



Aktualisierung der Auswirkungs- analyse zur Entwicklung des Hüttengeländes in Neustadt a. Rbge.

AUFTRAGGEBER: GEG – Grundstücksentwicklungsgesellschaft
Neustadt a. Rbge. mbH

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Ing. Florian Komossa

Hamburg, den 14.03.2025

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Foto Deckblatt: GMA 2025



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Hamburg
Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

Tel.: 040 / 33 99 77 78-0
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Februar 2025 erteilte die GEG – Grundstücksentwicklungsgesellschaft Neustadt a. Rbge. mbH, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag für die Aktualisierung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Supermarktes von der Straße Landwehr in das neu entstehende Quartier am Hüttendamm, das auf dem ehemaligen Hüttengelände entsteht.

Bereits in 2020 hat die GMA im Auftrag der Projektentwicklung Rainer Gloy e.K. eine Auswirkungsanalyse mit mehreren Szenarien zur Entwicklung des Hüttendamms erarbeitet. Die Vorzugsvariante, bei welcher der bestehende Edeka-Markt vom Standort Landwehr an den neuen Standort Hüttendamm verlagert und von derzeit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche (VK) auf zukünftig ca. 1.700 m² VK erweitert wird, während der Altstandort nicht wieder durch einen Lebensmittelmarkt nachgenutzt wird, stellt dabei die Grundlage der vorliegenden Analyse dar. Dabei ist auch eine ursprünglich angedachte Ergänzung des Lebensmittelmarktes durch einen Drogeriemarkt nicht Teil der Planung

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), der Stadt Neustadt a. Rbge., des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Neustadt a. Rbge. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, den 14.03.2025

KOF

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Planungsrechtlicher Rahmen	6
2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung	6
2.2 Landes- und Regionalplanung	6
2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept	8
3. Ausgewählte Marktdaten zum Lebensmitteleinzelhandel	8
II. Standortbeschreibung	13
1. Makrostandort Neustadt a. Rbge.	13
2. Mikrostandort Hüttengelände	15
III. Nachfragesituation	18
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	18
2. Projektrelevante Kaufkraft	20
IV. Angebotssituation	21
1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes	21
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	22
V. Auswirkungsanalyse	24
1. Methodischer Ansatz	24
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	24
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	26
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	27
5. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens	28
5.1 Konzentrationsgebot	28
5.2 Integrationsgebot	28
5.3 Kongruenzgebot	29
5.4 Beeinträchtigungsverbot	29
5.5 Fazit der raumordnerischen Bewertung	29
VI. Nachnutzung des Bestandsmarkts Landwehr 68	30

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

In der Stadt Neustadt a. Rbge. ist die Entwicklung des in der Kernstadt gelegenen ehemaligen Hüttenareals geplant, das aktuell überwiegend brach liegt. Auf dem Gelände soll ein neues, durchgrüntes Wohnquartier mit Baugrundstücken für unterschiedliche Wohnformen entstehen. Für den südlichen Bereich ist bereits 2019 der Bebauungsplan 170 (Westlich Heidland) in Kraft getreten, hier werden Grünflächen und Allgemeine Wohngebiete (WA) festgesetzt.

Im nördlichen Bereich, knapp 70 m von der Straße Landwehr / Hüttendamm zurückversetzt, ist zur Versorgung des Quartiers und der umliegenden Wohngebiete ein neuer Versorgungsstandort vorgesehen. Der im Umfeld bereits bestehende Edeka-Markt soll vom Standort Landwehr 68 an die neue Planstraße verlagert und die Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² auf ca. 1.700 m² erweitert werden. Der Bestandsmarkt Landwehr 68 soll nicht durch einen Lebensmittelmarkt nachgenutzt werden.¹

Tabelle 1: Verkaufsfläche des Vorhabens (Bestand/Plan)

Daten	Verkaufsfläche in m ²		
	Bestand	Geplant	Saldo
Edeka-Markt	1.170	1.700	530
Bäckerei	30	30	-
Insgesamt	1.200	1.730	530

Quelle: GEG.

Für das Vorhaben ist die Aufstellung eines Bebauungsplans erforderlich, welcher voraussichtlich ein Sondergebiet „großflächiger Einzelhandel“ festsetzen wird.

Im Rahmen der Untersuchung sind die potenziellen Auswirkungen auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landes-Raumordnung Niedersachsen zu prüfen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage werden mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Aspekte behandelt:

- /// Darstellung des planungsrechtlichen Rahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makro- und Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des Einzugsgebiets und Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials
- /// Darstellung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie der zentralen Versorgungsbereiche im näheren Umfeld des Standortes
- /// Darstellung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet bzw. im näheren Umfeld des Standortes
- /// Vereinbarkeit mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben (LROP 2017, RROP 2016).

¹ Vgl. Kapitel VI.

2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der aktuellen Fassung für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:²

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nummer 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nummer 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1 200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1 200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1 200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 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.“

2.2 Landes- und Regionalplanung

Die Vorgaben der Landes-Raumordnung sind bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben zu beachten, sofern der Bebauungsplan neu aufgestellt bzw. ein Bebauungsplan geändert wird. Nach dem LROP 2017, Kapitel 2.3 Ziffer 02, Satz 1-3 (zuletzt geändert 2022) werden Einzelhandelsgroßprojekte beschrieben:

„Neue Einzelhandelsprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffer 03 – 10 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 – 3 der BauNVO einschließlich Hersteller / Direktverkaufszentren. „Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, ggf. jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).“

² Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786), die zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 3. Juli 2023 (BGBl. 2023 I Nr. 176) geändert worden ist.

In Bezug auf die Steuerung des großflächigen Einzelhandels sind folgende Ziele zu beachten:

Konzentrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 4)

Integrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 5)

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom 100 periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.“

Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

- a) wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder*
- b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“ (LROP 2017 Kapitel 2.3 Nr. 6)*

Kongruenzgebot

„In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral)“.

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 – 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“

Beeinträchtigungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 08)

2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Das **Einzelhandelskonzept** für die Stadt Neustadt a. Rbge. wurde im Juni 2023 fortgeschrieben und weist das Hauptzentrum und das Nahversorgungszentrum Auenland als zentrale Versorgungsbereiche aus, außerdem drei Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung gem. RROP, vier Nahversorgungslagen und einen regional bedeutsamen Fachmarktstandort.

Die **Untersuchung der Potenzialflächen** in der Neustädter Innenstadt im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts hat ergeben, dass die „Potenzialflächen außerhalb der Rathausplanung und der Bebauung am NeustadtTor nicht die erforderliche Mindestgröße aufweisen. Diese Flächen sind eher für kleinteilige Arrondierungen der Innenstadt geeignet.“³ Die benannte Fläche am Rathaus ist in 2024 u. a. durch den Nonfood-Discounter Action belegt worden, während am NeustadtTor u. a. der Drogeriemarkt Rossmann eingezogen ist. Somit ist **in der städtebaulich integrierten Lage (= Innenstadt Neustadt a. Rbge.) keine geeignete Fläche** für das Vorhaben vorhanden.

Die **wohnnah Nahversorgung** im westlichen Bereich der Landwehr wird derzeit durch den bestehenden Edeka-Markt gewährleistet. „Die Gefahr eines Versorgungsdefizits besteht daher nur, falls dieser Markt zukünftig wegfallen sollte.“ Somit sind gemäß Einzelhandelskonzept für die Entwicklung des Nahversorgers am Hüttengelände eine **Verlagerung des im Standortumfeld bestehenden Nahversorgers und eine Überplanung des Altstandortes** erforderlich.

