



# **Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg**

**Ergänzung zum Einzelhandelsentwicklungskonzept  
aus dem Jahr 2008**

**im Auftrag der**

Hansestadt Lüneburg  
Fachbereich Stadtentwicklung  
21335 Lüneburg

**erarbeitet durch**

Dr. Lademann & Partner  
Gesellschaft für Unternehmens-  
und Kommunalberatung mbH

Hamburg, August 2011



## **Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg**

Ergänzung zum Einzelhandelsentwicklungskonzept aus dem Jahr 2008

<b>Projektnummer</b>	10DLP1274
<b>Exemplarnummer</b>	01
<b>Auftraggeber</b>	Hansestadt Lüneburg Fachbereich Stadtentwicklung Neue Sülze 35 21335 Lüneburg
<b>Auftragnehmer</b>	Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH  Friedrich-Ebert-Damm 311 22159 Hamburg Telefon: 0 40 / 64 55 77 - 0 Telefax: 0 40 / 64 55 77 - 33  <a href="mailto:info@dr-lademann-partner.de">info@dr-lademann-partner.de</a> <a href="http://www.dr-lademann-partner.de">www.dr-lademann-partner.de</a>
<b>Projektleitung</b>	Hans-Joachim Torke
<b>unter Mitarbeit von</b>	Michael Schmidt



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Grundlagen .....</b>	<b>1</b>
1.1	Vorbemerkung .....	1
1.2	Aktuelle Ausgangslage.....	2
1.3	Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign .....	3
1.4	Vorgehensweise .....	3
<b>2</b>	<b>Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Hansestadt Lüneburg .....</b>	<b>4</b>
2.1	Lage im Raum .....	4
2.2	Sozioökonomische Eckdaten .....	5
2.3	Nachfragesituation .....	8
<b>3</b>	<b>Angebotsituation .....</b>	<b>11</b>
3.1	Struktur des Einzelhandels in der Hansestadt Lüneburg .....	11
3.1.1	Gesamtfläche des Einzelhandels in Lüneburg.....	11
3.1.2	Leerstände.....	14
3.2	Umsatzsituation im Einzelhandel .....	14
<b>4</b>	<b>Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept .....</b>	<b>15</b>
4.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung und Zentralitätspotenziale ....	15
4.2	Aktualisierter Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels im Oberzentrum Lüneburg .....	17
<b>5</b>	<b>Hierarchie und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche .....</b>	<b>20</b>
5.1	Vorbemerkungen.....	20
5.2	Gesamtüberblick der zentralen Versorgungsbereiche für die Hansestadt Lüneburg .....	24
5.2.1	Lüneburger Innenstadt .....	25
5.2.2	Nahversorgungszentrum Auf der Höhe (Stadtteil Mittelfeld).....	30
5.2.3	Nahversorgungszentrum Bleckeder Landstraße (Stadtteil Schützenplatz) .....	33
5.2.4	Nahversorgungszentrum Bülows Kamp (Stadtteil Kaltenmoor).....	35
5.2.5	Nahversorgungszentrum Dahlenburger Landstraße (Stadtteil Neu Hagen).....	37
5.2.6	Nahversorgungszentrum Kurt-Huber-Straße (Stadtteil Kaltenmoor).....	39
5.2.7	Nahversorgungszentrum Kreideberg (Stadtteil Kreideberg) .....	42
5.2.8	Nahversorgungszentrum Loewe-Center (Stadtteil Lüne-Moorfeld) .....	45
5.2.9	Nahversorgungszentrum Rettmer (Stadtteil Rettmer).....	48
5.2.10	Nahversorgungszentrum Rotes Feld (Stadtteil Rotes Feld) .....	51
5.2.11	Nahversorgungszentrum Uelzener Straße (Stadtteil Bockelsberg) .....	54
5.3	Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel.....	57
5.3.1	Sonderstandort Am Alten Eisenwerk/Ilmenau Center .....	57



5.3.2	Sonderstandort Vor dem Bardowicker Tore .....	62
5.3.3	Sonderstandort Bilmer Berg.....	64
5.3.4	Sonderstandort Goseberg .....	67
5.3.5	Fachmarktstandort Am Schwalbenberg .....	70
5.3.6	Fachmarktstandort Lüner Rennbahn.....	71
5.4	Kernstädtische Entwicklungsbereiche.....	73
5.4.1	Ilmenau II.....	73
5.4.2	Lucia-Gelände .....	76
5.4.3	Postgelände/Salinenareal.....	79
5.4.4	Bewertung der Potenziale der voranstehenden kernstädtischen Entwicklungsbereiche .....	81
5.5	Strategische Orientierungsprinzipien .....	84
5.6	Zur Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente („Lüneburger Liste“) .....	86
<b>6</b>	<b>Ziel- und Maßnahmenempfehlungen .....</b>	<b>88</b>
6.1	Standortübergreifende Maßnahmen .....	88
6.2	Hinweise zu einzelnen Standortbereichen.....	88
6.2.1	Innenstadtentwicklung.....	88
6.2.2	Sonstige Agglomerationsstandorte .....	93
6.2.3	Übrige Standortbereiche .....	94
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung der Maßnahmenempfehlungen zur Weiterentwicklung des Lüneburger Einzelhandels.....</b>	<b>95</b>
<b>8</b>	<b>Ergebnis und abschließende Empfehlungen .....</b>	<b>97</b>





## 1 Grundlagen

### 1.1 Vorbemerkung

Die Hansestadt Lüneburg liegt im Südosten der Metropolregion Hamburg in rd. 47 km Entfernung zum B1-Zentrum Hamburg-Harburg. In der als Oberzentrum ausgewiesenen Stadt leben derzeit rd. 73.000 Einwohner; das umliegende Marktgebiet verfügt über ein Bevölkerungspotenzial von rd. 118.000 Einwohnern, inkl. Potenzialreserve werden insgesamt über 200.000 Verbraucher erreicht. Im Südwesten befindet sich rd. 50 km entfernt das Mittelzentrum Buchholz mit überregional wirksamen großflächigen Einzelhandelsangeboten, im Westen liegt in rd. 25 km Entfernung das Mittelzentrum Winsen mit dem überlokal wirksamen Luhe-Park sowie im Süden, ca. 35 km entfernt, das Mittelzentrum Uelzen. Der interkommunale Wettbewerb wird aber vor allem durch das Oberzentrum Hamburg geprägt.

