BBE!CIMA!MBR!-Marktforschung weist für die Stadt aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 97,6 % aus. Dieses liegt somit gut 2 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Im regionalen Vergleich weist die Stadt damit ein etwas höheres Kaufkraftniveau als die benachbarten Gemeinden auf. Nur für die Gemeinde Boffzen liegt die Kaufkraftkennziffer annähernd auf bundesdurchschnittlichem Niveau (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Holzminden und in Nachbarkommunen



Quelle: BBE!CIMA!MBR-Kaufkraftkennziffern

Auf der Grundlage der BBE-Kennzahlen ergeben sich für die Stadt jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.527 € (vgl. Abbildung 5). Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt in Höhe von aktuell 110,8 Mio. € errechnen (vgl. Abbildung 5).

⁴ unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Holzminden

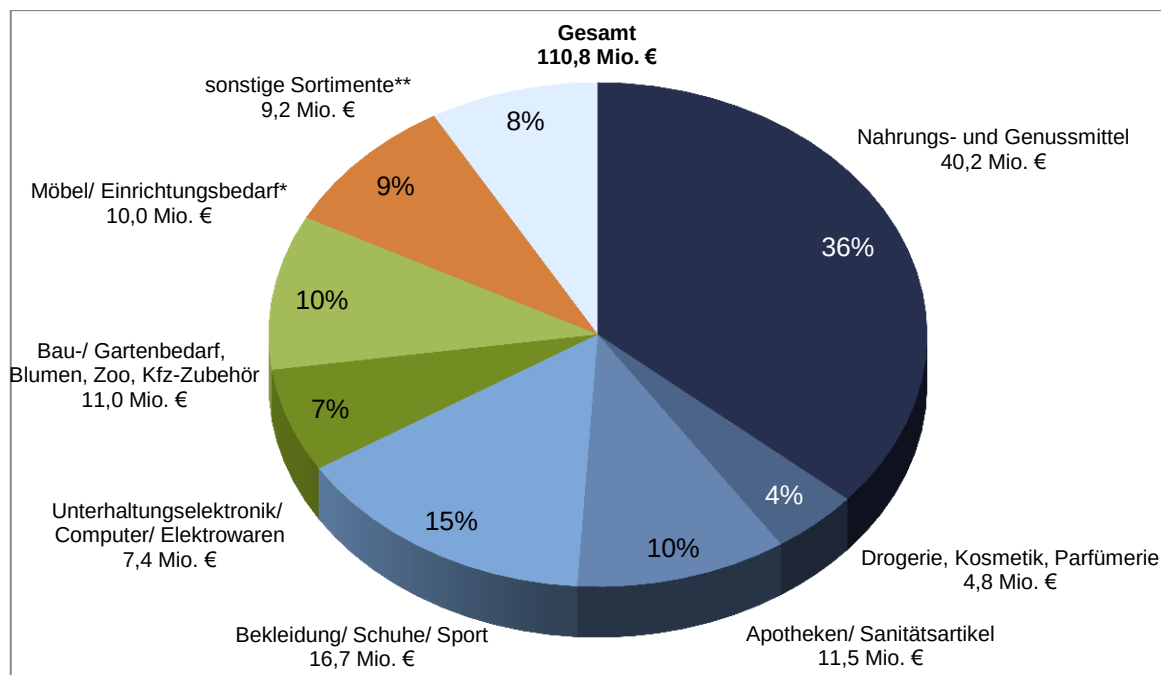
Sortiment	Deutschland	Stadt Holzminden	
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.046	2.009	40,2
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	243	238	4,8
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	567	574	11,5
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	191	188	3,8
Bekleidung	593	572	11,5
Schuhe, Lederwaren	130	124	2,5
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	366	347	6,9
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	166	157	3,2
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	47	44	0,9
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	80	78	1,5
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen	115	114	2,3
Sportartikel, Camping	88	83	1,7
Fahrräder	55	52	1,0
Haus- und Heimtextilien, Gardinen	68	67	1,3
Teppiche	31	31	0,6
Bettwaren	30	29	0,6
Möbel	294	278	5,6
Lampen, Leuchten	19	18	0,4
Elektrokleingeräte	40	39	0,8
Elektrogroßgeräte	80	79	1,6
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation	259	251	5,0
Foto, Optik, Akustik	101	101	2,0
Uhren, Schmuck	56	54	1,1
Gesamt	5.664	5.527	110,8

Quelle: BBE-Marktforschung (Rundungsdifferenzen möglich), inkl. Ausgaben im Versandhandel/ E-Commerce

Mit rund 36 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Zusammen mit Drogerie-, Parfümeriewaren und pharmazeutischen Artikeln bezieht sich knapp die Hälfte des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Unterhaltungselektronik stehen im Stadtgebiet insgesamt ca. 21,4 Mio. € zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör addieren sich auf ca. 20,1 Mio. €, die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 12,8 Mio. € bzw. ca. 12 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Teppiche, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten und Lampen

** Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen, Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck

Quelle: BBE-Marktforschung

2.4 Regionale Ausstrahlung als Einkaufsstadt

Die Stadt Holzminden liegt im ländlichen Raum und übernimmt als einzige Stadt im Landkreis Holzminden mittelzentrale Versorgungsfunktionen. Die nächsten Mittelzentren sind Höxter und Beverungen westlich der Weser in Nordrhein-Westfalen sowie Bad Pyrmont und Hameln im Norden, Alfeld, Bad Gandersheim und Einbeck im Osten sowie Uslar im Süden der Stadt. Holzminden kann damit mittelzentrale Versorgungsfunktionen für den gesamten Landkreis Holzminden übernehmen. Teilweise reicht die Ausstrahlungskraft darüber hinaus. Die Wettbewerbssituation zu Höxter stellt eine gegenseitige mittelzentrale Funktionsergänzung dar.

Um das Kundeneinzugsgebiet der Stadt Holzminden zu bestimmen, wurde im November 2012 eine Kundenwohnorterhebung durch Befragung der Passanten in der Innenstadt und in der Bülte durchgeführt. Insgesamt haben 413 Befragte eine Auskunft zu ihrem Wohnort gemacht. Bezogen auf die Befragten mit Angabe beläuft sich der auswärtige Kundenanteil auf rund 50 %. Durch den örtlichen Innenstadteinzelhandel wurden in einem Zeitraum von 1 – 2 Wochen im Januar 2013 knapp 9.350 Kundenwohnorte erfasst. Der auswärtige Kundenanteil liegt hier mit ca. 52 % nur geringfügig höher (vgl. Abbildung 7).

Stellt man die Zahl der erhobenen Kunden den Einwohnern der jeweiligen Herkunftsorte gegenüber, ergibt sich ein „Kundenbindungsindex“ als Maß für die Verflechtungsintensität, die für die **Abgrenzung des Einzugsgebietes** von Bedeutung ist. Aufbauend auf diesen Ergebnissen der Passantenbefragung zur Kundenherkunft, der Kundenwohnorterhebung durch 26 innerstädtische Einzelhandelsbetriebe im Januar 2013 und in Abgleich mit der Kundenkartei eines wichtigen Einzelhandelsbetriebes wird als Naheinzugsgebiet der Stadt Holzminden der Bereich Holzminden, Samtgemeinde Bevern, Samtgemeinde Boffzen (ohne Lauenförde), Brevörde, Heinsen, Pegestorf, Polle, Arholzen, Deensen, Dielmissen, Eschershausen, Heinade, Lenne, Luerdissen und Stadtoldendorf definiert (vgl. Abbildung 8). Im Naheinzugsgebiet wohnen aktuell ca. 47.100 Einwohner. Aus der Stadt Höxter stammen zusätzlich ca. 26 % der befragten Kunden, so dass vor allem die Geschäftsstandorte Bülte und Innenstadt eine wichtige ergänzende Versorgungsbedeutung im Rahmen der gegenseitigen Funktionsergänzung übernehmen. Die darüber hinausreichende Ausstrahlung als Einkaufsstadt weist nur eine geringe Verflechtungsintensität auf, so dass sie als Streuumsätze zu bewerten sind.

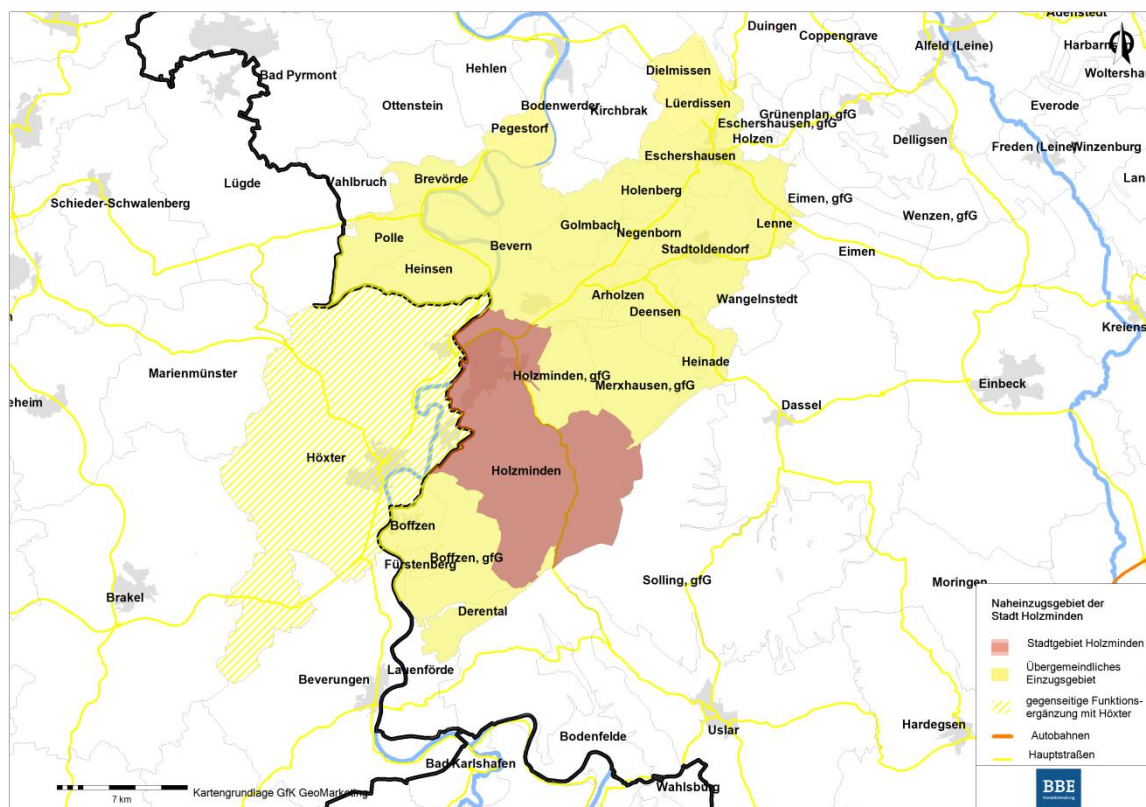
Abbildung 7: Kundenwohnorterhebung

Wohnort	Kunden/ Passanten				Kunden- anteil in %	Einwoh- ner	Verflech- tungsintensi- tät ¹
	Passan- ten In- nenstadt	Passan- ten GW Bülte	Einzel- handels- kunden Innen- stadt	gesamt			
Holzminden, Stadt	122	82	4.497	4.701	48,2	20.040	234,6
Dellingsen, Flecken	-	-	17	17	0,2	8.067	2,1
Samtgemeinde Bevern	20	13	404	437	4,5	5.996	72,9
Bevern, Flecken	15	8	307	330	3,4	3.904	84,5
Golmbach	2	3	51	56	0,6	969	57,8
Holenberg	2	-	7	9	0,1	436	20,6
Negenborn	1	2	39	42	0,4	687	61,1
Samtgemeinde Boffzen	7	10	73	90	0,9	6.947	13,0
Boffzen	4	4	63	71	0,7	2.668	26,6
Derental	1	2	7	10	0,1	660	15,2
Fürstenberg	-	4	-	4	-	1.141	3,5
Lauenförde, Flecken	2	-	3	5	0,1	2.478	2,0
Samtgemeinde Bodenw.- Polle	12	8	357	377	3,9	15.314	24,6
Bodenwerder, Stadt	3	1	71	75	0,8	5.544	13,5
Brevörde	5	-	9	14	0,1	711	19,7
Halle	-	-	-	-	-	1.577	-
Hehlen	-	-	12	12	0,1	1.900	6,3
Heinsen	3	3	104	110	1,1	862	127,6
Heyen	-	-	9	9	0,1	479	18,8
Kirchbrak	-	-	11	11	0,1	1.080	10,2
Ottenstein, Flecken	-	-	19	19	0,2	1.192	15,9
Pegestorf	-	-	19	19	0,2	423	44,9
Polle, Flecken	1	4	103	108	1,1	1.091	99,0
Vahlbruch	-	-	-	-	-	455	-
SG Escherh.-Stadtoldend.	27	22	644	693	7,1	15.776	43,9
Arholzen	-	-	21	21	0,2	388	54,1
Deensen	4	2	41	47	0,5	1.488	31,6
Dielmissen	2	1	29	32	0,3	795	40,3
Eimen	-	-	11	11	0,1	986	11,2
Eschershausen, Stadt	8	10	189	207	2,1	3.408	60,7
Heinade	1	-	19	20	0,2	913	21,9
Holzen	1	-	-	1	-	628	1,6
Lenne	1	-	21	22	0,2	676	32,5
Luerdissen	1	-	13	14	0,1	447	31,3
Stadtoldendorf, Stadt	9	9	289	307	3,1	5.430	56,5
Wangelstedt	-	-	11	11	0,1	617	17,8
Höxter, Stadt	22	30	2.486	2.538	26,0	30.991	81,9
sonstige Städte/ Gemeinden	21	17	886	924	9,5	./.	./.
Gesamt	231	182	9.347	9.760	100	./.	./.

¹ Kundenbindungsindex: befragte Kunden je 1.000 Einwohner

Quelle: BBE-Passantenbefragung im November 2012/ Kundenwohnorterhebung in 26 Innenstadtbetrieben im Januar 2013

Abbildung 8: Naheinzugsgebiet der Stadt Holzminden



Quelle: BBE-Darstellungen

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Holzminden

3.1 Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen

In der Stadt Holzminden sind insgesamt 203 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig, die insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 57.900 m² verfügen und einen Umsatz in Höhe von ca. 156,0 Mio. € erwirtschaften.

Abbildung 9: Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen

Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %
Kernstadt Nord	169	83,3	49.740	85,9	133,6	85,7	9.826	49,0
davon : Innenstadt	92	45,3	16.430	28,4	39,9	25,6	--	--
GW Bülte	23	11,3	22.360	38,6	60,1	38,5	--	--
Kernstadt Süd	23	11,3	7.670	13,3	20,6	13,2	8.243	41,1
Solling-Ortschaften	11	5,4	490	0,8	1,8	1,1	1.971	9,9
Stadt Holzminden gesamt	203	100,0	57.900	100,0	156,0	100,0	20.040	100,0

Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen

Zur Bewertung kann man die Einzelhandelsverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl (ca. 20.040 Einwohner) beziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 2,9 m² je Einwohner. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von ca. 1,5 m² je Einwohner verzeichnet die Stadt Holzminden einen deutlich überdurchschnittlichen Flächenbesatz, der auf eine hohe übergemeindliche Versorgungsbedeutung hinweist. Bezogen auf die Einwohner im Naheinzugsgebiet⁵ (ca. 47.100 Einwohner) erzielt Holzminden einen leicht unterdurchschnittlichen Ausstattungswert (ca. 1,2 m² je Einwohner).

