



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Land.
Seit 1988.**

Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Algermissen

Handel
Stadt + Regionalplanung
Marketing
Management
Digitale Stadt
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorfstraße 1 30163 Hannover
T 0511-220079-50
cima.hannover@cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried und Wien (AT)
www.cima.de



Projektleitung: Dipl.-Geograph Arne Decker

Bearbeitung: M.A. Wirtschaftsgeographie Justus Scherfose

M.A. Wirtschaftsgeographie Leonhard Otto

Hannover, 14.05.2025

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Die auftraggebende Stelle kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeitenden. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber der auftraggebenden Stelle im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen in Ausnahmefällen ggf. nur die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhalt

1 Auftrag und Aufgabenstellung	5		
2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung	6		
2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel	6		
2.1.1 Onlinehandel	6		
2.1.2 Veränderte Kundschaftsansprüche	8		
2.2 Entwicklung der Betriebsformen	10		
2.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmittel-einzelhandel	12		
3 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	14		
3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Bedeutung	14		
3.2 Sozioökonomische Strukturdaten	17		
4 Marktgebiet und Nachfragepotenzial in der Gemeinde Algermissen	19		
4.1 Marktgebiet	19		
4.2 Nachfragepotenzial	20		
5 Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Algermissen	21		
5.1 Einzelhandelsstruktur	21		
5.2 Einzelhandelszentralität	25		
5.3 Kaufkraftstromanalyse	29		
5.4 Nahversorgungssituation	30		
6 Zentrenstruktur in der Gemeinde Algermissen	36		
6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs	36		
6.2 Zentrenkonzept der Gemeinde Algermissen	38		
6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen	40		
6.2.2 Solitärer Nahversorger	45		
6.2.3 Sonstiges Gemeindegebiet Algermissen	47		
7 Branchenkonzept für die Gemeinde Algermissen	48		
7.1 Sortimentsliste	48		
7.1.1 Vorbemerkung	48		
7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	48		
7.1.3 Ableitung der Sortimentsliste für die Gemeinde Algermissen	51		
7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien	56		
7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen	59		
7.2.2 Ansiedlungsstrategien für den solitären Nahversorgungsstandort	59		
7.2.3 Ansiedlungsstrategien für sonstige siedlungs-strukturell integrierte Lagen	59		
7.2.4 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte	60		
7.2.5 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete	60		
8 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	61		
9 Anhang	63		
9.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials	63		
9.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	64		
9.3 Abgrenzung von Betriebstypen	65		
9.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung	66		
9.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche	71		

Abbildungen

Abbildung 1: Umsatzentwicklung Gesamteinzelhandel (online und stationär) und Onlineanteil	6	Abbildung 22: Räumliche Zentrenstruktur der Gemeinde Algermissen.....	39
Abbildung 2: Umsatzentwicklung des Onlinehandels in Deutschland.....	7	Abbildung 23: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen 2025.....	41
Abbildung 3: Anteil der Branchen am Gesamtonlinevolumen 2023	7	Abbildung 24: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im ZVB Ortsmitte Algermissen.....	42
Abbildung 4: Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt	8	Abbildung 25: Rathaus mit vorgelagertem Aufenthaltsbereich	42
Abbildung 5: Marktanteile nach Vertriebsformen 2013–2023 (nominal in %).....	11	Abbildung 26: Eindrücke aus dem ZVB Ortsmitte Algermissen.....	44
Abbildung 6: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten	13	Abbildung 27: Netto-Markt Algermissen	46
Abbildung 7: Gemeindestruktur Algermissen.....	15	Abbildung 28: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Periodischer Bedarf	52
Abbildung 8: Lage im Raum und zentralörtliche Funktionen.....	16	Abbildung 29: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Aperiodischer Bedarf	53
Abbildung 9: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Algermissen	17	Abbildung 30: Sortimentsliste für die Gemeinde Algermissen	54
Abbildung 10: Bevölkerungsentwicklung bis 2023 und 3 Szenarien bis 2040.....	18	Abbildung 31: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe).....	58
Abbildung 11: Nachfragepotenziale der Gemeinde Algermissen in Mio. €.....	20	Abbildung 32: Die 31 cima-Branchen und 14 cima-Warengruppen.....	64
Abbildung 12: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz	21	Abbildung 33: Abgrenzung und Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche	67
Abbildung 13: Verkaufsfläche pro Kopf in der Gemeinde Algermissen	22	Abbildung 34: Funktionale Lage des zentralen Versorgungsbereichs	67
Abbildung 14: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Gemeinde Algermissen.....	24	Abbildung 35: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche	68
Abbildung 15: Einzelhandelsumsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in der Gemeinde Algermissen.....	25		
Abbildung 16: Handelszentralitäten-Ranking (in %) in der Gemeinde Algermissen	28		
Abbildung 17: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen	29		
Abbildung 18: Nahversorgungsbetriebe in der Gemeinde Algermissen.....	32		
Abbildung 19: Nahversorgungserreichbarkeit in der Gemeinde Algermissen (5-minütiger und 7-minütiger PKW-Radius).....	33		
Abbildung 20: Nahversorgungserreichbarkeit in der Gemeinde Algermissen (10-minütiger zu Fuß-Radius)	34		
Abbildung 21: Zusammenfassendes Datenblatt Gemeinde Algermissen (2012 und 2024)	35		

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag

Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Algermissen als Teil der Fortschreibung des Gemeindeentwicklungskonzeptes

Analysezeitraum

August – November 2024

Zielsetzung

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Algermissen sollen die Anforderungen und Rahmenbedingungen der Raumordnung (derzeit geltendes Regionales Raumordnungsprogramm (RROP) Landkreis Hildesheim 2016) und der Landesplanung (derzeit geltendes Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen 2022) erfüllt werden.

Maßgebliche Relevanz haben die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sowie die Erstellung einer ortsspezifischen Sortimentsliste für die Gemeinde Algermissen.

Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Gemeinde Algermissen
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels für die Gemeinde Algermissen

- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Aktualisierte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches
- Ableitung der Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente für die Gemeinde Algermissen unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung
- Aufzeigen aktueller branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig in der Gemeinde Algermissen zu binden
- Ableitung einzelhandelsrelevanter Entwicklungsmöglichkeiten und Empfehlungen für die Ortschaften

Vorbemerkung zur Methodik

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen basieren auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im November 2024.

Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weitere Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der gutachterlichen Inaugenscheinnahme der Unternehmen.

Die kaufkraftrelevanten sowie soziodemographischen Daten beziehen sich auf die Jahre 2023 bzw. 2024. Die Datenquelle und Aktualität sind jeweils an entsprechender Stelle genannt.

2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung

2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

Es ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen wird. Damit sinkt auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur, vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Bei leicht wachsendem Gesamtumsatz in den letzten Jahren ist der Handel grundsätzlich vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Der Preis (Discountorientierung) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den in den letzten Jahren gestiegenen privaten Verbrauchsausgaben in Folge langer Zeit guter Arbeitsmarktlage und steigender Gehälter bleibt der Kaufpreis auf Kundschaftsseite ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

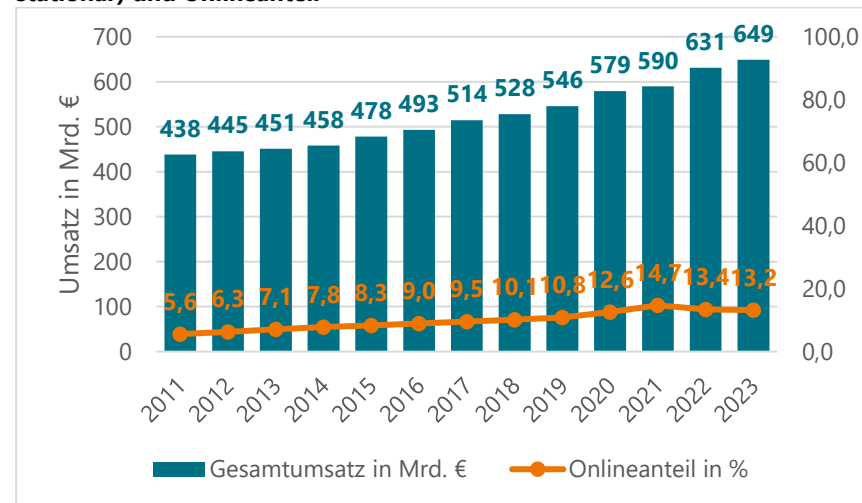
2.1.1 Onlinehandel

Kaum ein Thema wird in den aktuellen Diskussionen häufiger und kontroverser angesprochen als die Auswirkungen des Onlinehandels (E-Commerce) auf den stationären Einzelhandel. Dies hängt vor allem mit der rasanten Umsatzentwicklung des Onlinehandels zusammen.

In der Abbildung 1 wird die Entwicklung der Anteile des Onlinehandels am Gesamtumsatz des Einzelhandels dargestellt. Dabei wird ersichtlich, dass der Online-Anteil an den Umsätzen noch relativ gering ist. Rund 85 % der Umsätze finden nach wie vor größtenteils in stationären Geschäften statt. In den letzten zehn Jahren war zwar ein deutlicher Anstieg der Online-

Anteile zu verzeichnen, allerdings ist der Anteil seit 2021, nach den pandemiebedingten Höchstständen, wieder leicht zurückgegangen.

Abbildung 1: Umsatzentwicklung Gesamteinzelhandel (online und stationär) und Onlineanteil



Quelle:

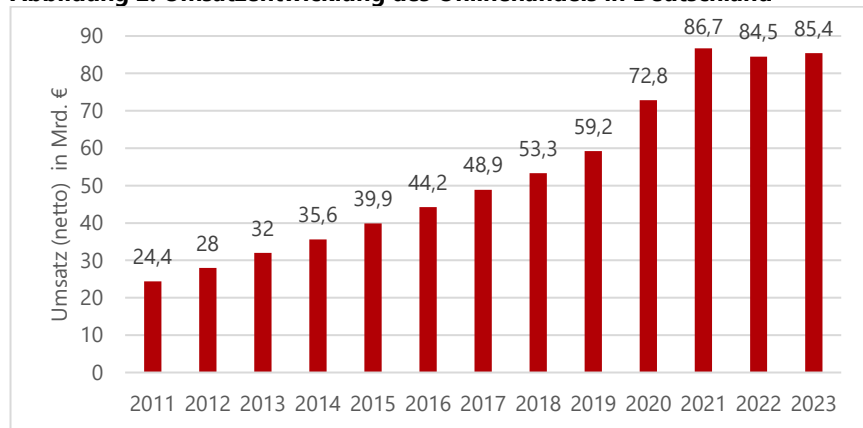
Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024

Bearbeitung:

cima 2025

Zwischen 2011 und 2023 konnte der Einzelhandel insgesamt (online und stationär) ein Umsatzwachstum von rd. 438 Mrd. € auf rd. 649 Mrd. €, d. h. eine Steigerung von rd. 48,17 %, verzeichnen. Das Wachstum ist zu einem bedeutenden Anteil auch auf Umsatzzuwächse im Onlinehandel zurückzuführen. Dort konnte eine Umsatzsteigerung von rd. 24,4 Mrd. € im Jahr 2011 auf ca. 85,4 Mrd. € im Jahr 2022 generiert werden.

Abbildung 2: Umsatzentwicklung des Onlinehandels in Deutschland

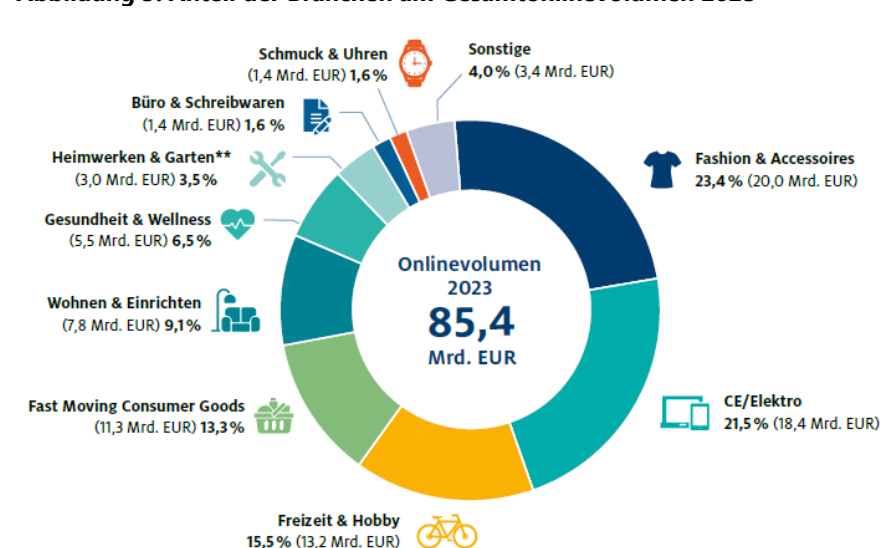


Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024
 Bearbeitung: cima 2025

Im Jahr 2022 war nach zwei Jahren mit durch die Coronapandemie bedingten sehr starken Wachstumsraten die Umsatzentwicklung im Onlinehandel erstmals leicht rückläufig. Dies ist vor allem auf nachlassende pandemiebedingte Sondereffekte (Käufe werden wieder verstärkt stationär vorgenommen) zurückzuführen. Dennoch zeigt sich auf lange Sicht ein deutlicher Wachstumstrend im Onlinehandel, der bereits vor mehr als zehn Jahren begonnen hat.

Die Marktbedeutung des Onlinehandels stellt sich branchenbezogen sehr unterschiedlich dar. Die wichtigsten Umsatzträger sind die Sortimentsbereiche Fashion & Accessoires (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren etc.), CE¹/Elektro und Freizeit & Hobby (Spielwaren, Bücher, Sportbedarf). Alle anderen Branchen spielen eine untergeordnete Rolle (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Anteil der Branchen am Gesamtonlinevolumen 2023



Lesebeispiel: Der Onlineumsatz mit Consumer Electronics und Elektrogeräten (CE/Elektro) erreicht 2023 ein Volumen von 18,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil am Gesamt-Onlinevolumen von 21,5 Prozent.

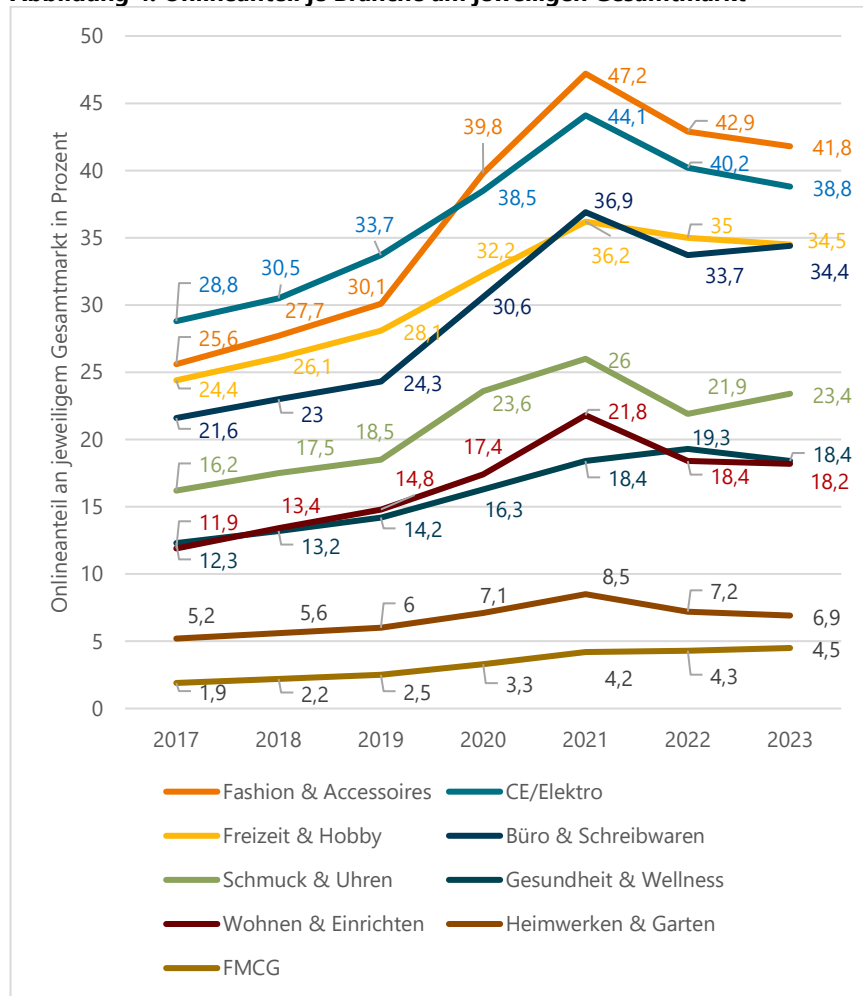
* Umsatzangaben netto (ohne Umsatzsteuer)

** DIY-Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien

Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024

¹ Consumer Electronics (Unterhaltungs- und Haushaltselektronik)

Abbildung 4: Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2019-2024

Aus städtebaulicher Sicht bedenklich ist die Tatsache, dass die umsatzstärksten Branchen des Onlinehandels die attraktivitätsbestimmenden Sortimente der Einkaufsinnenstädte darstellen. Ein weiteres Anwachsen der Umsatzleistungen in diesen Branchen geht somit unmittelbar zu Lasten des Innenstadthandels und könnte in diesen sensiblen Standortbereichen zu einer weiteren Beschleunigung der Leerstandsentwicklung oder zumindest zu Trading-Down-Prozessen führen.

Während der Onlinehandel im Nonfood-Bereich bereits etabliert ist, befindet sich der Online-Lebensmittelhandel weiterhin in der Pionierphase. Die Konzepte reichen von Onlineshops des etablierten Lebensmittelhandels bis zu reinen Onlineanbietern. Gemessen am gesamten Einzelhandel liegt der Umsatzanteil von Lebensmitteln (inkl. Getränke und Tabakwaren) mit 2,4 % im Jahr 2023 bislang noch auf einem geringen Niveau.² Zu bemerken sind allerdings die in den letzten Jahren stetigen Wachstumsraten in diesem Segment.

Die Gründe für die geringen Onlinekäufe im Lebensmittelbereich sind u. a. in dem dichten Versorgungsnetz des Lebensmitteleinzelhandels und den langen Öffnungszeiten zu sehen. Insbesondere die flächendeckende Versorgung ist ein Grundbedürfnis, das der stationäre Handel beinahe vollständig deckt. Auch in der Sortimentsbreite und -tiefe können nicht alle Onlineshops mit dem stationären Lebensmittelhandel mithalten: Vor allem Frischeprodukte werden bislang nicht flächendeckend online vertrieben und erschweren somit die Etablierung des Versandhandels im Lebensmittelbereich.

2.1.2 Veränderte Kundschaftsansprüche

Sowohl Kundschaft als auch Einzelhandel reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und die Konsumierenden werden für den Einzelhandel dadurch „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten beim

² Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024

Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Einkaufsstätten und Vertriebswegen.

Die Ansprüche der Kundschaft steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinaus soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seine Mehrwerte darstellt und kommuniziert. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und die Beratung vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität, Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Konsumierenden beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Onlinehandel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um die hybride Kundschaft anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für die Kundschaft von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um die Kundschaft in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt und Social-Media-Kanäle stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkerne des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit

eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zum Wettbewerb zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebs historie oder durch Spezialisierungen z. B. über Sortiment, Personal, Service erfolgen. Es gilt, ein positives Bild in den Köpfen zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kundschaft sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. im Lebensmitteleinzelhandel durch ein individuelles und passgenaues Angebot zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung wieder: Übersichtlichkeit und ein bequemes Erreichen der Waren sollen den Einkauf erleichtern.

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Handel. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie ein glaubwürdiges Auftreten können hier von Vorteil sein. Es wird dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung gelegt. Warenpräsentation und Ladendesign können auch puristischer anmuten.

Cross-Selling

Mit einem Cross-Selling-Ansatz werden Zusatzangebote bereitet, die die Kundschaftsbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Ware umfassen. Die

Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Onlinehandel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das geänderte Konsumverhalten ist die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Hierbei verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und den damit einhergehenden Vorteilen die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel.