In der Vergangenheit ist es in Lüneburg gelungen, den gewachsenen mittelständischen (Fach-)Einzelhandel in überdurchschnittlichem Umfang zu erhalten. Gleichwohl ist die Marktentwicklung – insbesondere mit der Tendenz zu großflächigen Fachmärkten – auch an Lüneburg nicht vorbeigegangen. Durch die über längere Zeit restriktive Ansiedlungspolitik in Lüneburg haben sich diese „modernen“ Angebotsformen zum großen Teil außerhalb der Stadt angesiedelt. Mit der Entwicklung der kleinen Nachbarkommune Adendorf zu einem regional bedeutenden Fachmarktstandort hat sich für Lüneburg ein weiterer nennenswerter interkommunaler Wettbewerb neben der Metropole Hamburg entwickelt, auch wenn dieser Nachbarort raumordnerisch jetzt mit Lüneburg im funktionalen Zusammenhang zu sehen ist („oberzentraler Verbund“ gemeinsam mit Bardowick).

Diesem Sachverhalt wurde Rechnung getragen, indem vor einigen Jahren auch in Lüneburg innerstädtische Einkaufszentren außerhalb der Innenstadt geplant und realisiert wurden. Während das „Loewe-Center“ bereits seit etlichen Jahren am Markt war, verzögerte sich die Errichtung des „Ilmenau-Centers“ (damaliger Arbeitstitel „Keula-Hütte I“). Letzteres gab im Jahre 2003 den Anlass zur Erstellung eines ersten Einzelhandelsentwicklungskonzepts für Lüneburg<sup>1</sup>, in dem besonders die Auswirkungen des zu dem Zeitpunkt in Planung befindlichen Ilmenau-Centers (auf der Industriebrache der ehemaligen Keulahütte) auf die Innenstadt zu untersuchen und in diesem Zusammenhang auch eine innenstadtverträgliche Center-Struktur zu erarbeiten waren.

Das damalige Entwicklungskonzept basierte auf Erhebungen durch Dr. Lademann & Partner sowie auf Erhebungen der BBE (Lüneburger Innenstadt), die durch Lademann & Partner übernommen und in die eigenen Berechnungen einbezogen wurden.

Lüneburg verfügte also über ein gesamtstädtisches Einzelhandelsentwicklungskonzept, welches auf heterogenem Datenmaterial basiert und nicht zuletzt auch aufgrund der zwischenzeitlichen Marktentwicklungen aktualisiert werden sollte. Ansiedlungsentscheidungen

---

<sup>1</sup> Einzelhandelsstruktur in Lüneburg, Untersuchung marktgerechter und standortverträglicher Ansiedlungsmöglichkeiten in Lüneburg, Dr. Lademann & Partner, Hamburg, 2003.



der letzten Jahre sind auf der Basis des vorliegenden Entwicklungskonzepts und bei kleineren Vorhaben über separate Verträglichkeitsbeurteilungen entschieden worden.

Vor dem Hintergrund der durch Zeitablauf veränderten Rahmenbedingungen<sup>2</sup> wurde Dr. Lademann & Partner 2008 mit der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts aus dem Jahr 2003 beauftragt.

Auftragsgemäß sollte dieses „Einzelhandelsentwicklungskonzept 2008“ keine Definition der „zentralen Versorgungsbereiche“ sowie keine städtebaulichen Empfehlungen für die Entwicklung von räumlichen Angebotsschwerpunkten oder „Angebotsachsen“ in der Hansestadt Lüneburg enthalten.

## 1.2 Aktuelle Ausgangslage

Aufgrund der neuen planungsrechtlichen Möglichkeiten zur Schaffung und Sicherung zentraler Versorgungsbereiche (§ 34 BauGB) ergibt sich nunmehr die Notwendigkeit, das Einzelhandelsentwicklungskonzept 2008 zu ergänzen. Hierfür wurden aktualisierende Erhebungen durchgeführt und die innerstädtischen Einzelhandels-Agglomerationsbereiche auf ihre städtebaulich relevante (Versorgungs-)Funktionstüchtigkeit untersucht. Als Ergebnis daraus wurden einerseits aktualisierte Expansionsrahmen für künftige Ansiedlungsspielräume sowie andererseits „definierte zentrale Versorgungsbereiche“ gebildet, die nun im Sinne des novellierten § 34 BauGB ein entsprechendes bauplanungsrechtliches Instrument darstellen.

Die nachfolgenden Ausführungen basieren auf auf den heutigen Stand gebrachten Untersuchungsergebnissen aus 2008, wobei die Aktualisierung für jenen Datenbereich erfolgte, der für den aktualisierten Expansionsrahmen erheblich war bzw. für die Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche benötigt wurde. Dieses Verfahren ist deshalb methodisch sinnvoll, da ein Entwicklungskonzept primär eine Strukturanalyse darstellt und in soweit Rahmenbedingungen und Orientierungsempfehlungen zur strukturellen Festigung eines Standorts/einer Gemeinde aufzeigt. Strukturen verändern sich erfahrungsgemäß nur sehr langsam, sodass – wie die Untersuchungen bestätigt haben - auch in Lüneburg seit 2008 keine relevanten Strukturveränderungen entstanden sind.