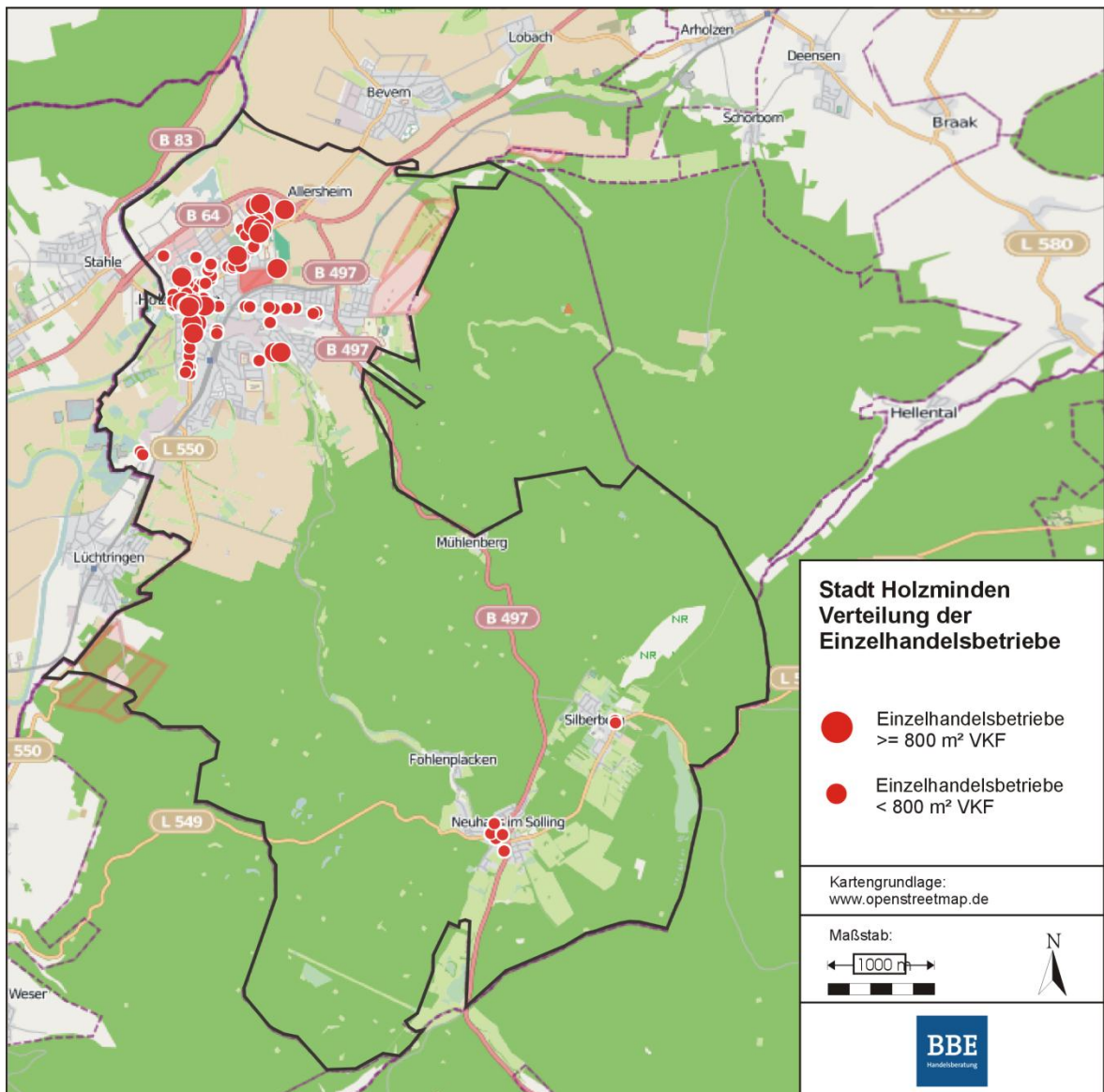
Der räumliche Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes mit deutlich über 80 % der Betriebe, der Verkaufsfläche und des Umsatzes bezieht sich auf die nördliche Kernstadt mit den Geschäftsbereichen der Innenstadt und des Gewerbegebietes Bülte. Darüber hinaus ist ein Streubesatz u. a. an der Allersheimer Straße vorhanden. In der südlichen Kernstadt sind dagegen nur gut 10 % der Einzelhandelsbetriebe mit ihrer Verkaufsfläche und dem Umsatz ansässig. Der Vergleich mit der Einwohnerzahl zeigt einen hohen Bedeutungsüberschuss der nördlichen Kernstadt als Einzelhandelsstandort.

⁵ Holzminden, Samtgemeinde Bevern, Samtgemeinde Boffzen (ohne Lauenförde), Brevörde, Heinsen, Pegestorf, Polle, Arholzen, Deensen, Dielmissen, Eschershausen, Heinade, Lenne, Luerdissen und Stadtoldendorf

Einzelhandelskonzept Holzminden

In den Solling-Ortschaften sind insgesamt nur 11 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 490 m² Verkaufsfläche ansässig, davon entfallen 9 Betriebe auf den Ortsteil Neuhaus und 2 Betriebe auf den Ortsteil Silberborn. Damit wird deutlich, dass nur eine ausschnittsweise Nahversorgung in den Solling-Ortschaften gegeben ist (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 10: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe



Quelle: BBE-Erhebungen

Einzelhandelskonzept Holzminden

Der Einzelhandelsbesatz umfasst 23 großflächige Betriebe ($> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit einer Verkaufsfläche von ca. 37.530 m^2 . In der Innenstadt sind 4 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 8.750 m^2 ansässig. Hierbei handelt es sich vor allem um Kauf- bzw. Warenhäuser sowie um Fachgeschäfte im Bereich Sport und Möbel/ Einrichtungsbedarf. In der Bülte beläuft sich die großflächige Einzelhandelsausstattung auf 8 Betriebe mit zusammen ca. 17.770 m^2 Verkaufsfläche. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei Lebensmitteln, Elektroartikeln, Bau- und Gartenbedarf sowie Möbeln und Einrichtungsbedarf. Im sonstigen Stadtgebiet sind 11 weitere großflächige Betriebe ansässig. Dabei handelt es sich vor allem um Lebensmittel- und Sonderpostenmärkte.

Für die Stadt Holzminden liegt der Verkaufsflächenanteil großflächiger Betriebe bei ca. 65 % und dokumentiert eine hohe Bedeutung der großen Betriebe.⁶

3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Holzminden weist den verkaufsflächen- und umsatzbezogenen Schwerpunkt bei **Nahrungs- und Genussmitteln** auf (vgl. Abbildung 11). Prägend sind das Kaufland SB-Warenhaus in Verbindung mit dem Aldi Discountmarkt in der Bülte sowie die Lebensmittelmärkte Edeka / Aldi am Standort Fürstenbergstraße, Netto / Trinkgut Nordstraße, NP Böntalstraße, Lidl Allersheimer Straße und Netto Papiermühle. Darüber hinaus ist ein differenziertes Angebot im Lebensmittelhandwerk (Bäckereien/ Metzgereien) und im kleinteiligen Lebensmittel Einzelhandel (inkl. Getränkehandel) gegeben. In den Solling-Ortschaften ist nur in Neuhaus eine ausschnittsweise Lebensmittelgrundversorgung vorhanden, Silberborn verfügt über eine Bäckerei.

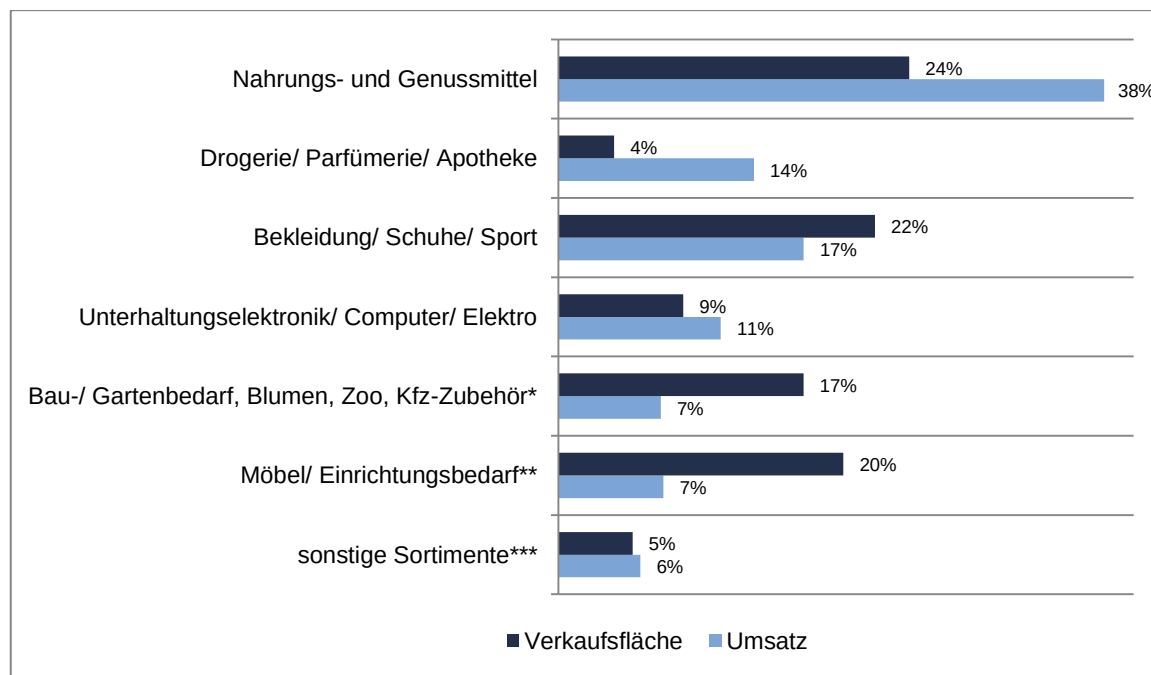
Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten/ -Geschäften liegt in der Stadt Holzminden mit rd. $0,61 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche je Einwohner deutlich über dem bundesdurchschnittlichen Niveau (ca. $0,41 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. Abbildung 12).⁷ Nach der geplanten Realisierung eines weiteren Lebensmittelsupermarktes an der Sollingstraße wird eine Ausstattungskennziffer von ca. $0,69 \text{ m}^2$ je Einwohner erzielt werden. Auch die Betrachtung der Vertriebstypen zeigt eine angemessene Betriebstypenvielfalt mit Lebensmittelvollsortimentern und einer differenzierten Discounterausstattung.

⁶ Zum Vergleich: In Gemeinden vergleichbarer Größe und Zentralität liegt der Verkaufsflächenanteil großflächiger Einzelhandelsbetriebe bei ca. 50 – 60 %.

⁷ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte

Einzelhandelskonzept Holzminden

Abbildung 11: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Holzminden im Überblick



* nur Verkauf von Kfz-Zubehör in Einzelhandelsbetrieben i.e.S. (nicht im Autohandel, Werkstätten und Tankstellen)

** Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Teppiche, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten und Lampen

*** Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen, Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck

Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen

Abbildung 12: Lebensmittelangebot der Stadt Holzminden nach Betriebsformen

Vertriebstypen	Stadt Holzminden (20.040 EW)		Bundesdurchschnitt (81.751.600 EW)	
	Verkaufsfläche in m²	Arealität in VKF m²/EW	Verkaufsfläche in Mio. m²	Arealität in VKF m²/EW
SB-Warenhäuser (> 5.000 m² VKF)	5.200	0,26	6,30	0,08
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m² VKF)	-	-	3,40	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m² VKF)	1.480 (2.930)	0,07 (0,15)	9,55	0,12
Discounter	5.370	0,27	11,70	0,14
sonstige LE-Geschäfte (SB-Läden, SB-Märkte)	290	0,01	2,90	0,03
Summe	12.340 (13.790)	0,61 (0,69)	33,85	0,41

Quelle: EHI Handelsdaten (Stand: 2010), BBE-Berechnungen, in Klammern: nach Realisierung des geplanten Rewe-Marktes an der Sollingstraße

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik sowie Pharmazie**. Der Drogeriebereich ist nach der Schließung der Schlecker- und Ihr Platz-

Einzelhandelskonzept Holzminden

Filialen nur noch durch zwei Rossmann Drogeriemärkte und die Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte ausgestattet. Die Apothekenausstattung ist mit 8 Betrieben im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt deutlich überdurchschnittlich.⁸

Eine hohe Verkaufsflächenausstattung ist im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** festzustellen. Als strukturprägende Betriebe fungieren das Modekaufhaus und das Sportgeschäft Schwager. Darüber hinaus zeichnet sich das Innenstadtangebot durch kleinere und mittlere Betriebe aus. Außerhalb der Innenstadt sind die Fachmarktanbieter Vögele, Takko, Bon Prix, SchuhPark und Deichmann ansässig.

Ein umfangreiches Fachmarktangebot ist bei **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikation** (vor allem Expert, MediaMarkt) gegeben. Daneben bestehen nur noch kleinere Spezialanbieter am Markt. Die durchschnittliche Umsatzleistung liegt mit ca. 3.500 € je m² Verkaufsfläche deutlich unter den deutschen Vergleichswerten (ca. 5.000 – 6.000 € je m²) und resultiert aus der hohen Verkaufsflächenausstattung.

Im Bereich **Möbel** ist ein Fachgeschäft in der Innenstadt ansässig, darüber hinaus prägen kleinere und mittlere Möbel- und Küchenanbieter das Angebot. Für den **sonstigen Einrichtungsbedarf** (u. a. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren sowie Lampen, Leuchten) sind einerseits die innerstädtischen Anbieter, vor allem im Bereich Glas, Porzellan, Keramik sowie Haustextilien, und andererseits die Fachmarktangebote außerhalb von Bedeutung. Darüber hinaus besteht in diesem Segment das ausschnittsweise, wöchentlich wechselnde Angebot der Lebensmitteldiscountmärkte sowie das ebenfalls begrenzte Angebot der Sonderpostenmärkte.

Im **Bau- und Gartenbedarf** sind ca. 17 % der Flächenausstattung zu verzeichnen (inkl. Blumen, Tierbedarf und Kfz-Zubehör). Die Umsatzleistung beläuft sich auf ca. 7 % des Einzelhandelsumsatzes, so dass eine im Vergleich der Sortimente relativ geringe Flächenleistung zu erkennen ist. Das Angebot wird vor allem durch einen kleineren Praktiker Baumarkt und zwei Gartencenter/Gärtnereien sowie kleinteiligen Fachmarkt-/ Fachhandelsbetrieben bei Blumen und Kfz-Zubehör dargestellt. Damit besteht im Bau- und Heimwerkerbedarf eine relativ geringe Einzelhandelsausstattung.⁹ Es bestehen Planüberlegungen, einen weiteren Bau- und Gartenmarkt im Gewerbegebiet Bülte anzusiedeln.

⁸ In der Stadt Holzminden liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke auf 2.500 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 3.800 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2011).