Das Einzelhandelskonzept stellt weiter fest, dass der Planstandort für einen Nahversorger innerhalb der Quartiersentwicklung am Hüttengelände **für die Anwendung der Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes geeignet** ist, sofern nicht von schädlichen Auswirkungen durch das Vorhaben auszugehen ist. Hierbei nimmt das Einzelhandelskonzept Bezug auf die Wirkungsanalyse der GMA aus dem Jahr 2020.⁴

3. Ausgewählte Marktdaten zum Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen **Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁵ Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

³ Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neustadt am Rübenberge, 2023, S. 78.

⁴ Quelle: ebenda.

⁵ vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.⁶

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁷

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁸ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁹ führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

⁶ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2024, Seite 413.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2024, Seite 409.

⁸ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁹ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:

Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m² Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 25.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 – 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen. Gerade im Frischebereich profilieren sich Supermärkte als Vollsortimenter durch umfangreiche Angebote bei Obst und Gemüse sowie Bedientheken für Fleisch- und Wurstprodukte, zum Teil auch bei Käse / Feinkost und Fisch gegenüber den Discountern. Darüber hinaus wird ein deutlich breiteres und tieferes Angebot bei MoPro-Artikeln und dem Lebensmitteltrockensortiment geführt, ebenso bei Getränken (Einweg- und Mehrwegartikel) und Randsortimenten bei Drogeriewaren, Tiernahrung, Schreibwaren u. v. m..

Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine **besondere Bedeutung** für die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie des demographischen Wandels die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

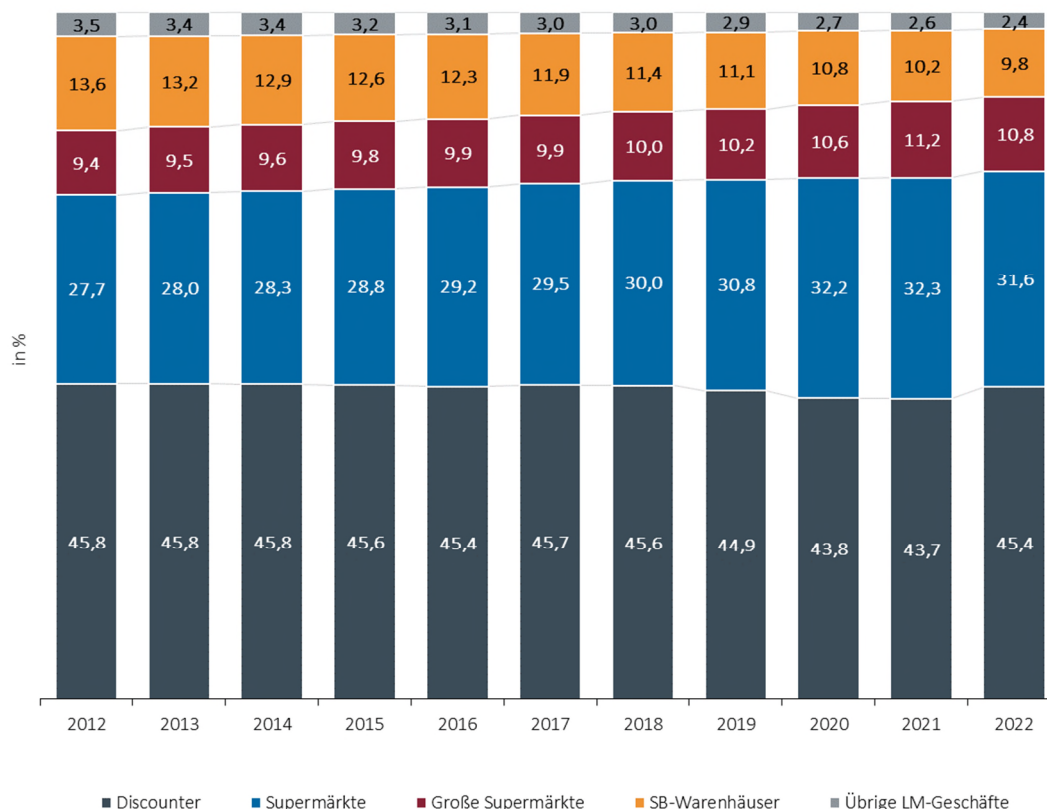
Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche **Entwicklung** auf. Während Supermärkte und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig. Auch der Marktanteil von Lebensmitteldiscountern ist seit 2019 leicht zurückgegangen.

Gemessen am **Gesamtumsatz** im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit rd. 45 % noch immer den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ebenfalls fast 42 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 11 %. Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert. Bei den Discountern schien der lang anhaltende Wachstumstrend zuletzt gebrochen, seit 2012 hat die Zahl der Discounter tendenziell abgenommen, während sich die Zahl der Supermärkte noch leicht erhöht hat.¹⁰ Es ist allerdings angesichts der hohen Inflation mit einer weiteren Verlagerung von Marktanteilen zugunsten der Discounter zu rechnen.¹¹

¹⁰ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2023, S. 77.

¹¹ Quelle: <https://www.ehi.org/presse/nur-supermaerkte-mit-umsatzplus/>; Abrufdatum: 05.07.2022.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2012 – 2022



Quelle: EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2023, GMA-Darstellung 2025

Strukturveränderungen werden sich durch den **Onlinehandel** ergeben. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (Fast Moving Consumer Goods; FMCG) zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Die während der Corona-Pandemie aufgekommenen **Schnelllieferdienste** wie Gorillas / Getir oder Flink, die in deutschen Großstädten Lieferungen innerhalb von 10 Minuten anbieten, sind bereits wieder auf dem Rückzug bzw. spielen keine große Rolle mehr.¹² Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Aktuell¹³ erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2,4 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.¹⁴

¹² Getir hat den deutschen Markt in 2024 verlassen, einziger verbleibender Anbieter ist Flink.

¹³ Quelle: HDE Online-Monitor 2023.

¹⁴ Insbesondere in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Unter gewöhnlichen Marktbedingungen würde der Onlinehandel mit Lebensmitteln insgesamt auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen. Neu zu bewerten ist jedoch sein Einfluss im Kontext von „click & collect“ sowie Lieferdiensten in krisenbedingten Ausnahmesituationen (z. B. Corona-Pandemie und damit verbundene Ausgangsbeschränkungen).

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionswaren“, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Das **Verkaufsflächenwachstum bei Supermärkten** ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Dabei ist zu beobachten, dass die Supermärkte ihre Kernkompetenz im Lebensmittelbereich stärken und das Angebot im Nonfoodsektor verringern. So werden z. B. die Artikelanzahlen der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Biolebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, Spezialitäten). Weiterhin bewegen sich die Vollsortimenter z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zu stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.). **Das Vorhaben ist als Supermarkt einzuordnen.**

II. Standortbeschreibung

1. Makrostandort Neustadt a. Rbge.

Das Mittelzentrum Neustadt a. Rbge. liegt in der Region Hannover, ca. 25 km nordwestlich des gleichnamigen Oberzentrums. Im Süden grenzen die Mittelzentren Wunstorf und Garbsen unmittelbar an das Neustädter Stadtgebiet an, außerdem ist im Nordwesten auf das Mittelzentrum Nienburg (Weser) hinzuweisen (vgl. Karte 1). Im Südwesten grenzt Neustadt a. Rbge. an das beliebte Ausflugsgebiet Steinhuder Meer. Im Norden grenzen die Grundzentren Steimbke und Schwarmstedt an, im Osten liegt das Grundzentrum Wedemark.