Hinsichtlich der Gesamterhebungen und der Darstellung der Nachfrage- und Angebotsstrukturen in der Hansestadt Lüneburg sowie im oberzentralen Einzugsgebiet wird auf die beiden Gutachten aus den Jahren 2003<sup>3</sup> und 2008<sup>4</sup> verwiesen.

---

<sup>2</sup> Zwischenzeitlich war das Vorhaben Keula-Hütte als „Ilmenau-Center“ realisiert worden und ein zweiter Bauabschnitt ging als „Keula II“ bzw. „Ilmenau II“ in die Planungsphase.

<sup>3</sup> a.a.O.

<sup>4</sup> Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in Lüneburg, Untersuchung marktgerechter und standortverträglicher Ansiedlungsmöglichkeiten in Lüneburg, Einzelhandelsentwicklungskonzept, Dr. Lademann & Partner, Hamburg, 2008.



### 1.3 Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

Das Untersuchungskonzept zur Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts umfasst folgende inhaltliche Schwerpunkte:

- Stand der sozioökonomischen Eckdaten als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Lüneburg (Einwohnerbasis, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau);
- Einschätzungen der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation: Überprüfung der Abgrenzung des Marktgebiets des Einzelhandels der Stadt; Ermittlung des aktuellen Nachfragepotenzials nach Branchen im Stadtgebiet von Lüneburg und im Marktgebiet;
- Ermittlung und Bewertung der Angebotsituation des Einzelhandels: Aktualisierung der relevanten Einzelhandels-Verkaufsflächen nach Lagen/Standorten und Bereichen des Stadtgebiets, Branchenmix, Umsatz und Flächenproduktivität;
- Ableitung und Aktualisierung des quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenzials (Verkaufsflächen nach Standortbereichen, Branchen und Betriebstypen) für den Einzelhandel in der Hansestadt Lüneburg bis zum Prognosehorizont 2020) unter Nutzung der Erkenntnisse aus den eigenen bisherigen Untersuchungen;
- Überprüfen und Formulieren der Einzelhandelsentwicklungsstrategie für die Hansestadt Lüneburg mit Blick auf das Jahr 2020.

### 1.4 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das obige Konzept umsetzen zu können:

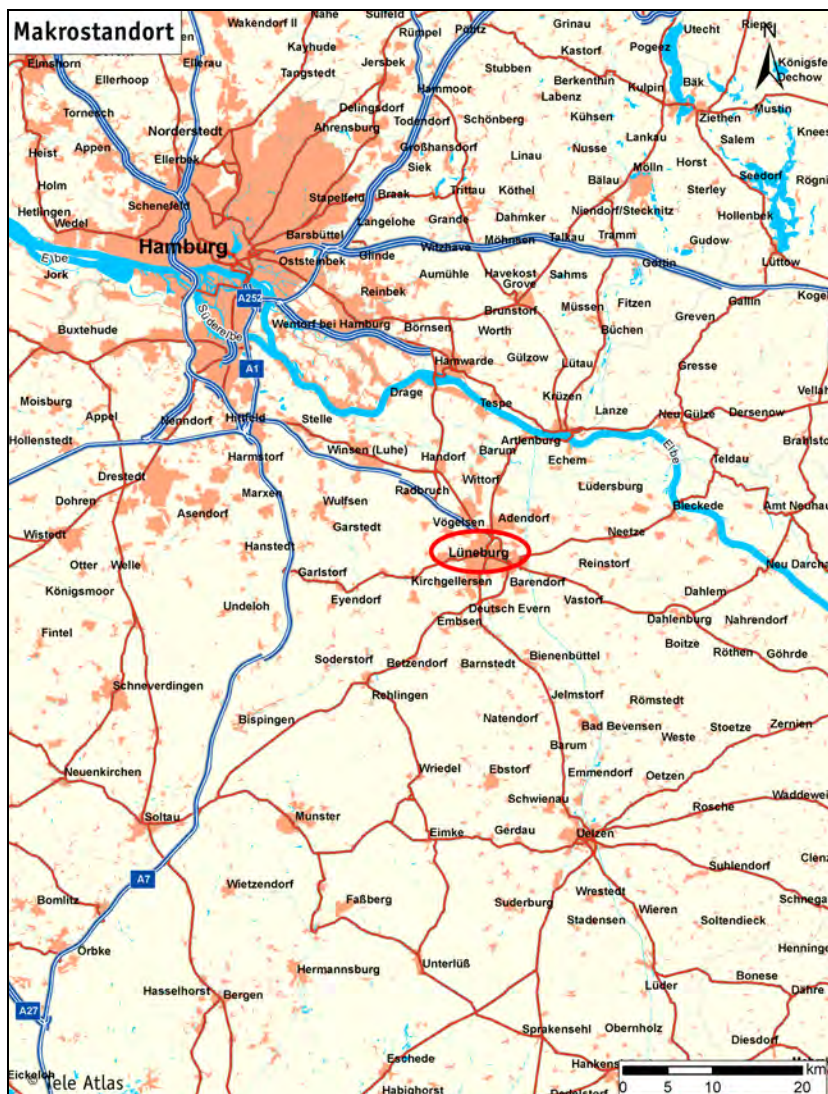
- Aktualisierende Bestandserhebung der relevanten Einzelhandelsbetriebe in Lüneburg u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen;
- Begehungen der wesentlichen Standortbereiche des Einzelhandels in Lüneburg und der wesentlichsten interkommunalen Wettbewerbsstandorte;
- Einbeziehung sekundärstatistischer Angaben hinsichtlich des sozioökonomischen Datenkranzes des Statistischen Bundes-/Landesamts, der Hansestadt Lüneburg sowie branchenüblicher Kennzahlen.