⁹ Im Landesdurchschnitt von Niedersachsen liegt die Bevölkerungsdichte bei ca. 3,9 Einwohner je m² Baumarkt-Verkaufsfläche (Quelle: EHI, Zahl der Einwohner je m² Verkaufsfläche im deutschen Do-it-Yourself-Markt im Jahre 2011). Unter Zugrundelegung der Holzmindener Einwohnerzahl wird in Holzminden aktuell dieser Durchschnittswert erreicht. Legt man jedoch das zu versorgende Naheinzugsgebiet des Mittelzentrums zugrunde, so ist der Dichtewert mit ca. 9,3 Einwohner je m² Verkaufsfläche deutlich unterdurchschnittlich.

Einzelhandelskonzept Holzminden

In den **sonstigen Sortimenten** ist eine vergleichsweise umfangreiche Einzelhandelsausstattung vorhanden, die die sich vor allem auf die Angebotssegmente Spielwaren, Bücher und Schreibwaren sowie Optik bezieht. Bei Uhren, Schmuck bezieht sich das kleinteilige Angebot auf Traditionsbetriebe.

Abbildung 13: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Holzminden nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	13.950	24,1	59,2	37,9
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1.830	3,2	8,0	5,1
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	390	0,7	13,3	8,5
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	1.030	1,8	3,2	2,1
Bekleidung	8.400	14,5	19,2	12,3
Schuhe, Lederwaren	2.000	3,4	3,8	2,4
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör*	5.080	8,8	6,7	4,3
Pflanzen, Gartenbedarf, Blumen	3.140	5,4	2,2	1,4
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.530	2,6	2,2	1,4
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	3.760	6,5	3,2	2,1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen	1.110	1,9	2,2	1,4
Sportartikel, Camping, Fahrräder	2.330	4,0	4,1	2,6
Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren, Lampen, Leuchten	1.750	3,0	2,8	1,9
Möbel	5.820	10,1	4,8	3,1
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte	4.970	8,6	17,6	11,3
Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	810	1,4	3,5	2,2
Gesamt	57.900	100,0	156,0	100,0

* nur Verkauf von Kfz-Zubehör in Einzelhandelsbetrieben i.e.S. (nicht im Autohandel, Werkstätten und Tankstellen)
Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

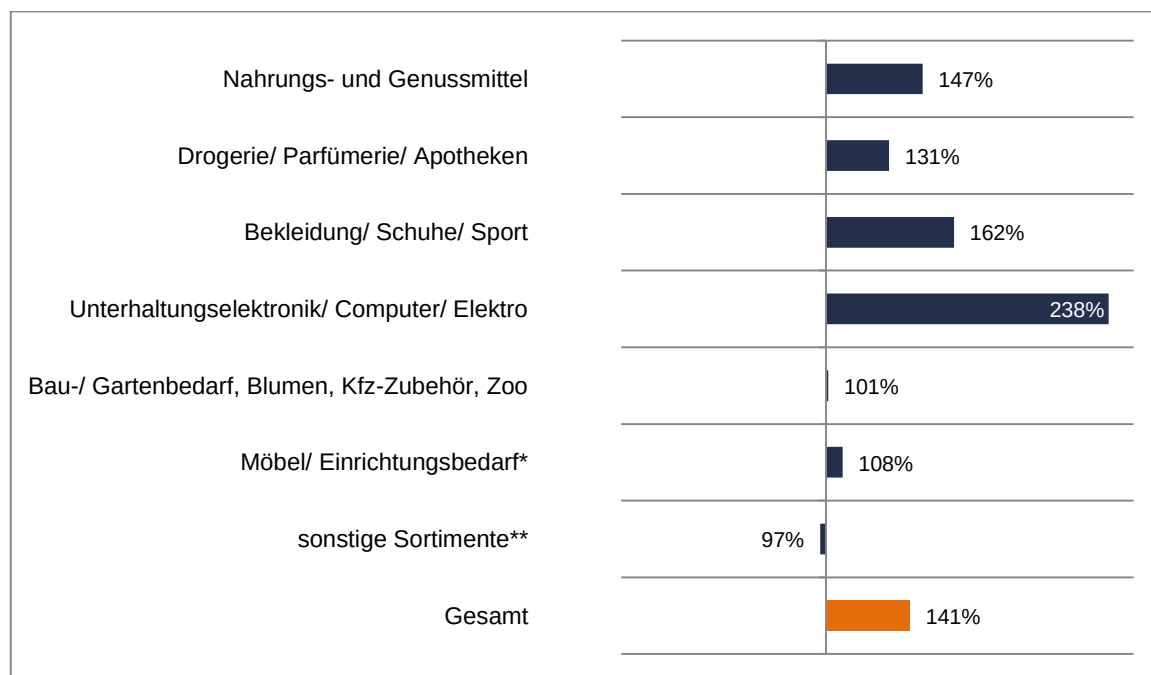
Zusammenfassend kann das Einzelhandelsangebot der Stadt Holzminden die Versorgung der Bevölkerung in der Stadt und im Umland sicherstellen. Eine hohe Einzelhandelsausstattung ist im Bereich Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Nahrungs- und Genussmittel sowie Apotheken festzustellen. Dagegen besteht ein relativ geringes Einzelhandelsangebot in den Bereichen Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel. Die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes wird zu einer deutlichen Verbesserung der Nahversorgung in der östlichen Kernstadt beitragen. Auch die projektierte Ansiedlung eines weiteren Bau- und Gartenmarktes ist als bedarfsgerecht zu bewerten.

3.3 Einzelhandelszentralität

Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten, die auch Aussagen zur Versorgungsbedeutung des Einzelhandels zulässt. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des ansässigen Einzelhandels und dem örtlichen Kaufkraftpotenzial dar. Für die Stadt Holzminden liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 141 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz ca. 41 %-Punkte über dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo ca. 45 Mio. € Kaufkraft aus dem Umland in die Stadt Holzminden fließen.¹⁰

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandels in der Stadt Holzminden in Verbindung mit der regionalen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 14 und Abbildung 15).

Abbildung 14: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Teppiche, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten und Lampen

** Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen, Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck

Quelle: BBE-Berechnungen

¹⁰

Im Rahmen des Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel im erweiterten Wirtschaftsraum Hannover, Aktualisierung und Fortschreibung 2012, wurde für die Stadt Holzminden eine Einzelhandelszentralität von 143 % und ein Kaufkraftsaldo von ca. 45,7 Mio. € ermittelt, so dass die Werte innerhalb der Erhebungstoleranz vergleichbar sind. Auch die Verkaufsflächenausstattung von 2,65 m² je Einwohner liegt nur geringfügig unter den aktuell erhobenen Werten.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Holzminden übernimmt in fast allen Sortimenten eine ergänzende Versorgung der Bevölkerung im ländlich strukturierten Umland. Einzig im Bereich Bau- und Gartenbedarf kann aktuell keine angemessene Versorgung der Stadt- und Umlandbevölkerung sichergestellt werden, so dass die projektierte Ansiedlung eines weiteren Bau- und Gartenmarktes der Verbesserung der mittelzentralen Versorgung dienen wird.

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel dokumentiert die Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 147 % eine in der Gesamtbetrachtung angemessene Nahversorgung der Bevölkerung und eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung vor allem des SB-Warenhauses. Auch im Bereich des Drogerie- und Parfümeriebedarfs wird - trotz der Schließung von Fachmärkten im vergangenen Jahr - eine hohe Versorgung (Umsatz-Kaufkraft-Relation) durch die ansässigen Fachanbieter sowie die Fachabteilungen der Lebensmittelmärkte sichergestellt.

Eine hohe übergemeindliche Ausstrahlungskraft kann das Angebot im Bereich Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik entfalten (Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 238 %). Auch bei Bekleidung, Schuhen und Sport besteht mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 162 % eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung.

Abbildung 15: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo

Sortimente	Kaufkraft-potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	Kaufkraft-Saldo in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	40,2	59,2	147	19,0
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	4,8	8,0	167	3,2
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	11,5	13,3	116	1,8
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	3,8	3,2	84	-0,6
Bekleidung	11,5	19,2	167	7,7
Schuhe, Lederwaren	2,5	3,8	152	1,3
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	6,9	6,7	97	-0,2
Pflanzen, Gartenbedarf, Blumen	3,2	2,2	69	-1,0
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	0,9	2,2	244	1,3
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	1,5	3,2	213	1,7
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen	2,3	2,2	96	-0,1
Sportartikel, Camping, Fahrräder	2,7	4,1	152	1,4
Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren, Lampen, Leuchten	2,9	2,8	97	-0,1
Möbel	5,6	4,8	86	-0,8
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte	7,4	17,6	238	10,2
Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	3,1	3,5	113	0,4
Gesamt	110,8	156,0	141	45,2

Quelle: BBE-Berechnungen

Einzelhandelskonzept Holzminden

Für den Möbel- und Einrichtungsbedarf ist angesichts der regionalen Wettbewerbssituation nur eine begrenzte Versorgungsbedeutung gegeben. Auch in den sonstigen Sortimenten sind starke Wettbewerbsbezüge ablesbar, so dass sich Kaufkraftabflüsse und –Zuflüsse weitgehend die Waage halten. Im Bereich Bücher und Spielwaren sind dabei vor allem die Wettbewerbswirkungen mit dem Internethandel zu benennen.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Stadt Holzminden als Mittelzentrum eine angemessene Einzelhandelsversorgung bereitstellt. Angebotsergänzungen sind vor allem in einer flächendeckende Nahversorgung und im Bereich Bau- und Gartenbedarf wünschenswert. Zur Weiterentwicklung der Innenstadt ist insbesondere eine Stärkung der Angebotssegmente Bekleidung und Schuhe durch ergänzende Angebotsformate notwendig. Für den Möbel- und Einrichtungsbedarf ist vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation nur im spezialisierten Angebotssegment eine Entwicklungsfähigkeit ablesbar.

3.4 Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2004 - 2012

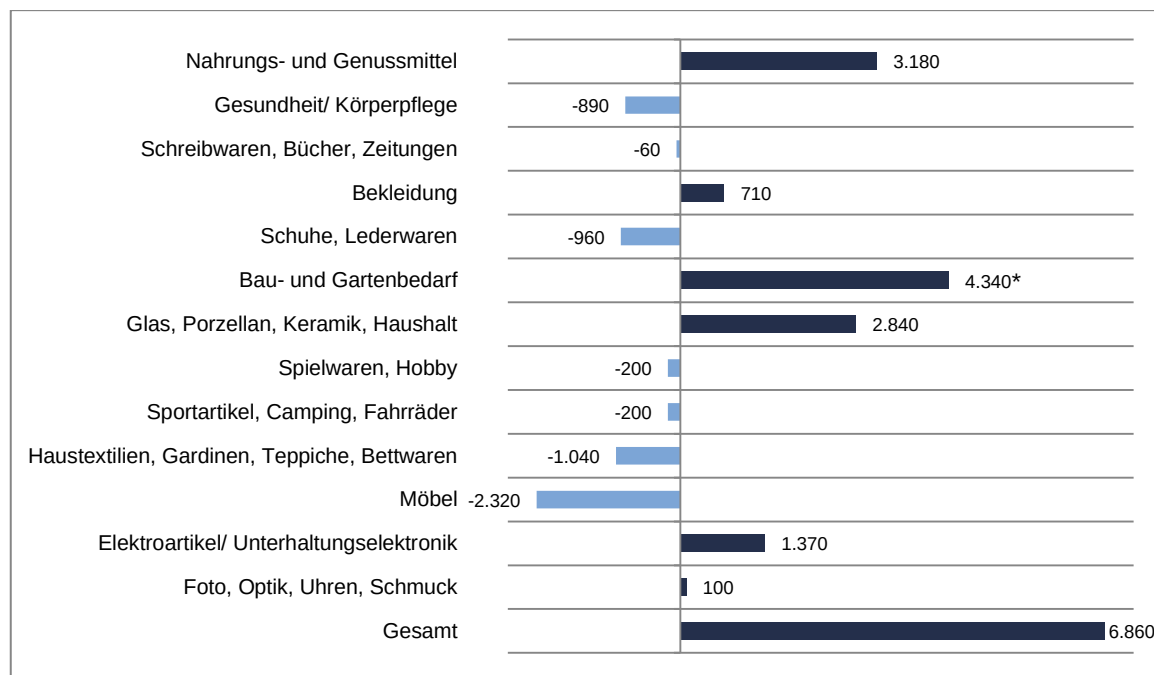
Eine positive Verkaufsflächenentwicklung ist vor allem für die Bereiche Nahrungs- und Genussmittel, Bau- und Gartenbedarf, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsartikel sowie Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik festzustellen, die aus Einzelhandelsansiedlungen resultiert (u. a. Edeka, Netto, MediaMarkt). Im Bau- und Gartenbedarf dürften die Verkaufsflächenentwicklungen auf eine abweichende Bewertung von (Frei-)Verkaufsflächen bei Baustoffhändlern und Gärtnereien zurückzuführen sein. Im Angebotssegment Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsartikel entfällt ein Großteil der Verkaufsflächen auf die Randsortimente von Fachmärkten und auf Sonderpostenmärkte.

Im Lebensmitteleinzelhandel konnte durch Ansiedlung zusätzlicher SB-Märkte eine Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung eingeleitet werden. Die Ansiedlung des MediaMarktes im Segment Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik hat per Saldo zu einer Verkaufsflächensteigerung geführt, gleichzeitig sind Betriebsschließungen (u. a. Quelle, EP Fries) festzustellen.

Im Bekleidungsbereich resultiert die Verkaufsflächenergänzung im Wesentlichen aus den gestiegenen betrieblichen Flächenansprüchen, ohne dass dadurch neue Angebotsschwerpunkte gebildet werden konnten.

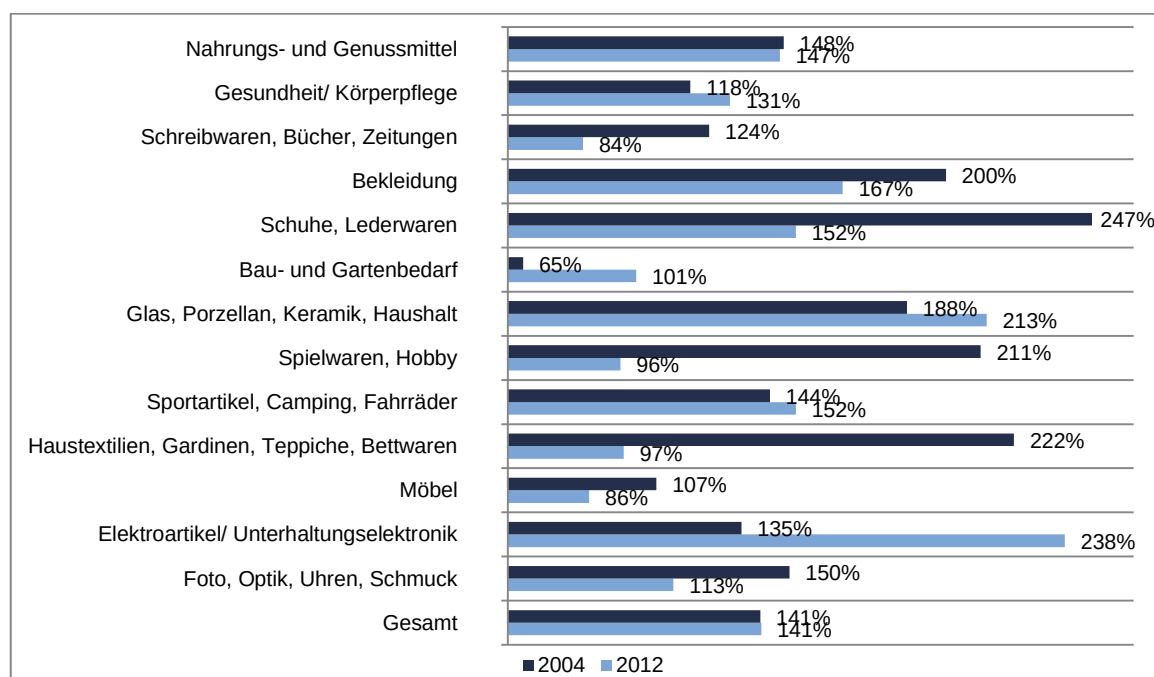
Eine negative Verkaufsflächenentwicklung ist vor allem im Möbel- und sonstigen Einrichtungsbedarf eingetreten (u. a. Schließung Möbel Fricke). Im Bereich Gesundheits- und Körperpflege zeichnet sich die Schließung der Schlecker- und Ihr Platz-Filialen in der negativen Flächenentwicklung ab. Darüber hinaus sind Flächenrückgänge vor allem in den Angebotssegmenten Schuhe/ Lederwaren durch Betriebsschließungen zu verzeichnen. Im Hobbybereich ist die Schließung eines Musikalienhandels eingetreten.