Mit der wachsenden Bedeutung des Onlinehandels wird der stationäre Handel verstärkt zum Ausstellungs- und Präsentationsraum: Beim sogenannten „Showrooming“ informieren sich Interessierte im Laden, kaufen anschließend aber online.

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Einzelhandelsunternehmen eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research Online, Purchase Offline - online suchen, offline kaufen).

Essenziell für stationäre Handelsunternehmen ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital aufgefunden zu werden. Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus gilt es, sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbietende von lokalen und nationalen Online-Marktplätzen als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister erfolgen. Ferner bieten Social-Media-Plattformen die Möglichkeit, Produkte und Aktionen zu bewerben, das Unternehmen darzustellen und Kundschaft zu binden.

Konsumierende möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, zum anderen mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone

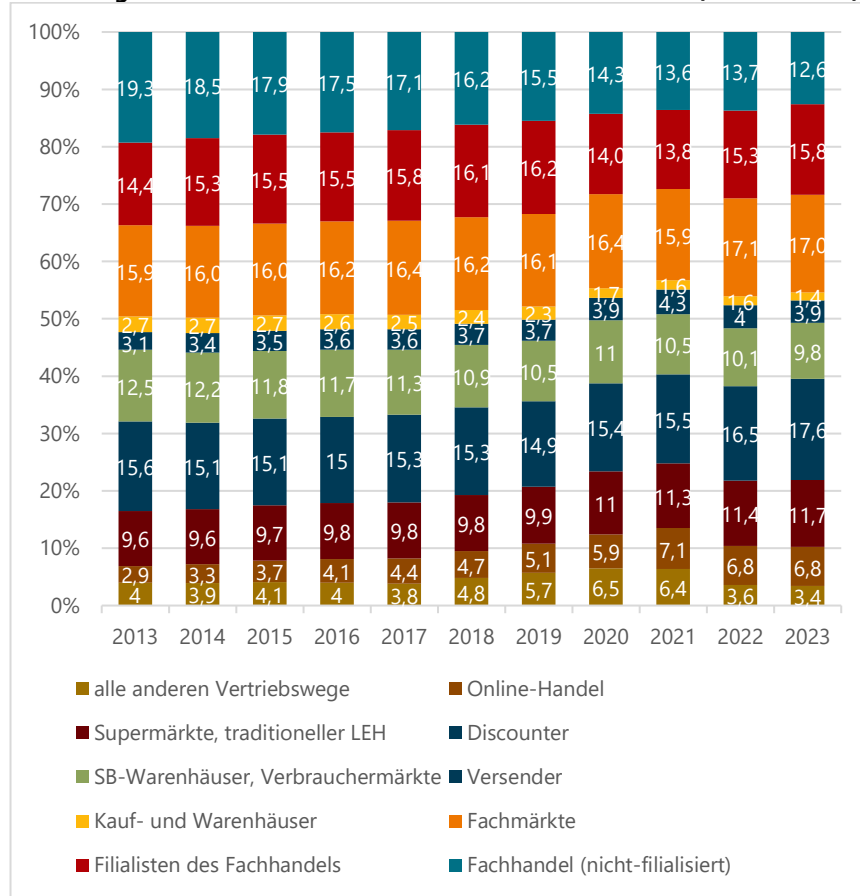
online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, nur einen Kanal zu bedienen; es müssen möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. Die Kundschaft kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen Onlineshop oder stationärem Handel wählen. Beim Cross-Channeling kann während des Einkaufes zwischen den Kanälen gewechselt werden - z. B., wenn das Produkt online bestellt und stationär im Geschäft abgeholt wird („Click & Collect“).

Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, den Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären Einzelhandel, dass die Kundschaft am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

2.2 Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen des Einzelhandels führen die o.g. Rahmenbedingungen und Herausforderungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Die folgende Abbildung zeigt die Marktanteile der Betriebsformen von 2013-2023. Die Entwicklung ist vor allem durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer“ spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf). Mit der aufgezeigten Betriebstypenentwicklung geht eine Flächenentwicklung von kleinteiligen Läden hin zu größeren Flächen und insgesamt weniger Betrieben einher. Der Trend zu immer größeren Läden ist gebremst, auch durch die Möglichkeiten, Produkte oder Produktvarianten digital auf kleinerer Ausstellungsfläche zu präsentieren.

Abbildung 5: Marktanteile nach Vertriebsformen 2013–2023 (nominal in %)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Handelsverband Deutschland – HDE e. V., Zahlenspiegel 2024

Folgende wesentliche Muster sind der Entwicklung der Vertriebsformen marktbestimmend:

- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multi-Marken-Image oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile.

Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln weitere eigene Handels- und Vertriebsnetze.

- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Betriebe wird weiter geschärft.
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig nur noch Marktbedeutung haben können. Einkaufskooperationen bieten klare Kostenvorteile, Dienstleistungs-Kooperationen können Serviceleistungen und Kundschaftsbindung verbessern.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine gewisse Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Weitere internationale Betriebe werden versuchen, den deutschen Markt zu erschließen, da Deutschland als Europas größter Einzelhandelsmarkt attraktiv ist.
- Trend zur Vertikalisierung: Anbietende beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Betriebe wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (Store Branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, austauschbare Standard-Shopping-Center haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten – ob gewachsen oder geplant – müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich immer noch in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre langsam weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Onlineshops der etablierten Lebensmittelhändler bis zu neuen, reinen Online-Anbietern.

Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte – sowohl in Städten als auch in kleineren Gemeinden.

2.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Seit jeher ist der Lebensmitteleinzelhandel von Wandel geprägt und im Fokus neuer Entwicklungen, Trends und Experimente. Der große Wettbewerbsdruck ist Treiber von Innovationen, neuen Konzepten und Ideen, um den Kundschaftsansprüchen (weiterhin) gerecht zu werden.

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also bei der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe, Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird in zunehmendem Maß wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkttagglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarkts erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt: Ein wesentliches Problem für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 m² bis 1.800 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind Flächen über 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen Kompromisse eingegangen werden. Häufig können die Vorteile einer ansprechenden Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln gegenüber Discountern auf zu kleinen Flächen nicht herausgestellt werden. Denn auch die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Etablierung von Markensortimenten, zunehmende Frischekompetenz, qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenience-Produkte etc.) und neue Konzepte im Ladenbau und der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer **verbesserten Warenpräsentation**, neuen **Service- und Angebotsbausteinen** und in **signifikanten Prozessveränderungen** zu sehen:

- Die Ansprüche der Konsumierenden an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Service zur Verfügung steht.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde in vielen Lebensmittelmärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, sodass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So sind etwa die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgt werden können muss oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden zu berücksichtigen.
- Serviceelemente wie z. B. Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. „Ready-to-Eat“-Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Gänge sorgen nicht nur für ein angenehmeres Einkaufserlebnis, sondern tragen auch zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abbildung 6: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten



Quelle: cima, 2022

Aus kommunaler Sicht ist hinzuzufügen, dass eine kundschaftsorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die Siedlungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zur Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohngebieten oder wesentlichen Siedlungserweiterungen sollten Nahversorgungsangebote zielgerichtet und gut erreichbar integriert werden, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen. Neben der Grundversorgung können sie auch eine soziale Funktion übernehmen und zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens beitragen.

3 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Bedeutung

Die Gemeinde Algermissen liegt im Landkreis Hildesheim in Niedersachsen, nördlich der Stadt Hildesheim und südöstlich der Landeshauptstadt Hannover. Die Gemeinde Algermissen besteht aus sechs Ortschaften: Algermissen (Kernort und Sitz der Gemeindeverwaltung), Bledeln, Groß Lobke, Lühnde, Ummeln und Wätzum. In der Gemeinde Algermissen leben 8.154 Menschen (Landesamt für Statistik Niedersachsen; Regionaldatenbank, 31.12.2024)

Die Nachbargemeinden der Gemeinde Algermissen sind im Uhrzeigersinn, beginnend im Norden: die Stadt Sehnde (Region Hannover), die Gemeinde Hohenhameln (Landkreis Peine), die Gemeinde Harsum sowie die Stadt Sarstedt (beide Landkreis Hildesheim).

Die Gemeinde Algermissen ist über die Bundesstraße 494 an das regionale Straßennetz angeschlossen. Diese verbindet Algermissen mit Hildesheim und Peine. Von überregionaler Bedeutung ist zudem die nahe gelegene Autobahn A7 mit den Auffahrten Laatzen und Hildesheim-Drispensiedt, über die eine schnelle Anbindung in Richtung Kassel oder Hamburg besteht.

Eine Bahnanbindung besteht durch die Bahnstrecke Hannover–Hildesheim mit einem Haltepunkt in Algermissen. Die S-Bahn-Linie S3 bietet eine direkte Verbindung nach Hannover in ca. 30 Minuten und nach Hildesheim in etwa 10 Minuten. Die Züge verkehren stündlich, in den Stoßzeiten teilweise auch zweimal pro Stunde. In Hannover und Hildesheim bestehen zudem Anschlüsse an den Fernverkehr (ICE, IC).

Die Ortsteile der Gemeinde Algermissen sind durch Busverbindungen in das Nahverkehrsnetz des Landkreises Hildesheim eingebunden.

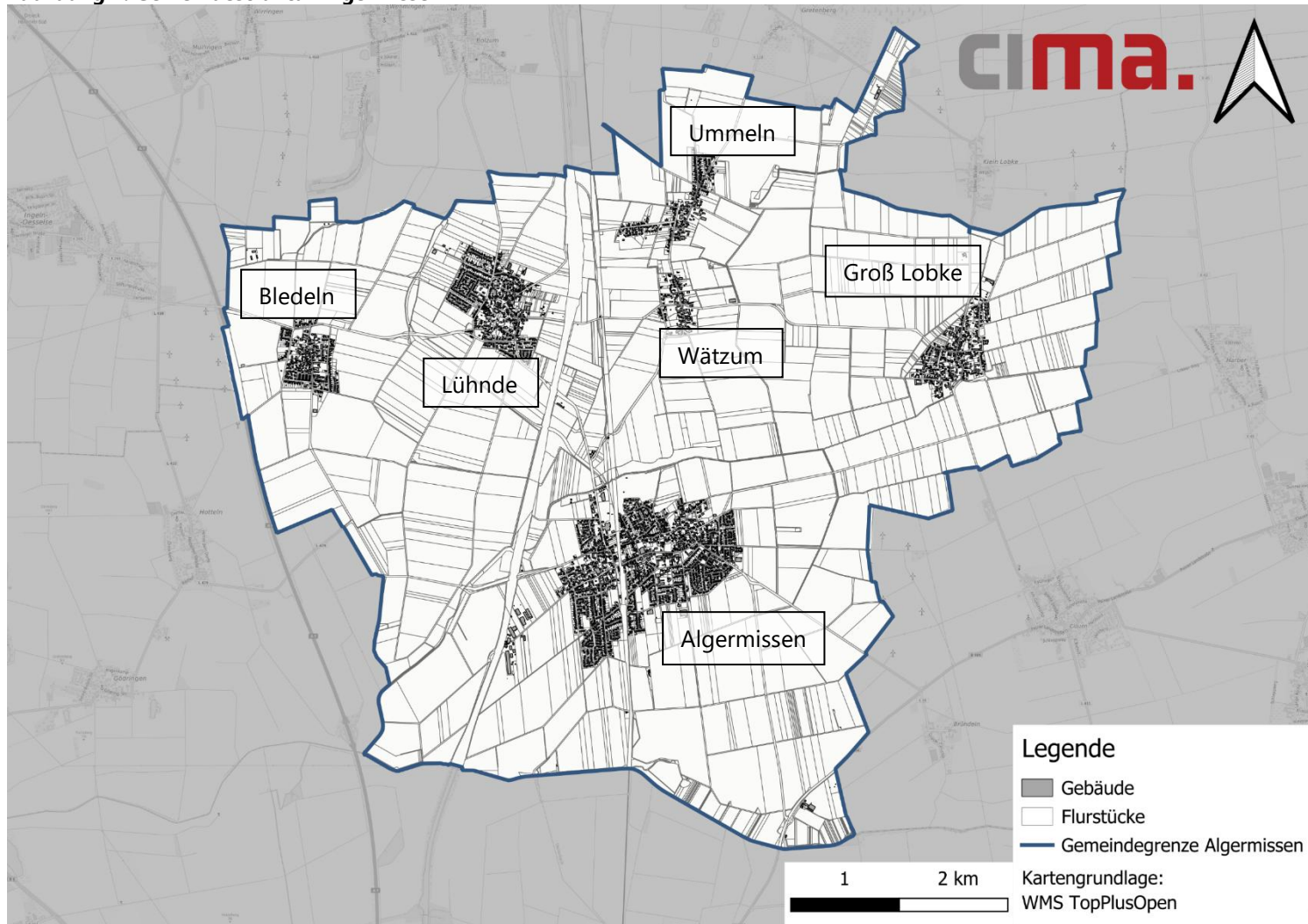
Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Stadt Hildesheim, die sich südlich der Gemeinde befindet. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Sehnde und Sarstedt.

Mit einer Bevölkerungsdichte von ca. 229 Einwohnern je km² (Stand 31.12.2024) zählt Algermissen gemäß dem zusammengefassten regionalstatistischen Raumtyp (RegioStaR 17) des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr zur Kategorie der stadtreionsnahen ländlichen Regionen und dabei zum kleinstädtischen, dörflichen Raum.

Der Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde Algermissen liegt entlang der Bahnstrecke Hannover–Hildesheim, insbesondere im Kernort Algermissen. Die Gemeinde ist von einer ländlich geprägten Struktur mit landwirtschaftlich genutzten Flächen zwischen den Ortschaften gekennzeichnet.

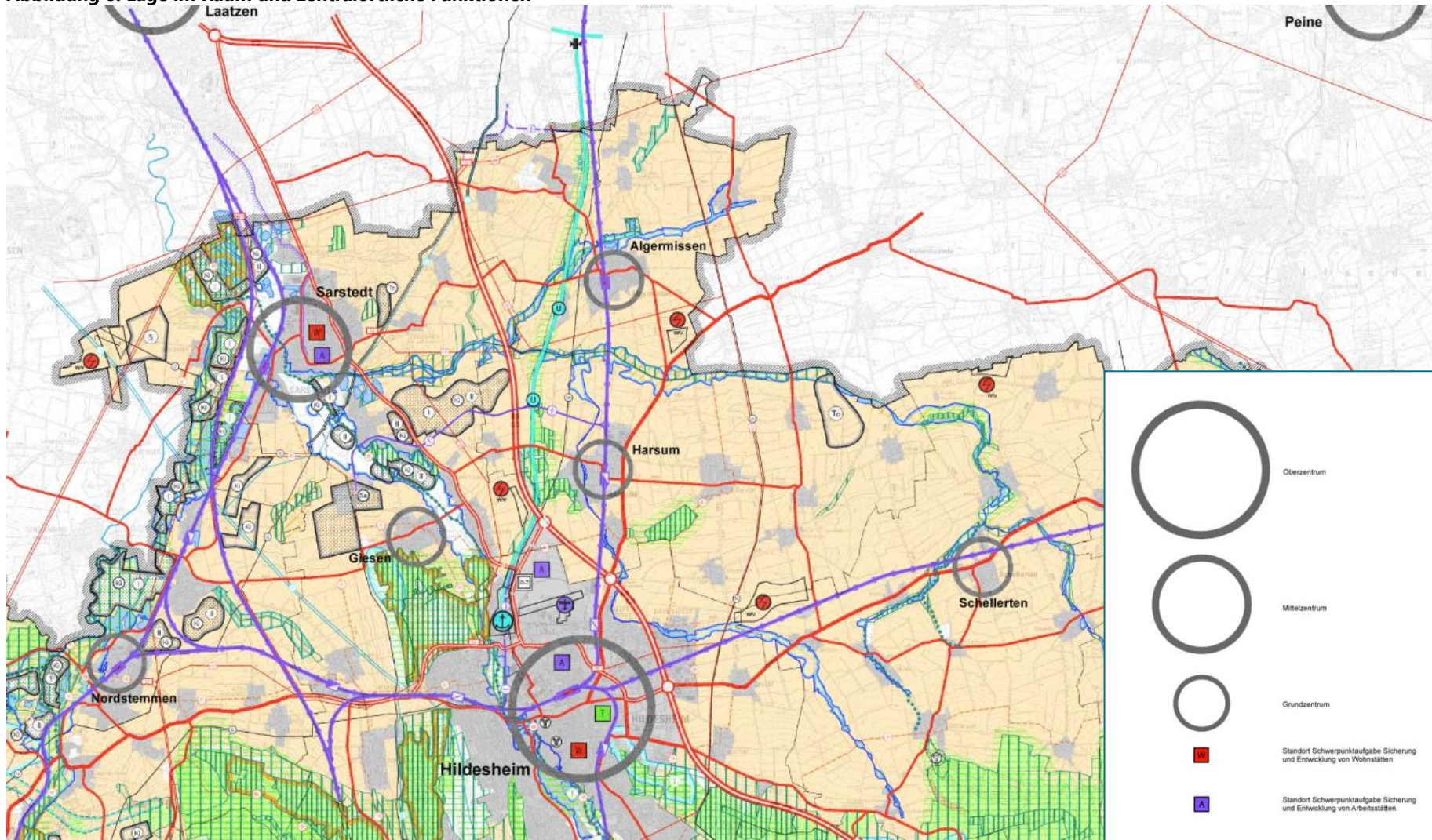
Gemäß dem aktuell gültigen Raumordnungsprogramm (RROP) für den Landkreis Hildesheim aus dem Jahr 2016 ist die Gemeinde Algermissen als Grundzentrum ausgewiesen (s. Abb. 8). Damit übernimmt sie die Versorgungsaufgabe mit zentralörtlichen Einrichtungen und Angeboten für den allgemeinen täglichen Grundbedarf der eigenen Bevölkerung.

Abbildung 7: Gemeindestruktur Algermissen



Kartengrundlage: © WMS TopPlusOpen, 2025 © LGLN Niedersachsen, 2025
Bearbeitung: cima, 2025

Abbildung 8: Lage im Raum und zentralörtliche Funktionen



Quelle: RROP 2016, Landkreis Hildesheim

3.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Die Gemeinde Algermissen verzeichnete im Betrachtungszeitraum 2019 bis 2024 eine positive Bevölkerungsentwicklung. Mit einem Zuwachs von 3,3 % liegt die Gemeinde damit über der Entwicklung der Region Hildesheim (+0,9 %). Im gleichen Zeitraum gab es im Bundesland Niedersachsen eine etwas geringere, weiterhin aber leicht positive Entwicklung der Bevölkerungszahl (+0,7 %).

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort hat in der Gemeinde Algermissen zwischen 2019 und 2023 leicht zugenommen (+2,8 %). Die Entwicklung im Landkreis Hildesheim hingegen ist leicht negativ im gleichen Zeitraum (-1,8%). Das Land Niedersachsen steht mit einer Wachstumsrate von 5,7% etwas positiver dar.

Ein besonderer Blick lohnt sich auch auf das Pendlersaldo der Gemeinde Algermissen. Die Gemeinde verfügt über eine eher niedrige Arbeitsplatz-zentralität und weist daher ein deutlich negatives Pendelsaldo auf (2023 circa sechs Mal mehr Auspendelnde als Einpendelnde). Das Pendeldefizit ist von 2019 bis 2023 leicht angewachsen. Durch die Lage zwischen Hildesheim als größere Stadt und der Landeshauptstadt Hannover haben viele Einwohnenden der Gemeinde Algermissen ihren Arbeitsplatz außerhalb der Gemeindegrenzen.

Aktuelle Arbeitslosenquoten der Gemeinde Algermissen liegen leider nicht vor. Im Landkreis Hildesheim, dem nächstgrößeren Vergleichsraum, ist die Arbeitslosenquote zwischen 2019 und 2024 etwas angestiegen.

Neben einer positiven Bevölkerungsentwicklung ist insbesondere das stark negative Pendlersaldo hervorzuheben. Dies ist durch die Nähe zur Landeshauptstadt Hannover, und der Stadt Hildesheim als Oberzentrum, sowie den dadurch gegebenen vielfältigen Arbeitsplatzangeboten zu begründen.