Mit rd. 357 km² ist Neustadt a. Rbge. flächenmäßig die größte Stadt Niedersachsens. Im Januar 2025 lebten ca. 46.787 Personen in der Stadt. Ergänzend zur Kernstadt zählen 13 Ortschaften mit insgesamt 33 Dörfern zum Stadtgebiet, wobei die Kernstadt mit rd. 20.106 Einwohnern die höchste Bevölkerungskonzentration aufweist.¹⁵

Die Stadt Neustadt a. Rbge. weist eine positive **Bevölkerungsentwicklung** auf, seit dem Jahr 2019 kamen 1.067 Einwohner hinzu (vgl. Tabelle 2). Mit über 500 Personen ist der nominal größte Einwohnerzuwachs in der Kernstadt festzustellen. Die Stadt Neustadt a. Rbge. wächst vor allem im Südwesten der Kernstadt, der größtenteils fertiggestellte 1. Bauabschnitt an der Siemensstraße (Bebauungsplan 170) trägt in nennenswertem Umfang hierzu bei. Auch für die kommenden Jahre wird eine weitere positive Einwohnerentwicklung prognostiziert.¹⁶

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung nach Ortschaften

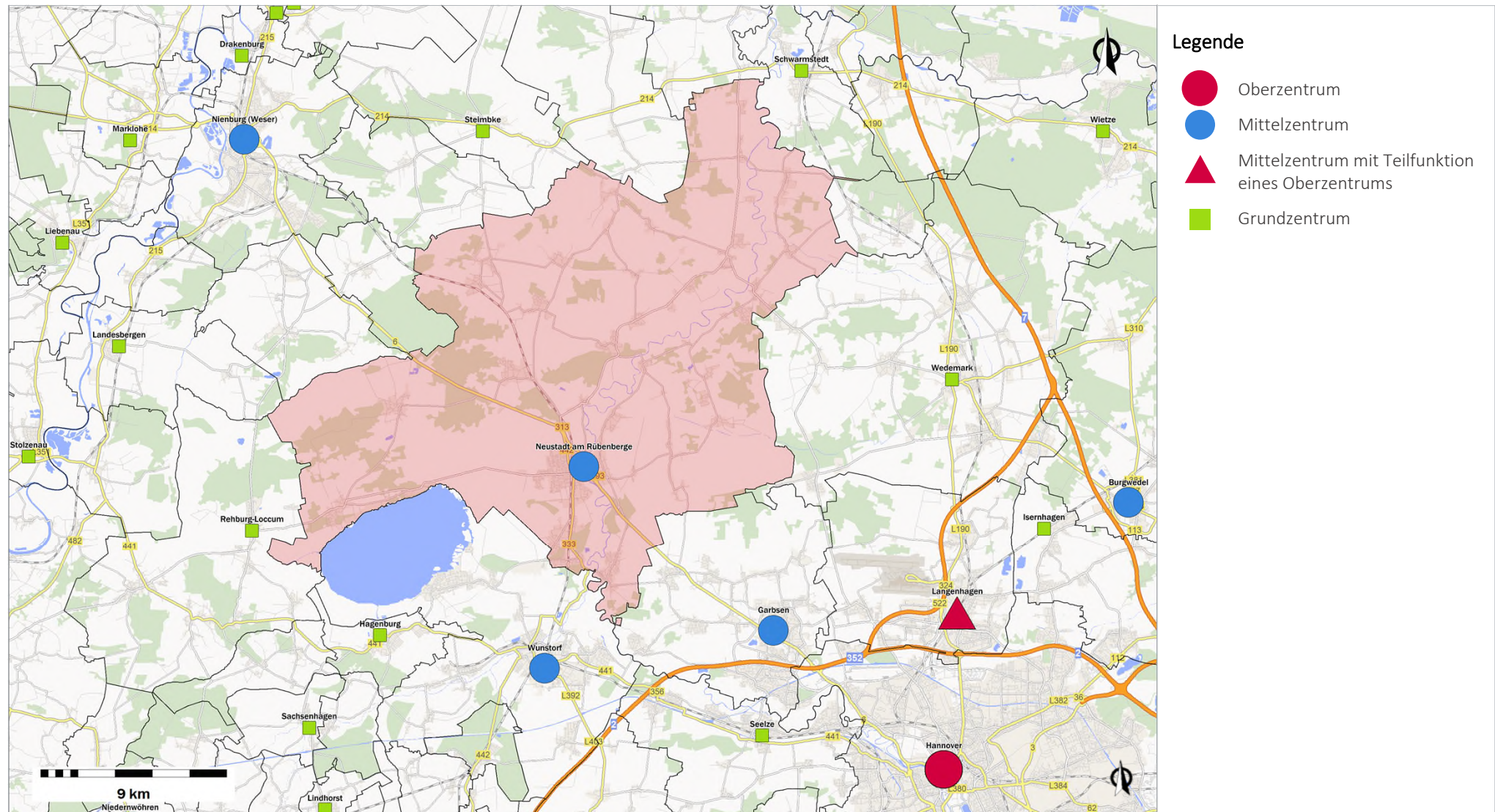
Ortschaft	2019	2025	Veränderung 19/25	
			abs.	in %
Bevensen	717	680	- 37	- 5
Bordenau	2.737	2.823	+ 86	+ 3
Eilvese	1.583	1.718	+ 135	+ 9
Helstorf	2.578	2.623	+ 45	+ 2
Mandelsloh	2.969	3.056	+ 87	+ 3
Mardorf	1.894	2.046	+ 152	+ 8
Mariensee	2.128	2.086	- 42	- 2
Mühlenfelder Land	3.417	3.461	+ 44	+ 1
Neustadt a. Rbge. (Kernstadt)	19.603	20.106	+ 503	+ 3
Otternhagen	3.448	3.479	+ 31	+ 1
Poggenhagen	2.192	2.165	- 27	- 1
Schneeren	1.456	1.538	+ 82	+ 6
Suttorf	998	1.006	+ 8	+ 1
Gesamt	45.720	46.787	+ 1.067	+ 2

Quelle: Stadt Neustadt a. Rbge., Stand 31.12.2019, 01.01.2025, Haupt- und Nebenwohnung; GMA-Bearbeitung 2025

¹⁵ Quelle: Einwohnerstatistik Stadt Neustadt a. Rbge., Stand: 01.01.2025.

¹⁶ Quelle: © Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) 2019; Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die Jahre 2027 und 2032.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur in der Region



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

Zum 30.06.2024 waren in Neustadt a. Rbge. rd. 11.272 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort¹⁷ tätig. Mit rd. 11.954 Auspendlern, denen rd. 5.435 Einpendler gegenüber stehen, weist Neustadt a. Rbge. einen deutlich negativen Pendlersaldo (- 6.519) auf. Dies ist insbesondere auf die Nähe zur Landeshauptstadt Hannover zurückzuführen.