Abbildung 16: Verkaufsflächenentwicklung 2004 - 2012



* Verkaufsflächenentwicklungen ist auf eine abweichende Bewertung von (Frei-)Verkaufsflächen bei Baustoffhändlern und Gärtnereien zurückzuführen, die im Rahmen des vorliegenden Konzeptes vollständig einfließen.
 Quelle: Eigene Berechnungen und CIMA-Erhebung 2004

Abbildung 17: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Vergleich 2004 - 2012



Quelle: Eigene Berechnungen und CIMA-Daten 2004

Einzelhandelskonzept Holzminden

Die Entwicklung der Umsatz-Kaufkraft-Relation im Zeitraum zwischen 2004 und 2012 verdeutlicht, dass insgesamt die Versorgungsbedeutung des Mittelzentrums relativ stabil ist. Insbesondere in den Sortimenten Bücher/ Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Einrichtungsbedarf sowie Foto/ Optik/ Uhren/ Schmuck sind jedoch deutliche Rückgänge in der Kaufkraftbindung zu verzeichnen. Dagegen konnte vor allem bei Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik eine erhebliche Ausweitung der Ausstrahlung erreicht werden.

Damit ist es zusammenfassend durch die Ansiedlung von modernen Betriebstypen zwar gelungen, die Versorgungsfunktionen der Stadt Holzminden zu festigen, ein wesentlicher Ausbau des Angebots konnte jedoch nicht erreicht werden. Insbesondere in den zentrenrelevanten Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe bestehen nach wie vor Entwicklungspotenziale. Im Möbel- und Einrichtungssegment beschränkt sich das Einzelhandelsangebot auf relative kleine Betriebe, die sich im regionalen Wettbewerb mit großen Möbel- und Einrichtungshäusern befinden.

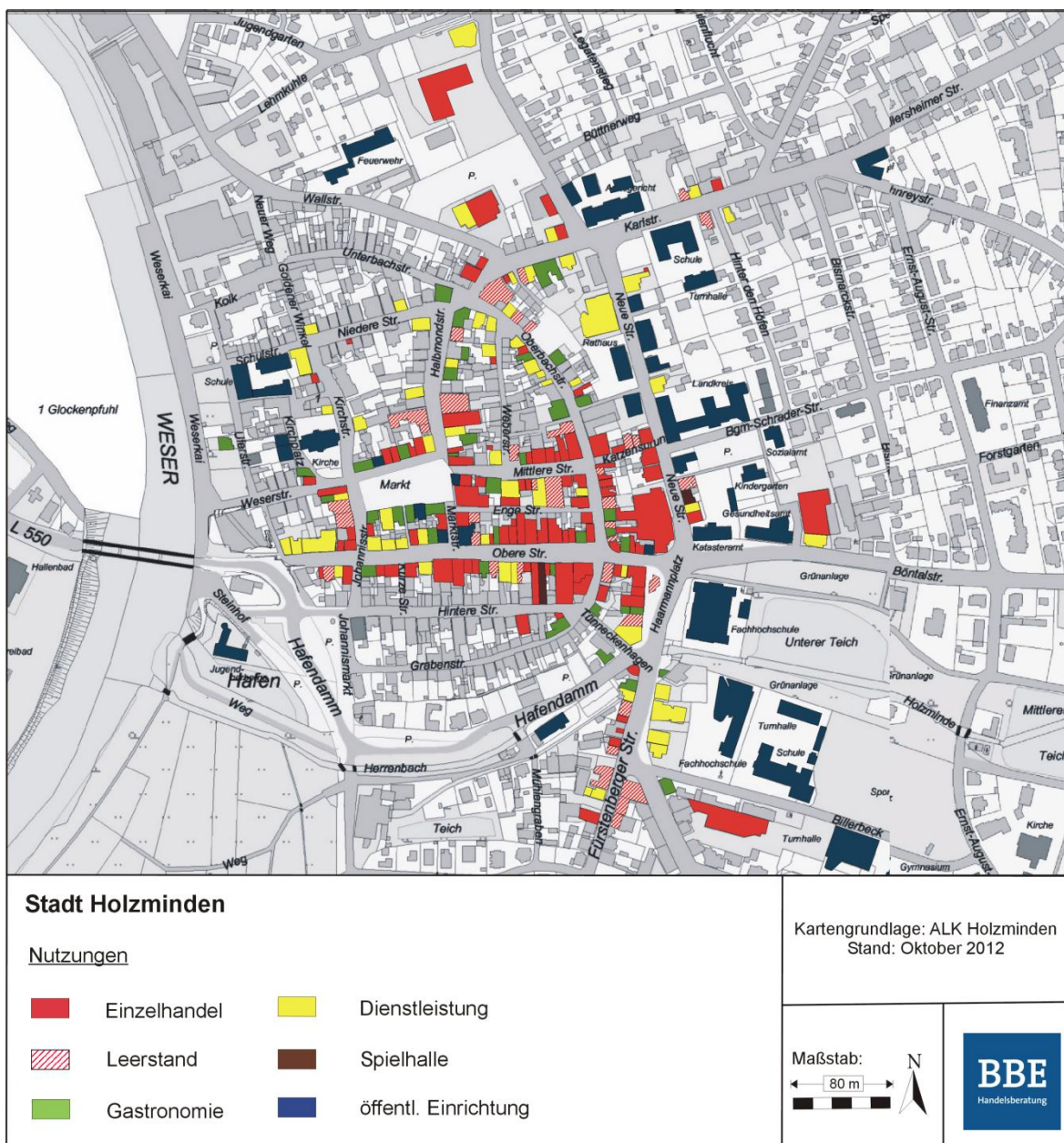
4 Standortanalyse der Innenstadt

4.1 Städtebauliche Situation

Die Innenstadt bildet innerhalb der Stadt Holzminden den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt mit einem differenzierten Besatz von Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur. Das Versorgungszentrum Innenstadt ist wie folgt zu charakterisieren (vgl. Abbildung 18):

- Als wesentliches Charakteristikum der Innenstadt ist eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen anzuführen. Die Nachbarschaft der Versorgungseinrichtungen führt zu Verbundeffekten bei Einkäufen und Erledigungen, so dass eine Agglomerationswirkung der verschiedenen Anbieter von Waren und Dienstleistungen vorliegt.
- Der Hauptgeschäftsbereich wird durch die Straßenzüge Obere Straße, Oberbachstraße, Mittlere Straße, Markt und Johannisstraße beschrieben. Darüber hinaus sind Einzelhandelsnutzungen im südlichen Abschnitt der Neuen Straße sowie am Haarmannplatz prägend.
- In der nördlichen Innenstadt, insbesondere in den Bereichen der nördlichen Oberbachstraße, der Halbmondstraße und der westlichen Karlstraße sind vor allem Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen vorhanden. Gleichzeitig sind hier verstärkt leerstehende Ladenlokale vorzufinden. Gleiches gilt auch für die nördliche Fürstenberger Straße, die aufgrund der Vielzahl der Leerstände nur noch eingeschränkt den Charakter einer Geschäftsnebenlage hat.
- Entlang der Achse Haarmannplatz/ Neue Straße konzentrieren sich in einer Innenstadtrandlage öffentliche Einrichtungen (u. a. Stadt- und Kreisverwaltung, Hochschule, Schule, Kindergarten, Gericht) sowie Dienstleistungen (u. a. Banken).
- Der Einzelhandelsbesatz umfasst überwiegend kleinere und mittlere Fachgeschäfte. Als Magnetbetriebe fungieren vor allem die im Bereich Obere Straße/ Oberbachstraße ansässigen großflächigen Betriebe Modekaufhaus Schwager, Kaufhaus Kösel und der Möbelanbieter Koschel sowie das Sportfachgeschäft Schwager am Markt. In der westlichen Innenstadt sind keine frequenzstarken Nutzungen vorhanden, so dass bereits im westlichen Abschnitt der Oberen Straße keine durchgehende Geschäftsnutzung vorhanden ist und Dienstleistungen prägend sind. Auch im Bereich Markt ist eine starke Durchmischung mit gastronomischen Betrieben gegeben.

Abbildung 18: Nutzungsstruktur in der Innenstadt Holzminden



Quelle: BBE-Erhebungen

Einzelhandelskonzept Holzminden

- Die bauliche Struktur ist durch eine verdichtete, kleinteilige Innenstadtbebauung geprägt, so dass sich relativ kleine Laden- und Gewerbeflächen im Erdgeschoss ergeben. Einzig im östlichen Bereich zwischen Oberbachstraße und Neue Straße sind in der Innenstadtrandlage größere Grundstücks- und damit Gebäudeeinheiten vorhanden.
- Das Geschäftszentrum weist in West-Ost-Richtung zwischen Johannisstraße und Neue Straße eine Längenausdehnung von ca. 300 m auf. Die Nord-Süd-Ausdehnung zwischen Markt bzw. Mittlere Straße und Obere Straße beträgt ca. 100 m. Damit zeichnet sich der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich durch eine hohe Kompaktheit aus, die im fußläufigen Einkaufsverkehr erlebbar ist.
- Zum Zeitpunkt der Vorort-Erfassung (Stand: Oktober 2012) wurden in der Innenstadt insgesamt 23 Ladenleerstände erfasst,¹¹ von denen sich 12 Ladenlokale im Hauptgeschäftsbereich befinden. Die hohe Leerstandsanzahl verdeutlicht, dass der Einzelhandelsstandort Innenstadt strukturelle Probleme aufweist, die in den vorgegebenen baulichen Altstadtstrukturen und dem Fehlen weiterer Magnetbetriebe begründet sind.
- Die Verkehrserschließung des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erfolgt über die Ringschließung Hafendamm/ Neue Straße, die die Anbindung an die wichtigen Zufahrtstraßen Nordstraße, Karlstraße/ Allersheimer Straße, Böntalstraße/ Sollingstraße und Fürstenberger Straße sicherstellt. Die Innenstadt ist in weiten Teilen als Fußgängerzone bzw. verkehrsberuhigter Bereich gestaltet, so dass im Hinblick auf die Aufenthaltsqualität gute Rahmenbedingungen bestehen.
- Für den Pkw-orientierten Kundenverkehr bestehen am Johannismarkt, Hafendamm sowie an der Nordstraße größere Stellplatzanlagen, die durch straßenflankierende Stellplatzangebote ergänzt werden. Insgesamt erscheint damit das Parkplatzangebot bedarfsgerecht, wenn auch in direkter räumlicher Zuordnung zur Hauptgeschäftszone nur ein sehr begrenztes Stellplatzangebot vorhanden ist.

Aufgrund der Konzentration der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe und ergänzender Dienstleistungseinrichtungen zeichnet sich die Innenstadt als wichtiger Versorgungsstandort der Stadt Holzminden aus, für den jedoch Strukturprobleme bestehen, so dass eine Verbesserung der Rahmenbedingungen zur Weiterentwicklung als Einzelhandelsstandort notwendig ist.

¹¹ Als Leerstände wurden freigesetzte Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

4.2 Einzelhandelsangebot

Die Innenstadt weist insgesamt 92 Einzelhandelsbetriebe (ca. 45 % der Stadt) mit einer Verkaufsfläche von ca. 16.430 m² (ca. 29 %) und einem Umsatzvolumen von ca. 39,9 Mio. € (ca. 26 %) auf (vgl. Abbildung 19).

Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 179 m² Verkaufsfläche je Betrieb relativ groß, dies resultiert jedoch aus den 4 großflächigen Betrieben, auf die gut die Hälfte der innerörtlichen Verkaufsflächen und ca. 44 % des Umsatzes entfallen. Damit fungieren insbesondere die Kaufhäuser Schwager und Kösel sowie das Sportfachgeschäft Schwager als wichtige Magnetbetriebe für die benachbarten kleineren Fachgeschäfte.

Abbildung 19: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Stadt	in Mio. €	in % der Stadt
Nahrungs- und Genussmittel	910	6,5	5,5	9,3
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	430	23,5	2,2	27,5
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	-	-	-	-
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	500	48,5	1,7	53,1
Bekleidung	6.040	71,9	15,0	78,1
Schuhe, Lederwaren	1.050	52,5	2,4	63,2
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör, Pflanzen, Gartenbedarf, Blumen, Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	110	1,1	0,3	2,7
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	1.840	48,9	1,9	59,4
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen	900	81,1	1,8	81,8
Sportartikel, Camping, Fahrräder	920	56,4	2,5	69,4
Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren, Lampen, Leuchten	570	32,6	1,0	35,7
Möbel	2.190	37,6	2,3	47,9
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte	330	6,6	0,6	3,4
Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	640	79,0	2,7	77,1
Gesamt	16.430	28,7	39,9	25,6

Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren und Sport. Angebots-ergänzungen bestehen vor allem in den Segmenten Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsgegenstände, Möbel/ Einrichtungsbedarf, Bücher, Schreib- und Spielwaren, Drogerie- und Parfümerieartikel, Optik und Uhren/ Schmuck.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Dagegen ist das Lebensmittelangebot nur auf kleinteilige Betriebe (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Obst/ Gemüse und Feinkost) ausgerichtet. Auch im Bereich der Elektrowaren beschränkt sich das Angebot auf spezialisierte Betriebe (u. a. Telekommunikation, Computer).

Die Flächenleistung über alle Betriebe von ca. 2.400 € Umsatz je m² Verkaufsfläche (inkl. Lebensmittelbetriebe) ist als durchschnittlich zu bewerten und resultiert aus der Kombination von leistungsfähigen Magnetbetrieben, Ladenhandwerksbetrieben und zahlreichen kleinen, umsatzschwachen Betrieben.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass zur Weiterentwicklung der innerstädtischen Versorgungsfunktionen der Schwerpunkt auf die Stabilisierung der Innenstadt gelegt werden sollte, um durch Verbundeffekte mit neuen Betrieben die Sicherung der vorhandenen Strukturen zu gewährleisten.