Abbildung 9: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Algermissen

Indikatoren		Gemeinde Algermissen	Landkreis Hildesheim	Niedersachsen
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2019	7.896	276.206	7.945.685
	31.12.2020	7.965	275.641	7.962.775
	31.12.2021	8.000	275.119	7.982.448
	31.12.2022	8.123	276.572	7.993.608
	31.12.2023	8.205	278.471	8.003.421
	31.12.2024	8.154	278.571	k.A.
	+/- in % 2019-2024	3,3	0,9	0,7
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Regionaldatenbank, Stand: 11.02.2025				
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort)	30.06.2019	818	94.536	2.894.119
	30.06.2020	859	94.297	2.956.773
	30.06.2021	829	93.701	3.007.560
	30.06.2022	828	92.750	3.016.855
	30.06.2023	841	92.812	3.059.368
	+/- in % 2019-2023	2,8	-1,8	5,7
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Regionaldatenbank, Stand: 11.02.2025				
Einpendelnde	30.06.2019	548	56.329	1.836.055
Auspendelnde	30.06.2019	2.972	69.117	1.972.963
Saldo		-2.424	-12.788	-136.908
Einpendelnde	30.06.2020	529	56.431	1.843.746
Auspendelnde	30.06.2020	3.012	69.102	1.980.221
Saldo		-2.483	-12.671	-136.475
Einpendelnde	30.06.2021	524	57.305	1.878.475
Auspendelnde	30.06.2021	3.057	70.326	2.018.465
Saldo		-2.533	-13.021	-139.990
Einpendelnde	30.06.2022	548	57.396	1.909.095
Auspendelnde	01.07.2022	3.079	71.036	2.057.682
Saldo		-2.531	-13.640	-148.587
Einpendelnde	30.06.2023	505	57.322	1.911.438
Auspendelnde	30.06.2023	3.021	71.452	2.070.443
Saldo		-2.516	-14.130	-159.005
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Regionaldatenbank, Stand: 11.02.2025				
Arbeitslosenquote (bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen)	2019	k.A.	5,7	5,0
	2020	k.A.	6,5	5,8
	2021	k.A.	6,4	5,5
	2022	k.A.	6,5	5,3
	2023	k.A.	6,9	5,7
	2024	k.A.	6,9	5,9
	+/- in % 2019-2024	k.A.	1,2	0,9
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Regionaldatenbank, Stand: 11.02.2025				

Bearbeitung: cima, 2025

Bevölkerungsprognose bis 2040

Die aktuellste verfügbare Bevölkerungsprognose für die Gemeinde Algermissen stammt vom Pestel-Institut und wurde im Jahr 2024 veröffentlicht. Als Basisjahr dient 2023, in dem die Gemeinde 8.238 Einwohner*innen zählte.

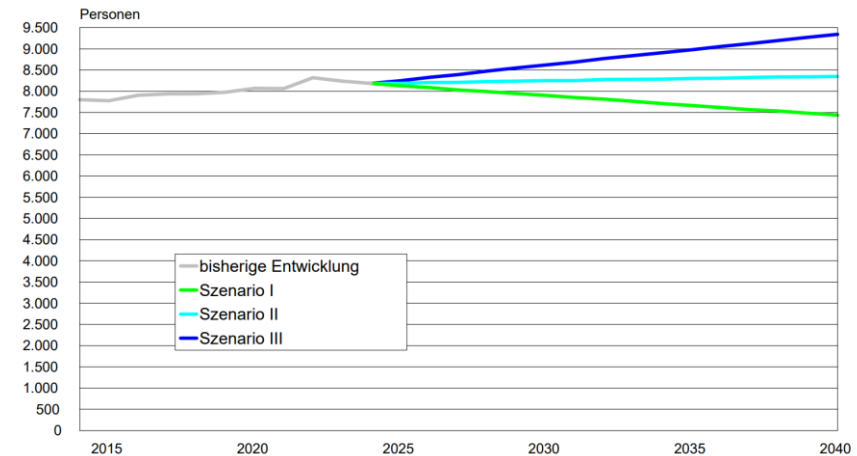
Die Bevölkerungsentwicklung wurde in den vergangenen Jahren durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Unter anderem führten die Fluchtbewegungen aus der Ukraine im Jahr 2022 zu einem vorübergehenden Anstieg der Einwohnerzahl. Vor diesem Hintergrund betrachtet die Prognose drei mögliche Szenarien für die zukünftige Entwicklung bis 2040:

- Szenario 1: Die Bevölkerung sinkt kontinuierlich auf 7.621 Personen, was einem Rückgang von etwa 7,5 % entspricht.
- Szenario 2: Die Einwohnerzahl steigt leicht an und erreicht im Jahr 2040 8.351 Personen (+1,4 %).
- Szenario 3: Die Bevölkerung wächst stärker auf 9.039 Personen, was einem Zuwachs von 9,7 % entspricht.

Aktuelle Zahlen des Landesamts für Statistik Niedersachsen zeigen, dass die Einwohnerzahl im Jahr 2024 leicht zurückgegangen ist. Damit bewegt sich die Entwicklung derzeit eher in Richtung des ersten Szenarios, das einen moderaten Bevölkerungsrückgang annimmt.

Das Pestel-Gutachten kommt zu dem Fazit, dass die drei vorgestellten Szenarien für die Gemeinde Algermissen in Grenzen durch politische Entscheidungen und die Wohnbauentwicklung steuerbar sind. Dies gilt insbesondere für wohnungsbedingte Zu- und Abwanderungen. Zur Deckung des aktuellen Wohnungsbedarfs wäre ein Wohnungsbau in einer Größenordnung zwischen 30 und 40 Wohnungen je Jahr erforderlich.

Abbildung 10: Bevölkerungsentwicklung bis 2023 und 3 Szenarien bis 2040



Quelle: Pestel-Institut 2024

4 Marktgebiet und Nachfragepotenzial in der Gemeinde Algermissen

4.1 Marktgebiet

Das Marktgebiet der Gemeinde Algermissen wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Gemeinde Algermissen,
- Branchenmix,
- Sogkraft ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Lage zu anderen Zentralen Orten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendelbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- Nähe zu Konkurrenzorten sowie
- die Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten.

Mit der Landeshauptstadt Hannover und dem Oberzentrum Hildesheim angrenzend an das Gemeindegebiet sowie den weiteren stark aufgestellten Mittelzentren Sarstedt, Peine und Lehrte in unmittelbarer Umgebung ist die Gemeinde Algermissen von mehreren gewichtigen Einzelhandelsstandorten umgeben, die die Marktreichweite der Gemeinde Algermissen stark einschränken. Relevant ist weiterhin die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Gemeinde Algermissen: Laut dem Regionalen Raumordnungsprogramm Landkreis Hildesheim ist die Gemeinde Algermissen als Grundzentrum ausgewiesen. Damit übernimmt die Gemeinde gemäß

raumordnerischer Vorgaben die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung.

Das Marktpotenzial des Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen ergibt sich somit (fast) ausschließlich aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des eigenen Gemeindegebietes. Aufgrund der beschriebenen Strukturen und dem starken Einzelhandelsangebot außerhalb der Gemeindegrenzen in direkter Umgebung ist nicht davon auszugehen, dass das Marktgebiet der Einzelhandelsbetriebe in Algermissen nennenswert außerhalb der Gemeindegrenze reicht. Sofern das Marktgebiet leicht über die Gemeindegrenze hinausreicht, wird in diesem Gebiet lediglich ein sehr kleiner Teil der Kaufkraft gebunden werden können. Daher ist das grundzentrale Marktgebiet der Gemeinde Algermissen mit der Gemeindegrenze gleichzusetzen.

Kauf- und insbesondere Pendelverflechtungen mit dem Umland sind dennoch vorhanden.

Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Sortimente oder Betriebe im Gemeindegebiet ein über das Gemeindegebiet hinausreichendes Marktgebiet aufweisen können, da das Marktgebiet im vorliegenden Einzelhandelskonzept über alle Sortimente und Betriebe aufgestellt wird. Allerdings gibt es wenige Einzelhandelsbetriebe in Algermissen, die dies aufgrund ihrer Größe und der Sortimentsauswahl vermuten lassen.

Die Ausstrahlung der Einzelhandelsbetriebe der Gemeinde Algermissen lässt zu den äußeren Bereichen des Gemeindegebietes nach.

4.2 Nachfragepotenzial

Die Berechnung des stationären Nachfragepotenzials³ im Einzelhandel in der Gemeinde Algermissen erfolgt auf Basis der Bevölkerungszahl (8.154 Einwohnende)⁴ und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (103,8).⁵ Damit liegt die Gemeinde Algermissen leicht über dem bundesdeutschen Durchschnitt (100).

Es wird ein Pro-Kopf-Ausgabesatz im stationären Einzelhandel über alle Warengruppen hinweg von 6.582 € für das Jahr 2024 zugrunde gelegt⁶. Dieser wird an das lokale Kaufkraftniveau der Gemeinde Algermissen mit Hilfe der Kaufkraftkennziffern angepasst.

Der Ausgabesatz einer jeden Person in der Gemeinde Algermissen entspricht demnach im Durchschnitt 6.834 € im Jahr 2024.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Gemeinde Algermissen auf circa 55,7 Mio. €. Davon entfallen circa 29,1 Mio. € auf den periodischen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf circa 26,6 Mio. €. Das größte rechnerische Nachfragepotenzial liegt in der Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel*, dem Kern des täglichen Bedarfs.

Abbildung 11: Nachfragepotenziale der Gemeinde Algermissen in Mio. €

CIMA Warengruppe	Gemeinde Algermissen
Periodischer Bedarf insgesamt	29,1
Nahrungs- und Genussmittel	23,4
Gesundheit, Körperpflege	4,9
Schnittblumen, Zeitschriften	0,8
Aperiodischer Bedarf insgesamt	26,6
Bekleidung, Wäsche	4,3
Schuhe, Lederwaren	1,6
Bücher, Schreibwaren	0,8
Spielwaren, Hobbybedarf	0,7
Sportartikel, Fahrräder	2,5
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	4,5
Uhren, Schmuck	0,8
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	1,7
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,9
Einrichtungsbedarf	3,9
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	4,8
Einzelhandel insgesamt	55,7

Quelle: cima, 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)

³ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung in der Gemeinde Algermissen, die dem stationären Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

⁴ Quelle: LSN (Stand: 31.12.2024)

⁵ Quelle: Michael Bauer Research GmbH (2024)

⁶ Die cima unterhält in diesem Zusammenhang eine Abteilung, welche sich fortwährend mit der Ermittlung von Pro-Kopf-Kaufkraftwerten beschäftigt und dazu unter anderem die Umsatz- und Einkommenssteuerstatistik, aber auch Grundlagendaten der Handels- und Absatzwirtschaft auswertet.

5 Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Algermissen

5.1 Einzelhandelsstruktur

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im November 2024. Die dargestellten Umsatzvolumina (brutto) leiten sich aus den konkreten Warenangeboten sowie der Angebotsqualität und Sortimentsstruktur ab. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen. Ergänzt wird diese Analyse entscheidend auch durch die Inaugenscheinnahme der Unternehmen durch die cima. Es handelt sich demnach um Schätzwerte. Die tatsächlichen Umsätze einzelner Betriebe können zum Teil deutlich abweichen.

Neben dem Facheinzelhandel und filialisiertem Einzelhandel werden gewerbliche Betriebe mit für die Kundschaft zugänglichen Verkaufsflächen (z. B. Sanitärfachhandel), Gärtnereien (Verkaufsfläche in Abgrenzung zur Anbaufläche) und Autohäuser (hier nur Zubehör) zum Einzelhandel hinzugerechnet. Großhandelsnutzungen, Baustoffhandel sowie Kfz-Handel zählen dagegen nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen wurden insgesamt 21 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von circa 5.115 m² erhoben. Sie erwirtschafteten zusammen einen Einzelhandelsumsatz von circa 24,7 Mio. €.

Abbildung 12: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	11	3.900	20,4
Nahrungs- und Genussmittel	9	3.540	18,6
Gesundheit, Körperpflege	1	270	***
Schnittblumen, Zeitschriften	1	90	***
Aperiodischer Bedarf insgesamt	10	1.215	4,3
Bekleidung, Wäsche	2	525	***
Schuhe, Lederwaren	1	20	***
Bücher, Schreibwaren	1	105	***
Spielwaren, Hobbybedarf	1	25	***
Sportartikel, Fahrräder	1	50	***
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	1	80	***
Uhren, Schmuck	0	0	***
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	0	0	***
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	125	***
Einrichtungsbedarf	0	0	***
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	2	285	***
Einzelhandel insgesamt	21	5.115	24,7

Quelle: cima, 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)

***: Umsätze werden erst ab mind. drei Betrieben (als Haupt- oder Randsortiment) je Warengruppe ausgewiesen.

Folgende Ergebnisse sind dabei hervorzuheben:

- Den Warengruppen des periodischen Bedarfs können 11 Betriebe und damit über 50 % aller Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Algermissen zugeordnet werden. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von insgesamt circa 3.900 m² (76 %) einen Umsatz von circa 20,4 Mio. € (83 %). Die hohen Anteile des periodischen Bedarfs entsprechen der primären raumordnerischen Funktion von Grundzentren für die Versorgung mit zentralörtlichen Einrichtungen und Angeboten für den allgemeinen täglichen Grundbedarf.
- Der absolut größte Anteil entfällt dabei auf *Nahrungs- und Genussmittel*. 9 Betriebe setzen auf circa 3.540 m² Verkaufsfläche im Jahr etwa 18,6 Mio. € in der Gemeinde Algermissen um.
- Den Warengruppen des aperiodischen Bedarfs können 10 Betriebe und damit etwas weniger als die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Algermissen zugeordnet werden. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von insgesamt circa 1.215 m² (24 %) einen Umsatz von circa 4,3 Mio. € (17 %). Trotz der nicht direkt vorhandenen raumordnerischen Funktion für diese Warengruppen ist das aperiodische Einzelhandelsangebot damit entsprechend ordentlich repräsentiert.
- Die Warengruppen *Bekleidung und Wäsche* sowie *Baumartikel, Pflanzen und Zooartikel* umfassen jeweils zwei Betriebe und verzeichnen die höchsten Verkaufsflächen- und Umsatzanteile. Die Verkaufsfläche der Warengruppe *Bekleidung und Wäsche* beläuft sich auf circa 525 m², während die Warengruppe *Baumartikel, Pflanzen und Zooartikel* eine Fläche von circa 285 m² einnimmt.
- Die drei Warengruppen *Uhren und Schmuck, Sanitätsartikel, Optik und Akustik* sowie *Einrichtungsbedarf* sind in der Gemeinde Algermissen nicht vertreten, sowohl im Haupt- als auch im Randsortiment.

Über die reine Darstellung der Einzelhandelskenndaten hinaus ist die Verkaufsflächendichte ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Bevölkerungszahl stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt

liegt inkl. ländlich geprägter Räume über alle Sortimente hinweg bei circa 1,60 m² Verkaufsfläche je Einwohnerin bzw. Einwohner.

Im periodischen Bedarfsbereich ist nach cima-Erfahrungen ab einem Wert von circa 0,50 m²/EW von einer ausreichenden Versorgungssituation auszugehen. Regionalen cima-Untersuchungen zufolge wird über Grund-, Mittel- und Oberzentren hinweg eine durchschnittliche Verkaufsfläche im periodischen Bereich zwischen 0,43 und 0,63 m² je Einwohnerin bzw. Einwohner erzielt.

In der Gemeinde Algermissen beträgt die Verkaufsflächendichte insgesamt 0,63 m²/EW; im periodischen Bedarfsbereich 0,48 m²/EW und im aperiodischen Bedarfsbereich 0,15 m²/EW. Damit ist die Gesamtausstattung gegenüber den Durchschnittswerten in Deutschland unterdurchschnittlich. Dies ist insbesondere auf den aperiodischen Bedarfsbereich zurückzuführen, in dem das Angebot gering ist. Diese Ausstattungswerte sind für ein Grundzentrum nicht unüblich. Beim periodischen Bedarf weist die Gemeinde Algermissen hingegen eine durchschnittliche Ausstattung auf.

Abbildung 13: Verkaufsfläche pro Kopf in der Gemeinde Algermissen

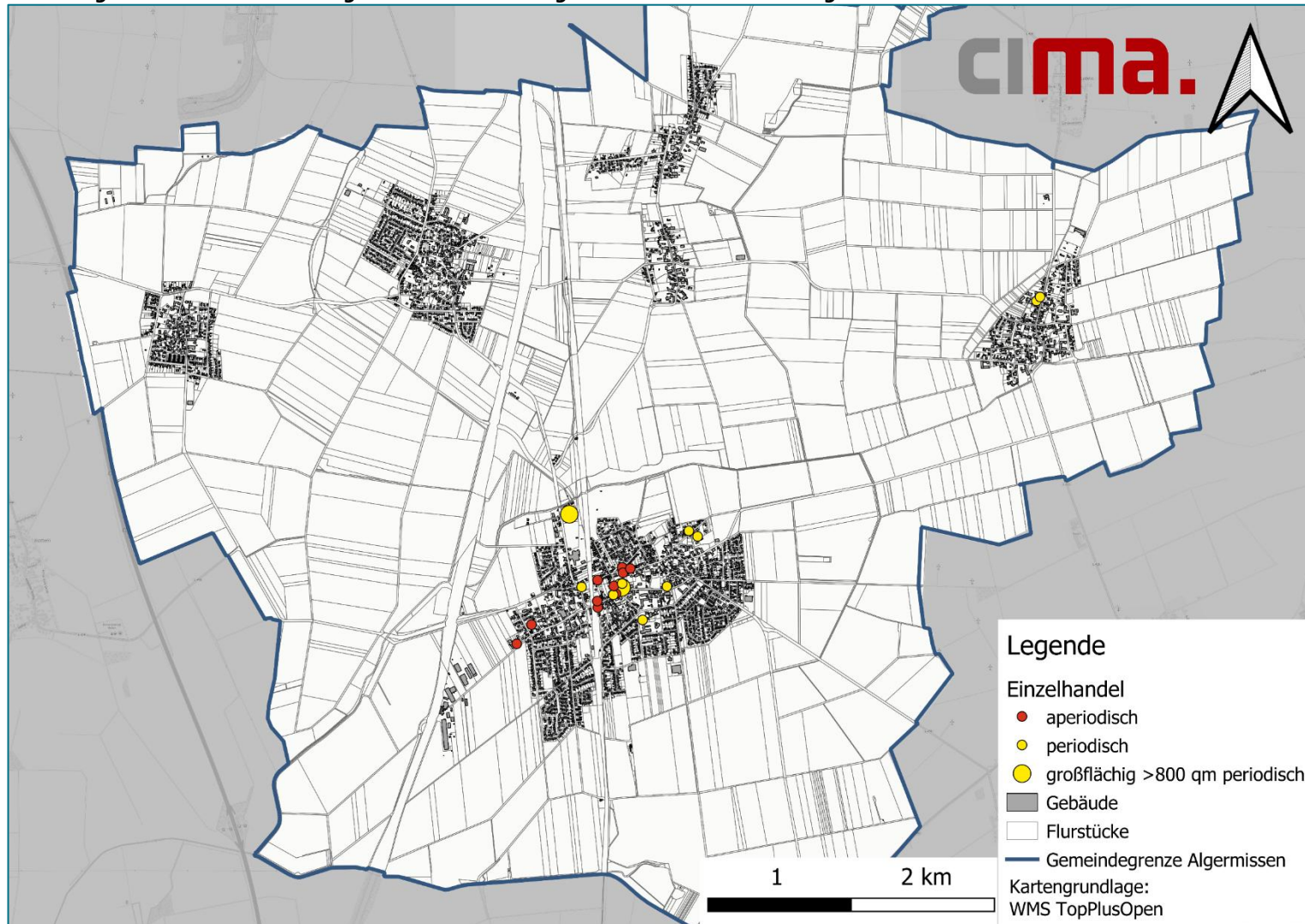
Gemeinde Algermissen	
Verkaufsflächendichte in m ² pro Kopf	0,63
im periodischen Bedarf	0,48
im aperiodischen Bedarf	0,15

Quelle: cima, 2025

Ausschlaggebend für die Verkaufsflächendichtewerte im periodischen Bedarf sind die Lebensmittelvollsortimenter REWE (Ortsteil Algermissen) und NAH & GUT Krone (Ortsteil Algermissen) sowie der Lebensmitteldiscounter NETTO (Ortsteil Algermissen).