2. Mikrostandort Hüttengelände

Im Westen der Kernstadt befindet sich südlich der Straße Landwehr / Hüttendamm das ehem. Hüttengelände, das ca. 12 ha groß ist und vormals industriell genutzt wurde. Das Gelände liegt seit Jahrzehnten brach und weist infolge der industriellen Nutzung Altlasten auf. Der Zaun ist teilweise überwuchert und das Gelände wirkt ungepflegt, der nördliche Teil ist stärker bewachsen und teilweise bewaldet. Von der Straße Landwehr führt die kurze Erschließungsstraße Hüttenplatz zur denkmalgeschützten Fabrikantenvilla, die zu Beginn der 2010er Jahre saniert wurde und heute gehobene Eigentumswohnungen beherbergt.

Das überwiegend unbebaute Areal soll in mehreren Bauabschnitten zu einem Wohnquartier mit Ein- und Mehrfamilienhäusern, einem Nahversorger (Lebensmittelmart), Kindertagesstätte, Service-Wohnen etc. entwickelt werden, darunter Wohnungen für Senioren. Für den Nahversorger ist ein Standort im Norden vorgesehen, etwas zurückversetzt von der Straße Hüttendamm.

Der südlich gelegene erste Bauabschnitt des Quartiers (Bereich Siemensstraße) ist bereits überwiegend fertiggestellt und über die Siemensstraße und die Dietrich-Bonhoeffer-Straße an die umliegenden Wohnquartiere angebunden. Später soll eine mäandrierende Planstraße in Nord-Süd-Richtung durch alle Quartiere führen und im Norden an die Hauptverkehrsstraße Hüttendamm / Landwehr anschließen. Der südliche Abschnitt dieser Planstraße ist mit der Rittinger Allee bereits fertiggestellt und endet am südlichen Rand des nächsten Bauabschnitts.

Das unmittelbare Umfeld ist bereits heute überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt, auch Schulen, Kindertagesstätten und eine Kirche sind im näheren Umfeld vorhanden. Die Entfernung zum Bestandsmarkt von Edeka Nah & Gut (ca. 1.200 m² Verkaufsfläche) beträgt weniger als 500 m in östlicher Richtung.

Die verkehrliche Erschließung erfolgt voraussichtlich nicht direkt über die Hauptverkehrsstraße Hüttendamm / Landwehr (K 347), sondern über die neue Planstraße. Fußwege sind am bereits fertiggestellten Teil der Planstraße (Rittinger Allee) straßenbegleitend vorhanden. Unmittelbar östlich und westlich des Hüttengeländes befinden sich die Bushaltestellen „Im kühlen Grunde“ und „Hüttenplatz“, die von den Buslinien 804, 831 und 835 angefahren werden.

¹⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2024.



Foto 1: Eingangstor vom Hüttendamm



Foto 2: Fabrikantenvilla am Hüttenplatz



Foto 3: Zaun und Wohnbebauung Hüttendamm



Foto 4: Bushaltestelle vor Planstandort



Foto 5: bereits fertiggestellte Wohneinheiten Rittinger
Allee



Foto 6: Ende der Planstraße, Blick auf Hüttenareal von
Süden

GMA 2025

The map displays the Hüttengelände area, divided into three main sections:

- Bereich Hüttengelände (3. BA):** Located in the upper right, featuring a plan location symbol (S) and a green area with a tree icon.
- Bereich Hüttengelände (2. BA):** Located in the lower right, featuring a green area with a tree icon.
- Bereich Siemensstraße (1. BA):** Located in the lower left, featuring a blue house icon.

The legend on the right side of the map includes the following symbols and descriptions:

- S** Planstandort
- Blue house icon** Wohngebiet
- Blue cup icon** Gastronomie
- Blue book icon** Bildungseinrichtungen
- Blue plant icon** Grünfläche
- Blue tree icon** Brachfläche / Wald
- Blue wrench icon** Handwerk / Gewerbe
- Blue horse icon** Kultur / Freizeit
- Yellow circle with H** Bushaltestelle

The map also shows various streets, including Hüttendamm, K 347, Landwehr, and Siemensstraße. A compass rose is located in the bottom right corner.

info@gma.biz / www.gma.biz

III. Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets für den verlagerten und erweiterten Lebensmittelmarkt ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebiets wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// Betreiber, Sortimentsstruktur und Dimensionierung des konkreten Vorhabens
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächst gelegene Systemwettbewerber
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien ist das projektrelevante Einzugsgebiet auf die Kernstadt von Neustadt a. Rbge. zu begrenzen (vgl. Karte 3). Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 20.100 Einwohner¹⁸. Durch die Wohnbauentwicklung auf dem Hüttengelände selbst kommen perspektivisch weitere Wohnungen hinzu.

Zone I: Wohngebiete entlang Landwehr / Hüttendamm ca. 5.720 Einwohner

Zone II: übriger Stadtteil Neustadt ca. 14.380 Einwohner

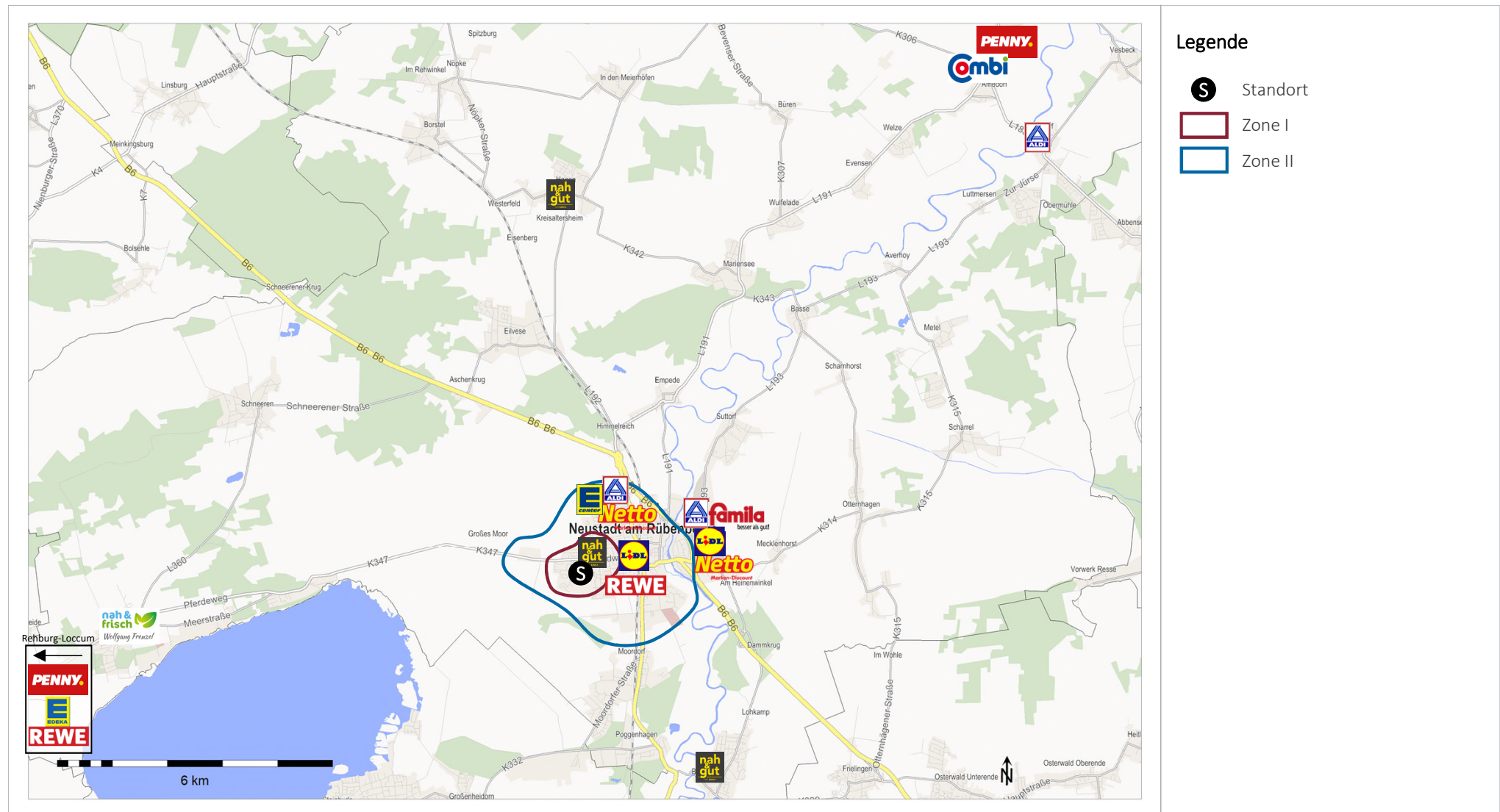
Einzugsgebiet gesamt: ca. 20.100 Einwohner