5 Standortanalyse des Gewerbegebietes Bülte

5.1 Städtebauliche Situation

Hinsichtlich des einzelhandelsbezogenen Besatzes an Betrieben, Verkaufsflächen und Umsätzen übernimmt das Gewerbegebiet Bülte eine wichtige Ergänzungsfunktion zur Innenstadt. Neben dem Kaufland SB-Warenhaus stellen insbesondere die Fachmärkte im Sondergebiet Bülte eine bedarfsgerechte Versorgung für die Bevölkerung der Stadt und des Umlandes sicher. Diese Ergänzungsfunktion resultiert vor allem aus den städtebaulichen Rahmenbedingungen der Innenstadt (u. a. Flächenverfügbarkeit, Verkehrserschließung, Stellplätze), die eine Angebotsergänzung des Hauptgeschäftsbereiches mit den notwendigen Fachgeschäften/ -märkten erheblich einschränken.

Im Gewerbegebiet wurden in den letzten Jahren die Betriebe konzentriert, für die keine Entwicklungsflächen in der Innenstadt zur Verfügung standen.¹² Dabei sind neben den nicht-zentrenprägenden Angeboten (u. a. Möbel/ Einrichtungsbedarf, Bau- und Gartenbedarf) auch nahversorgungsbezogene Betriebe (Lebensmitteldiscountmarkt, Drogeriemarkt) und Betriebe mit zentrentypischen Sortimenten (u. a. Bekleidung, Schuhe) vorzufinden.

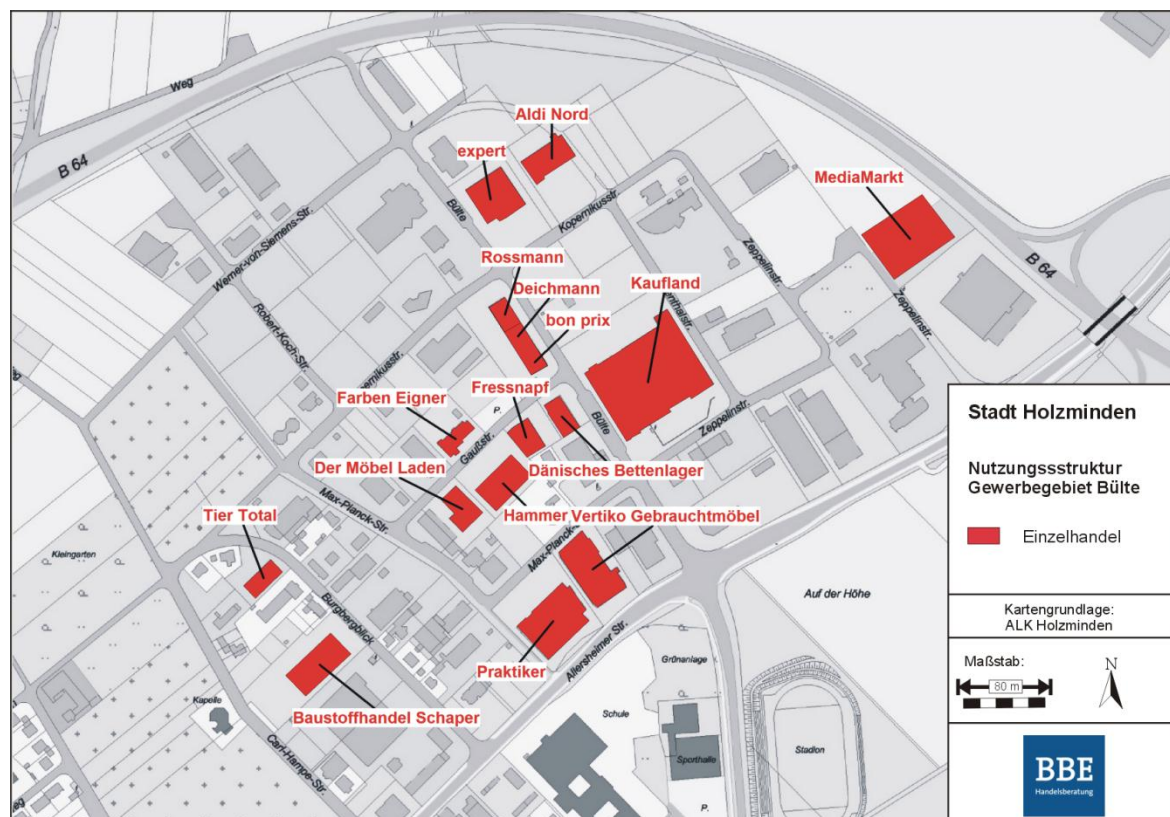
Die städtebaulichen Rahmenbedingungen der Bülte werden durch eine gewerblich geprägte Baustruktur mit überwiegend freistehenden Gebäuden bestimmt, dabei ist eine Einzelhandelskonzentration im östlichen Bereich Bülte/ Kopernikusstraße/ Zeppelinstraße/ Gaußstraße/ Max-Planck-Straße ablesbar.

Der nachfolgend definierte Ergänzungsbereich weist folgende Merkmale auf (vgl. Abbildung 20):

- Der Standortbereich Bülte wird im seinem östlichen Abschnitt durch eine Verdichtung von Einzelhandelsnutzungen markiert, so dass Verbundeffekte zwischen den Fachmärkten gegeben sind.
- Ergänzende publikumsintensive Nutzungen des privaten Dienstleistungsbereiches und öffentliche Einrichtungen fehlen jedoch weitgehend, so dass die Multifunktionalität eines zentralen Versorgungsbereiches nicht gegeben ist.
- Der Standortbereich ist als siedlungsstrukturell nicht-integriert zu bewerten, da er sich in einer Randlage zu den Siedlungsbereichen von Holzminden befindet.

¹² Vgl. hierzu auch den vom Rat der Stadt Holzminden beschlossenen Rahmenplan zur Einzelhandelsentwicklung im Bereich der Bülte, 2010

Abbildung 20: Nutzungsstruktur im Gewerbegebiet Bülte



Quelle: BBE-Erhebungen

- Der Geschäftsbereich erstreckt sich zwischen den Straßenzügen Allersheimer Straße im Süden, Max-Planck-Straße/ Robert-Koch-Straße im Westen sowie der Bundesstraße 64 im Norden und Osten. Er weist in Nord-Süd- und in West-Ost-Richtung eine Ausdehnung von jeweils ca. 700 m auf, so dass eine hohe Pkw-Orientierung des Geschäftsbereiches festzustellen ist.
- Die Verkehrserschließung für den motorisierten Individualverkehr wird über die Bundesstraße 64 im Norden und Osten sowie durch die Allersheimer Straße im Süden bzw. Westen sichergestellt. Darüber hinaus besteht eine Verkehrsanbindung an das Netz des öffentlichen Busverkehrs.

Zusammenfassend ist der Einzelhandelsstandort Gewerbegebiet Bülte als Ergänzungsstandort zu bewerten, der mit einer differenzierten Einzelhandelsstruktur eine wichtige Versorgungsfunktion für die örtliche Bevölkerung übernimmt und darüber hinaus auch einen erweiterten übergemeindlichen Einzugsbereich versorgt. Die in den letzten Jahren gewachsene Sonderfunktion des Einkaufsstandortes Bülte stellt ein wichtiges Komplementär zur Innenstadt dar, die keine ausreichenden Entwicklungsflächen zur angemessenen Ergänzung der Versorgungsausstattung aufweist. Die Einzel-

Einzelhandelskonzept Holzminden

handelsbetriebe in der Bülte entfalten dabei eine Ausstrahlungskraft, die der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Holzminden entspricht. Gleichwohl sind vor allem durch die zentrenrelevanten Fachmärkte Sortimentsüberschneidungen (u. a. Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe) mit der Innenstadt gegeben.

5.2 Einzelhandelsangebot

Das Gewerbegebiet Bülte weist insgesamt 23 Einzelhandelsbetriebe (ca. 11 % der Stadt) mit einer Verkaufsfläche von ca. 22.360 m² (ca. 39 %) und einem Umsatzvolumen von ca. 60,1 Mio. € (ca. 39 %) auf (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Gewerbegebiet Bülte

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Stadt	in Mio. €	in % der Stadt
Nahrungs- und Genussmittel	4.940	35,4	23,6	39,9
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik, Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	970	43,7	5,7	26,8
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	240	23,3	0,5	15,6
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	1.170	11,3	2,2	9,6
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	4.220	83,1	5,3	79,1
Pflanzen, Gartenbedarf, Blumen	810	25,8	0,8	36,4
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.200	78,4	1,6	72,7
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	550	14,6	0,5	15,6
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen, Sportartikel, Camping, Fahrräder	150	5,5	0,3	5,2
Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren, Lampen, Leuchten	1.020	58,3	1,6	57,1
Möbel	2.900	49,8	1,4	26,4
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte	4.040	81,3	15,9	90,3
Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	150	18,5	0,7	20,0
Gesamt	22.360	39,1	60,1	38,5

Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen

Neben den großflächigen nicht-zentrentypischen Angeboten (Tierfachmärkte, Praktiker Bau- und Gartenmarkt, Hammer und sonstige Möbel- und Einrichtungsmärkte), den Elektrofachmärkten Expert und MediaMarkt stehen die Nahversorgung (vor allem Kaufland, Aldi, Rossmann Drogeriemarkt und ergänzender kleinteiliger Lebensmitteleinzelhandel) sowie zentrentypische Sortimente

Einzelhandelskonzept Holzminden

(Bekleidung, Schuhe) im Vordergrund. Aufgrund der Angebotsvielfalt kann der Einzelhandelsstandort eine starke regionale Ausstrahlungskraft entfalten.

Die rechnerische Betriebsgröße liegt mit ca. 972 m² je Betrieb deutlich über dem Durchschnitt der Stadt Holzminden und verdeutlicht die Angebotsdominanz der Fachmärkte. Damit ist das Gewerbegebiet Bülte faktisch als Ergänzungsstandort zum zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt mit hoher Angebotsvielfalt zu charakterisieren, der eine Nahversorgungsfunktion erfüllt und darüber hinaus eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung in den Sortimenten Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Bau-, Garten- und Tierbedarf sowie Möbel/ Einrichtungsbedarf besitzt.

Die relativ hohe Flächenleistung resultiert aus dem Besatz mit umsatzstarken Sortimenten (vor allem Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege sowie Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik).

6 Wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Holzminden

Als wohnungsnahe Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (im fußläufigen Radius von ca. 700 – 1.000 m) erfolgen soll.

Die Verkaufsflächenausstattung (Arealitätsziffer bei Lebensmittel-SB-Märkten von ca. 0,61 m² je Einwohner im Vergleich zum deutschen Durchschnittswert von ca. 0,41 m² je Einwohner) und die Umsatz-Kaufkraftrelation (Nahrungs- und Genussmittel ca. 147 %) zeigen auf, dass die Nahversorgungsausstattung in der Stadt Holzminden gesamtstädtisch eine bedarfsgerechte Versorgung sicherstellt und eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung entfalten kann.

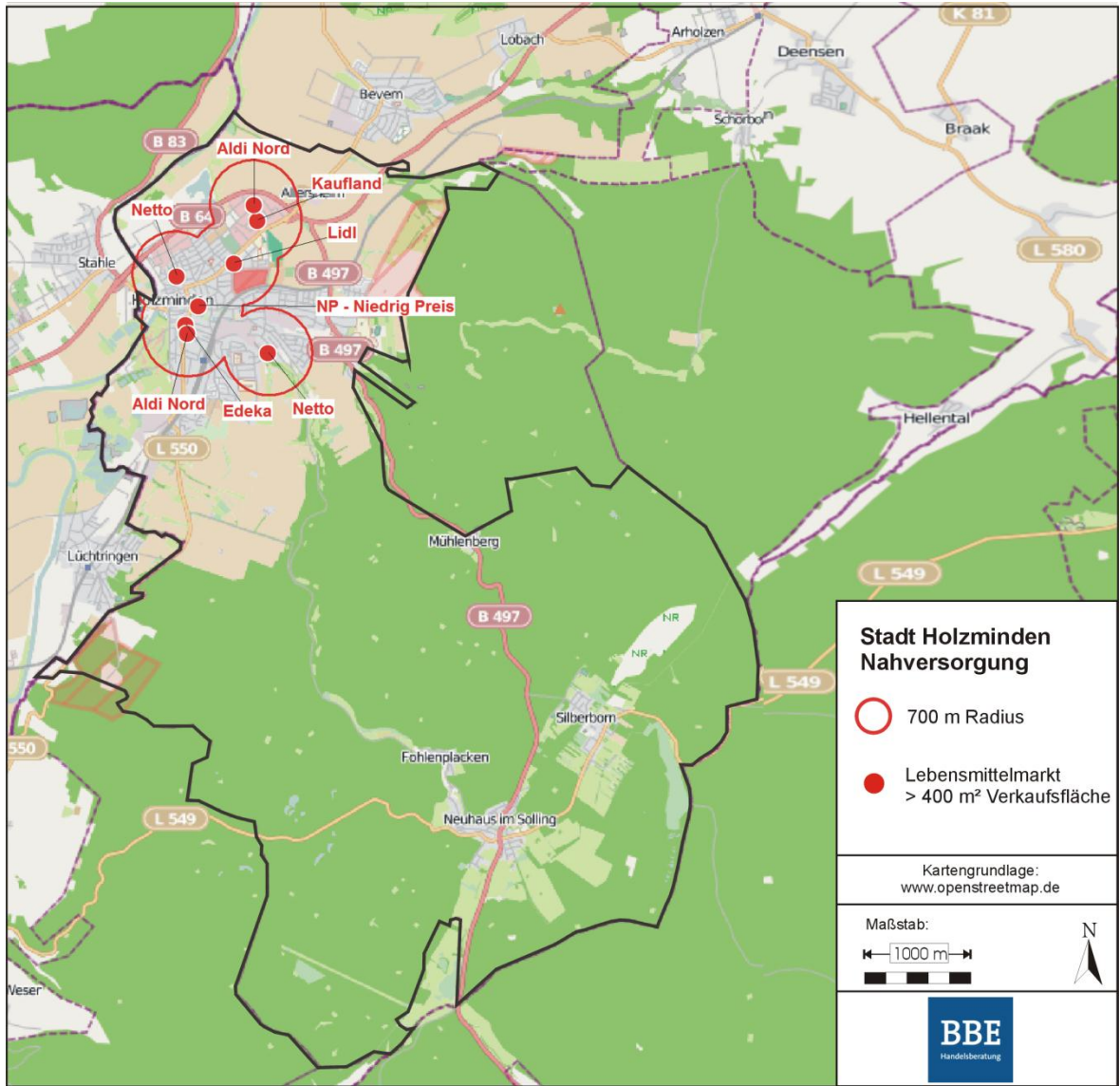
Innerhalb der Kernstadt übernehmen die Lebensmittelanbieter im Gewerbegebiet Bülte wichtige Versorgungsfunktionen. Darüber hinaus zeigt sich eine ergänzende flächendeckende Nahversorgungsausstattung (vgl. Abbildung 22). Durch die geplante Ansiedlung eines weiteren Supermarktes an der Sollingstraße wird auch für das östliche Kernstadtgebiet die Nahversorgung verbessert. In der Innenstadt ist kein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhanden, da vor allem Flächen fehlen, die den Ansprüchen größerer Lebensmittelmärkte entsprechen.

Im Ortskern Neuhaus sind ein Lebensmittelgeschäft (Blau/gelb Frischmarkt), eine Bäckerei, ein Getränkehandel, eine Tankstelle und ein Kiosk ansässig, so dass eine ausschnittsweise Lebensmittelgrundversorgung gegeben ist. In Silberborn ist eine Bäckerei ansässig und in Mühlenberg besteht keine Nahversorgung, so dass in den Solling-Ortschaften auch für die Nahversorgung eine hohe Ausrichtung auf die Kernstadt von Holzminden bzw. wegen der Pendlerverflechtungen ggf. auf sonstige Einkaufsstädte im Umland besteht.