Im aperiodischen Bereich setzt sich die Verkaufsflächendichte prioritär aus diversen kleinflächigen Betrieben sowie einzelnen größeren Betrieben zusammen. Besonders hervorzuheben sind die Betriebe EIERUND und EIERUND XXL (Ortsteil Algermissen), die im Bereich Oberbekleidung tätig sind und mit einer gemeinsamen Verkaufsfläche von über 500 m² rund 40 % der aperiodischen Verkaufsfläche ausmachen.

Abbildung 14: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Gemeinde Algermissen



Kartengrundlage: © WMS TopPlusOpen, 2025 © LGLN Niedersachsen, 2025
Bearbeitung: cima, 2025

5.2 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z. B. durch die Qualität und Quantität der Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen der Gemeinde Algermissen liegt bei circa 55,7 Mio. € pro Jahr. Der jährlich erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz beträgt den Berechnungen der CIMA zufolge circa 24,7 Mio. €. Die Kaufkraftabflüsse übersteigen somit die Kaufkraftzuflüsse deutlich. Dementsprechend erreicht der Einzelhandel in der Gemeinde Algermissen insgesamt einen Zentralitätswert von 44 %, was als sehr gering zu bewerten ist.

Die Zentralität im periodischen Bedarfsbereich liegt mit 70 % deutlich über der Zentralität des aperiodischen Bedarfsbereichs (16 %). Damit wird die Gemeinde der Funktion von Grundzentren entsprechend (Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs) mit Einschränkungen gerecht.

Zwar ist es typisch für ein Grundzentrum, einen Zentralitätswert von unter 100 % insbesondere im aperiodischen Bereich zu besitzen, dennoch sind die Ausstattungswerte im periodischen sowie insbesondere aperiodischen Bereich in der Gemeinde Algermissen für ein Grundzentrum als unterdurchschnittlich zu bewerten. Dies ist vor allem mit der Lage der Gemeinde Algermissen begründbar, die in unmittelbarer räumlicher Nähe zu starken Einzelhandelsstandorten (Oberzentrum Hildesheim, Oberzentrum Hannover, den Mittelzentren Sehnde und Sarstedt, etc.) liegt, zu welchen

die Kaufkraft aus der Gemeinde abfließt. Bei einzelnen Warengruppen im aperiodischen Bereich könnte das Angebot dennoch ergänzt oder ausgeweitet werden, um eine Grundausstattung in Algermissen zu ermöglichen.

Abbildung 15: Einzelhandelsumsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in der Gemeinde Algermissen

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	20,4	29,1	70
Nahrungs- und Genussmittel	18,6	23,4	80
Gesundheit, Körperpflege	***	4,9	28
Schnittblumen, Zeitschriften	***	0,8	46
Aperiodischer Bedarf insgesamt	4,3	26,6	16
Bekleidung, Wäsche	***	4,3	52
Schuhe, Lederwaren	***	1,6	3
Bücher, Schreibwaren	***	0,8	52
Spielwaren, Hobbybedarf	***	0,7	6
Sportartikel, Fahrräder	***	2,5	5
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	***	4,5	7
Uhren, Schmuck	***	0,8	0
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	***	1,7	0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	***	0,9	32
Einrichtungsbedarf	***	3,9	0
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	***	4,8	16
Einzelhandel insgesamt	24,7	55,7	44

Quelle: CIMA, 2025

***: Umsätze werden erst ab mind. drei Betrieben (als Haupt- oder Randsortiment) je Warengruppe ausgewiesen.

In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel (NuG)** steht einem Nachfragevolumen von circa 23,4 Mio. € ein Einzelhandelsumsatz von circa 18,6 Mio. € gegenüber, was zu einer Zentralitätskennziffer von 80 % führt. Dies ist die höchste Zentralitätskennziffer für eine Warengruppe der Gemeinde Algermissen. Dennoch sind auch hier leichte Kaufkraftabflüsse in umliegende Kommunen vorhanden, insbesondere in den randlichen Algermissen Ortsteilen, von wo aus der nächste Nahversorger oder Vollsormenter ggf. bereits in der Nachbarkommune liegt. Aktuell ist das Angebot in der Warengruppe als befriedigend einzustufen, wobei Zugewinne durchaus noch zu vertreten wären. Die Gemeinde Algermissen erfüllt jedoch grundlegend ihre Versorgungsfunktion eines Grundzentrums und ist im Bereich *NuG* auch insgesamt gut aufgestellt.

In den anderen beiden Warengruppen des periodischen Bedarfsbereichs, die meistens ebenfalls in Lebensmittelmärkten im Randsortiment mit angeboten werden, sind niedrigere Zentralitäten festzustellen. Hierzu zählen **Gesundheit, Körperpflege** (28 %) und **Schnittblumen, Zeitschriften** (46 %). Hier sind deutliche Kaufkraftabflüsse ersichtlich. In der Warengruppe *Gesundheit, Körperpflege* wird das Angebot aktuell primär in den Lebensmittelmärkten (als Randsortiment) sowie durch eine Apotheke im Ortsteil Algermissen aufgebracht. Für die Warengruppe *Schnittblumen, Zeitschriften* ist neben den Lebensmittelmärkten für Schnittblumen der Floristik-Betrieb BLUMEN MARLEN APEL zu nennen.

Die höchsten Einzelhandelszentralitäten im aperiodischen Bedarfsbereich sind mit jeweils 52 % in den Warengruppen **Bekleidung, Wäsche** und **Bücher, Schreibwaren** vorzufinden. Trotz der höchsten Zentralitätskennziffer im aperiodischen Bereich bedeutet dies, dass etwa die Hälfte des Nachfragepotenzials der Algermissen Bevölkerung nicht im Gemeindegebiet bedient wird. Das Angebot in der Warengruppe *Bekleidung, Wäsche* wird größtenteils durch die beiden Betriebe EIERUND und EIERUND XXL im Hauptsortiment abgedeckt und durch das Randsortiment des Lebensmittelmarkts REWE ergänzt. Insgesamt wird Bekleidung und Wäsche auf knapp 525 m² in Algermissen angeboten. In der Warengruppe *Bücher, Schreibwaren* ist das Schreibwarengeschäft BIENECK branchenprägend.

Sehr kleinflächig ist die Warengruppe darüber hinaus im Randsortiment einiger Betriebe, insbesondere Lebensmittelmärkte, vertreten. Einen reinen Buchladen gibt es nach der Schließung der Buchhandlung Schütte aktuell nicht in der Gemeinde Algermissen.

Mit einer Zentralität von 32 % ist die Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** vertreten. Diese werden im Hauptsortiment vom Betrieb KRONE und im Randsortiment von Lebensmittelmärkten, dem LANDMARKT WIRRIES und dem Schreibwarengeschäft BIENECK angeboten. Damit ist die Warengruppe im Gemeindegebiet ordentlich vertreten.

Mit einer Einzelhandelszentralität von 16 % ist die Warengruppe **Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel** vertreten. Branchenprägend ist hier das Geschäft LANDMARKT WIRRIES, welches Zoobedarf im Hauptsortiment und Pflanzen und Gartenbedarf sowie Eisenwaren und Baumarktartikel im Randsortiment anbietet. Darüber hinaus bietet MEISNER NATURSTEIN am Rand der Kernstadt von Algermissen Eisenwaren und Baumarktartikel im Randsortiment an. Die übrigen kleineren Verkaufsflächen der Warengruppe *Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel* stellen die Lebensmittelvollsortimenter.

Die aperiodische Warengruppe **Elektroartikel, Unterhaltungselektronik** weist eine Zentralität von 7 % in der Gemeinde Algermissen auf. Hierfür sind ausschließlich zwei Betriebe verantwortlich. Zum einen ist das der Telekom Partner COSMOPHONE und zum anderen das Fachgeschäft JOS. LINKOGEL.

In der Warengruppe **Spielwaren, Hobbybedarf** mit einer Zentralität von 6 % wird das Angebot hauptsächlich durch den Betrieb STEFFIS WOLLAUB abgedeckt. Ergänzend dazu bieten BIENECK und REWE Spielwaren im Randsortiment an.

Die Warengruppe **Sportartikel, Fahrräder** weist eine Zentralität von 5 % auf. Ein Angebot in diesem Bereich besteht durch den Fahrradladen JOS. LINKOGEL, der als qualifizierter Fachhändler und Dienstleister für E-Bikes und Fahrradtechnik tätig ist.

Eine Zentralität von lediglich 3 % besitzt die Warengruppe **Schuhe, Lederwaren**. Sie wird ausschließlich vom SCHUHHAUS ALGERMISSEN, das sich in der Kernstadt des Ortsteils Algermissen befindet, angeboten⁷.

Für einige Warengruppen ergeben sich keine Zentralitäten. Dies sind die die Warengruppen **Uhren und Schmuck, Sanitätsartikel, Optik und Akustik** sowie **Einrichtungsbedarf**, die von keinem Betrieb in der Gemeinde Algermissen angeboten, weder im Haupt- noch im Nebensortiment. Dies ist für ein Grundzentrum nicht unüblich, da diese Warengruppen insbesondere den Mittel- und Oberzentren zugeordnet sind. Das lokale Nachfragevolumen für *Uhren, Schmuck* 0,8 Mio. €, für *Sanitätsartikel, Optik, Akustik* 1,7 Mio. € und für *Einrichtungsbedarf* 3,9 Mio. € fließt mangels Angebot entsprechend ab. Einzig bei Optik und Hörakustik bieten sich auch cima-Sicht noch Potenziale, die Versorgung der lokalen Bevölkerung weiter zu verbessern. Möbelmärkte hingegen benötigen große Flächen und wie Juweliers ein größere Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial.

Handlungsempfehlung

Wie bereits beschrieben ist es typisch für ein Grundzentrum, im aperiodischen Bedarfsbereich Zentralitätswerte von unter 100 % aufzuweisen. Zum raumordnerischen Versorgungsauftrag gehört es schließlich nicht, die volle Sortimentsbreite und -tiefe von Mittel- oder gar Oberzentren anzubieten. Eine gewisse aperiodische Grundausstattung ohne größere Angebotslücken wäre jedoch auch in Algermissen anzustreben. Dabei ist jedoch zum einen zwischen *mittel- und langfristigem Bedarf* zu unterscheiden. Anbieter mit Waren, die einen seltenen Beschaffungsrhythmus haben, z. B. Möbel, weisen in der Regel eine geringere Netzdichte und ein größeres Einzugsgebiet auf. Bevorzugt werden verkehrsgünstig gelegene Standorte in bevölkerungsreichen Ballungszentren sowie in und am Rande von Großstädten. Zum anderen benötigen aktuelle Marktformate in diesen Segmenten oftmals größere Verkaufsflächen aufgrund des Platzbedarfs der Waren. Auch hier bieten sich eher autobahnahe Großflächen in Mittel-

und Oberzentren an. Das raumordnerische Kongruenzgebot schränkt hier eine Ansiedlung in Grundzentren ein, für deren geringere Bevölkerung große Fachmarktformate oft eine Überdimensionierung darstellen. Über kleinere Spezialgeschäfte, wie Küchenstudios, hinaus sind für Algermissen keine großflächigen Neuzugänge zu erwarten.

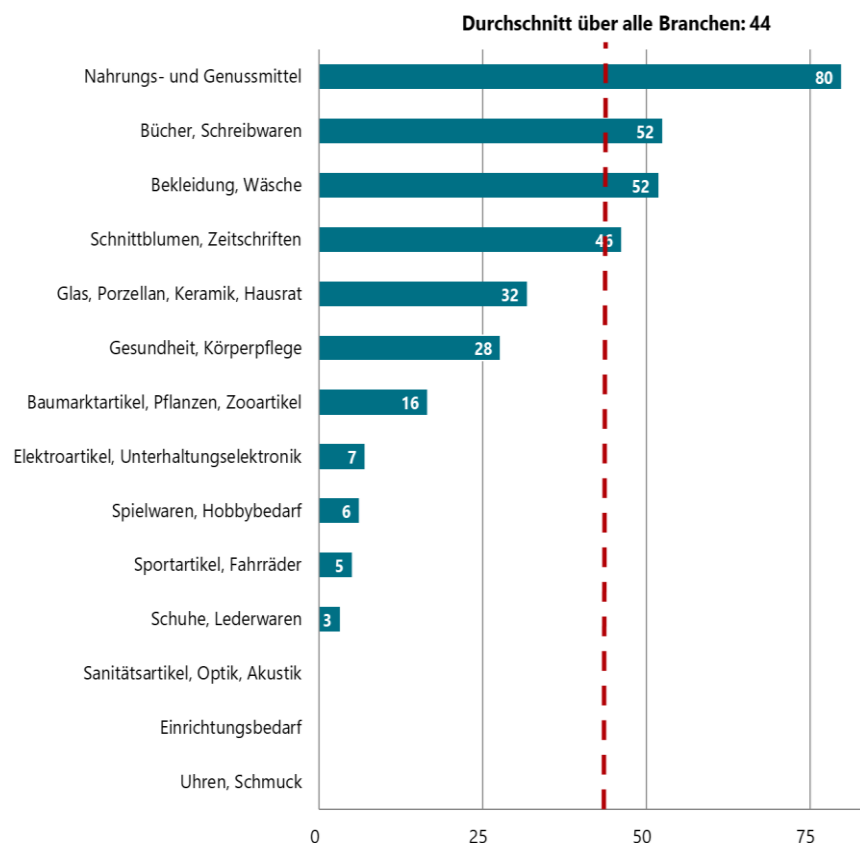
Ein besonderes Augenmerk sollte auf die Warengruppe *Gesundheit, Körperpflege* mit periodischem Bedarf gelegt werden, die mit einer Zentralität von nur 28 % deutlich unterversorgt ist. Angesichts der demografischen Entwicklung und der wachsenden Bedeutung dieses Segments könnte eine Stärkung des Angebots, etwa durch Apotheken, Drogeriemärkte oder Sanitätshäuser, langfristig sinnvoll sein.

Auch wenn Algermissen als Grundzentrum seinen Bürger in erster Linie Angebote der allgemeinen, täglichen Grundversorgung zur Verfügung stellen soll, sind Angebotsergänzungen mit Gütern des mittelfristigen Bedarfsbereiches im Zentralen Versorgungsbereich sinnvoll. Empfehlenswert sind Sortimente, die wichtige Agglomerationseffekte erzeugen und bisher Einzelhandelszentralitäten von z.T. deutlich unter 50 % aufweisen. Dazu zählen *Sanitätsartikel, Optik und Akustik* und *Schuhe und Lederwaren, Sportartikel und Fahrräder* und *Spielwaren und Hobbybedarf*.

Im Bereich der *Sanitätsartikel, Optik, Akustik* bietet sich die Möglichkeit, eine bestehende Angebotslücke zu schließen. Eine gezielte Unterstützung bei der Ansiedlung entsprechender Anbieter könnte zur Verbesserung der Nahversorgung beitragen, insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels. Die Warengruppe *Schuhe, Lederwaren* weist mit einer Zentralität von nur 3 % kaum ein Angebot auf. Eine moderate Erweiterung, beispielsweise durch eine Sortimentsergänzung im bestehenden Einzelhandel, könnte hier eine sinnvolle Maßnahme sein. Für die Warengruppe *Uhren, Schmuck* besteht hingegen kein dringender Handlungsbedarf. Ein entsprechendes Angebot ist für ein Grundzentrum wie Algermissen nicht zwingend erforderlich.

⁷ Das Schuhhaus hat nach Abschluss der cima-Analyse im Frühjahr 2025 geschlossen.

Abbildung 16: Handelszentralitäten-Ranking (in %) in der Gemeinde Algermissen



Quelle: cima, 2024

Auf Basis der ermittelten und beschriebenen Handelszentralitäten wird deutlich, dass die Gemeinde Algermissen ihrer Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich mit Einschränkungen nachkommen kann. Positiv ist, dass die Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel* als wichtigste Warengruppe im Sinne der Nahversorgung die höchste Zentralität aufweist und Algermissen trotz Steigerungspotenzial hier insgesamt gut aufgestellt ist. Deutliche Kaufkraftabflüsse in umliegende Kommunen sind in den restlichen periodischen Warengruppen (*Gesundheit, Körperpflege und Schnittblumen, Zeitschriften*) zu beobachten.

Wie bei Grundzentren üblich sind die Zentralitätswerte im aperiodischen Bedarfsbereich gering. Bei vielen Warengruppen sind zudem quantitative Ausstattungslücken erkennbar. Hier wird ein Großteil der Nachfrage in den umliegenden Kommunen, beispielsweise der Stadt Hildesheim bedient, die natürlicherweise ein Angebot in anderer Größenordnung und Breite vorweisen kann und damit einen starken Sogeffekt auslöst. Wenngleich die Versorgung der Bevölkerung mit diesen Gütern nicht die raumordnerische Aufgabe eines Grundzentrums ist, so bestehen dennoch Entwicklungspotenziale, um als Einzelhandelsstandort insgesamt attraktiv auftreten zu können.

Das entwicklungspolitische Ziel sollte es demnach sein, die heutigen Einzelhandelsstrukturen quantitativ zu erhalten, deren qualitatives Fortbestehen zu unterstützen und die Warengruppen zu fördern, die derzeit verstärkt Kaufkraftabflüsse aufweisen.

5.3 Kaufkraftstromanalyse

Nachfolgend wird die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Gemeinde Algermissen dokumentiert.

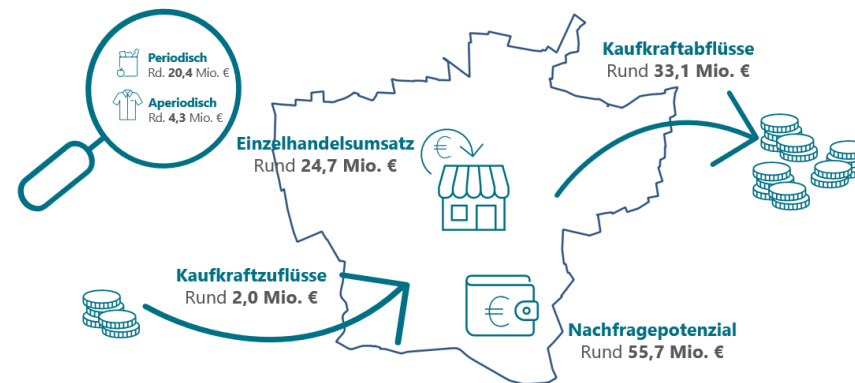
Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial in der Gemeinde liegt bei circa 55,7 Mio. €. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf circa 24,7 Mio. €. Davon werden circa 20,4 Mio. € in periodischen Sortimenten und circa 4,3 Mio. € in aperiodischen Sortimenten umgesetzt. Einem Kaufkraftzufluss von circa 2,0 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von circa 33,1 Mio. € gegenüber.

Über die Gesamtheit der Warengruppen hinweg ergibt sich ein stark negativer Kaufkraftsaldo, der der Zentralität von 44,2 % für die Gemeinde Algermissen entspricht.

Nach gutachterlicher Einschätzung generiert das Sortiment *Nahrungs- und Genussmittel* mit ca. 0,9 Mio. € den absolut höchsten Kaufkraftzufluss. Danach folgt das Sortiment *Oberbekleidung* mit einem Zufluss an Kaufkraft von ca. 0,6 Mio. €. Die genannten Sortimente haben nennenswerte absolute Anteile an einem gesamten Kaufkraftzufluss von ca. 2,0 Mio. €.

Am stärksten von Kaufkraftabflüssen betroffen sind die Sortimente *Nahrungs- und Genussmittel* (ca. 5,6 Mio. €), *Drogerie- und Parfümeriewaren* (ca. 3,4 Mio. €) sowie *Möbel* (ca. 3,1 Mio. €). Insbesondere die nahegelegene Landeshauptstadt Hannover, das Oberzentrum Hildesheim und die Mittelzentren Sarstedt, Peine und Lehrte entfalten eine Sogwirkung für Kaufkraft aus Algermissen.