Aufgrund der Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen wird der Standort v. a. die umliegenden Wohngebiete westlich der Bahnlinie / B 442 ansprechen. Durch die kompakte Siedlungsstruktur in der Kernstadt ist jedoch der gesamte Stadtteil Neustadt dem Einzugsgebiet (Zone II) zuzuordnen. Für die meisten Ortschaften und Dörfer sind andere Lebensmittelanbieter in Neustadt a. Rbge. besser zu erreichen, wodurch das Einzugsgebiet begrenzt wird. Auch die Einwohner und Touristen des westlich gelegenen Ortsteils Mardorf können neben dem dortigen nah & frisch-Markt auch die Wettbewerber im nahegelegenen Rehbürg-Loccum (Ortsteil Rehbürg, u. a. Edeka, Rewe, Penny) schneller erreichen.

Außerdem ist davon auszugehen, dass das Vorhaben trotz introvertierter Wohngebietslage aufgrund der touristischen Bedeutung der Region am Steinhuder Meer einen gewissen Anteil seines Umsatzes mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z. B. Pendler, Ausflügler) erwirtschaftet. Umsätze mit solchen Kunden werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze einbezogen.

¹⁸ Quelle: Stadt Neustadt a. Rbge., Stand: 01.01.2025.

Karte 3: Einzugsgebiet des Vorhabens und wesentliche Wettbewerber



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; panadress marketing intelligence GmbH; Stand 2022; GMA-Bearbeitung 2025

2. Projektrelevante Kaufkraft

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die **la-deneinzelhandelsrelevante** Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.864.¹⁹

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Neustadt a. Rbge., dessen Sortimentsschwerpunkt im **pe-riodischen Bedarf** liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben aktuell

ca. 3.602 €.²⁰

Bei der Kaufkraftberechnung ist das **lokale Kaufkraftniveau** zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau im Jahr 2024 in Neustadt a. Rbge. bei 102,0 und damit auf einem durchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Im Einzugsgebiet liegt im periodischen Bedarf ein **Kaufkraftvolumen** von ca. 73,8 Mio. € vor, davon entfallen ca. 21,0 Mio. € auf Zone I und ca. 52,8 Mio. € auf die Zone II.

¹⁹ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²⁰ Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Apothekerwaren, Zeitschriften / Zeitungen, Tiernahrung, Schnittblumen

IV. Angebotssituation

Im März 2025 wurde seitens der GMA die Begehung und Bewertung der **nahversorgungsrelevanten Wettbewerber** in Neustadt a. Rbge. vorgenommen. Zudem wurde untersucht, ob die vorhabenrelevanten Zentren Vorschädigungen aufweisen.

Da der **Angebotsschwerpunkt im periodischen Bedarf** liegt, sind in diesem Zusammenhang insbesondere Discounter, Supermärkte, Drogeriemärkte und SB-Warenhäuser von Relevanz. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Supermarkt geführt werden.

1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

In der **Zone I des Einzugsgebietes** stellt der bestehende Edeka Nah & Gut-Markt selbst den strukturprägenden Lebensmittelanbieter dar. In **Zone II des Einzugsgebiets** sind Lidl und Rewe vertreten, außerdem der Getränkemarkt Hol'Ab!, Kioske, Bäckereien und Tankstellenshops. Ohne den zu verlagernden Nah & Gut-Markt sind ca. 3.700 m² Verkaufsfläche erhoben worden, der Umsatz im periodischen Bedarf dürfte ca. 19 – 20 Mio. € betragen.

Im **zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt** ist nach der Schließung des kleinflächigen Combi-Markts in der Straße Am Walle in 2023 kein strukturprägender Wettbewerber mehr vorhanden. Die ehemalige Combi-Fläche ist bereits durch Woolworth nachbelegt worden. Der Drogeriemarkt Rossmann hat seinen Standort von der Marktstraße in das Neubauprojekt NeustadtTor an der Wunstorfer Straße verlagert und die Verkaufsfläche dabei deutlich erweitert, die ehemalige Rossmann-Fläche direkt neben H&M stand zum Erhebungszeitpunkt leer. Neben dem Rossmann-Leerstand, der mit ca. 415 m² den größten Leerstand in der Innenstadt darstellt, stehen ebenfalls einige kleinere Flächen leer, vor allem in den Nebenlagen. Neben dem NeustadtTor ist gegenüber 2020 auch der Rathaus-Neubau fertiggestellt worden, als Einzelhandelsmagnet ist hier der Nonfood-Discounter Action eingezogen. Die Umgestaltung des La-Ferté-Macé-Platzes im Rahmen der Innenstadtsanierung wird voraussichtlich bis Mai 2025 abgeschlossen und die Innenstadt weiter aufwerten. Im periodischen Bedarf sind zahlreiche Kioske, Bäckereien, Apotheken und Lebensmittelgeschäfte, u. a. Obst und Gemüse, Weinhandlung, Fleischerei, Fischhandlung etc. vorhanden. Auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.900 m² im periodischen Bedarf dürfte ein Umsatz von ca. 9 – 10 Mio. € erzielt werden.

Foto 7: NeustadtTor mit Rossmann



Foto 8: Rathaus-Neubau mit Action



Fotos: GMA 2025

Im **zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Auenland** stellt das moderne²¹ und im Wettbewerb gut angenommene E-Center den größten Magnetbetrieb dar, ergänzt um die beiden Lebensmitteldiscounter Aldi und Netto Marken-Discount, Bäckereifilialen, eine Apotheke und den Zoofachmarkt Miezebello. In 2020 war das neue E-Center als Ersatz für den bisherigen Edeka-Markt noch im Bau. Insgesamt ist hier im periodischen Bedarf eine Verkaufsfläche von ca. 4.400 m² vorhanden, auf der ein Umsatz von rd. 21 – 22 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Der flächenseitige Schwerpunkt in Neustadt a. Rbge. ist im **Sonderstandort Gewerbegebiet Ost** zu finden. Hier stellen Aldi, familia, Lidl, Netto Marken-Discount und der dm Drogeriemarkt die wesentlichen Magnetbetriebe dar. Ergänzt wird das Angebot u. a. durch einen Fressnapf Zoofachmarkt, Getränkeanbieter und Bäckereifilialen. Am Sonderstandort Gewerbegebiet Ost ist im periodischen Bedarf ca. 7.900 m² Verkaufsfläche vorhanden, auf welcher ein Umsatz von rd. 38 – 39 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

An **sonstigen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes** sind „Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung“ in **Mandelsloh** (u. a. Combi, Penny), **Hagen** (Nah & Gut) sowie **Bordenau** (Nah & Gut) vorhanden. In **Mardorf** sorgt Nah & Frisch für die Grundversorgung, **Mariensee** verfügt über einen Dorfladen. In **Helstorf** ist Aldi mit einer modernen Filiale vertreten. Diese Standorte repräsentieren eine Verkaufsfläche von ca. 4.800 m² und einen Umsatz von ca. 24 – 25 Mio. €.