Für eine Lebensmittelvollversorgung sind größere SB-Märkte erforderlich, die jedoch für die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein Kundeneinzugsgebiet von mindestens 5.000 Einwohnern benötigen. Aufgrund der vergleichsweise geringeren Einwohnerzahlen der peripheren Siedlungsbereiche ist damit keine flächendeckende Nahversorgung in allen Ortsteilen durch größere Lebensmittel-SB-Märkte möglich. Vielmehr ist auch zukünftig eine Konzentration auf zentrale Nahversorgungsstandorte in der Kernstadt Holzminden sinnvoll, um durch Verbundeffekte eine angemessene Versorgungsqualität für die örtliche Bevölkerung sicherzustellen.

Für die sonstigen Ortsteile ist ein Erhalt der kleinteiligen Versorgungsstrukturen wünschenswert. Ein Ausbau des stationären Handels ist jedoch angesichts der Siedlungsstrukturen als wirtschaftlich nicht rentabel zu bewerten.

Abbildung 22: Nahversorgung in der Stadt Holzminden



Quelle: BBE-Erhebungen

7 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Schlussfolgerungen für die Konzeptentwicklung

Die Stadt Holzminden weist eine Einzelhandelsausstattung auf, die den mittelzentralen Versorgungsfunktionen weitgehend entspricht. Leitfunktionen übernimmt die Innenstadt. Hier konzentrieren sich vor allem zentrenprägende Angebote im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport sowie kleinteilige ergänzende Sortimente (Parfümeriewaren, Bücher, Schreibwaren- und Spielwaren, GPK/ Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien sowie Optik, Uhren und Schmuck), so dass die Innenstadt der Mittelpunktfunktion innerhalb der Stadt gerecht wird.

Das Gewerbegebiet Bülte ist vor allem durch Fachmärkte geprägt, die eine Ergänzung zur innerstädtischen Einzelhandelsangebot herstellen, ohne dass eine räumliche Verbindung besteht. Es handelt sich vielmehr um einen räumlich isolierten Ergänzungsstandort, der Versorgungsfunktionen bei nahversorgungsbezogenen Angeboten, bei Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Bekleidung, Schuhe, Möbeln/ Einrichtungsbedarf sowie bei Bau-, Garten- und Tierbedarf sicherstellt. Dabei können die Anbieter eine hohe regionale Ausstrahlung entfalten. Das Ziel des Rahmenplanes Bülte der Stadt Holzminden ist die Weiterentwicklung als Standort für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel, wobei die Ansiedlung/ Weiterentwicklung des großflächigen Einzelhandels auf den Teilbereich zwischen den Straßenzügen Bülte, Zeppelinstraße und B 64 beschränkt wird.

Die Nahversorgung wird durch Anbieter an wohnungsnahen Standorten ergänzt, so dass nach Realisierung des geplanten Supermarktes an der Sollingstraße eine flächendeckende Nahversorgung in der Kernstadt gegeben sein wird. Die Solling-Ortschaften verfügen nur über eine ausschnittweise wohnungsnaher Versorgung, für die aufgrund des Einwohnerpotenzials auch nur begrenzte Entwicklungspotenziale bestehen.

Die Ausstattungskennziffern und die Kaufkraftbewegungen lassen eine bedarfsgerechte Einzelhandelsversorgung der Stadt ohne größere Angebotsdefizite erkennen. Insbesondere das Gewerbegebiet Bülte kann eine übergemeindliche Ausstrahlung entfalten. Zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort ist eine Ergänzung des zentrumstypischen Angebotes u. a. um namhafte Bekleidungs- und Schuhanbieter notwendig.

Dies sollte mit einem Ausschluss von Betrieben mit zentrentypischen Kernsortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt, auch am Ergänzungsstandort Bülte, einhergehen, um durch die Vorrangstellung der Innenstadt eine innerstädtische Entwicklung zu unterstützen.

Die Entwicklungsperspektiven des Gewerbegebietes Bülte liegen vor allem in einer Bestandssicherung der Versorgungsstrukturen und einer Weiterentwicklung durch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Angeboten. Insbesondere im Bereich des Bau- und Gartenbedarfs ist kein bedarfsgerechtes Angebot vorhanden. Im Segment Möbel/ Einrichtungsbedarf sind unter Beachtung der regiona-

Einzelhandelskonzept Holzminden

len Wettbewerbssituation begrenzte Ergänzungen im Bereich der spezialisierten Angebotsbereichen möglich.

Damit verfügt die Stadt Holzminden mit der Innenstadt und dem Ergänzungsbereich Bülte über zwei sich gegenseitig ergänzende Versorgungsbereiche, auf die die Einzelhandelsentwicklung im Wesentlichen konzentriert werden soll.

8 Perspektiven für die Einzelhandelsentwicklung

8.1 Konsumtrends in der Gesellschaft

Nicht nur die Bevölkerung, ihre soziodemographische Struktur und die Höhe der für Konsumzwecke verfügbaren Kaufkraft haben maßgeblichen Einfluss auf die weitere Entwicklung der Versorgungsstrukturen. Auch die Präferenzen und Gewohnheiten beim Einkauf werden die räumliche Verteilung, die Sortimentsgestaltung und damit letztlich die unterschiedlichen Vertriebsformen weiterhin einem stetigen Wandel unterwerfen. So sollen zunächst wesentliche Verbrauchertrends aufgezeigt werden.

„Smart-Shoppen“: Discount und Luxus sind kein Widerspruch mehr

Grundbedürfnisse sollen effizient und preisgünstig erfüllt werden, das gesparte Geld kann für „Luxusartikel“ ausgegeben werden. Aber auch in diesem Segment muss das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen. Traditionelle Verhaltensmuster verschwinden, indem der Konsument ständig in andere Identitäten schlüpft und einerseits Sonderangebote, andererseits Erlebnis, Freundlichkeit und Bequemlichkeit sucht. Für Marken wird nicht automatisch mehr ausgegeben. Hinzu kommt, dass nur rd. 40 % der Haushalte so kaufkraftstark sind, dass sie ihre Konsumwünsche weitgehend erfüllen können, der größere Anteil der Bevölkerung muss sich zwangsläufig zurückhalten.

Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode

Viele Verbraucher machen aus der Not eine Tugend: Lifestyle zeigt sich für sie nicht mehr durch regelmäßigen Kauf von modischer Kleidung, Schuhen oder persönlichen Accessoires. Stattdessen wird die Nachfrage immer mehr von einem Wunsch nach Individualität bestimmt. Stil ist gefragt, nicht rastloser Konsum.

Gesundheitsorientierung

Gesundes Essen wird Vielen immer wichtiger. Rauchen verliert an Bedeutung. Gesundheit und Genuss sind längst kein Widerspruch mehr, immer mehr Menschen wollen ihr Wohlbefinden gezielt durch bewusstes Einkaufen steigern. So werden Bio-Lebensmittel zum Massenmarkt, Essen „mit Herkunft“ und regionale Produkte sind zunehmend gefragt. „Glokalisierung“¹³ steht bei vielen für eine Neuorientierung und löst die manchem längst überdrüssige „Geiz-ist-geil“-Mentalität ab.

¹³ Begriffliche Synthese von Globalisierung und Lokalisierung, wobei beide Begriffe als einander ergänzende Prozesse zu verstehen sind. Im Zeitalter der Globalisierung von Arbeit, Wirtschaft und Lebensstil findet zunehmend auch eine Rückbesinnung auf regionale und lokale Traditionen und Werte statt.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Wellness und neue Besinnlichkeit

Es wird immer erstrebenswerter, Arbeit und Freizeit ins Gleichgewicht zu bringen. Der Rückzug ins Private ersetzt hektischen Konsum, stattdessen wird Zeit mit der Familie oder dem Lebenspartner verbracht. Aus kulturellem Interesse – aber auch dank der „Billigflieger“ und günstiger Pauschalangebote - werden mehr Städtereisen durchgeführt, „sanfte“ Sportarten wie Nordic Walking oder Wandern sowie Musik, Lesen und kreative Tätigkeiten bieten Entspannung. Langsamkeit und Authentizität sind gefragt. Dabei ist durchaus Eitelkeit im Spiel: „Selbstoptimierung“ durch gesunde Ernährung, „Selbstmedikation“, Sport, Entspannung und falls nötig plastische Chirurgie spielen vor allem für kaufkraftstarke Personen eine zunehmende Rolle.

Online leben

Immer mehr Haushalte sind ans Internet angeschlossen, immer leistungsfähigere Technik ermöglicht schnellen Informationsaustausch, Mediengenuss und nicht zuletzt Preisvergleiche und Online-Einkauf. Mobile Geräte und die ständige Verbindung zum Netz bestimmen den Alltag und verändern die Kommunikations- und Freizeitgewohnheiten nicht nur junger Menschen. Medienkompetenz entscheidet über Zukunftschancen: Während gut Ausgebildete von den faszinierenden Möglichkeiten profitieren, fallen „Computeranalphabeten“ und Kaufkraftschwache weiter zurück.

Neue Senioren

Es wird mehr ältere Menschen geben, ihr Einkaufsverhalten wird sich jedoch von dem „früherer Senioren“ unterscheiden: Sie wollen das Leben genießen, haben Ansprüche und stellen Sparen nicht mehr in den Mittelpunkt. Sie schätzen die Vielfalt, allerdings nur wenn sie mit persönlicher Ansprache durch das Personal einhergeht. Sie wollen, dass man sich Zeit für sie nimmt und erwarten Service. Viele sind bis ins hohe Alter mobil, an neuen Erfahrungen interessiert und kaufkraftstark. Auch als Singles wollen sie dabei nicht allein sein. So ist Wohnen in der Stadt zunehmend gefragt, dient Einkauf auch der Begegnung mit anderen Menschen und werden überschaubare Versorgungsstrukturen in Wohnortnähe bevorzugt.

8.2 Konsequenzen für den Einzelhandel in Deutschland

Unter Würdigung der skizzierten Trends sind folgende Entwicklung für die einzelnen Warengruppen bis zum Jahr 2020 zu erwarten:

- Der Einzelhandelsumsatz wird zwar ein leichtes nominales Wachstum erfahren, dagegen sind reale Zuwächse nur in begrenztem Maße und in einzelnen Sortimenten zu erwarten.
- Der „Food“-Bereich – Nahrungs- und Genussmittel sowie sonstiger kurzfristiger Haushaltsbedarf (Tiernahrung, Reinigungsmittel, Blumen) kann - gemessen am Einzelhandelsdurch-

Einzelhandelskonzept Holzminden

schnitt - trotz anhaltendem Preiswettbewerb leicht überdurchschnittlich wachsen. Die Konsumenten werden tendenziell gesünder/ besser essen – Bio-Produkte und Convenience-/ Out of Home-Angebote („Bequemlichkeitsgüter“ sind u. a. Fertiggerichte, verpackte/ tiefgekühlte Lebensmittel) bewirken vor allem ein qualitatives Wachstum, hingegen werden keine größeren Mengen nachgefragt.

- Eine tendenziell negative Entwicklung ist vor allem bei Bekleidung/ Wäsche und Schuhen zu erwarten. Dazu tragen ein rückläufiger Mengenverbrauch und der Trend zu preiswerter Bekleidung bei.
- Aufgrund einer steigenden Zahl von Haushalten kann das Segment Einrichtung/ Haushalt überdurchschnittlich wachsen (vor allem Möbel/ Einrichtung, Hausgeräte/ Beleuchtung inkl. sanitärer Haustechnik). Impulse gehen dabei von neuen Technologien und vom Trend zum Rückzug ins eigene Heim aus. Hausrat/ Eisenwaren und Heimtextilien werden dagegen nur unterdurchschnittlich zulegen.
- Allenfalls geringes Wachstum ist im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf bei anhaltend hartem Wettbewerb der großen Filialisten im Handel zu erwarten. Impulse kommen aber aus dem Freizeitbereich, auch wirken zunehmende Haushaltszahlen begünstigend.
- „Consumer Electronics“ zählen trotz anhaltend ruinöser Preiskämpfe nach wie vor zu den Wachstumssegmenten. Im Einzelnen fallen darunter klassische Unterhaltungselektronik, PC/ Zubehör und Telekommunikation, bespielte Bild- und Tonträger, PC- und Videospiele/ Software sowie aus dem Fotobereich Digitalkameras. Mit Blick auf die steigende Zahl von "Home Offices" wird voraussichtlich auch der Bürobedarf gute Zuwächse haben. Unterdurchschnittlich wird sich hingegen der Fotobereich entwickeln.
- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege, Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sport- und Spielwaren (inkl. elektronischen Spielwaren) werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment steigern können.
- Die Umsätze im Distanzhandel werden durch den eCommerce dynamisch anziehen. Für das Jahr 2012 wird ein Umsatz in diesem Segment von 36,5 Mrd. prognostiziert. Dabei liegt der Online-Anteil für die Buchbranche und den Handel mit Computern und Computerzubehör mit ca. 20 % am höchsten. Weitere starke Bereiche sind Elektronik/ Elektroartikel sowie Bekleidung und Schuhe mit ca. 12 % Online-Anteil. Ein besonders starkes Wachstum wird bei Uhren/ Schmuck erwartet (aktuell ca. 8% Online-Anteil). Schlusslichter sind zur Zeit die Bereiche Möbel/ Einrichtungsbedarf sowie Heimwerker- und Gartenbedarf und mit Online-Anteilen von ca. 4 % bzw. 2 %.

8.3 Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung in der Stadt Holzminden

Unter Berücksichtigung der Einzelhandelsentwicklung der Stadt Holzminden, der regionalen Wettbewerbssituation, einer Einwohnerentwicklung in der Region und der allgemeinen Marktentwicklung des Einzelhandels in Deutschland werden vor allem für folgende Sortimente Verkaufsflächenergänzungen in der Stadt Holzminden empfohlen:

Nahrungs- und Genussmittel

In der Stadt Holzminden ist insgesamt eine angemessene Lebensmittelversorgung vorhanden. Mit der Ansiedlung eines weiteren Supermarktes an der Sollingstraße wird das Nahversorgungsangebot sinnvoll ergänzt, so dass die Kernstadt über ein flächendeckendes Angebot mit Lebensmittelmärkten verfügt. Auch im Hinblick auf die Betriebstypen ist eine angemessene Mischung zwischen Vollsortimentern und Discountmärkten gegeben. Für die nächsten Jahre beschränkt sich der Entwicklungsbedarf in der Kernstadt im Wesentlichen auf Maßnahmen zur betrieblichen Bestandssicherung (Erweiterungen/ ggf. Verlagerungen).

Für die Solling-Ortschaften steht die Bestandssicherung und ggf. moderate Weiterentwicklung der kleinteiligen Versorgungsstrukturen im Vordergrund.

Drogeriewaren

Nach der Schließung der Ihr Platz- und Schlecker-Filialen ist ein deutlicher Rückgang im Drogeriewarenangebot zu verzeichnen. Zur Sicherung der Versorgungsfunktionen ist die Ansiedlung eines weiteren Anbieters anzustreben. Dabei ist der Schwerpunkt auf die Weiterentwicklung des innerstädtischen Angebotes zu legen.