Abbildung 17: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen



Quelle: cima, 2024

Vergleichsdaten Einzelhandelskonzept 2012:

- Nachfragepotenzial: 45,2 Mio. €
- Einzelhandelsumsatz: 22,8 Mio. €
- Kaufkraftzuflüsse: 1,4 Mio. €
- Kaufkraftabflüsse: 26,0 Mio. €

5.4 Nahversorgungssituation

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Gemeinde Algermissen getroffen werden:

- Die Gemeinde Algermissen verfügt in der für die Nahversorgung besonders relevanten Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel* über eine Gesamtverkaufsfläche von circa 3.540 m², die sich auf 9 Betriebe verteilt.
- Dabei hat die cima bei *Nahrungs- und Genussmitteln* eine Handelszentralität von 80 % ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von circa 18,6 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von circa 23,4 Mio. € gegenüber. Per Saldo ergibt sich für die Gemeinde somit einen Kaufkraftabfluss in der Warengruppe von circa 4,8 Mio. €.
- Ergänzend ist auch ein Einzelhandelsangebot in den weiteren periodischen Warengruppen *Gesundheit, Körperpflege* sowie *Schnittblumen, Zeitschriften* vorhanden.

Mit den Lebensmittelvollsortimentern REWE und NAH & GUT KRONE sowie dem Lebensmitteldiscounter NETTO ergibt sich eine gute Nahversorgungssituation in der Gemeinde Algermissen. Damit sind insgesamt drei Vollsortimenter bzw. Lebensmitteldiscounter im Gemeindegebiet angesiedelt. Ergänzend kommen mit BARRIQUE und der WÖHLEKE SÜBMOSTEREL zwei Fachgeschäfte für Getränke und Feinkost dazu.

Abgerundet wird das Angebot in der Gemeinde Algermissen durch mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks wie Bäckereien, einem Hofladen sowie durch periodische Randsortimente in einer Apotheke.

Die Verkaufsflächendichte ist im periodischen Bedarfsbereich mit soliden 0,48 m² pro Kopf im Vergleich mit anderen Grundzentren als durchschnittlich einzuschätzen.

Die Analyse der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsbetriebe in der Gemeinde Algermissen (Lebensmittelmärkte mit mehr als 300 m² Verkaufsfläche) zeigt, dass anhand eines 5-minütigen Pkw-Radius insgesamt eine gute Abdeckung und Erreichbarkeit besteht (vgl. Abbildung 19). Das gilt insbesondere für den Ortsteil Algermissen und die nördlichen Ortsteile Lühnde, Ummeln und Wätzum. Für die westlichen beziehungsweise östlichen Ortsteile Groß Lobke und Bledeln ist die Erreichbarkeit des nächstgelegenen Lebensmittelmarktes nicht in 5 Minuten mit dem PKW gewährleistet, jedoch sind diese in etwa 7 Minuten erreichbar.

Bezüglich der fußläufigen Nahversorgung (Erreichbarkeit zu Fuß innerhalb von 10 Minuten), kann eine gute Versorgung der Wohnbevölkerung im Ortsteil Algermissen festgestellt werden (vgl. Abbildung 20). Lediglich im Südwesten und im Osten des Ortsteils sind einige Wohnbereiche erst nach mehr als 10 Minuten Fußweg erreichbar. Auffällig ist die Lage des Netto-Marktes im Norden des Ortsteils, der sich leicht außerhalb des zentralen Siedlungsbereichs befindet. Dadurch wird das direkte fußläufige Einzugsgebiet begrenzt, während das Umfeld vor allem aus landwirtschaftlichen Flächen besteht. In den weiteren Ortsteilen Bledeln, Groß Lobke, Lühnde, Ummeln und Wätzum gibt es keine fußläufig erreichbare Nahversorgung. Sämtliche Lebensmittelgeschäfte konzentrieren sich im Ortsteil Algermissen.

Stand März 2025 befindet sich die Einrichtung eines Dorfladens im Ortsteil Lühnde in Planung. Ein Mietvertrag für die Immobilie, in der vormals eine Volksbank-Filiale angesiedelt war (Hauptstr. 18), wurde seitens der Betreibenden bereits unterzeichnet. Engagierte Bürgerinnen und Bürger haben hierfür den wirtschaftlichen Verein Lühnde w.V. gegründet, der nun das Dorfladen-Projekt umsetzt. Damit wird in Zukunft die (fußläufige) Nahversorgung im Ortsteil Lühnde gestärkt.

Die Untergrenzen gängiger und tragfähiger Marktkonzepte machen eine stationäre Nahversorgung von Stadt- oder Ortsteilen mit weniger als rd. 2.000 Einwohnenden in der Regel unmöglich. Dorf- und Hofläden mit ihren eingeschränkten Sortimenten bieten trotz wachsender Beliebtheit regionaler Produkte keine umfassende Versorgung, da sie hinsichtlich Sortimentsbreite und Öffnungszeiten oft beschränkt sind. So bleiben regelmäßige Fahrten zum nächsten Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter normal, die in ländlich geprägten Regionen meist mit dem Pkw getätigt werden.

Rein quantitativ ist die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs in der Gemeinde Algermissen in der Gesamtbetrachtung als gut zu bewerten. Größere Versorgungslücken bestehen nicht.

Abbildung 18: Nahversorgungsbetriebe in der Gemeinde Algermissen



REWE, Im Knick (OT Algermissen)



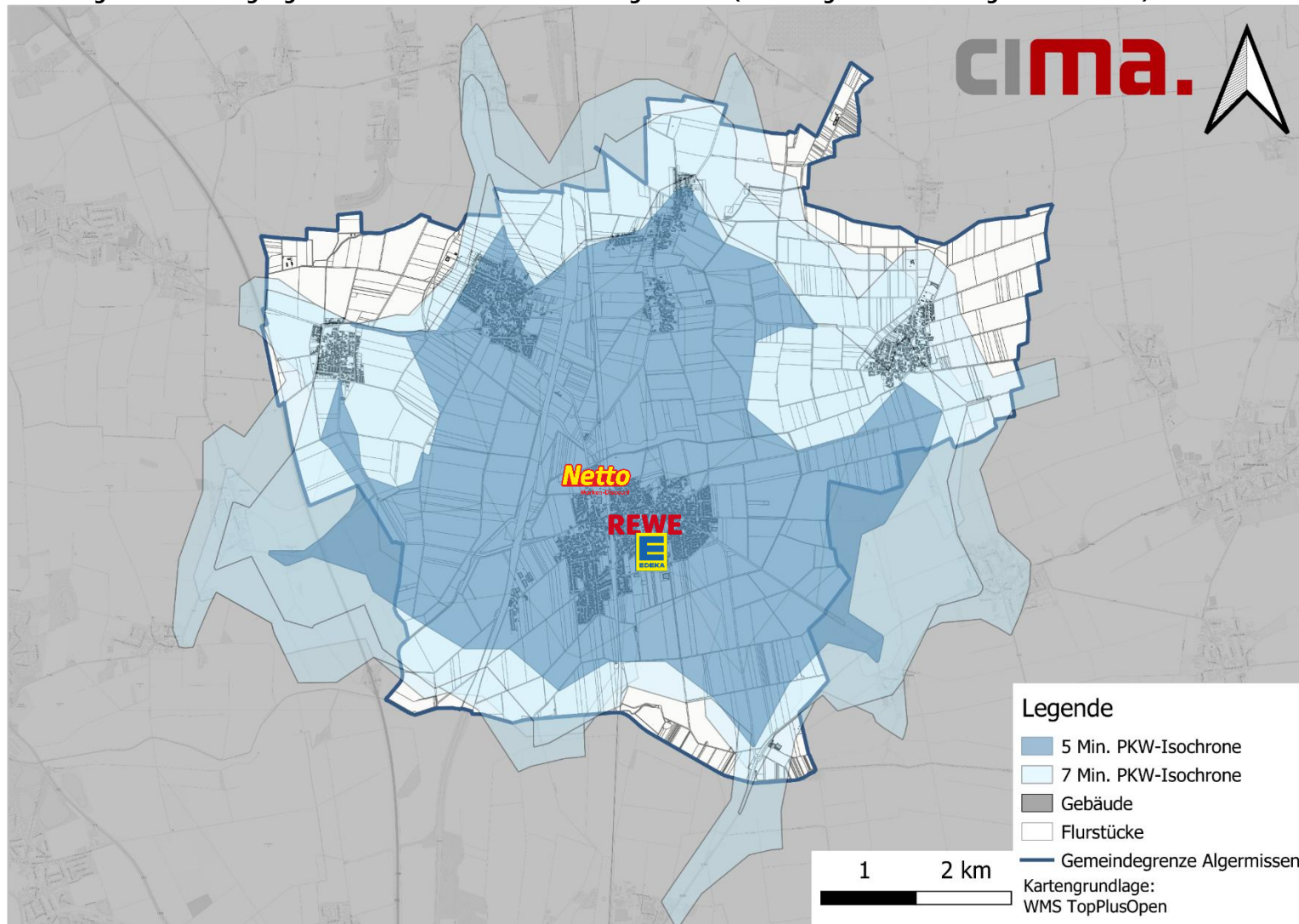
NAH & GUT KRONE, Kolpingstraße (OT Algermissen)



NETTO, Heerstraße (OT Algermissen)

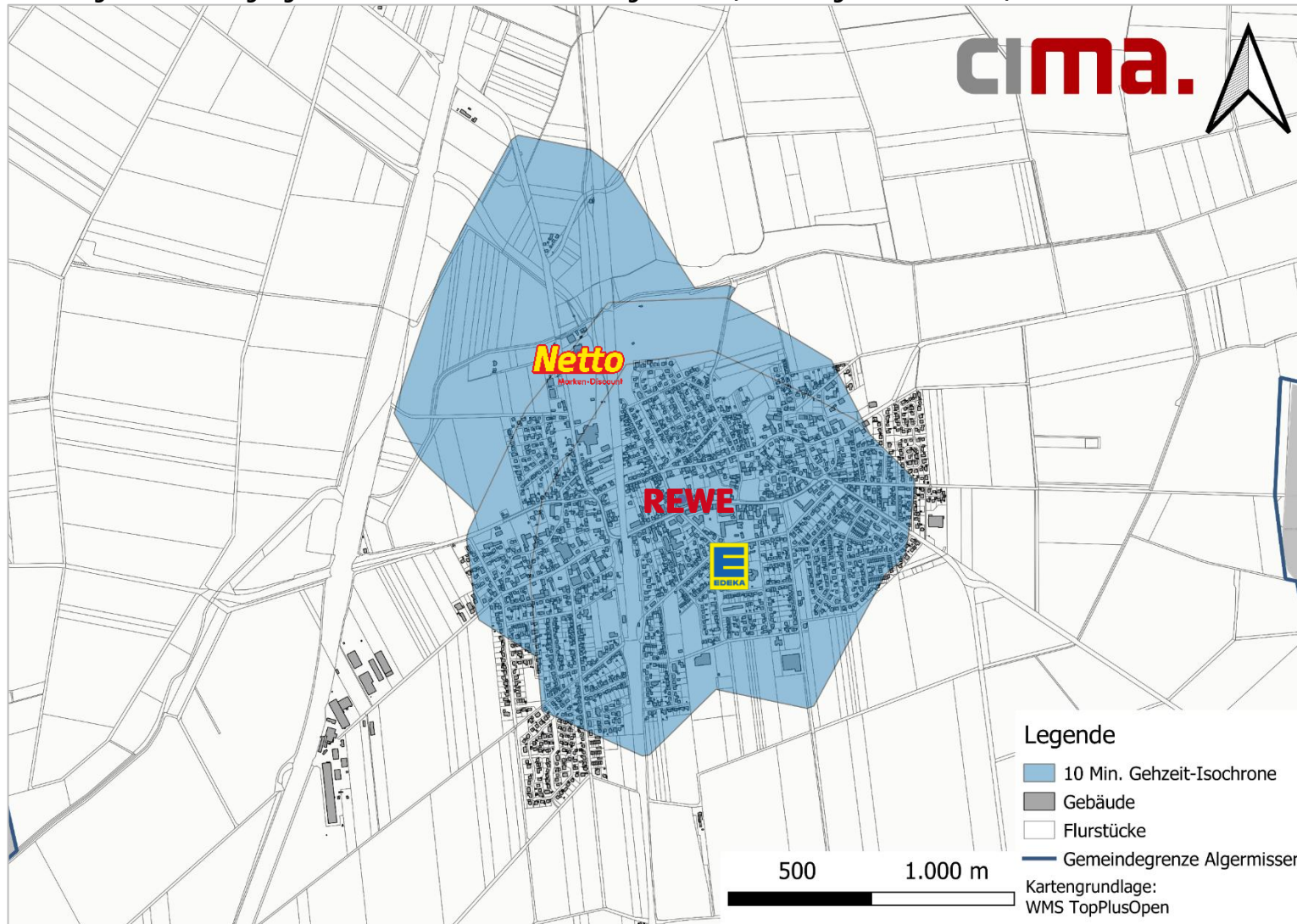
Quelle: cima, 2024

Abbildung 19: Nahversorgungserreichbarkeit in der Gemeinde Algermissen (5-minütiger und 7-minütiger PKW-Radius)



Kartengrundlage: © WMS TopPlusOpen, 2025 © LGLN Niedersachsen, 2025
Bearbeitung: cima, 2025

Abbildung 20: Nahversorgungserreichbarkeit in der Gemeinde Algermissen (10-minütiger zu Fuß-Radius)



Kartengrundlage: © WMS TopPlusOpen, 2025 © LGLN Niedersachsen, 2025
Bearbeitung: cima, 2025

Zusammenfassender Überblick

Die nachfolgende Abbildung 21 fasst die in diesem Kapitel vorgestellten maßgeblichen Strukturdaten und Kennzahlen des Einzelhandels auf Ebene der Gemeinde Algermissen inkl. Vergleich zum Jahr 2012 abschließend zusammen.

Abbildung 21: Zusammenfassendes Datenblatt Gemeinde Algermissen (2012 und 2024)

Gemeinde Algermissen	2012*	2024	
Anzahl Betriebe	29	21	↓
Verkaufsfläche in qm	6.800	5.115	↓
Umsatz in Mio. €	22,8	24,65	↑
Nachfragepotenzial in Mio. €	45,2	55,7	↑
Zentralität in %	51	44,2	↓
Zentralität periodisch in %	73	70	→
Zentralität aperiodisch in %	25	16	↓
Bevölkerung	7.942	8.154**	↑
Verkaufsfläche je EW in qm	0,86	0,63	↓
im periodischen Bedarf	0,52	0,48	→
im aperiodischen Bedarf	0,34	0,15	↓
Umsatz je EW in €	2.874	3.023	↑
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (in %)	103,3	103,8***	→

Quelle: cima, 2025

* Zahlen des Gemeindeentwicklungskonzepts der Gemeinde Algermissen 2012, Quelle: cima 2012

** Quelle: LSN, Stichtag 31.12.2024

*** Quelle: Michael Bauer Research GmbH, 2024

Insgesamt spiegelt die Entwicklung des Einzelhandelsbestands der Gemeinde Algermissen seit 2012 den allgemeinen Entwicklungstrend im Einzelhandel bundesweit, geprägt u.a. durch Konzentration der Anbieter und zunehmende Verlagerung ins Online-Geschäft, wider. Die sinkende Anzahl von Betrieben und Verkaufsfläche in Algermissen trifft auf steigende Bevölkerungszahlen und wachsendes Nachfragepotenzial – in der Folge nimmt die Zentralität natürlich ab. Eine Unterversorgung ist nicht abzuleiten, auch wenn einige Warengruppen schwach aufgestellt sind. Das Ziel sollte es sein, die bestehenden Einzelhandelsstrukturen und ansässigen Betriebe im Gemeindegebiet zu halten und zu unterstützen sowie gezielte Ansiedlungen regionaler Anbieter und Neugründungen zu fördern – zum Erhalt der Vitalität der Ortszentren.

6 Zentrenstruktur in der Gemeinde Algermissen

6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“⁸ (ZVB) ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB 2004 in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten „unbeplanten“ Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und

Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.⁹

- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierung zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.¹⁰
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Kommune ist das Angebot in der Regel vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Kommune. Neben- und

⁸ Eine ausführliche Definition des Begriffes zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang.

⁹ Vgl. Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

¹⁰ Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Kommune unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.

- „Abweichend von der [...] Definition eines zentralen Versorgungsbereiches kann nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG, Urt. v. 17. 12.2009-4 C 2.08 -, juris-Rn. 7 f. = BVerwGE 136, 10) auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von (ausschließlich) Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat (zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung/ Nahversorgungszentrum).“ (Arbeitshilfe LROP 2017 Niedersachsen, Frage 5.10).
- „Eine Gemeinde hat grundsätzlich die Möglichkeit, einen zentralen Versorgungsbereich zu planen und nach und nach zu entwickeln (vgl. Urt. OVG NI vom 15.3.2012 – 1 KN 152/10 -, LS in DVBl 2012, 851, Juris-Rdnr. 50)“ (Arbeitshilfe LROP 2017 Niedersachsen, Frage 5.13).

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt. Hierbei gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und Dienstleistungsbesatzes,
- siedlungsstrukturell integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),

- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Stadt/Gemeinde.

6.2 Zentrenkonzept der Gemeinde Algermissen

In den folgenden Kapiteln werden die Zentrenstruktur für Algermissen dargestellt und die Versorgungsaufgaben beschrieben.

Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in m², Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb der aktuellen zentralen Einkaufsstandorte in der Gemeinde wird deren Bedeutung dargestellt. In die verschiedenen Abgrenzungen relevanter Standorte sind vorhandene Einzelhandelsbetriebe sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.