Tabelle 3: Wesentliche Wettbewerber innerhalb des Untersuchungsraums

Betrieb	Stadtteil / Ortschaft	Straße	Lagekategorie	Gesamt- VK in m², ca.- Werte
Netto Marken-Discount	Neustadt	Erika-Najork-Straße	NVZ Auenland	770
Aldi Nord				1.100
E-Center		Königsberger Straße		2.000
Lidl		Landwehr	Streulage	800
Rewe Diedrichs		Siemensstraße		1.800
Lidl		Justus-von-Liebig-Str.	Gewerbegebiet Ost	770
Netto Marken-Discount		Otto-Lilienthal-Str.		750
Famila		Rudolf-Diesel-Ring		4.250
Aldi Nord				1.000

Fortsetzung auf nächster Seite

²¹ Das E-Center bietet u. a. den „Easy Shopper“ an, einen Einkaufswagen mit Scanner und App-Anbindung, der den Gang zur Kasse einspart.

Betrieb	Stadtteil / Ortschaft	Straße	Lagekategorie	Gesamt- VK in m², ca.-Werte
Combi	Mandelsloh	Amedorfer Straße	Standort mit herausge- hobener Bedeutung für die Nahversorgung	1.070
Penny				780
Nah & Gut Schöbel	Hagen	Hagener Straße		290
Nah & Gut Janz	Bordenau	Steinweg		780
Nah & Frisch Frenzel	Mardorf	Mardorfer Straße	Streulage	240
Aldi Nord	Helstorf	Abbenser Straße		1.050

GMA-Erhebung / -Zusammenstellung 2025; ohne Darstellung der Spezialanbieter.

Am Nahversorgungsstandort Mandelsloh ist eine Erweiterung des Combi-Marktes vorgesehen, auch am Nahversorgungsstandort Hagen wird die Verlagerung und Erweiterung des strukturprägenden Lebensmittelmarkts (Edeka) angestrebt.

V. Auswirkungsanalyse

1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Auswirkungen durch die Einzelhandelsnutzungen im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen zufließt.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Zur Berechnung des **voraussichtlichen Umsatzes des Vorhabens** wird auf das Marktanteilkonzept zurückgegriffen. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den Zonen des Einzugsgebietes.²² Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage sein wird, einen Teil der Kaufkraft an sich zu binden. Zudem lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts die perspektivische Umsatzherkunft ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens.

Hingegen lässt das **Marktanteilkonzept** keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge zu. Es gibt keine Auskunft darüber, wo die Umsätze des Vorhabens bisher gebunden wurden und wie sich diese nach der Ansiedlung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Umsatzverluste zu Lasten von Wettbewerbern werden nach Lagen nachfolgend eingehend behandelt.

Für den verlagerten und erweiterten Edeka-Markt mit ca. 1.700 m² Verkaufsfläche werden folgende Marktanteile ermittelt:

²² In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein, wie die Rahmenbedingungen am Standort, verkehrliche Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

Tabelle 4: Umsatzprognose für das Vorhaben anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft period. Bedarf in Mio. €	Marktanteil period. Bedarf in %	Umsatz period. Bedarf in Mio. €	Umsatz aperiod. Bedarf in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzher- kunft in %
Zone I	21,0	17 – 18	3,8	0,1	3,9	47
Zone II	52,8	6 – 7	3,7	0,1	3,8	46
Einzugsgebiet	73,8	10 – 11	7,5	0,2	7,7	93
Streuumsätze			0,6	< 0,1	0,6	7
Summe			8,1	0,2	8,3	100

Der Umsatzanteil im periodischen Bedarf beträgt bei der Planung bei rd. 97 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft im Bereich der aperiodischen Randsortimente ist davon auszugehen, dass diese vergleichbar mit der im periodischen Bedarf ist. GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich).

Der verlagerte und erweiterte Lebensmittelmarkt wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.700 m² einen Umsatz von ca. 8,3 Mio. € erwirtschaften können, davon entfallen ca. 8,1 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,2 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf. Gegenüber der Planung aus 2020 fällt der Umsatz bei vergleichbarem Marktanteil um ca. 0,5 Mio. € höher aus, was auf die gestiegenen Pro-Kopf-Ausgaben für Lebensmittel zurückzuführen ist. Unter Zugrundelegung der geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.700 m² lässt sich eine Flächenproduktivität für den Lebensmittelmarkt von ca. 4.900 € je m² ermitteln. Damit liegt die Flächenproduktivität unterhalb des Durchschnitts für Edeka-Märkte,²³ im ländlichen Raum stellt dies dennoch eine gute Raumleistung dar. Gegenüber 2020 fällt die Flächenproduktivität um ca. 400 €/m² höher aus. In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m² Verkaufsfläche. Demzufolge bilden die angesetzten Werte einen worst-case-Ansatz ab.

²³ Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2024 / 2025 liegt die durchschnittliche Flächenleistung vergleichbarer Märkte von Edeka aktuell bei ca. 5.340 € je m² bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächen-
größe von ca. 1.314 m². Dies entspricht einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 7,2 Mio. €.

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des Vorhabens dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im periodischen Bedarf werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die Bewertung des Vorhabens werden folgende Annahmen getroffen:

- /// Edeka wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.700 m² einen Umsatz von ca. 8,5 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 8,1 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,2 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf.
- /// Zu berücksichtigen ist, dass der Edeka Nah & Gut-Markt auf insg. ca. 1.170 m² VK bereits seit vielen Jahren am Standort Landwehr ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit einen Umsatz von insgesamt ca. 5,9 Mio. €. Davon entfallen rd. 5,7 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,1 – 0,2 Mio. € auf aperiodische Sortimente. Die derzeitigen Umsätze werden auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und am Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden.
- /// Unter Berücksichtigung der Umsätze des bestehenden Marktes bleibt demnach ein Umsatzanteil von ca. 2,8 Mio. €, welcher durch das Vorhaben im Untersuchungsraum umverteilungswirksam werden kann. Davon entfallen ca. 2,7 Mio. € auf den periodischen und ca. 0,1 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen bei Verlagerung von Edeka

		in Mio. €	in %
periodischer Bedarf	Umsatz des bestehenden Lebensmittelmarktes	5,7	-
	Umverteilungen gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet	1,1	5 – 6
	Umverteilungen gegenüber Anbietern im Hauptzentrum Innenstadt	0,1	1 – 2
	Umverteilungen gegenüber Anbietern im Nahversorgungszentrum Auenland	0,6	2 – 3
	Umverteilungen gegenüber Anbietern im Gewerbegebiet Ost	0,5	1 – 2
	Umverteilungen gegenüber Anbietern außerhalb des Einzugsgebiets	0,3	1 – 2
	Umsatz verlagerter Markt	8,1	-
aperiodischer Bedarf	Umsatz des bestehenden Marktes	0,1 – 0,2	-
	Umverteilungen im Untersuchungsraum	0,1	-
	Umsatz verlagerter Markt	0,2	-
Umsatz insgesamt		8,3	-

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, gerundet).