Bekleidung/ Schuhe

Die Stadt Holzminden weist in den Angebotssegmenten Bekleidung und Schuhe ein Entwicklungspotenzial auf, wenn es gelingt, ausreichend große Ladenlokale in innerstädtischen Frequenzlagen zu schaffen. Es bezieht sich vor allem auf Filialisten des mittleren Preisgefüges.

Bücher/ Schreibwaren/ Spielwaren

Die Entwicklungsperspektiven in den Sortimenten Bücher, Schreib- und Spielwaren liegen vor allem in einer Differenzierung des Angebotes der ansässigen Betriebe.

Möbel, Einrichtungsbedarf

Im Einrichtungsbedarf bestehen relativ große Kaufkraftabflüsse. Gleichwohl sind aufgrund des örtlichen Einwohner- und Kaufkraftpotenzials und des regionalen Wettbewerbs nur begrenzte Ent-

Einzelhandelskonzept Holzminden

wicklungsperspektiven vor allem im spezialisierten Einrichtungsbedarf (u. a. Bettwaren, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen/ Stoffe) gegeben.

Heimwerker- und Gartenbedarf

Der Heimwerker- und Gartenbedarf weist ein großes Angebotsdefizit in der Stadt Holzminden auf. Demgemäß stellt die projektierte Ansiedlung eines modernen Bau- und Gartenmarktes eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Versorgungsfunktionen dar.

Uhren/ Schmuck

Entwicklungsperspektiven im Segment Uhren/ Schmuck ergeben sich vor allem dann, wenn es gelingt, im Verbund mit anderen frequenzstarken Einzelhandelsbetrieben die Attraktivität in der Innenstadt insgesamt deutlich zu erhöhen.

Zwischenfazit

Zusammenfassend ist festzustellen, dass für die Stadt Holzminden insbesondere die Weiterentwicklung der Innenstadt mit modernen, leistungsfähigen Angeboten von strategischer Bedeutung ist. Hierbei sollte die Ergänzung des Angebotes durch frequenzstarke, namhafte Anbieter und die Verbesserung des Marktauftritts bestehender Betriebe im Vordergrund stehen. Für die Innenstadt ist die Weiterentwicklung der Angebotssegmente Bekleidung, Schuhe, Drogeriewaren und ggf. Lebensmittel von Bedeutung.

Für die Bülte sollte sich die Entwicklung auf zentrenverträgliche Nutzungen beschränken. An erster Stelle ist eine Ergänzung des Angebotes mit Bau- und Gartenbedarf sowie mit spezialisiertem Einrichtungsbedarf zu nennen.

Die Nahversorgung in den Solling-Ortschaften ist angesichts der Lage und der zu versorgenden „Mantelbevölkerung“ auf kleinteilige Angebote beschränkt. Dabei steht die Bestandssicherung im Vordergrund. Das Angebot sollte sich auch zukünftig durch nicht-großflächige Lebensmittelbetriebe, Ladenhandwerksbetriebe, Nachbarschaftsbetriebe bzw. sonstige Kleinflächenkonzepte¹⁴ auszeichnen.

¹⁴

In der Regel besteht bei einem Kleinflächenkonzept eine vertragliche Bindung an einen Großhandelspartner als Hauptlieferant. Die Geschäfte werden in der Regel von selbstständigen Kaufleuten, Bürgergesellschaften und Genossenschaften oder ehrenamtlich durch einen Verein geführt. Das Angebot kann durch den Ladenbetreiber z. B. durch weitere Dienstleistungen ergänzt werden. Kleinflächenkonzepte sind mit einer Verkaufsfläche von 150 - 600 m² und einem Einzugsbereich ab 1.000 Einwohnern realisierbar.

9 Einzelhandels- und Zentrenkonzept Holzminden

9.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln.

Als Grundlage für die künftige Entwicklung der Einzelhandelsstruktur in der Stadt Holzminden wird das nachfolgende Einzelhandels- und Zentrumskonzept vorgeschlagen. Grundsätzlich wird bei der Kategorisierung von Einzelhandelsagglomerationen unterschieden in städtebaulich integrierte Versorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) und nicht-integrierte Agglomerationsbereiche des Einzelhandels.

Die Definition des zentralen Versorgungsbereiches beruht auf den Vorschriften des § 1 Abs.6 i. V. m. § 34 Abs. 3 BauGB und dem Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP 2008). Zentrale Versorgungsbereiche genießen demnach einen besonderen städtebaulichen Schutz aufgrund der stadträumlichen und funktionalen Einbindung von Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen in einem kompakten, fußläufig erlebbaren Bereich einer Innenstadt bzw. eines Ortskerns. Für die räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches gelten folgende Bewertungskriterien:

- Verdichtete Bebauung
- städtebaulich identifizierbarer Bereich mit charakteristischer baulicher Ausprägung
- vergleichsweise hohe Nutzungsdichte und Vielfalt im Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz
- Mischung der zentralörtlich bedeutsam öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen in einem fußläufig erlebbaren Bereich
- Schwerpunktfunktion des Einzelhandels unter den Aspekten des Betriebsbesatzes, der Verkaufsflächenausstattung und der Umsatztätigkeit
- Versorgungsfunktionen über den Nahbereich hinaus
- funktionsfähige Verkehrserschließung für den Fußgängerverkehr, den motorisierten Individualverkehr sowie den öffentlichen Personennahverkehr.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich somit durch ein multifunktionales Angebot aus, das neben Einzelhandel auch Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen umfasst. Dieses Angebot ist räumlich konzentriert, so dass Verbundeffekte bestehen. Zentrale Versorgungsbereiche befinden sich an städtebaulich integrierten Standorten. Zudem besteht eine gute Einbindung in die Verkehrsnetze, insbesondere in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Damit orientiert sich die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen an der faktischen Prägung. Gleichwohl kann die Stadt auch mögliche Entwicklungsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen einschließen, sofern diese eine städtebaulich sinnvolle Ergänzung des bestehenden Versorgungszentrums darstellen und realisierbar erscheinen.

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu berücksichtigen. Dabei ist zu beachten, dass der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz auch geeignet ist, die zugewiesenen Versorgungsfunktionen (ggf. auch erst zukünftig) zu erfüllen.

Unter bauplanungsrechtlichen Aspekten kommt der Festlegung zentraler Versorgungsbereiche insofern eine wichtige Bedeutung zu, als diese nach den Rechtsvorschriften des Baugesetzbuches und der einschlägigen Rechtsprechung bei Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe innerhalb und außerhalb der Standortgemeinde einen besonderen städtebaulichen Schutz genießen. Sie sollen als städtebaulich integrierte Schwerpunkte der Waren- und Dienstleistungsversorgung eine Mittelpunktfunktion in den Gemeinden wahrnehmen und, möglichst gestützt auf großflächige Einzelhandelsbetriebe ($> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, eine bedarfsgerechte und wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung sicherstellen.

9.2 Leitziele des Zentrenkonzeptes

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Holzminden. Darauf aufbauend werden für die Stadt Holzminden die Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung wie folgt konkretisiert:

■ **Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion**

Der Einzelhandel der Stadt Holzminden soll auch zukünftig die mittelzentralen Versorgungsfunktionen erfüllen, so dass eine nach städtebaulichen Kriterien ausgerichtete Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen erfolgen soll.

■ **Stärkung und Sicherung der Versorgungsfunktion der Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich**

Die Innenstadt erfüllt die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs. Durch eine quantitative und qualitative Verbesserung der Versorgungsfunktionen soll die Attraktivität des Versorgungszentrums erhöht werden. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen nur im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden. Darüber hinaus soll die Innenstadt auch zukünftig Nahversorgungsangebote für die Bewohner der Stadt Holzminden bereithalten.

■ **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung**

Die vorhandene Nahversorgung soll gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei sind ggf. Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an aktuelle Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben im unmittelbaren Umfeld der bestehenden Nahversorgungsstandorte notwendig.

Die Schaffung weiterer Nahversorgungsstandorte mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion soll grundsätzlich möglich sein. Dies sollte allerdings an die Bedingungen geknüpft werden, dass:

- a) die Standorte einen deutlichen Bezug zu einem durch Wohnungsnutzung geprägten Gebiet aufweisen (wohngebietsintegrierte Lage),
- b) die Betriebe der wohnungsnahen Versorgung dienen und
- c) durch die geplanten Nahversorgungsbetriebe keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind.

■ Ergänzungsfunktionen des Gewerbegebietes Bülte

Mit der Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte soll eine weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets vermieden werden. Somit ist auch für den überwiegend nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eine Konzentration möglicher neuer Betriebe auf einen im Stadtgebiet gut erreichbaren Standort zu empfehlen, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und einen möglichst geringen Flächenverbrauch zu generieren. Dabei ist eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich - auch bei großflächigen Betrieben - nicht notwendig. Als Verbundstandort weist das Gewerbegebiet Bülte günstige Rahmenbedingungen auf.

Das Gewerbegebiet Bülte übernimmt bereits wichtige ergänzende Versorgungsfunktionen. Im Zusammenwirken mit dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt ist eine zentrenverträgliche Weiterentwicklung zu forcieren. Diese bezieht sich neben der Bestandssicherung der ansässigen Betriebe vor allem auf eine Weiterentwicklung mit (großflächigen) Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Dabei sollen die im Rahmenplan Bülte festgelegten Ziele und die vorgenommene räumliche Gliederung im Hinblick auf die Zulässigkeit von großflächigem Einzelhandel weiterverfolgt werden.

9.3 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und Empfehlungen zur Weiterentwicklung

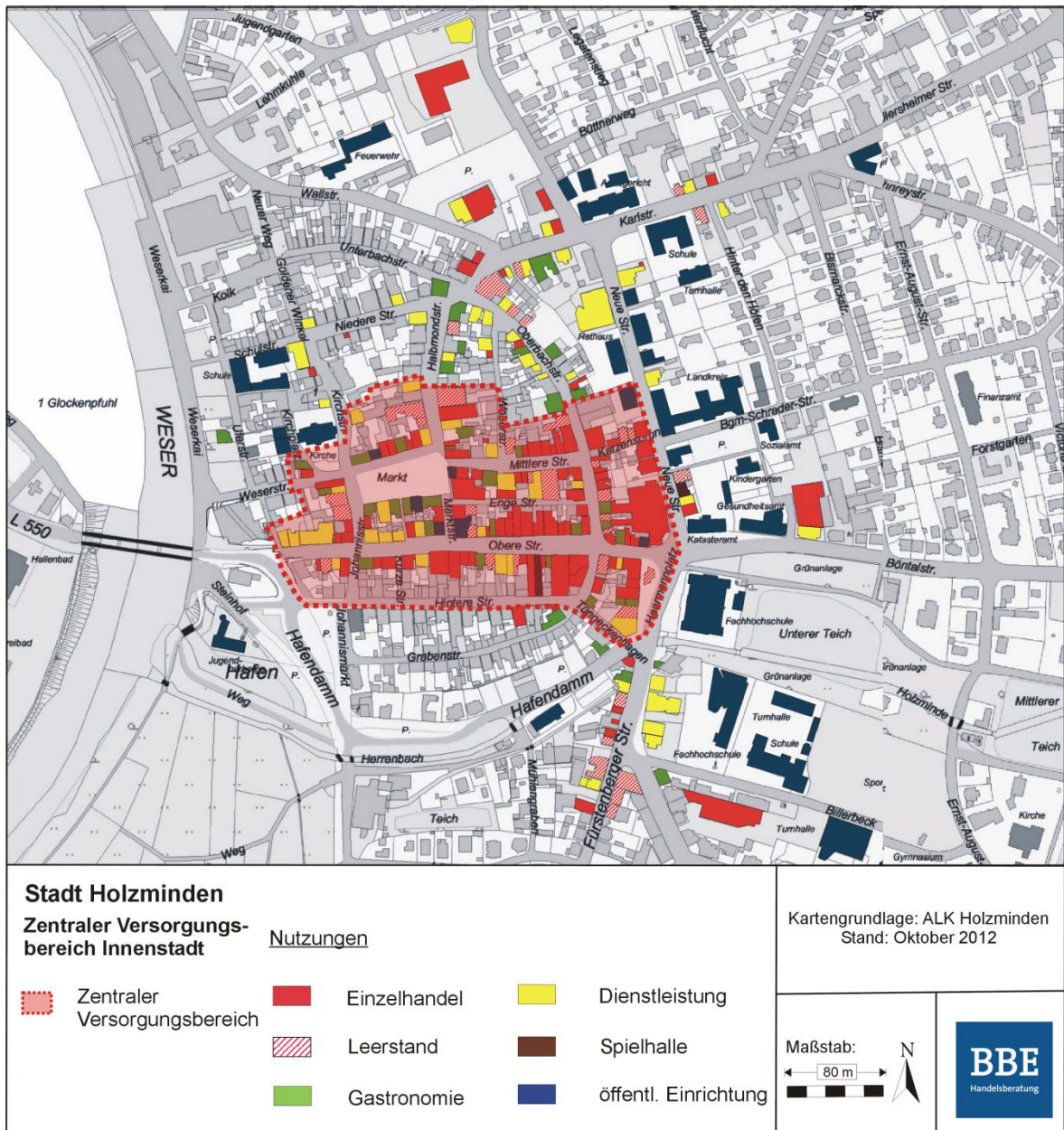
Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt zeigt auf, dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen der privaten und öffentlichen Dienstleistungen auf das Karree Obere Straße, Oberbachstraße, Mittlere Straße, Markt, Kirchstraße/ Johannisstraße konzentriert (vgl. Abbildung 23).

Im Osten stellt die Neue Straße als Teil des innerstädtischen Erschließungsring eine städtebauliche Zäsur dar, so dass sie als östliche Grenze des innerstädtischen Versorgungsbereiches fungiert. Nach Norden ist entlang der Oberbachstraße, Halbmondstraße und Karlstraße nur noch ein sporadischer Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz vorzufinden. Aufgrund der vergleichsweise kleinteiligen Gebäudegrundrisse sind eine Vielzahl von leerstehenden Gewerbeeinheiten vorhanden, die nur noch begrenzt den Ansprüche moderner Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe genügen, so dass die faktische Prägung und die Entwicklungsfähigkeit der nördlichen Innenstadt keine Zuordnung zum zentralen Versorgungsbereich rechtfertigen.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Im Westen und Süden orientiert sich die Abgrenzung des Versorgungszentrums an den Besitzstrukturen und umfasst die an den Markt und an die Fußgängerzone Obere Straße angrenzenden Gebäude. Im Süden stellt die Hintere Straße und der Straßenzug Tünneckenhagen die Grenze

Abbildung 23: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Einzelhandelskonzept Holzminden

dar. Die südlich an den Haarmannplatz angrenzende Fürstenberger Straße fungiert aufgrund der städtebaulichen Rahmenbedingungen, der Nutzungsstruktur und fußläufigen Anbindung nicht als Bestandteil der Innenstadt und wird somit nicht dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.

Damit sind alle strukturprägenden Betriebe der Innenstadt von Holzminden dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Die Längenausdehnung beläuft sich in West-Ost-Richtung auf ca. 400 m und Nord-Süd-Richtung auf max. 200 m, so dass das Versorgungszentrum fußläufig erlebbar ist.

Für die Weiterentwicklung der Innenstadt ist von Bedeutung, dass es gelingt weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrierenden. Dazu sind Entwicklungsflächen notwendig, die es ermöglichen, auch marktübliche größere Betriebe (bis zu ca. 1.500 m² Verkaufsfläche) anzusiedeln.