## 2 Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Hansestadt Lüneburg

### 2.1 Lage im Raum

Die Hansestadt Lüneburg befindet sich - zentral gelegen im Landkreis Lüneburg - am nördlichen Rand der Lüneburger Heide in einem stark ländlich geprägten Raum. Die Kreisstadt verfügt über eine Anbindung an die Autobahn A 39 im Norden (Anschlussstelle Lüneburg-Nord) sowie über die im Süden verlaufende B 209 über einen Anschluss an die Autobahn A 7. Weiterhin bestehen Intercity-Express-, Intercity- und Nahverkehrs-Verbindungen nach Hamburg und Hannover. Somit verfügt die Stadt auch über eine sehr gute Anbindung an das Schienennetz der Deutschen Bahn AG. Lüneburg gehört durch ihre Lage 50 km südöstlich von Hamburg zur Metropolregion Hamburg. Die weiteren nächstgelegenen Oberzentren neben Hamburg sind im Süden Hannover (130 km), Braunschweig (120 km) und Wolfsburg (110 km), die zusammen einen oberzentralen Verbund bilden, sowie Lübeck (90 km) im Norden, Schwerin (90 km) im Nordosten und Celle (90 km) im Süden, welches seit geraumer Zeit auch den Status eines Oberzentrums innehat.





Da im Landes-Raumordnungsplan Niedersachsen der Hansestadt Lüneburg die Funktion eines Oberzentrums zugewiesen ist, hat diese somit aus landesplanerischer Sicht die Aufgabe, neben grund- und mittelzentralen Einrichtungen und Angeboten insbesondere auch zentrale Einrichtungen und Angebote des höherwertigen spezialisierten Bedarfs für ein überregionales Einzugsgebiet bereitzustellen.

## 2.2 Sozioökonomische Eckdaten

Die Bevölkerungsentwicklung der Hansestadt Lüneburg weist seit 2005 einen jährlichen Zuwachs von 0,4 % auf. Im regionalen Vergleich lag dieser Wert über dem Durchschnitt: einzig das nahe gelegene Mittelzentrum Winsen (Luhe) verzeichnete noch höhere Zuwächse (+0,8 % p.a.). Die Städte Uelzen (LK Uelzen) und Soltau verzeichneten sogar einen Rückgang von -0,5 % p.a bzw. -0,2 % p.a. Im Landkreis Lüneburg gesamt fiel das Bevölkerungswachstum mit 0,3 % p.a. im Vergleich zu den Landkreisen Uelzen (-0,6 % p.a.) und Soltau-Fallingbommel (-0,4 % p.a.) überdurchschnittlich aus. Das Land Niedersachsen insgesamt verzeichnete einen leichten Bevölkerungsrückgang von -0,2 % p.a.

Mit Stand vom 01.01.2010 lebten in der Hansestadt Lüneburg

**rd. 72.800 Einwohner.**

Einwohnerentwicklung der Stadt Lüneburg im Vergleich					
Stadt/Landkreis Bundesland	2005	2010	+/- 10/05		Veränderung p.a.in %
			abs.	in %	
Lüneburg, Stadt	71.306	72.800	1.494	+2,1	+0,4
Winsen (Luhe), Stadt	32.674	34.034	1.360	+4,2	+0,8
Uelzen, Stadt	35.203	34.302	- 901	-2,6	-0,5
Soltau, Stadt	22.032	21.777	- 255	-1,2	-0,2
<b>LK Lüneburg</b>	<b>174.566</b>	<b>177.042</b>	<b>2.476</b>	<b>+1,4</b>	<b>+0,3</b>
<b>LK Harburg</b>	<b>239.973</b>	<b>245.624</b>	<b>5.651</b>	<b>+2,4</b>	<b>+0,5</b>
<b>LK Uelzen</b>	<b>97.271</b>	<b>94.428</b>	- <b>2.843</b>	<b>-2,9</b>	<b>-0,6</b>
<b>LK Soltau-Fallingbommel</b>	<b>142.819</b>	<b>140.053</b>	- <b>2.766</b>	<b>-1,9</b>	<b>-0,4</b>
<b>Niedersachsen</b>	<b>8.000.909</b>	<b>7.928.815</b>	- <b>72.094</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,2</b>

Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.).

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung kann in Anlehnung an die Prognose des Niedersächsischen Landesamts für Statistik für die Hansestadt Lüneburg in Verbindung mit der Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahl weiter überdurchschnittlich steigen wird. Somit kann im Jahre 2020 in der Stadt mit einer Bevölkerungszahl von