Aufgrund der Siedlungsstruktur, des Besatzes an Einzelhandelsbetrieben und Komplementäreinrichtungen sowie der Versorgungsaufgaben der Kommune schreibt die cima für Algermissen folgende Zentrenstruktur fort:

Zentrale Versorgungsbereiche

- Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen

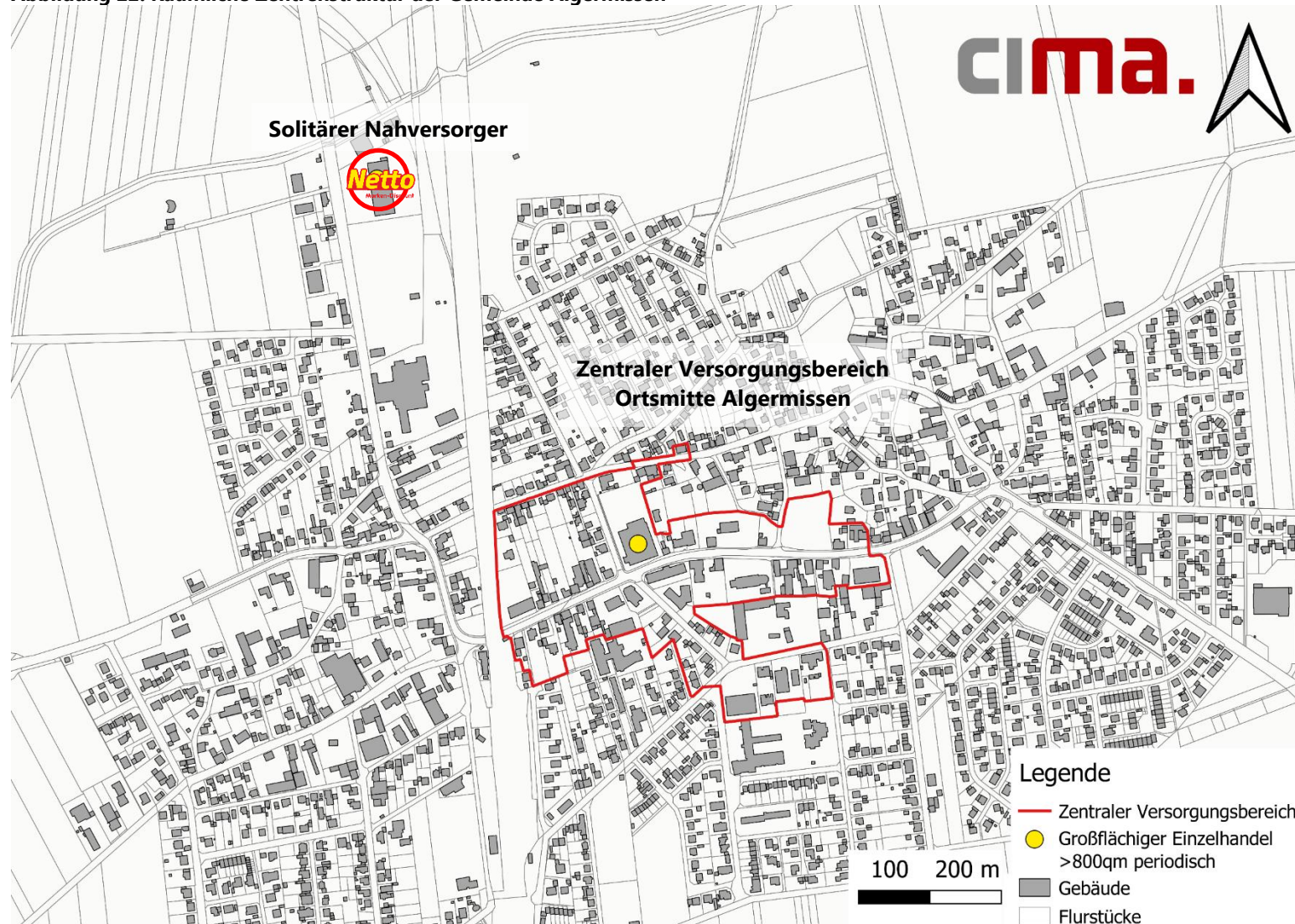
Sonstige Standortkategorien

- Solitärer Nahversorger

Diese Struktur zeigte sich bereits im letzten Gemeindeentwicklungs- und Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2012 und wird grundlegend fortgeführt. Das Umfeld des NETTO-Lebensmitteldiscounter am nördlichen Ortsrand von Algermissen hat sich jedoch vom reinen Einzelhandels- zum gemischten Dienstleistungsstandort verändert, so dass es unter den sonstigen Standortkategorien nicht mehr als „Fachmarkttagglomeration Netto“ geführt wird, sondern als „Solitärer Nahversorger“.

Weitere kleinere Anpassungen werden auf den folgenden Seiten beschrieben und begründet. In der folgenden Abbildung 22 wird die Zentrenstruktur der Gemeinde Algermissen im Überblick dargestellt.

Abbildung 22: Räumliche Zentrenstruktur der Gemeinde Algermissen



Kartengrundlage: © WMS TopPlusOpen, 2025 © LGLN Niedersachsen, 2025
 Bearbeitung: cima, 2025

6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen

Der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen übernimmt die Funktion des wichtigsten Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorts im Grundzentrum Algermissen. Innerhalb des definierten Bereichs ist ein bedeutender Anteil der Einzelhandelsbetriebe der Gemeinde Algermissen ansässig. Ergänzend finden sich dort zahlreiche einzelhandelsnahe Dienstleistungen, freizeitbezogene Einrichtungen (z. B. Gastronomie, Hotellerie) sowie Gesundheitseinrichtungen und öffentliche und Verwaltungseinrichtungen (Rathaus, Polizeistation, Mehrgenerationenhaus sOfA).

In Abbildung 23 ist die parzellenscharfe Abgrenzung (anhand der Flurstücke) des zentralen Versorgungsbereiches im Zentrum des Kernorts von Algermissen zu sehen. Dieser orientiert sich am Besatz und der Nutzungsdichte entlang der Marktstraße (Hauptlage für die Einzelhandelsbetriebe), mit Ausläufern in die Straßen Im Knick, Neue Straße, Jahnstraße und Kolpingstraße. Im Westen stellen die Bahnschienen eine städtebauliche Barriere dar und bilden die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Westlich der Bahnschienen und damit außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs befinden sich nach neuer Abgrenzung (2012 noch innerhalb des ZVBs) das Wirtshaus Loksuppen (Gastronomie) im Bahnhofsgelände, ein Handwerks-/Dienstleistungsbetrieb für Raumausstattung (Heerstr. 2) sowie die Hirsch-Apotheke (Heerstr. 5). Für die genannten bestandsbetriebe entstehen durch die Verkleinerung der Abgrenzung im Westen und dem damit einhergehenden Rausfallen aus dem zentralen Versorgungsbereich keine baurechtlichen Auswirkungen. Selbst Nachnutzungen durch Handelsbetriebe wären hier kleinflächig (unter 800 m²) möglich, wenn auch wünschenswerter innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.

An den Bahngleisen im Westen wurde die stärkste Veränderung der Abgrenzung im Vergleich zu 2012 vorgenommen. Ansonsten ist die Abgrenzung grundlegend gleichgeblieben, mit leichten Anpassungen entlang der Flurstücksgrenzen.

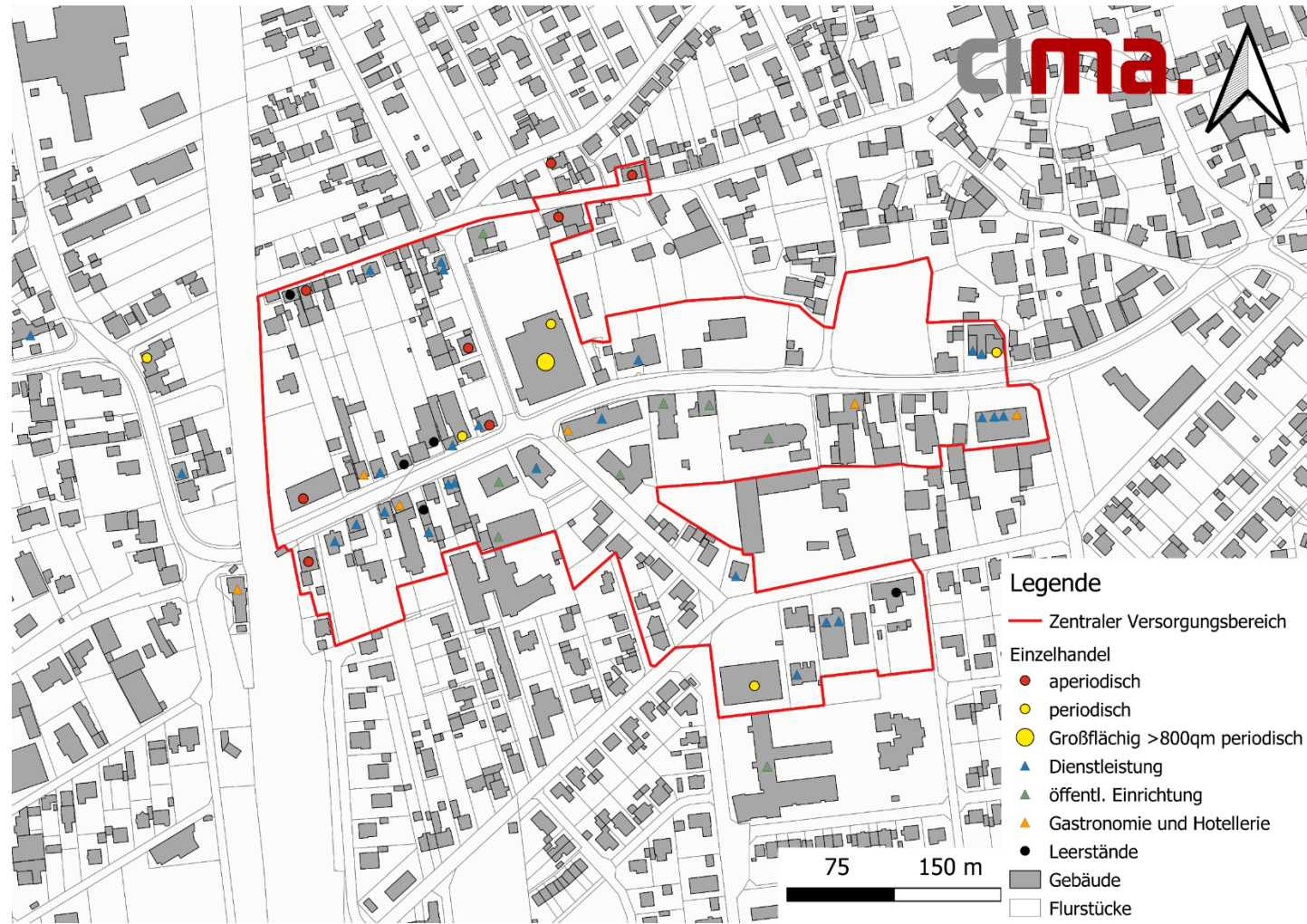
Im Norden verläuft die Abgrenzung entlang der Südseite der Neuen Straße, da der Besatz an (Handels-)betrieben hier nur einseitig gegeben ist. Weiter östlich der Neuen Straße folgend springt die Angrenzung an einer Stelle auf die andere Straßenseite, um den Betrieb EIERUND XXL (Sortiment Bekleidung) mit einzuschließen.

Im östlichen Bereich reicht die Abgrenzung bis zur Adresse Marktstraße 31 (Café Engelke) bzw. gegenüberliegend Marktstraße 18. Hier ist auch die Potenzialfläche „Neue Mitte“ mit eingeschlossen (Grundstücksgröße von 5.000 m²; Wohnungen und Gewerbeeinheiten geplant). Für die Entwicklung der Fläche ist die ABEG (Baulandentwicklungsgesellschaft mbH Algermissen GmbH & Co. KG) zuständig.

Im südlichen Bereich bildet der Lebensmittelmarkt NAH & GUT KRONE einen zentralen Ankerbetrieb. Östlich davon befindet sich ein Schwerpunkt an Praxen und Gesundheitsdienstleistenden. An der Adresse Kolpingstraße 31 befindet sich aktuell in Leerstand, welcher aufgrund seiner Größe (ca. 100 m²) und vorherigen Handelsnutzung als attraktive Fläche für Handel oder Dienstleistung aufwartet.

Die Hauptlage für den Handel im Ortskern Algermissen (höchste Betriebsdichte) stellt der Bereich zwischen REWE und den Bahnschienen an der Marktstraße dar.

Abbildung 23: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen 2025



Kartengrundlage: © WMS TopPlusOpen, 2025 © LGLN Niedersachsen, 2025
Bearbeitung: cima, 2025

Neben der großflächigen Potenzialfläche „Neue Mitte“ (5.000 m² Grundstücksfläche) befinden sich aktuell fünf kleinere, gewerbliche Leerstände im zentralen Versorgungsbereich (s. Abb. 23). Eine Weiterentwicklung des Angebotes kann somit kleinflächig und kleinteilig über Nachfolge oder Nachverdichtung innerhalb der Abgrenzungen erfolgen. Die Ausweitung des ZVB sollte zukünftig vermieden werden.

Eine Anbindung an den regionalen Schienenpersonennahverkehr mit direkten Verbindungen nach Hildesheim, Lehrte und Hannover (Linie S3) ist über den Bahnhof Algermissen gegeben, welcher für die Bewohnenden des Kernortes fußläufig gut zu erreichen ist. Das regionale Bus-Netz ist mit den Haltestellen „Algermissen Bahnhof“ und „Algermissen Kirche“ ebenso angeschlossen. Über Fußwege ist der gesamte zentrale Versorgungsbereich miteinander verbunden. Die Attraktivität von Radwegeverbindungen ist jedoch ausbaufähig.

Anhand der Einzelhandelsstrukturdaten innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs dargestellt. Dabei gibt es insgesamt ein Angebot von 12 Betrieben, die auf einer Verkaufsfläche von circa 3.470 m² einen Umsatz von circa 17,3 Mio. € erwirtschaften. Wichtige Betriebe als Frequenzbringer im Zentrum von Algermissen sind vor allem die Lebensmittelmärkte. Das Sortiment *Nahrungs- und Genussmittel* ist durch die Betriebe REWE und NAH & GUT KRONE sowie drei Bäckereien (Lebensmittelhandwerk) mit circa 2.170 m² Verkaufsfläche vertreten. Im aperiodischen Bedarfsbereich existieren 7 Betriebe, die über eine Verkaufsfläche von circa 1.110 m² verfügen.

Abbildung 24: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im ZVB Ortsmitte Algermissen

CIMA-Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf (gesamt)	5	2.360	13,4
davon Nahrungs- und Genussmittel	5	2.170	12,5
Aperiodischer Bedarf (gesamt)	7	1.110	4,0
Einzelhandel gesamt	12	3.470	17,3

Quelle: cima, 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 25: Rathaus mit vorgelagertem Aufenthaltsbereich



Quelle: cima, 2024

Um den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen weiterzuentwickeln, sollten bestehende positive Strukturen erhalten und gestärkt, Schwächen und Herausforderungen angegangen werden. Im Folgenden sind diese Strukturen näher dargestellt.

Stärken und Chancen

Der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen zeichnet sich durch eine Mischung und gute Angebotsbreite von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomie- bzw. Hotelleriebetrieben aus. Dabei zeigt sich ein solider Sortimentsbesatz im Nahversorgungsbereich durch eine grundsätzlich gute Ausstattung mit Betrieben des periodischen Bedarfs (insbesondere Lebensmitteleinzelhandel, Supermärkte, Bäckereien). Im aperiodischen Bedarfsbereich sticht die für ein Grundzentrum gute Ausstattung in der Warengruppe *Bekleidung, Wäsche* hervor (Insgesamt rd. 520 m²). Dies ist v. a. den beiden Läden von EIERUND zu verdanken, die ein modernes und attraktives Angebot bereitstellen. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch eine Vielzahl an ergänzenden Dienstleistungen und Angeboten wie u. a. Gastronomie, Praxen, Versicherungen oder Kreditinstitute. Auch öffentliche Einrichtungen wie das Rathaus, die Polizeistation oder das Pfarrhaus samt öffentlicher Bücherei sind im zentralen Versorgungsbereich vorhanden. Eine wichtige Rolle spielen darüber hinaus öffentliche soziale Einrichtungen, wie das Mehrgenerationenhaus „sOfA“. Dieses wurde im November 2017 in der Jahnstraße eröffnet und bietet moderne Standards für integrative Angebote, die es zu einem lebendigen Ort der Gemeinde machen.

Die verschiedenen Angebote innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind über den Individualverkehr, aber auch über den Öffentlichen Personennahverkehr (Bus- und Bahnverkehr) erreichbar. In allen Bereichen werden ausreichend Parkflächen für Autos und Fahrräder zur Verfügung gestellt.

Die im östlichen Bereich des ZVBs gegenüber dem Gasthaus Weiterer an der Marktstraße gelegene Potenzialfläche „Neue Mitte“ stellt eine Chance für den Standort dar, sich weiterhin attraktiv aufzustellen und moderne Flächen und Räumlichkeiten für Wohnungen und Gewerbe bereitzustellen. Zudem bildet der Potenzialstandort eine Verbindung zwischen dem Kernbereich des ZVBs (rund um das Rathaus und REWE) und dem östlichen Bereich des ZVBs (Bereich von Café Engelke), in dem der Betriebsbesatz abnimmt.

Schwächen und Herausforderungen

Dem soliden Sortimentsbesatz im Lebensmittelbereich steht ein eher unzureichender Besatz in einigen Warengruppen des aperiodischen Sortimentsbereiches gegenüber (vgl. Kapitel 5.2). Dies ist zwar für ein Grundzentrum nicht unüblich, dennoch kann auf die Stärkung und Entwicklung einzelner Sortimente geachtet werden. Hier fällt beispielsweise auf, dass ein Angebot in der Warengruppe *Sanitätsartikel, Optik, Akustik* fehlt, welches auch nicht durch die Randsortimente der anderen Betriebe abgedeckt wird. Ein Sanitätshaus oder Optikgeschäft wären passende Ergänzungen für den Branchenmix im ZVB.

Um die Aufenthaltsqualität im Ortskern zu stärken, ist es auch wichtig, Verweilorte (begrünt, abseits direktem Verkehrseinfluss) zu schaffen. Hier besteht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs z.T. Nachholbedarf. Neben den Grünflächen an der Kirche bildet aktuell die Fläche vor dem Rathaus den einzigen kleinen Aufenthaltsbereich mit gewissem Platzcharakter. Dies hängt auch eng mit dem hohen Bodenversiegelungsgrad, hervorgerufen durch die Park- und Verkehrsflächen zusammen. Eine sorgsame Verkehrsberuhigung und Begrünung des Zentrums ist, auch aus Klimaschutzaspekten (Schaffung von grünen und blauen Infrastrukturen), anzustreben.

Mit insgesamt 12 Betrieben stellt der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen innerhalb der Gemeinde den Standort mit den meisten Einzelhandelsbetrieben dar. Er zeichnet sich vor allem durch einen kleinteiligen, oft inhabergeführten Einzelhandel aus. Die cima empfiehlt, die gewachsene Einzelhandelslage in ihrer Funktion zu erhalten und zu stärken. Deren Ausdehnung sollte angesichts abnehmender Betriebszahlen mittelfristig eher verringert sowie aktuelle Leerstände in zentraler Lage an der Marktstraße nachbesetzt werden, um ein attraktives Zentrum zu erhalten. Darüber hinaus ist das Zentrum qualitativ gezielt weiterzuentwickeln. Hier gilt es, die Erreichbarkeit (z. B. für den Radverkehr), Aufenthaltsqualität und Verweildauer weiter zu verbessern.

Abbildung 26: Eindrücke aus dem ZVB Ortsmitte Algermissen



Quelle: cima, 2024

6.2.2 Solitärer Nahversorger

Neben den z.T. großflächigen Lebensmittelmärkten im zentralen Versorgungsbereich deckt in Algermissen ein weiterer Nahversorgungsbetrieb an der nördlichen Ausfallstraße des Kernortes Algermissen (Heerstraße) die Grundversorgung mit periodischen Sortimenten ab. Dieser Markt sorgt dafür, dass die Einwohnerinnen und Einwohner insbesondere im nördlichen Bereich des Kernortes sowie westlich der Bahngleise einen Markt möglichst schnell zu Fuß oder mit dem Rad erreichen können. Zudem ist dieser in maximal rund 7 Minuten mit dem Pkw aus den übrigen Ortsteilen zu erreichen (vgl. Kap. 5.4, Abb. 19 und 20).

Dem Standort kommt daher eine bedeutende Nahversorgungsfunktion zu, jedoch erfüllt er die sonstigen Kriterien für zentrale Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 6.1) nicht oder nur zum Teil. So ist überwiegend kein städtebaulicher Zusammenhang mit umliegenden Wohngebieten gegeben, es gibt zu wenige weitere Geschäfte, Dienstleistungsbetriebe oder andere Zentrenfunktionen. Zudem ist eine Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen in Stadt- oder Ortsteilen abseits des zentralen Kernortes bei Grundzentren raumordnerisch nicht vorgesehen.

Um die Funktion im Sinne der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und § 34 Abs. 3 BauGB zu würdigen und Ihnen eine gewisse Schutzwürdigkeit ähnlich der zentralen Versorgungsbereiche zuzusprechen, wird der entsprechenden Standorte im Gemeindegebiet von Algermissen als sogenannter solitärer Nahversorger ausgewiesen (vgl. Abb. 22) und im Folgenden beschrieben.

Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2012

Im Einzelhandelskonzept von 2012 wurde der Standort des NETTO-Lebensmitteldiscounters an der Heerstraße als Fachmarkttagglomeration eingeordnet. Hierzu heißt es:

Die Fachmarkttagglomeration um Netto spielt für die Nahversorgung nach wie vor eine wichtige Rolle, auch wenn es im Zuge der Schlecker-Insolvenz zur Schließung des Drogerie-Fachmarktes kam. Der Standort bietet vergleichsweise große Geschäftseinheiten, die derzeit überwiegend für

nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente genutzt werden (EHK 2012, S. 27).