Aufgrund der kompakten, kleinteiligen Baustruktur der Innenstadt können die Ansiedlungsvoraussetzungen nur durch Zusammenlegung benachbarten Grundstücke ermöglicht werden. Die vorhandenen Leerstände bieten keine ausreichende Flächenkapazitäten zur Ansiedlung von Magnetbetrieben.¹⁵ Gleichwohl sind im Rahmen des Leerstandsmanagements die Möglichkeiten auszuloten auch die bestehenden Leerstände einer qualitätsvollen Nutzung zuzuführen.

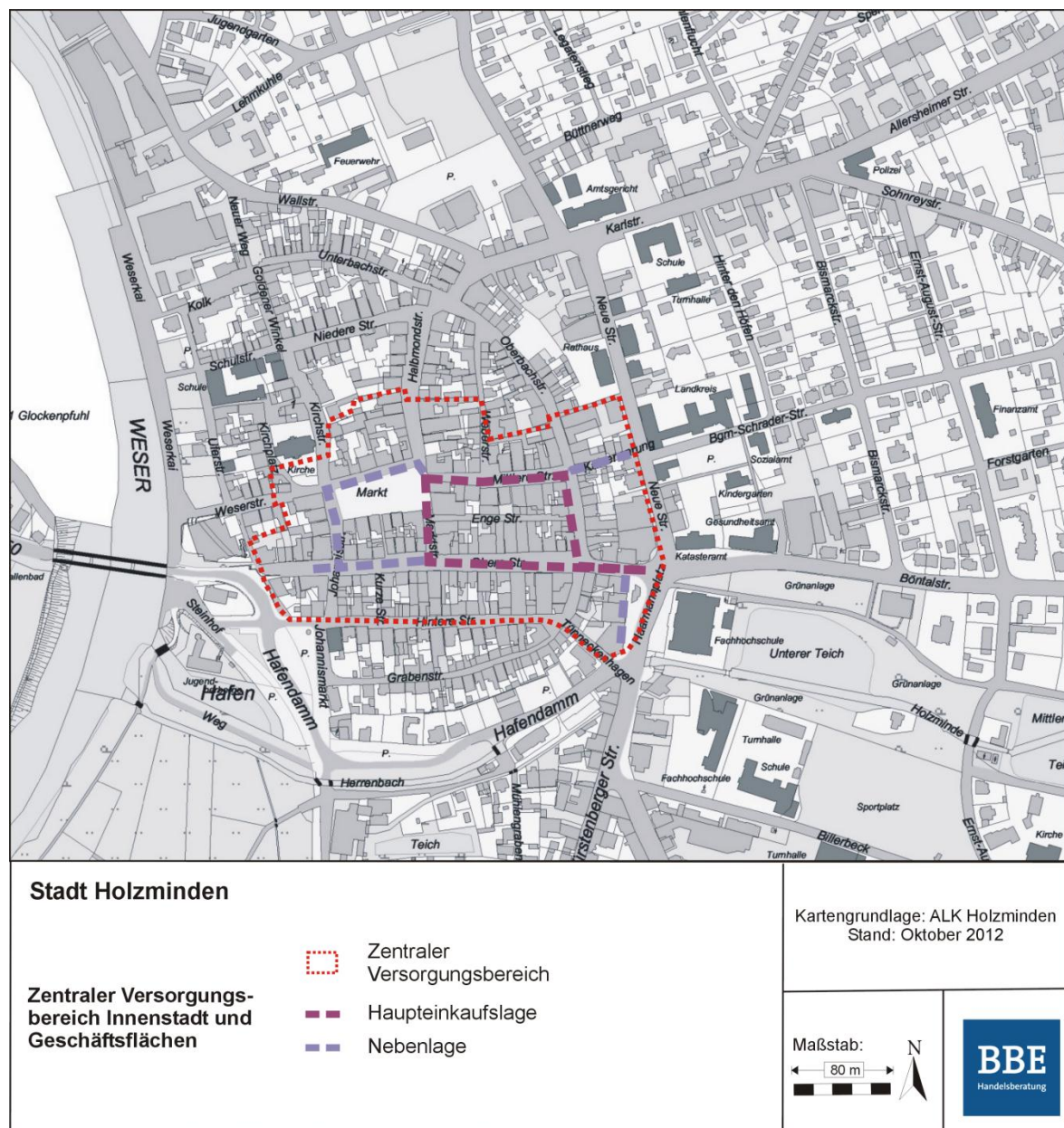
Aus struktureller Sicht ist vor allem die Ansiedlung eines „Gegenpols“ im westlichen Abschnitt der Fußgängerzone Obere Straße von Bedeutung. Damit könnte sich die Hauptgeschäftslage zwischen dem Kaufhaus Schwager im Osten und einem zu schaffenden Einkaufsmagneten im Westen aufspannen. Mit einer solchen Einzelhandelsentwicklung ließe sich eine deutliche Attraktivierung der Fußgängerzone und damit eine maßvolle Ausdehnung der Hauptgeschäftslage nach Westen ermöglichen. Dabei kommt auch einem ausreichenden Parkplatzangebot am westlichen Innenstadtrand (vor allem Johannismarkt) eine besondere Bedeutung zu. Darüber hinaus sollte auch im nördlichen Bereich des Hauptgeschäftsvierecks eine Weiterentwicklung forciert werden.

Die zusätzlichen Nutzungen sollten vor allem das Bekleidungs- und Schuhangebot der Stadt ergänzen. Durch eine Angebotsdiversifizierung in der Innenstadt kann die Ausstrahlungskraft der Einkaufsstadt im regionalen Vergleich deutlich gesteigert werden. Neben bundesweit operierenden Filialisten (z. B. H & M, C & A) ist auch eine Ergänzung z. B. im Markenshopangebot zu empfehlen.

Entwicklungsoptionen für die Innenstadt bieten sich darüber hinaus durch Ansiedlung eines Drogeriemarktes (z. B. Drogerie Müller, dm), der das gesamtstädtische Angebot sinnvoll ergänzen würde und eine wichtige Frequenzwirkung für die Innenstadt übernehmen kann.

¹⁵ Auftragsgemäß wurde keine Diskussion möglicher innerstädtischer Entwicklungsstandorte vorgenommen.

Abbildung 24: Geschäftslagen in der Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Das Nahversorgungsangebot der Innenstadt ist aufgrund der Wettbewerbssituation bei Supermärkten und der Standortrahmenbedingungen vor allem im spezialisierten Bereich (z. B. Biomarkt) zu ergänzen. Darüber hinaus bietet die Innenstadt für weitere Angebotsarrondierungen (z. B. Uhren/Schmuck, Bücher) dann gute Voraussetzungen, wenn es gelingt durch die Ansiedlung weiterer „Magnete“ eine Stärkung der Innenstadt zu schaffen.

Besonderes Augenmerk sollte auch auf die Eingangsbereiche der Innenstadt gelegt werden. Hierbei kommt dem westlichen Eingang im Bereich der Oberen Straße eine wichtige Bedeutung zu, für den aktuell starke Barrierewirkungen durch die Verkehrs- und Stadtgestaltung bestehen. Bei einer Umgestaltung sollte die städtebauliche Öffnung der Innenstadt zur Weser verfolgt werden. Dagegen ist unter Einzelhandels Gesichtspunkten eine Verkehrsöffnung des westlichen Abschnitts nicht zu empfehlen, da die Aufenthaltsqualität in der Fußgängerzone eingeschränkt würde, gleichzeitig die Verkehrserreichbarkeit der Innenstadt jedoch nicht wesentlich verbessert würde. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Empfehlung zur Ansiedlung eines einzelhandelsbezogenen Entwicklungsschwerpunkts in der westlichen Oberen Straße.

9.4 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Die Sortimentsliste der Stadt Holzminden ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel aufzustellen. Dabei werden folgende Charakterisierungen zu Grunde gelegt:

- **Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierende Verdrängungseffekte im zentralen Versorgungsbereich führen können.
- Dagegen sind als **nicht-zentrenrelevant** Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische 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) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die **Nahversorgungsrelevanz** von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Stadt Holzminden wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel sowie Apothekenwaren sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe mit diesen Sortimenten befinden sich in der Stadt Holzminden im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen wohnungsnahen Standorten. Sie sind als **nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- Im zentralen Versorgungsbereich Holzminden sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport, Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Haustextilien (Haus-, Bett-, Tischwäsche), Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren, Kommunikation, Computer, Optik und Schmuck konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Stadt Holzminden als **zentrenrelevant** zu bewerten.
- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und Großformatigkeit der Artikel sind die Sortimente Bau- und Gartenbedarf (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Pflanzen) sowie Möbel/ Küchen in der Stadt Holzminden als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe im Bau- und Gartenbedarf befinden sich außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche. Für das Möbelsegment ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches – trotz des ansässigen Möbelanbieters – nicht zu erwarten.
- Die Sortimente Unterhaltungselektronik sowie elektrische Haushaltsgeräte werden aktuell nicht in der Innenstadt angeboten. Da die Innenstadt auch keine Entwicklungsflächen zur Ansiedlung marktfähiger größerer Anbieter aufweist, wurden diese Sortimente bereits im Rahmen der bestehenden Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Da diese Rahmenbedingungen (mangelnde faktische Prägung und keine Entwicklungsperspektiven in der Innenstadt) unverändert Gültigkeit haben, werden Elektrowaren und Unterhaltungselektronik in Holzminden weiterhin als nicht-zentrenrelevant bewertet.
- Tierfutter, Heimtierzubehör und lebende Tiere sind in der Stadt Holzminden als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Neben den Randsortimenten der Lebensmittel-SB-Märkte wird die Angebotsstruktur in der Stadt Holzminden u. a. durch Fachmärkte geprägt, die sich aufgrund des Flächenanspruchs an dezentralen Standorten befinden.
- Die Sortimente Bettwaren und Teppiche werden überwiegend außerhalb der Innenstadt von Holzminden angeboten. Aufgrund der geringen Handlichkeit ist auch für weitere Ansiedlung keine Integration in die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten, so dass diese als nicht-zentrenrelevant zu bewerten sind.

Einzelhandelskonzept Holzminden

- Das Sortiment Lampen/ Leuchten wird in der Stadt Holzminden nur in geringem Umfang als Randsortiment angeboten. Es wird sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für die Innenstadt von Holzminden entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe als nicht-zentrenrelevant einzustufen.
- Die Angebotsstrukturen für Fahrräder und Zubehör sind in der Stadt Holzminden durch Betriebe überwiegend außerhalb der Innenstadt geprägt. Der zunehmende Flächenbedarf und die geringe Flächenproduktivität in diesem Angebotssegment lassen eine Zentrumsintegration nicht erwarten. Das Sortiment ist als nicht-zentrenrelevant zu bewerten.

Unter Verwendung der WZ-Systematik 2008 (Klassifikation der Wirtschaftszweige) wird für die Stadt Holzminden folgende Sortimentsliste empfohlen:

Abbildung 25: Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Holzminden

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortimente			
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
aus 47.75	Drogeriewaren und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
zentrenrelevante Sortimente		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software	47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik
47.42	Telekommunikationsgeräte	aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff, Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		47.53	Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
		47.54	elektrische Haushaltsgeräte
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel

Fortsetzung folgt

Einzelhandelskonzept Holzminden

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.64.2	Sport- und Campingartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
aus 47.75	kosmetische Erzeugnisse (inkl. Parfümeriewaren)	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter		
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör

Quelle: eigene Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

10 Exkurs: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass die Stadt das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

10.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die Innenstadt zu erreichen, wird der Stadt Holzminden mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen. Dazu sind der Stadt Holzminden weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe¹⁶ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

¹⁶ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 10.2.

10.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat sich das Bundesverwaltungsgericht zur Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich geäußert. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

- einen eigenen Eingang,
- eine eigene Anlieferung und
- eigene Personalräume haben sowie
- unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

- Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

Einzelhandelskonzept Holzminden

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

10.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'verträglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.¹⁷

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentrenrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie auch von der örtlichen Situation ab.

Laut LROP ist die Höchstgrenze für zentrenrelevante Randsortimente bei Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens aber 800 m² Verkaufsfläche zu beschränken.

10.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Stadt Holzminden nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

¹⁷ BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

Einzelhandelskonzept Holzminden

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.¹⁸

In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Holzminden empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. ein Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist
- und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und

¹⁸ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

10.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen eines Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Generell ist darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

10.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen auch von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand

Einzelhandelskonzept Holzminden

eines schlüssigen Plankonzeptes auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)¹⁹.

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

10.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs in Holzminden (= Innenstadt) möglich.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, sofern die Zielsetzung der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs nicht entgegensteht und im Übrigen sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Um den zentralen Versorgungsbereich zu stärken und seine Entwicklung zu fördern, sind Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an den Konkurrenzstandorten der Innenstadt konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen auszuschließen. Demgemäß sollten Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher vor allem im Gewerbegebiet Bülte und am Standort Allersheimer

¹⁹ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

Einzelhandelskonzept Holzminden

Straße ausgeschlossen werden, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die den nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sachlich zugeordnet, diesen im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind und für die im Kontext des geplanten Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept die städtebauliche Verträglichkeit nachgewiesen werden kann (Einzelfallprüfung).

- Vorhandene Bebauungspläne sind daraufhin zu überprüfen, ob der angestrebte Schutz der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten bis auf eng begrenzte Ausnahmen gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen.
- Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten. Dabei ist auch zu prüfen, ob als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2 a BauGB Anwendung finden können. Danach ist es möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Stadtteile ohne Ausweisung von Baugebieten die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen zu treffen, um die zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

11 Fazit und abschließende Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich der Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Mittelzentrums Holzminden wie folgt darstellen:

- Die Einkaufsstadt Holzminden kann die zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsfunktionen im Bereich des Einzelhandels weitgehend erfüllen. Für die Innenstadt besteht jedoch unter qualitativen Gesichtspunkten die Notwendigkeit zur Weiterentwicklung. Hierbei ist vor allem die Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe von Bedeutung, um die Gesamtattraktivität des Hauptgeschäftsbereiches zu steigern.
- Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird die Vorrangstellung zur Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zugewiesen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass grundsätzlich die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an außerhalb gelegenen Standorten ausgeschlossen werden soll.
- Der nicht-zentrenrelevante Einzelhandel soll auf den Standortbereich Bülte konzentriert werden, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und den Flächenverbrauch zu minimieren. Der Entwicklung weiterer dezentraler Agglomerationsstandorte soll entgegengewirkt werden.
- Die Bauleitplanung soll sich dabei weiterhin am Rahmenplan Bülte mit einer Beschränkung auf den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und einer räumlichen Gliederung des Gebietes orientieren.
- Eine Weiterentwicklung der Nahversorgung soll sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur an Standorten mit Wohngebietsbezug vollziehen. Im Rahmen einer Einzelfallprüfung muss nachgewiesen werden, dass der Betrieb der wohnungsnahen Versorgung dient und keine städtebaulich negativen Auswirkungen auslöst.
- Zur Verbesserung der stadtgestalterischen und angebotsbezogenen Rahmenbedingungen in der Innenstadt ist ein koordiniertes Vorgehen der Stadt, der örtlichen Grundstückseigentümer sowie potenzieller Investoren und Betreiber erforderlich.
- Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Holzminden im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels in der Stadt Planungssicherheit zu vermitteln, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Stadtrates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes Holzminden erforderlich.

- - -

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Handelsberatung erlaubt.