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind für die Verlagerung und Erweiterung des bestehenden Edeka-Supermarktes auf ca. 1.700 m² VK folgende städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- /// Innerhalb des **Einzugsgebietes** wird der Umsatzrückgang am höchsten ausfallen, hier werden vor allem Rewe an der Siemensstraße und Lidl an der Straße Landwehr betroffen sein. Beide Märkte sind jedoch als leistungsfähig einzuordnen und profitieren derzeit bereits von der positiven Bevölkerungsentwicklung in Neustadt a. Rbge., etwa durch die überwiegende Fertigstellung und Bezug des 1. Bauabschnitts der Neubebauung am Planstandort. Für Lidl ist bereits seit mehr als fünf Jahren eine Verkaufsflächen-erweiterung vorgesehen, Betriebsschließungen sind durch das Vorhaben nicht zu erwarten.
- /// Im **Hauptzentrum Innenstadt** fallen die Umsatzrückgänge mit ca. 1 – 2 % sehr gering aus, da hier kein direkter Wettbewerber für Edeka vorhanden ist. Eine wesentliche Beeinträchtigung des Hauptzentrums ist auszuschließen.
- /// Im **Nahversorgungszentrum Auenland** sind Umsatzrückgänge von ca. 0,6 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 % zu erwarten, was hauptsächlich auf Kannibalisierungseffekte zwischen den beiden Edeka-Märkten zurückzuführen ist. Das E-Center an der Königsberger Straße stellt den modernsten Lebensmittelanbieter in Neustadt a. Rbge. dar und ist entsprechend leistungsfähig. Eine wesentliche Beeinträchtigung des Nahversorgungszentrums ist aufgrund der geringen wettbewerblichen Effekte nicht zu erwarten.
- /// Das **Gewerbegebiet Ost** spricht mit dem modernen familia-Markt als größtem Lebensmittelmarkt der Stadt und den ergänzenden Lebensmitteldiscountern Aldi, Lidl und Netto Marken-Discount ein gesamtstädtisches Einzugsgebiet an und wird daher von wettbewerblichen Effekten in Höhe von ca. 0,5 Mio. € betroffen sein, was einem niedrigen Umsatzrückgang um ca. 1 – 2 % entspricht.

- /// An den **sonstigen Standorten außerhalb des Einzugsgebiets** liegen die Umsatzrückgänge in der Summe bei ca. 0,3 Mio. € und fallen mit ca. 1 – 2 % sehr gering aus. Daher ist eine wesentliche Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung auszuschließen. Vielmehr wird sich die Nahversorgung durch die Erweiterungsplanungen in Mandelsloh und Hagen perspektivisch verbessern.
- /// Im **aperiodischen Bedarf** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,1 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern im Einzugsgebiet und angrenzenden Orten wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlicher Sortimente. Nennenswerte Verluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte nicht zu wesentlichen Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung führen werden.

5. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens

5.1 Konzentrationsgebot

Das RROP 2016 für die Region Hannover legt den Stadtteil Neustadt als zentrales Siedlungsgebiet des Mittelzentrums Neustadt a. Rbge. fest.²⁴ In der zeichnerischen Darstellung (Anhang zu 2.3) ist der unbebaute Planstandort außerdem als bauleitplanerisch gesicherter Bereich dargestellt. **Der Planstandort liegt innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets, das Konzentrationsgebot wird eingehalten.**

5.2 Integrationsgebot

Der Planstandort befindet sich nicht in einem zentralen Versorgungsbereich sowie außerhalb des im RROP 2016 dargestellten Versorgungskerns, also außerhalb einer städtebaulich integrierten Lage gem. LOP 2017. Das Einzelhandelskonzept aus 2023 hat jedoch die Potenzialflächen in der Neustädter Innenstadt untersucht und festgestellt, dass im zentralen Versorgungsbereich keine geeignete Fläche für das Vorhaben vorhanden ist. Das Einzelhandelskonzept stellt außerdem fest, dass bei Wegfall des bestehenden Nah & Gut-Markts die Gefahr eines Versorgungsdefizits besteht. Der Planstandort für einen Nahversorger innerhalb der Quartierentwicklung am Hüttengelände ist gemäß Einzelhandelskonzept 2023 für die Anwendung der Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes geeignet, sofern die periodischen Sortimente einen Anteil von mindestens 90 % einnehmen und die vertragliche Verkaufsflächengröße von 1.700 m² nicht überschritten wird. Die ÖPNV-Anbindung ist gewährleistet und das Vorhaben befindet sich in räumlichem Zusammenhang mit Wohnbebauung. **Die Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes wird eingehalten.**

²⁴ Vgl. RROP 2016, Abschnitt 2.2.04.

5.3 Kongruenzgebot

In einem Mittelzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten. Bei diesem handelt es sich um das Gemeinde- oder Samtgemeindegebiet. Eine wesentliche Überschreitung ist gemäß LROP 2017 dann gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde. Das Einzugsgebiet des Vorhabens beschränkt sich auf den Stadtteil Neustadt, auch ein Großteil der Streuumsätze dürfte mit Kunden aus den umliegenden Neustädter Ortschaften erzielt werden. Etwa 93 % des Umsatzes²⁵ werden aus dem Einzugsgebiet und damit aus dem grundzentralen Verflechtungsbereich stammen. **Das Kongruenzgebot wird durch das Vorhaben eingehalten.**

5.4 Beeinträchtigungsverbot

Die Ermittlung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen hat ergeben, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte nicht zu wesentlichen Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche, der Funktionsfähigkeit zentraler Orte oder der verbrauchernahen Versorgung führen werden. **Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Vorhaben eingehalten.**

5.5 Fazit der raumordnerischen Bewertung

Durch das Vorhaben werden die Vorgaben des Satzes 2.3 Ziffer 03 – 10, LROP (2017) eingehalten, somit ist es am Planstandort innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Mittelzentrums Neustadt a. Rbge. zulässig.

²⁵ Vgl. Kapitel V.2.

VI. Nachnutzung des Bestandsmarkts Landwehr 68

Der Bebauungsplan Nr. 110 „Am Kuhlager-Kleiner Tösel“ setzt in der 7. Änderung aus dem Jahr 2001 ein sonstiges Sondergebiet (SO) mit der Zweckbestimmung „Großflächige Einzelhandelsbetriebe: Lebensmittelmarkt“ fest. Vor der 7. Änderung war hier ein Wohngebiet (WA) ausgewiesen. Somit wird für eine Nutzungsänderung in den meisten Fällen eine Änderung des Bebauungsplans oder eine Befreiung von den Festsetzungen erforderlich sein.