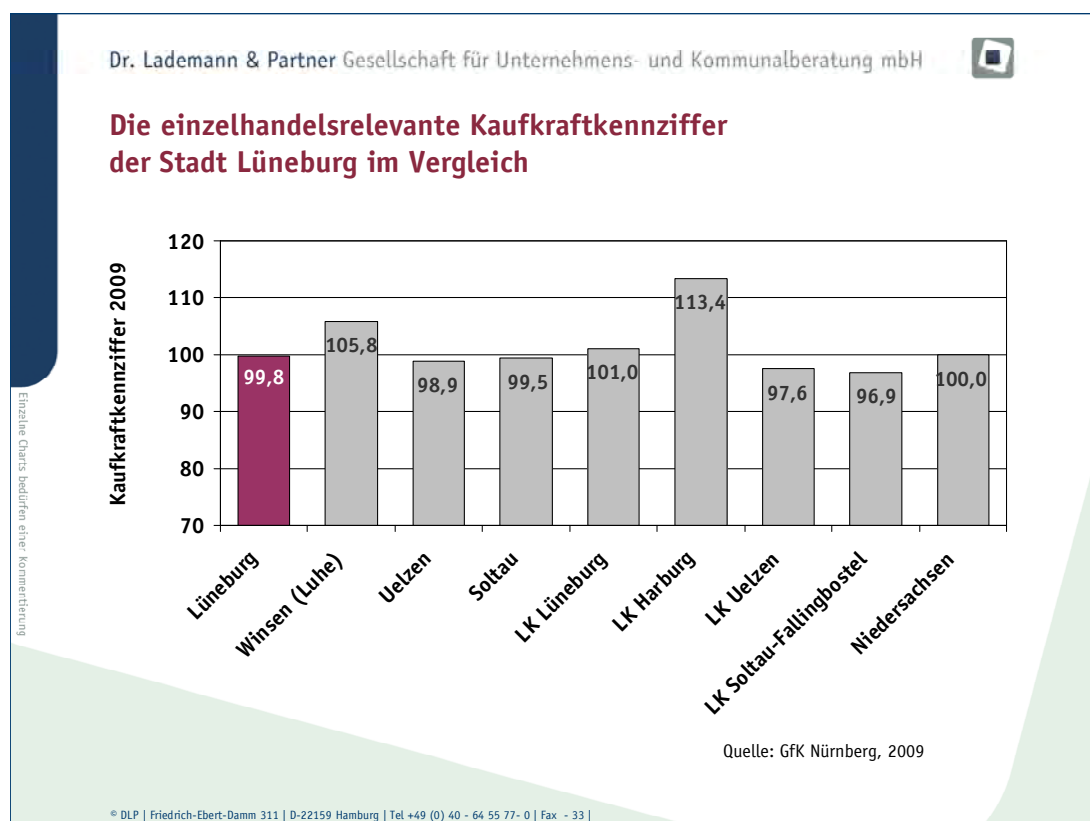
**rd. 78.000 Personen**

gerechnet werden.



Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>5</sup> für Lüneburg liegt bei 99,8 und damit leicht unterhalb des Vergleichswerts für den Landkreis Lüneburg (101,0) und unterhalb Niedersachsens (100,0). Im interkommunalen Vergleich zum Mittelzentrum Winsen (Luhe) (105,8) ist die Kaufkraft ebenfalls leicht unterdurchschnittlich.

Die Stadt Soltau weist mit 99,5 einen fast identischen Wert auf. Auch unter Berücksichtigung des leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus ist mit einem wachsenden Nachfragevolumen zu rechnen, da das quantitative Wachstum (Einwohnerzahlen) ein geringes oder sogar stagnierendes qualitatives Wachstum (Kaufkraftniveau) überkompensiert.



Die Beschäftigungssituation im Landkreis Lüneburg hat sich im Zeitraum 2005 bis 2010 etwa gemäß dem Landesdurchschnitt Niedersachsens entwickelt. Die Arbeitslosenquote im Landkreis Lüneburg ist in diesem Zeitraum um etwa 5,4 %-Punkte auf 7,2 % gesunken, während der Vergleichswert für Lüneburg um etwa 5,5%-Punkte auf 7,5 % gesunken ist. Die Arbeitslosenquote lag darüber hinaus marginal über dem Bundesdurchschnitt. Die Abnahme der Erwerbslosigkeit wirkt sich insgesamt positiv auf den Lüneburger Einzelhandel aus, da die sinkende Arbeitslosigkeit zu einer weiteren Kaufkraftsteigerung innerhalb des Marktgebiets führen dürfte.

<sup>5</sup> Vgl. GfK Geomarketing Nürnberg: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2009.





<b>Entwicklung der Arbeitslosenquoten</b>					
<b>Gebietseinheit</b>	<b>Arbeitslosenquote in %* (Jahresdurchschnitt)</b>				<b>+ / - 10/05</b>
	<b>2005</b>	<b>2007</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>%-Punkte</b>
Landkreis Lüneburg	12,6	9,5	7,5	7,2	-5,4
Niedersachsen	13,0	9,9	7,8	7,5	-5,5
Deutschland	13,0	10,1	8,2	7,7	-5,3

Bundesagentur für Arbeit, \* bezogen auf abhängige zivile Erwerbspersonen.

Der Pendlersaldo Lüneburgs ist mit knapp 11.800 (2010) deutlich positiv. Dies zeigt die Bedeutung und Sogkraft des Oberzentrums auf.

<b>Ein- und Auspendler der Stadt Lüneburg im Vergleich zum Landkreis Lüneburg</b>									
<b>Stadt/Landkreis</b>	<b>Auspendler</b>			<b>Einpendler</b>			<b>Saldo</b>		
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Stadt Lüneburg	9.513	9.722	9.899	20.606	21.119	21.677	<b>11.093</b>	<b>11.397</b>	<b>11.778</b>
Landkreis Lüneburg	39.568	40.033	40.479	29.871	30.577	31.543	<b>-9.697</b>	<b>-9.456</b>	<b>-8.936</b>

Quelle: Niedersächsisches Landesamt für Statistik, Hannover (jeweils 30.06).

Mit ihrer historischen Altstadt verfügt die Hansestadt Lüneburg über ein wichtiges touristisches Potenzial. Die Zahl der Gästeankünfte ist in der Stadt Lüneburg zwischen 2000 und 2008 um rd. 2,5 % p.a. gestiegen, die Zahl der Übernachtungen sogar um ca. 4,2 % p.a.