Der Netto trägt trotz seiner Lage am Ortsrand nicht unwesentlich zu einer ausgewogenen Nahversorgung zumindest im Kernort Algermissen bei. Auch für ihn gilt zunächst Bestandsschutz. Dieser Standort sollte auch für die Zukunft gesichert werden, indem eine moderate Erweiterung im Rahmen der Marktanpassung zulässig bleibt. Weitere Neuansiedlungen sollten hier aber vermieden werden (EHK 2012, S. 33).

Eine prioritäre Ansiedlung von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten wurde für den Standort angeraten.

Wo es 2012 noch eine Agglomeration der Märkte NETTO, IHR PLATZ (ehemalige Drogeriemarktkette gehörig zur Schlecker-Unternehmensgruppe) sowie KIK gegeben hat, hat sich der Standort seitdem dahingehend gewandelt, dass die Ladenfläche des ehemaligen Drogeriemarktes dem NETTO zugeschlagen wurde, der diese für seine Getränkeabteilung nutzt. Die Fläche des ehemaligen KIK-Marktes wird nun durch ein Fitnessstudio nachgenutzt.

Dementsprechend entspricht der Bestand nicht mehr der Struktur einer Einzelhandels-Fachmarkttagglomeration und erhält jedoch, um den Standort zu würdigen und die verbrauchernahe Versorgung auch zukünftig zu sichern, die Zuweisung als solitärer Nahversorger.

NETTO, Heerstraße 12b (Algermissen)

Betriebstyp: Lebensmitteldiscounter

Verkaufsfläche: rd. 1.275 m²

Ergänzende Nutzungen: Keine

Lage: Nördlicher Siedlungsrand vom Kernort Algermissen, Wohnbebauung im südöstlichen Bereich (Neubaugebiet Alpeblick) ca. 100 m. entfernt

Erreichbarkeit & Funktion: Per Pkw durch Lage an nördlicher Ausfallstraße gut. Fußläufige Erreichbarkeit für nord-westlichen Siedlungskörper von Algermissen. ÖPNV-Anbindung durch nahegelegene Bushaltestelle Algermissen/Heerstraße. Standort wichtig für Versorgung des nord-westlichen Siedlungsbereichs von Algermissen.

Baulicher Zustand: Guter Discounter-Standard, wenig Grün auf versiegelter Pkw-Parkfläche

Einordnung EHK 2012: Teil der Fachmarktagglomeration

Empfehlungen: Mittelfristig Modernisierung ermöglichen. Fahrraderreichbarkeit und -abstellanlagen verbessern. Begrünung anregen, unterstützen bzw. im öffentlichen Straßenraum ergänzen.

Abbildung 27: Netto-Markt Algermissen



Quelle: cima, 2024

6.2.3 Sonstiges Gemeindegebiet Algermissen

Außerhalb des vorgestellten Einzelhandels der Gemeinde Algermissen im zentralen Versorgungsbereich und dem solitären Nahversorgungsstandort besteht ein Einzelhandelsangebot mit insgesamt nur acht Betrieben im sonstigen Gemeindegebiet. Sechs der acht Betriebe liegen im Kernort Algermissen (außerhalb des ZVBs), zwei weitere im sonstigen Gemeindegebiet. Dies sind die beiden Läden WÖHLEKE SÜSSMOSTEREI und BARRIQUE im Ortsteil Groß-Lobke. In den weiteren Ortsteilen Ummeln, Wätzum, Lühnde und Bledeln ist aktuell kein Einzelhandel vorzufinden (Planungen zur Eröffnung eines Dorfladens im Ortsteil Lühnde laufen, vgl. Kap. 5.4). Alle acht Betriebe agieren in der Kleinflächigkeit. Großflächige Betriebe über 800 m² Verkaufsfläche wie beispielsweise Gartencenter, Baumärkte oder Einrichtungsgeschäfte sind nicht vorhanden.

7 Branchenkonzept für die Gemeinde Algermissen

7.1 Sortimentsliste

7.1.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LROP Niedersachsen oder auch der Rückgriff auf allgemein gültige Sortimentslisten (z. B. Empfehlungen aus dem LROP, der IHK etc.) ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleitete Sortimentsliste beziehen müssen. Gleichmaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadt- oder Gemeindegebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.¹¹

Die Liste der zentrenrelevanten oder nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Algermissen dient dem Schutz und der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (mehr als 800 m² Verkaufsfläche): Auch

wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z. B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche angeboten werden.

7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u. a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.¹²

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: *„Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“* (VGH Mannheim; Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05)).

¹¹ OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

¹² Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimenten auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeit Gebrauch macht.“

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) vollständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.¹³

Das OVG Münster weist zudem in einem Urteil vom 03. Juni 2002 (7 aD 92/99.NE) darauf hin, dass keine allgemeingültige Sortimentsliste besteht. „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als ‚zentrenrelevant‘ erweist“. Das Gericht weist vielmehr auf die Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente hin.

Das Landes-Raumordnungsprogramm für Niedersachsen sieht für Randsortimente folgende Regelung vor: „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, wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10

vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt [...]“. Für diese Regelung ist die Einordnung der Sortimente in der Sortimentsliste relevant.

Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.¹⁴ Dabei können bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein sollte, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen soll, um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Unbestimmte Kategorien wie beispielsweise „Sonderpostensortiment“ können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht-zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen.

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10 % der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.¹⁵

Die Sortimentsliste muss politisch per Ratsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investierende, Immobilienbesitzende, vorhandene Einzelhandelsbetriebe), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitions-

¹³ Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von einzelnen Sortimenten.

¹⁴ Vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

¹⁵ Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

sicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Weiterentwicklung einer Sortimentsliste für die Gemeinde Algermissen soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Gemeinde bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Verwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung in der Gemeinde kann lediglich als Anhaltspunkt dienen. Für die Zentrenrelevanz sind aus Sicht der cima folgende Faktoren mitentscheidend:

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Gemeinde Algermissen sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht-integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m²) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhen zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix der des Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundschaftsfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls einer Ortskernlage vorbehalten sein, um

einen für die Kundschaft attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.

- **Frequenzbringende Funktion:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem Grundzentrum sind die Frequenzbringer des Stadt-/Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bedarfsbereichs (u. a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die der Kundschaft einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die aktuellen Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadt-/Ortsbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind für einen zentralen Versorgungsbereich in der Regel nur selten geeignet.

Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit, zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Innenstadtlage zu entwickeln bzw. vorhandene Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten und die Zukunftsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt.

- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben

und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortiments-schwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt erfüllt werden können (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

- **Planungswille der Kommune:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt-/Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

7.1.3 Ableitung der Sortimentsliste für die Gemeinde Algermissen

Die nachfolgend aufgeführte ortsspezifische, kommunale Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Algermissen. Sie baut auf der Sortimentsliste des alten Einzelhandelskonzeptes (cima, 2012) auf und ist zudem anhand der aktuellen örtlichen Standortstrukturen überarbeitet worden. Damit gilt diese als maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als spezielle „Unterform“ der zentrenrelevanten Sortimente zu betrachten. Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des täglichen und wöchentlichen Bedarfs kann eine Ansiedlung auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können.

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. frequenzbringende Funktion),
- von Kundschaft ohne Probleme transportiert werden können,
- i. d. R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kund-schaftsfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen,
- vorwiegend in den Stadt-/Ortszentren angeboten werden,
- i. d. R. einen Erlebniseinkauf nach sich ziehen.

Nicht-zentrenrelevant sind hingegen vor allem Sortimente, die

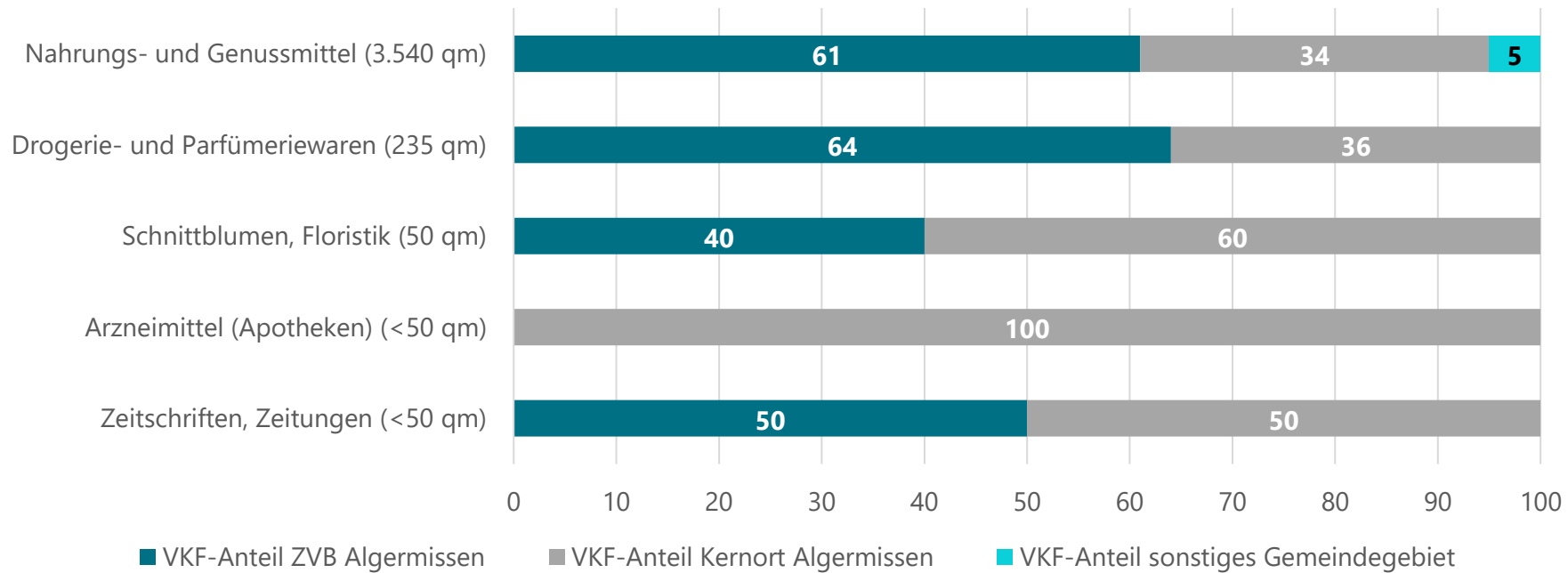
- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen,
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden und
- eher einem Versorgungs- als einem „Erlebniseinkauf“ dienen.

Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen großen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität.

Herleitung und Darstellung der Algermissener Sortimentsliste

Nachfolgend werden in Abbildung 28 und Abbildung 29 die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels in den Einzelhandelslagen in der Gemeinde Algermissen für die Sortimente des periodischen und aperiodischen Bedarfs der Größe nach dokumentiert. Abbildung 30 stellt darauf aufbauend die abgeleitete ortsspezifische Sortimentsliste für die Gemeinde Algermissen dar.

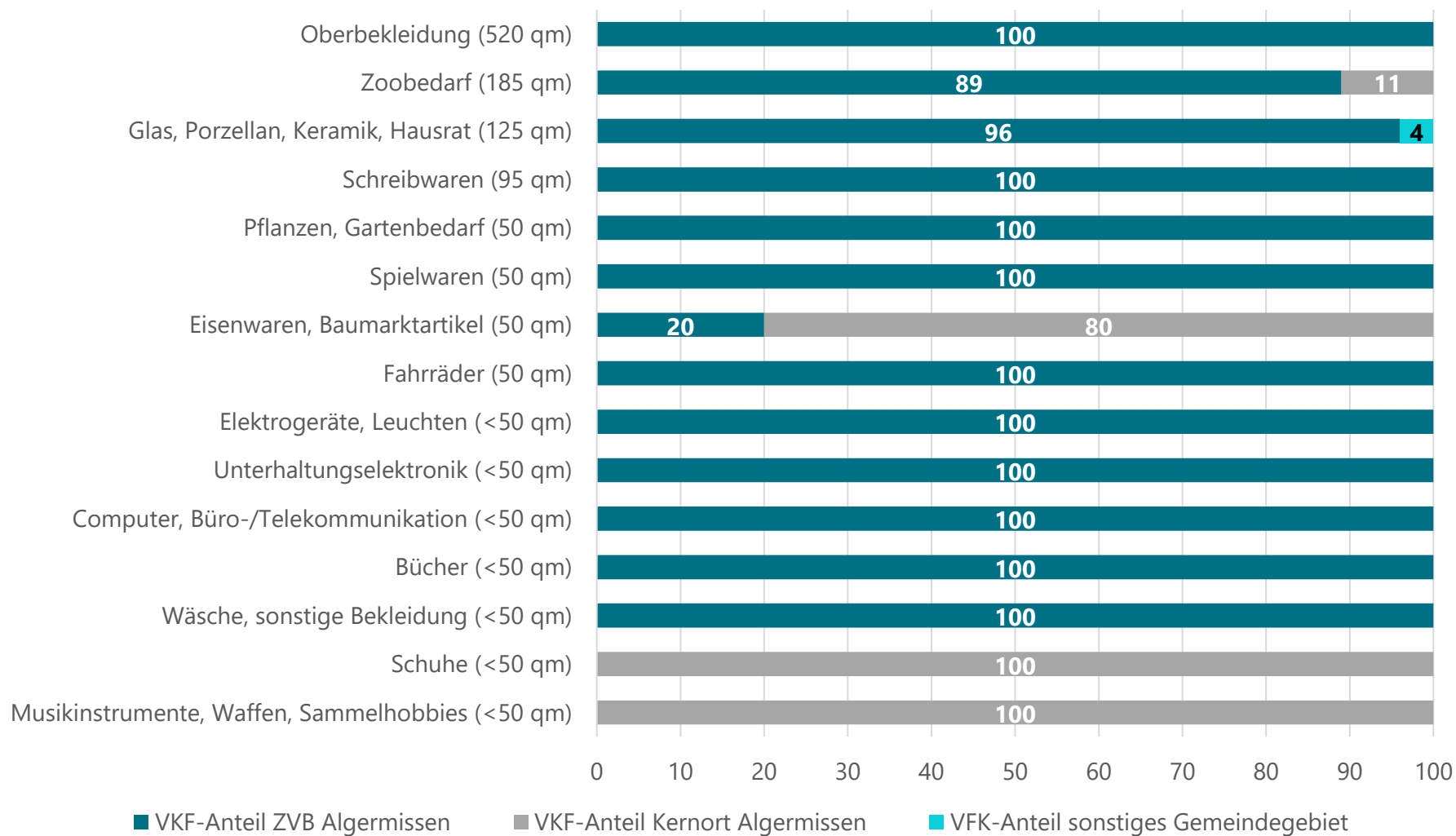
Abbildung 28: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Periodischer Bedarf



Quelle: cima, 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

Anmerkung: Kernort Algermissen inkl. solitärem Nahversorger, vgl. Kap.6.2.2

Abbildung 29: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: Aperiodischer Bedarf



Quelle: cima, 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

Anmerkung: Kein Einzelhandelsbestand in den Sortimenten Möbel, Lederwaren, Uhren/Schmuck, Kfz-Zubehör, Optik/Hörgeräteakustik, Farben/Tapeten/Bodenbeläge/Teppiche, Antiquitäten/Kunstgegenstände, Heimtextilien, Sportartikel, Sanitätswaren, Foto. (Das Schuhhaus hat erst nach Abschluss der cima-Analyse im Frühjahr 2025 den Betrieb eingestellt.)

Abbildung 30: Sortimentsliste für die Gemeinde Algermissen

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant) ▪ Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren (inkl. Getränke) ▪ Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel) ▪ Parfümerie- und Kosmetikartikel ▪ Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken) ▪ Schnittblumen, Floristik ▪ Zeitschriften, Zeitungen	▪ Bekleidung (Damen, Herren, Kinder) ▪ Bücher ▪ Computer und Zubehör, Telekommunikation ▪ Elektrokleingeräte, Leuchten ▪ Fahrräder und Fahrradzubehör ▪ Foto, Film ▪ Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat ▪ Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf ▪ Lederwaren, Taschen, Schulranzen, Koffer ▪ Musikinstrumente ▪ Optik, Hörakustik ▪ Sanitätswaren, medizinisch-orthopädischer Bedarf ▪ Schuhe ▪ Sportartikel, Sportschuhe, Sportbekleidung ▪ Schreibwaren, Bürobedarf ▪ Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln) ▪ Uhren und Schmuck ▪ Unterhaltungselektronik (TV, Hifi, Video, Ton- und Datenträger) ▪ Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung ▪ Zoobedarf
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließend)	
▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände ▪ Babybedarf (Kinderwagen etc., keine Bekleidung) ▪ Baustoffe, Baumarktartikel, Sanitärwaren ▪ Bodenbeläge (inkl. Teppiche und Teppichböden) ▪ Campingartikel ▪ Farben, Lacke, Tapeten ▪ Gartenbedarf (inkl. Pflanzen) ▪ Elektrogroßgeräte (weiße Ware) ▪ Jagd-, Reit- und Angelausstattung, Waffen ▪ Kfz-Zubehör ▪ Möbel (inkl. Matratzen) ▪ Sport- und Freizeitgroßgeräte ▪ Werkzeuge, Eisenwaren	

Quelle: cima, 2025

Änderungen im Vergleich zur bisherigen Sortimentsliste

Im Vergleich zu der Sortimentsliste des bisherigen Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Algermissen aus dem Jahr 2012 wurden primär Anpassungen textlicher/begrifflicher Art vorgenommen. Inhaltliche Anpassungen werden nachfolgend erläutert:

- **Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel** (nahversorgungsrelevant): Das Sortiment der pharmazeutischen Artikel und Arzneimittel wurde bislang nicht in der Sortimentsliste geführt. Es wird überwiegend von Apotheken angeboten und ist im Sinne der Gesundheitsversorgung als nahversorgungsrelevant eingestuft.
- **Geschenkartikel** (vormals zentrenrelevant): In der Sortimentsliste von 2012 waren *Geschenkartikel* bei den zentrenrelevanten Sortimenten vorzufinden. Dieses Sortiment wurde nun gestrichen, da Geschenkartikel keine exakte Bezeichnung sind und in anderen Sortimentsbezeichnungen vorzufinden sind wie beispielsweise *Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat* oder *Spielwaren*.
- **Sanitätswaren, medizinisch-orthopädischer Bedarf** (zentrenrelevant): Den Sanitätswaren wurde das Sortiment medizinisch-orthopädischer Bedarf mit angeordnet. Mit dem medizinisch-orthopädischen Bedarf sind Hilfsmittel und Kleingeräte im Pflege- und Medizinbereich wie z. B. Bandagen, Orthopädiebedarf, etc. gemeint. Sanitätswaren waren in der alten Sortimentsliste von 2012 als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Sie werden aktuell in der Gemeinde Algermissen nicht angeboten. Wünschenswert wäre eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich mit guter Erreichbarkeit.

- **Babybedarf** (nicht-zentrenrelevant): Das Sortiment wurde bislang nicht geführt. Gemeint sind in diesem Sortiment Produkte wie Kinderwagen, Kinderbetten, etc., welche häufiger in der Großflächigkeit angeboten werden (keine zentrenrelevante Bekleidung). Das Sortiment wird zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft.
- **Sport- und Freizeitgroßgeräte** (nicht-zentrenrelevant): Zu der Kategorie der Sport- und Freizeitgroßgeräte gehören etwa Campingartikel, Kanus, Tischtennisplatten oder ähnliche große und nicht ohne Pkw zu transportierende Artikel. Diese werden in der Regel auf großen Verkaufsflächen angeboten und unterscheiden sich damit von den üblichen Sportartikeln (weiterhin zentrenrelevant).

Bei den übrigen Sortimenten wird die Einteilung der bisherigen Sortimentsliste bestätigt. Die zentrenrelevanten Sortimente sind entweder bereits strukturprägend für den zentralen Versorgungsbereich oder sollen – sofern diese Sortimente überwiegend außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs oder bislang nicht in der Gemeinde Algermissen angeboten werden – zukünftig in der Ortskernlage angesiedelt werden.

Die bislang nicht einzeln benannten nicht-zentrenrelevanten Sortimente stellen allesamt typisch nicht-zentrenrelevante Sortimente dar (z. B. Baumarktartikel, Kfz-Zubehör, Möbel). Diese werden in der Gemeinde Algermissen ebenso bestätigt.