Foto 9: Blick von Landwehr



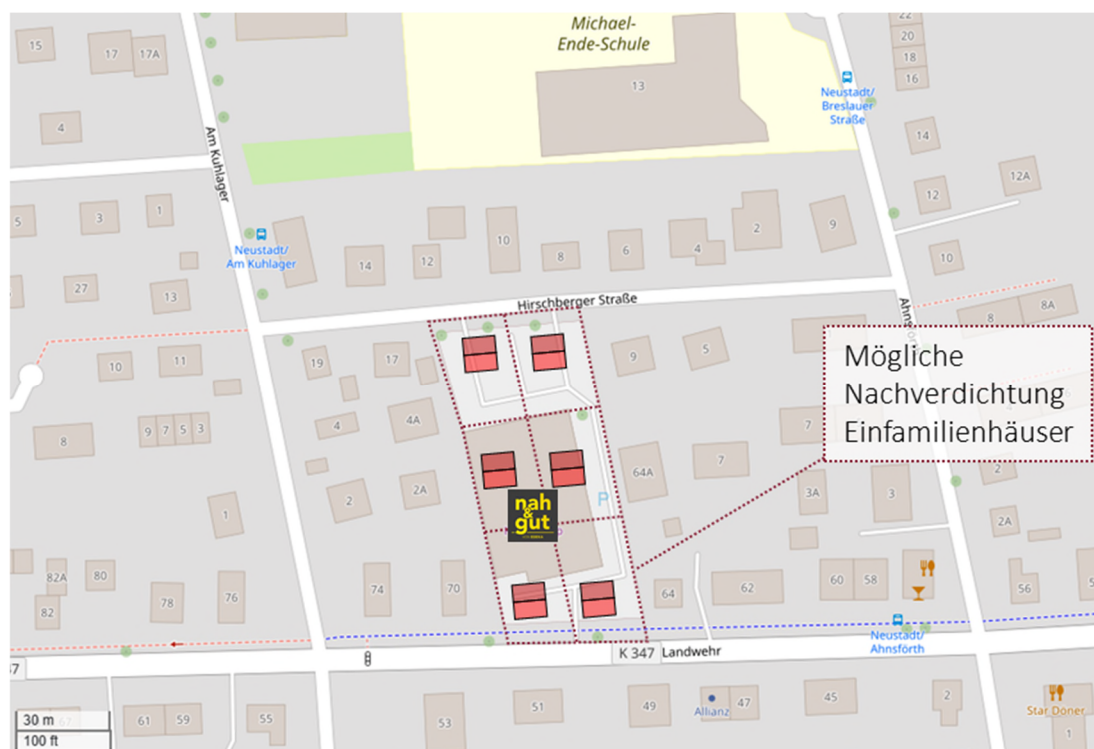
Foto 10: Blick von Hirschberger Straße



Fotos: GMA 2025

Aus städtebaulicher Sicht bietet sich zunächst die **Rückkehr zu Wohnnutzung** an, insbesondere vor dem Hintergrund der von der Hirschberger Straße gesehen eher unattraktiven Rückseite des bestehenden Supermarkts. Gemessen an den umliegenden Strukturen lassen sich (vorbehaltlich der Erschließung) ca. vier bis acht Einfamilienhäuser auf der Fläche realisieren.

Abbildung 2: Standortumfeld Landwehr 68 (Beispielhafte Nachnutzung: Wohnen)



Quelle: © OpenStreetMap Mitwirkende, GMA-Darstellung 2025.

Mit der Grundschule, Kita und Hort nördlich der Hirschberger Straße bietet sich grundsätzlich auch eine Nutzung als **Bildungseinrichtung** an, vom bestehenden Schulstandort wird der Supermarkt jedoch durch eine Zeile Einfamilienhäuser getrennt.

Im **Einzelhandel** kommen Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten gemäß Neustädter Liste²⁶ für eine Nachnutzung in Frage. Dies sind insbesondere:

- /// Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel, Tiernahrung
- /// Gartenbedarf, Pflanzen
- /// Elektroinstallationsbedarf, Antennen, Satellitenanlagen
- /// Büromaschinen (gewerblicher Bedarf z. B. Kopierer, Bindegeräte, Aktenvernichter)
- /// Möbel (inkl. Küchen), Matratzen, Bettwaren
- /// Gartengeräte, Gartenkeramik
- /// Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf
- /// Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär, Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen, Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen
- /// Brennstoffe
- /// Babyartikel (sperrig, z. B. Kinderwagen, Kindersitze)
- /// Elektrogroßgeräte (weiße Ware)
- /// Lampen, Leuchten
- /// Sportgroßgeräte, Campingartikel
- /// Kfz- / Motorradzubehör
- /// Fahrräder, Fahrradzubehör

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist gemäß Einzelhandelskonzept 2023 und RROP 2016 für die Region Hannover auf den „Regional bedeutsamen Fachmarktstandort“ im Gewerbegebiet Ost zu lenken. Die Fläche Landwehr 68 könnte jedoch einen Fachmarkt aufnehmen, der nicht an diesem Standort untergebracht werden kann. Eine klassische Nachnutzung für einen Lebensmittelmarkt stellt ein **Getränkemarkt** dar, der als Sonderform des Lebensmittelmarkts bereits zulässig sein dürfte. Auch ein moderner **Raiffeisenmarkt** oder ein **Reitsportfachmarkt** sind derzeit nicht in Neustadt a. Rbge. vertreten und würden eine sinnvolle Ergänzung des Angebots darstellen. Potenzial bestünde auch für **Fahrräder** und **Kfz- / Motorradzubehör** oder einen **Sonderpostenmarkt**.

Eine andere **gewerbliche Nutzung** wird aufgrund der unmittelbaren Nähe zu den umliegenden Allgemeinen Wohngebieten (WA) kritisch gesehen, hier wäre stark auf die Emissionen zu achten (z. B. Handwerk, verarbeitendes Gewerbe). Eine Nutzung für **Bürozwecke** und in beschränktem Maße auch für **City-Logistik** wäre hingegen denkbar.

²⁶ Vgl. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neustadt am Rübenberge, 2023, S. 50.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage und zentralörtliche Struktur in der Region	14
Karte 2:	Mikrostandort Hüttengelände	17
Karte 3:	Einzugsgebiet des Vorhabens und wesentliche Wettbewerber	19

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Verkaufsfläche des Vorhabens (Bestand/Plan)	5
Tabelle 2:	Bevölkerungsentwicklung nach Ortschaften	13
Tabelle 3:	Wesentliche Wettbewerber innerhalb des Untersuchungsraums	22
Tabelle 4:	Umsatzprognose für das Vorhaben anhand des Marktanteilkonzeptes	25
Tabelle 5:	Prognose der Umsatzumverteilungen bei Verlagerung von Edeka	27

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Eingangstor vom Hüttendamm	16
Foto 2:	Fabrikantenvilla am Hüttenplatz	16
Foto 3:	Zaun und Wohnbebauung Hüttendamm	16
Foto 4:	Bushaltestelle vor Planstandort	16
Foto 5:	bereits fertiggestellte Wohneinheiten Rittinger Allee	16
Foto 6:	Ende der Planstraße, Blick auf Hüttenareal von Süden	16
Foto 7:	NeustadtTor mit Rossmann	21
Foto 8:	Rathaus-Neubau mit Action	21
Foto 9:	Blick von Landwehr	30
Foto 10:	Blick von Hirschberger Straße	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2012 – 2022	11
Abbildung 2:	Standortumfeld Landwehr 68 (Beispielhafte Nachnutzung: Wohnen)	30