<b>Tourismusentwicklung der Stadt Lüneburg im Vergleich zum Landkreis Lüneburg</b>									
<b>Übernachtungen in Tsd</b>									
<b>Stadt/Kreis/ Land</b>	<b>2001</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>+/- 2008/2001</b>		<b>Wachstum p.a. in %</b>	
						<b>abs.</b>	<b>in %</b>		
Stadt Lüneburg	190	212	220	246	253	63	33,2	4,2	
Landkreis Lüneburg	371	374	402	451	478	107	28,8	3,7	
<b>Niedersachsen</b>	<b>33.881</b>	<b>32.340</b>	<b>31.322</b>	<b>32.810</b>	<b>33.714</b>	<b>- 167</b>	<b>- 0,5</b>	<b>- 0,1</b>	

Quelle: Niedersächsisches Landesamt für Statistik, Hannover.

<b>Gästeankünfte in Tsd</b>									
<b>Stadt/Kreis/ Land</b>	<b>2001</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>+/- 2008/2001</b>		<b>Wachstum p.a. in %</b>	
						<b>abs.</b>	<b>in %</b>		
Stadt Lüneburg	104	108	119	123	124	20	19,2	2,5	
Landkreis Lüneburg	172	169	186	207	219	47	27,3	3,5	
<b>Niedersachsen</b>	<b>9.621</b>	<b>9.537</b>	<b>9.559</b>	<b>10.221</b>	<b>10.592</b>	<b>971</b>	<b>10,1</b>	<b>1,4</b>	

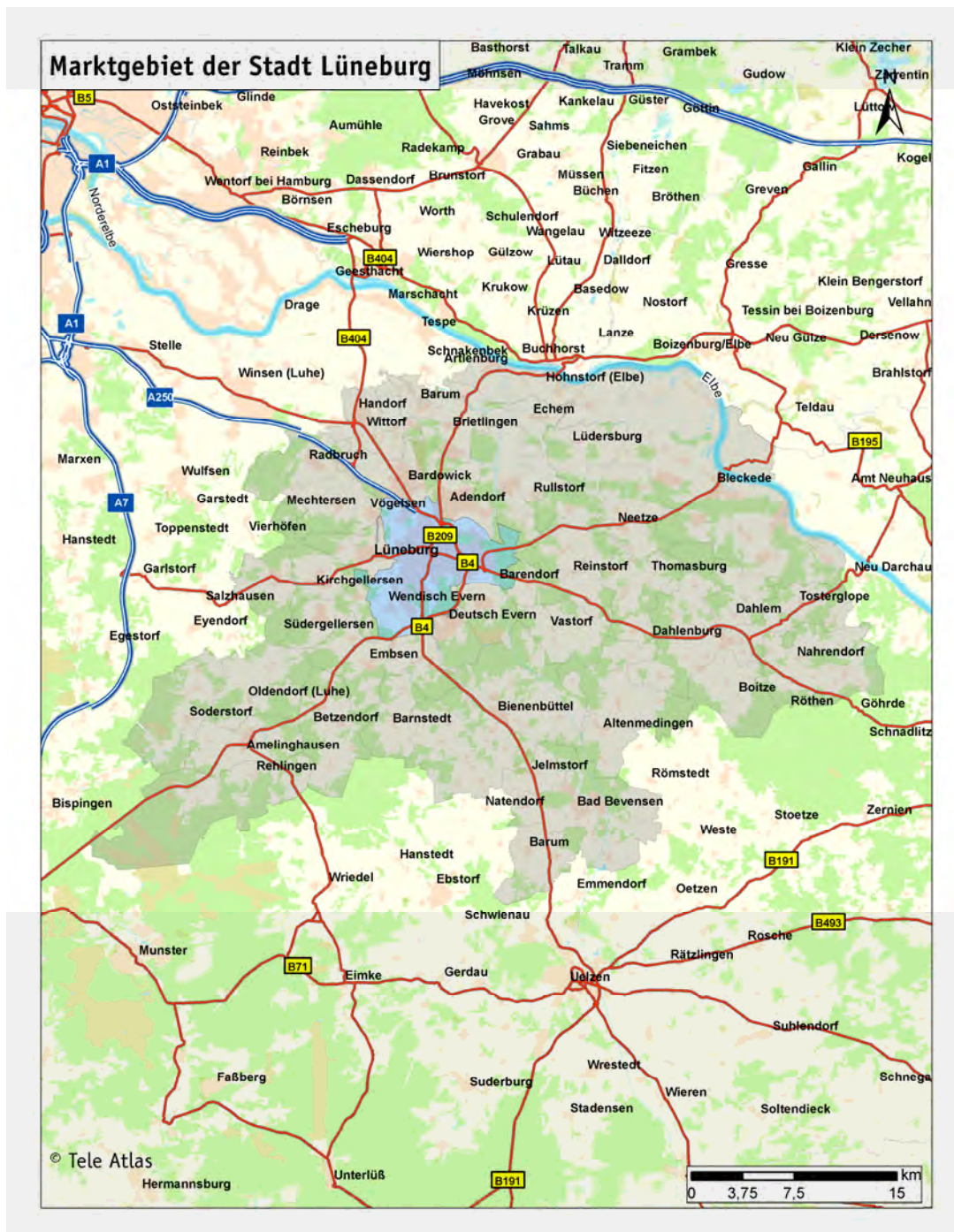
Quelle: Niedersächsisches Landesamt für Statistik, Hannover.

Aufgrund des überdurchschnittlichen Bevölkerungszuwachses, der steigenden Tourismuszahlen sowie des positiven Pendlersaldos sind die sozioökonomischen Rahmendbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung als weiterhin deutlich positiv zu bewerten.