7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Anhand der Einzelhandelsanalyse konnte verdeutlicht werden, dass in der Gemeinde Algermissen in verschiedenen Sortimenten der Bedarf für weitere Ansiedlungen oder Verkaufsflächenenerweiterungen besteht. Nachfolgend soll aufgezeigt werden, an welchen Standorten für welche Sortimente Entwicklungspotenziale bestehen. Durch die Schaffung einer möglichst attraktiven Einzelhandelslandschaft mit einem für Grundzentren angemessenen Angebot soll in einigen Sortimenten des periodischen und aperiodischen Bedarfsbereichs die Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung gesteigert werden.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Algermissen mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben am aktualisierten Zentren- und Branchenkonzept bewertet und beurteilt werden.

Mit der Orientierung an den folgenden Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Gemeinde Algermissen getrieben bzw. Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Kommune. Wenn es der Gemeinde Algermissen gelingt, sich an diesem Zentrenkonzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) zentrenorientierte Entwicklungen und Spielräume.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden Bebauungspläne entsprechend den Zielvorstellungen des Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs) angepasst werden.¹⁶

Das hier vorgelegte Zentrenkonzept für die Gemeinde Algermissen wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet.

Für die unterschiedlichen Sortiments- und Standortkategorien ergeben sich folgende strategische Aussagen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Im Grundzentrum Algermissen ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten insbesondere auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen zu fokussieren. Großflächige Planvorhaben bedürfen ggf. einer nachzuweisenden Verträglichkeit.
- Neue Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind nur an Standorten mit Wohnbezug und zur Schaffung einer fußläufigen Nahversorgung bzw. zur Verbesserung der Nahversorgungssituation zu entwickeln. Diese bedürfen ggf. einer nachzuweisenden Verträglichkeit. Dorfläden oder ähnliche kleinflächige Betriebe zur Grundversorgung von Ortsteilen unterliegen in der Regel nicht dieser Nachweispflicht, sollten jedoch hinsichtlich ihrer Tragfähigkeit hinterfragt werden.
- Eine weitere Entwicklung der Nahversorgung an nicht-integrierten Standorten ist konzeptionell nicht vorgesehen.
- Primäres Ziel: Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung für einen möglichst großen Teil der Bevölkerung.

¹⁶ Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt, zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern einzuholen.

Zentrenrelevante Sortimente

- Ansiedlungen und Erweiterungen groß- und kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen priorisiert auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen konzentriert werden.
- Konzeptionell ist eine Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nicht vorgesehen, grundsätzlich nach Einzelfallprüfung aber kleinflächig an solitären Nahversorgungsstandorten und in sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen mit direktem Wohnbezug möglich.
- Bei Neuansiedlungen als Randsortiment großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.
- Primäres Ziel: Entwicklung eines attraktiven und langfristig wettbewerbsfähigen zentralen Versorgungsbereichs im Ortskern von Algermissen durch Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Bei möglichen Ansiedlungen oder Erweiterungen groß- und kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten soll zunächst geprüft werden, ob diese im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen als sinnvolle Ergänzung angesiedelt werden können.
- In sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen mit direktem Wohnbezug und an solitären Nahversorgungsstandorten sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht

zentrenrelevanten Hauptsortimenten auch in der Großflächigkeit ggf. nach Einzelfallprüfung möglich.

- In sonstigen nicht-integrierten Standorten sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausnahmsweise zulässig bei einer nachzuweisenden Verträglichkeit.
- In Gewerbegebieten sind planerisch keine Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben gewünscht. Bestehenden Betrieben werden zur Anpassung an die Marktbedingungen Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt.
- Bei Neuansiedlungen großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.
- Primäres Ziel: Sicherung einer Grundversorgung mit aperiodischen, nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an zentralen, gut erreichbaren Standorten, sodass zusätzliche Einkaufsverkehre zu neuen, diffusen Standorten vermieden werden.

Abbildung 31: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe)

Zentrale Versorgungsbereiche	Zentrenrelevante Hauptsortimente		Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
	Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente		
Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen	großflächig möglich ¹	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung ¹	großflächig möglich ¹
Sonstige Standortkategorien			
Solitärer Nahversorgungsstandort	grundsätzlich keine Neuansiedlung, moderate Anpassung nach vorheriger Prüfung möglich ²	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise nach vorheriger Prüfung kleinflächig möglich ²	grundsätzlich keine Ansiedlung, kleinflächig und ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung ggf. großflächig möglich ²
sonstige siedlungsstrukturell integrierte Lagen	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise nach vorheriger Prüfung möglich ²	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise nach vorheriger Prüfung kleinflächig möglich ²	grundsätzlich keine Ansiedlung, kleinflächig und ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung ggf. großflächig möglich ²
sonstige nicht-integrierte Standorte	keine Ansiedlung ³	keine Ansiedlung ³	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung ²
Gewerbegebiete	keine Ansiedlung, da gewerblichen Nutzungen vorbehalten ^{3,4}		

1) ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich. Die Ziele der Landes-Raumordnung sind zu beachten.

2) ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich sowie Einschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente. Die Ziele der Landes-Raumordnung sind zu beachten.

3) ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter, in jedem Fall aber kleinflächiger VKF zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente.

4) Gemäß EuGH-Urteil vom 30.01.2018 (C-31/16 und C-360/15) ist ein genereller Ausschluss von kleinflächigem Einzelhandel für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten nicht zulässig.

Bei allen Vorhaben sind die Vorgaben der Landes-Raumordnung Niedersachsen (LROP 2022) zu beachten.

Generell ist zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe Bestandsschutz genießen.

Ansiedlungen von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren Anbietern (z. B. Hofläden, Tankstellen) zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind generell möglich.

Im raumordnerischen Sinne von Agglomerationswirkungen müssen außerhalb städtebaulich integrierter Lagen mehrere räumlich konzentrierte nicht-großflächige Betriebe, von denen zusammen raumbedeutsame Wirkungen ausgehen oder ausgehen können, einer Zusammenschau unterzogen werden und gelten somit gemeinsam als großflächiger Einzelhandel.

Quelle: cima, 2024

7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen

Der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen ist die Lage mit den meisten Einzelhandelsbetrieben der Gemeinde Algermissen und soll langfristig entwickelt und attraktiv aufgestellt sein. Ziel ist der Erhalt und die Stärkung der Zentrums- und Versorgungsfunktion. Um dies erreichen zu können, sind innerörtliche Entwicklungen zukünftig prioritär auf diesen Bereich zu konzentrieren. Zur Etablierung und Positionierung der Zentrums- und Versorgungsfunktion sollen Neuansiedlungen und Erweiterungen von Betrieben vor allem mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten zukünftig gezielt hier stattfinden, sofern sie raumordnerisch verträglich sind.

Die cima empfiehlt für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen die folgende Strategie:

- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen zentrenrelevanter Sortimente sollen gezielt und prioritär hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente sollen gezielt und prioritär hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sollen ebenfalls, wenn möglich und im Einzelfall sinnvoll, hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.

Bei potenziellen neuen Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich darauf zu achten, dass sie eine sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote darstellen. Eine ansprechende und zeitgemäße, gestalterische Umsetzung neuer Entwicklungen sollte ebenso berücksichtigt werden wie die Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit. Kombiniert werden sollten Einzelhandelsbetriebe mit komplementären Nutzungen (z. B. Dienstleistungen, gastronomische Angebote, Verwaltungen).

7.2.2 Ansiedlungsstrategien für den solitären Nahversorgungsstandort

Der solitäre Nahversorgungsstandort rund um den NETTO-Markt nimmt eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion für die Bevölkerung im nordwestlichen Siedlungsgebiet des Ortsteils Algermissen wahr. Dem Nahversorgungsstandort sollte zukünftig ebenfalls die Möglichkeit gegeben werden, sich den geänderten und gewachsenen Ansprüchen an moderne Einkaufsstandorte anzupassen.

Die cima empfiehlt für den solitären Nahversorgungsstandort die folgende Strategie:

- Ansiedlungen und Erweiterungen zentrenrelevanter Sortimente sind konzeptionell nicht vorgesehen.
- Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen sind bei vorliegender raumordnerischer Verträglichkeit sowie einer Einschränkung sonstiger Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche großflächig möglich.
- Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind nicht vorgesehen. Nach Einzelfallprüfung können Sie jedoch gegebenenfalls zulässig sein, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an dem Standort Bestandsschutz genießen.

7.2.3 Ansiedlungsstrategien für sonstige siedlungsstrukturell integrierte Lagen

In siedlungsstrukturell integrierten Lagen, wie z. B. Wohn- und Mischgebieten, kann die Ansiedlung von Einzelhandel zielführend sein, beispielsweise um eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die umgebende Wohnbevölkerung zu übernehmen.

Von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren kleinflächigen Anbietern zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder übrige Nahversorgungsstrukturen zu erwarten.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Grundsätzlich sollte die Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente in den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Algermissen erfolgen. In Wohn- und Mischgebieten ist sie konzeptionell großflächig nicht vorgesehen.
- Ausnahmsweise sind Neuansiedlungen nahversorgungsrelevanter Sortimente in Wohn- und Mischgebieten nach Einzelfallprüfung möglich. Sie sollten zur Schaffung oder Verbesserung einer fußläufigen Nahversorgung einen direkten Wohnbezug besitzen und keine nennenswerten zusätzlichen Zielverkehre in das Wohngebiet erzeugen. Der Nachweis der baurechtlichen und raumordnerischen Verträglichkeit (insb. Nichtschädigung der bestehenden integrierten und wohnortnahen Nahversorgungsbetriebe) ist durch Einzelfallprüfung zu erbringen.
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist nicht vorgesehen, jedoch ggf. ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung auch großflächig möglich. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Vereinbarkeit mit der Wohnfunktion beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen. Die konkrete Verträglichkeit von Erweiterungs- und neuen Planvorhaben (v. a. großflächig) sollte durch eine gesonderte Auswirkungsanalyse geprüft werden.

7.2.4 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte

Diese Kategorie umfasst Ortsrandlagen sowie weitere nicht-integrierte Lagen in der gesamten Gemeinde Algermissen. Nicht-integrierte Lagen weisen keinen oder nur einen sehr geringen Wohnbezug auf.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung zulässig. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Bündelung mit anderen Einkaufsstandorten beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

7.2.5 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete

Diese Kategorie umfasst ausgesprochene Gewerbegebiete (GE/GI-Flächen). Diese weisen in der Gemeinde Algermissen bislang keinen Einzelhandel auf.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen, da Gewerbegebiete grundsätzlich gewerblichen Nutzungen vorbehalten sein sollen.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen, da Gewerbegebiete grundsätzlich gewerblichen Nutzungen vorbehalten werden sollen und hier meist der Wohnbezug fehlt.
- Die Neuansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente in Gewerbegebieten ist planerisch grundsätzlich nicht gewünscht. Für bestehende Betriebe werden ggf. Erweiterungsmöglichkeiten zur Bestandssicherung nach Einzelfallprüfung eingeräumt.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

8 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Die vorliegende Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Algermissen trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitpläne der Gemeinde Algermissen übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde“ für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandelskonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist und die gewünschte Steuerungswirkung verliert.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte Algermissen sollte in regelmäßigen Abständen überprüft, aber nur ausnahmsweise und hinreichend begründet um weitere Bereiche ergänzt werden. Eine weitere Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs ist bei Funktionsverlusten in den Randbereichen und angesichts der generellen Einzelhandelsentwicklung ebenso denkbar. Grundlage für die Einordnung der cima war die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Liste der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente (Sortimentsliste) für die Gemeinde Algermissen bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Sortimentsliste der Gemeinde Algermissen, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die cima darüber hinaus eine auf den Einzelfall bezogene Auswirkungsanalyse (nach § 11 Abs. 3 BauNVO), in deren Rahmen auch die Vereinbarkeit mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept und den Zielen der Raumordnung und Landesplanung überprüft werden muss.

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Handel mit Kraftfahrzeugen. Dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z. B. Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind (sogenanntes Handwerkerprivileg).

Um keine Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d. h. die Bereiche, die einem akuten Ansiedlungs- oder Handlungsdruck unterliegen, genau

zu bestimmen und vorrangig zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei Letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Der Ausschluss sämtlicher Einzelhandelsflächen entlang gefährdeter Bereiche ist u. U. nicht vollständig möglich und oft personell und finanziell in der Verwaltung nicht leistbar. Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für die Gemeinde Algermissen geltende Liste zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen noch Wettbewerbsbetriebe grundsätzlich eingedämmt oder verhindert werden. Vielmehr soll es aber zur gesunden Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Gemeinde Algermissen gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies folglich Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen in den Zentren und den übrigen Einzelhandelslagen.

9 Anhang

9.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Bevölkerungszahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffern berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von MB Research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor,

die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zur Rentnerin und Rentner, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von zurzeit

6.834 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Berechnung für das Jahr 2024). Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohnerinnen und Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

Hinweise zur Verwendung der Verbrauchsausgaben im Einzelhandel

Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel sind die wesentliche Grundlage zur Berechnung des Kaufkraftpotenzials in einer Kommune oder einer Region insgesamt sowie in einzelnen Sortimentsbereichen. Die cima verwendet grundsätzlich, u. a. auf Basis der veröffentlichten Daten des Statistischen Bundesamtes aus dem jeweiligen Vorjahr, selbst berechnete Verbrauchsausgaben. Diese Zahlen sind seit Jahren in der Beratungspraxis sowie von behördlicher Seite anerkannt. In der Regel werden somit aufgrund der Verfügbarkeit jeweils Verbrauchsausgaben auf Basis der Daten des Vorjahres verwendet. Von Jahr zu Jahr ergeben sich dabei meist leichte Veränderungen im Ausgabeverhalten, sowohl im Einzelhandel insgesamt als auch in einzelnen Sortimenten.

9.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Algermissen wurde im November 2024 eine sortimentsscharfe Vollerhebung des Einzelhandels durch die cima durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebs ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach den folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebs.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z. B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 31 Branchen und 14 zusammengefassten Warengruppen, die in der folgenden Abbildung dokumentiert sind.

Abbildung 32: Die 31 cima-Branchen und 14 cima-Warengruppen

Warengruppen	Branchen/Sortimente
Periodischer Bedarf	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit, Körperpflege	Arzneimittel (Apotheken) Drogerie-, Parfümeriewaren
Schnittblumen, Zeitschriften	Schnittblumen, Floristik Zeitschriften, Zeitungen
Aperiodischer Bedarf	
Bekleidung, Wäsche	Oberbekleidung Wäsche, sonstige Bekleidung
Schuhe, Lederwaren	Schuhe Lederwaren
Bücher, Schreibwaren	Bücher Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf	Spielwaren Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Sportartikel, Fahrräder	Sportartikel Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	Elektrogeräte, Leuchten Unterhaltungselektronik Foto Computer, Büro-/ Telekommunikation
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätsartikel) Optik, Hörgeräteakustik
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf	Heimtextilien Möbel Antiquitäten, Kunstgegenstände
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	Zoobedarf Baumarktartikel, Werkzeuge Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche Kfz-Zubehör Pflanzen, Erden

Quelle: cima, 2024

9.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Die cima differenziert darüber hinaus die folgenden Betriebstypen:

Fachgeschäft

- Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Service.

Fachmarkt

- Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt

- Circa 400 m² bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen circa 500 m² und 1.500 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche circa 1.500 m² bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Parkplätzen.

Warenhaus

- In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

- In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

- Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Parkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Mall in einem Shopping-Center

- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

9.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs wurde erstmals in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 sind die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die **Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.¹⁷

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34 Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale

Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34 Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion, sondern beziehen sich auf die dem zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs. 2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden.¹⁸ Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen:¹⁹

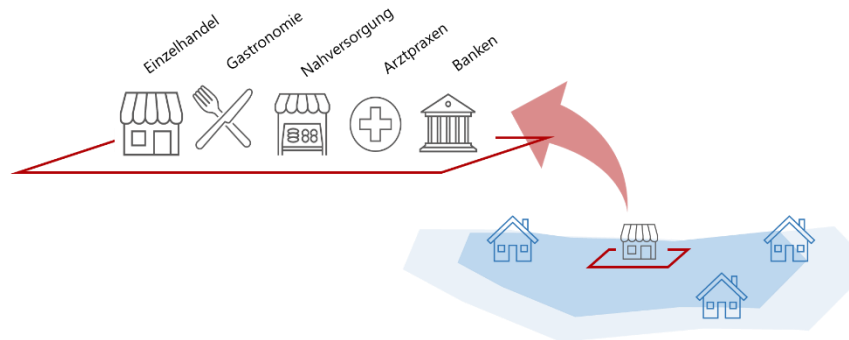
Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.“

¹⁷ Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13

¹⁸ Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209, S. 115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S. 54

¹⁹ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und 4 C.2.08.

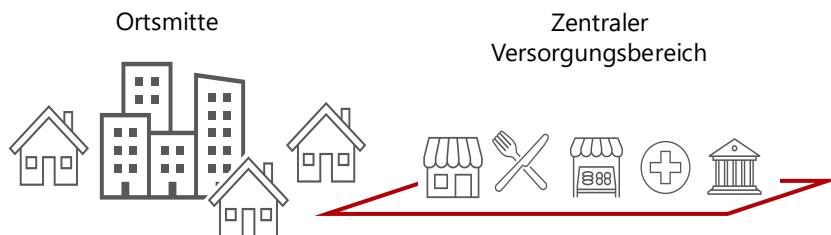
Abbildung 33: Abgrenzung und Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima, 2023

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein.“

Abbildung 34: Funktionale Lage des zentralen Versorgungsbereichs



Quelle: cima, 2023

Vertiefend führt Kuschnerus hierzu aus:²⁰

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbe-
reiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang.“

Das BVerwG führt dazu weiter aus:²¹

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz... Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet.“

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,

²⁰ Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

²¹ BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden.²²

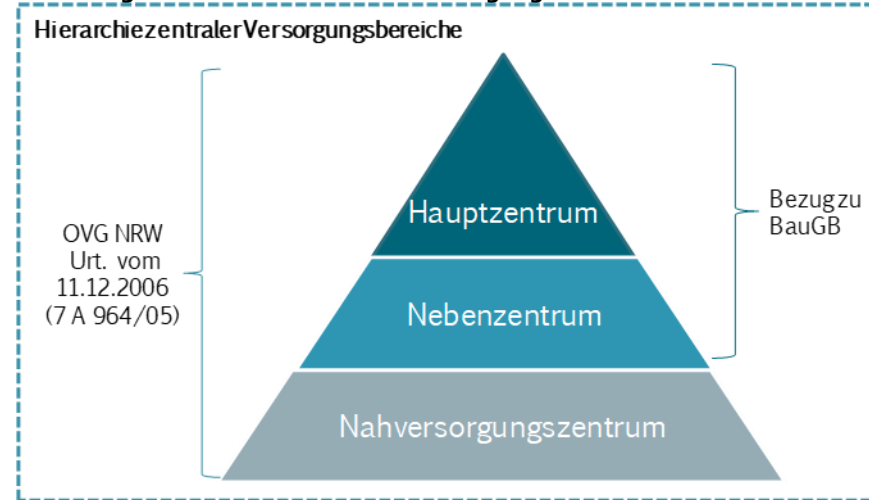
Ebenfalls kann ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt.²³

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,
- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

²² Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den

Abbildung 35: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima, 2023

Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen

unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

²³ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und den übrigen Siedlungsräumen erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über zentrale Versorgungslagen, sodass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mitberücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,

- Ggf. optimale Einbindung des „zentralen Versorgungsbereichs“ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

*„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. **Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.**“*

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.²⁴ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.²⁵

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot

²⁴ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

²⁵ Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundschaftsorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass multifunktional abgegrenzte und dezidiert in ihrer Abgrenzung begründete zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

9.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen sind sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtslos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. *„Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“.*

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel von 10 % Auswirkungen anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerbsbetrieb betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Überlegungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage Vermutungsgrenze formuliert. Sie

ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüftatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der schädlichen Auswirkungen auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu schädlichen Auswirkungen bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse.²⁶

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu

²⁶ Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potenziell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein.²⁷

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen „wesentliche Beeinträchtigungen“ darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden könnten.

²⁷ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363