## 2.3 Nachfragesituation

Die Wettbewerbssituation innerhalb des oberzentralen Einzugsgebiets hat sich für die Hansestadt Lüneburg nicht prinzipiell verändert, wohl aber graduell etwas verschärft, da insbesondere in den Mittelzentren leistungsfähige Betriebe das Angebot ergänzt haben und sich die großflächigen Einheiten in Buchholz, Winsen (Luhe-Park) und Harburg (Phönix-Center) am Markt erfolgreich etabliert haben. Gleichwohl hat sich das räumliche Einzugsgebiet Lüneburgs insgesamt nicht spürbar verändert, sodass das Marktgebiet wie 2008 abgegrenzt werden kann.







Das Marktgebiet des Lüneburger Einzelhandels reicht im Norden bis an die Elbe, im Osten bis Nahrendorf sowie im Süden bis Barum. Im Westen bzw. Südwesten dehnt sich das Marktgebiet bis Salzhausen und Bispingen aus. Insgesamt wird das Marktgebiet der Hansestadt Lüneburg im Nordwesten durch die Ausstrahlung des Oberzentrums Hamburg sowie im Süden durch das Mittelzentrum Uelzen begrenzt.

Allerdings ist insbesondere im südlichen und südwestlichen Einzugsgebiet von Lüneburg die Marktdurchdringung geringer und eine Präsenz nur noch durch einzelne sogkräftige Anbieter des aperiodischen und hochwertigen Bedarfs gegeben.

In dem wie beschrieben abgegrenzten Marktgebiet, welches der Einzelhandel von Lüneburg erreicht, lebten 2010

**rd. 190.500 Einwohner.**

Davon entfielen rd. 38 % auf die Hansestadt Lüneburg und rd. 62 % auf das Umland.

<b>Einwohner im Marktgebiet der Stadt Lüneburg</b>			
<b>Bereich</b>	<b>Zonen</b>	<b>2010</b>	<b>2020</b>
Stadt Lüneburg	Zone 1	72.800	78.100
Umland	Zone 2	117.700	124.500
<b>Summe</b>		<b>190.500</b>	<b>202.600</b>
Potenzialreserve 7,5 %		14.600	15.500
<b>Marktgebiet</b>		<b>205.100</b>	<b>218.100</b>
Quelle: Eigene Berechnungen von Dr. Lademann & Partner. * Die Prozentangabe bezieht sich auf den Anteil am Nachfragepotenzial, welches einem Einwohneräquivalent von rd. 14.600 bzw. 15.500 entspricht.			

Darüber hinaus kann von einer Potenzialreserve von insgesamt 7,5 % der Grundnachfrage im Marktgebiet (Einwohneräquivalent von rd. 14.600 Personen) ausgegangen werden, die sich überwiegend aus Pendlern, Durchreisenden und Touristen zusammensetzt. Hierbei ist allerdings anzumerken, dass die Potenzialreserve für die einzelnen Sortimentssegmente durchaus unterschiedlich ist. Sortimente mit sehr hoher Sogkraft (wie z.B. Möbel-/Einrichtungshäuser) verfügen über ein weiteres Einzugsgebiet als z.B. Lebensmittel und verfügen insoweit auch über eine höhere Potenzialreserve für den jeweils untersuchten Standort (hier: Lüneburg). Die in den weiteren Berechnungen zu Grunde gelegte Potenzialreserve stellt daher einen Durchschnittswert über alle Sortimente dar und ist als ungefähre Erfahrungswert zu verstehen.

Somit umfasst die Nachfragebasis der Hansestadt Lüneburg aktuell ein Kundenpotenzial von rd. 205.100 Personen. Aufgrund der o.g. überdurchschnittlichen Bevölkerungsgewinne wird die Nachfrageplattform der Stadt bis 2020 inklusive der Potenzialreserve auf

**etwa 218.100 Personen**

ansteigen.

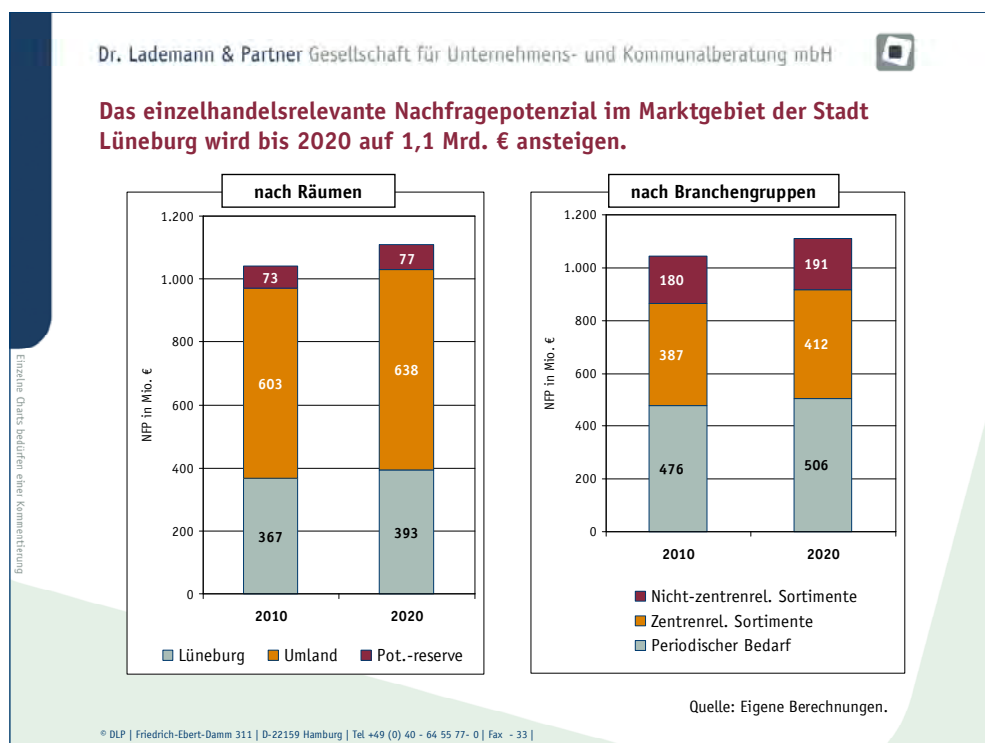


Aufgrund dieses weiträumigen Einzugsgebiets von Lüneburg ist der Anteil der Auto-Kundschaft entsprechend hoch. Zur Absicherung der großräumigen Orientierung der Bevölkerung auf diesen Standort muss daher für die Zukunft den Autokunden eine steigende Aufmerksamkeit gewidmet werden, da tendenziell auch in den kleineren Kommunen Angebotsbreite und -tiefe ebenso verbessert werden wie die städtebauliche Attraktivität der Mittel- und Grundzentren. Der Attraktivitätsvorsprung des Oberzentrums ist daher durch aktive Marketingmaßnahmen des Oberzentrums zu sichern.

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2010 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial<sup>6</sup> von **rd. 1,043 Mrd. €.**

Unter Berücksichtigung der steigenden Bevölkerungsplattform im Marktgebiet ergibt sich für die Hansestadt Lüneburg – einschließlich der Potenzialreserve von 7,5 % - für den Prognosehorizont 2020 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial von

**ca. 1,109 Mrd. € (+ 66 Mio. €).**



Im Marktraum der Hansestadt Lüneburg lebten 2010 rd. 190.500 Personen, hinzu kommt eine Potenzialreserve von rd. 7,5 %. Perspektivisch wird sich die steigende Einwohnerplattform positiv auf die Einzelhandelsentwicklung auswirken. Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial wird sich bis zum Jahr 2020 um rd. 66 Mio. € auf rd. 1,1 Mrd. € erhöhen.

<sup>6</sup> Einschließlich der Potenzialreserve.



### 3 Angebotssituation

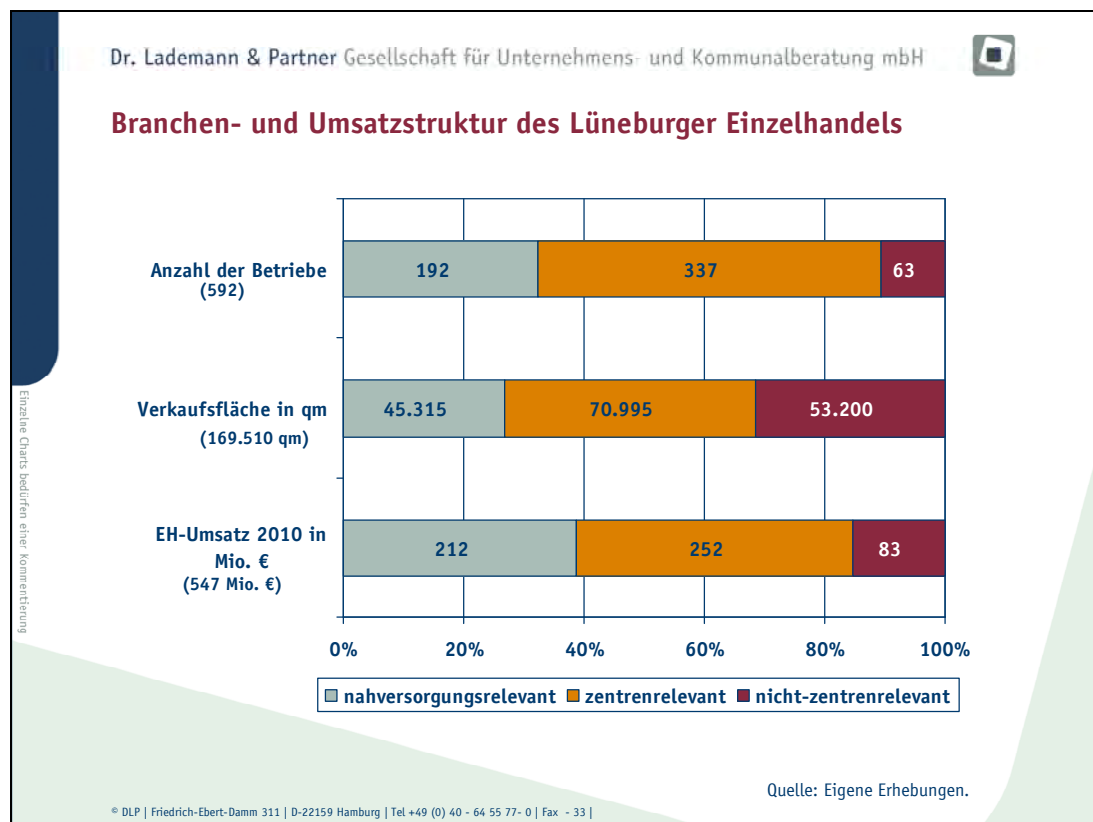
#### 3.1 Struktur des Einzelhandels in der Hansestadt Lüneburg

##### 3.1.1 Gesamtfläche des Einzelhandels in Lüneburg

Die Einzelhandelserhebung im Frühjahr 2011 ergab für die Hansestadt Lüneburg eine aktiv betriebene einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche in 592 Ladengeschäften von insgesamt

**gut 169.500 qm.**

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass auf die Sortimente des nahversorgungsrelevanten Bedarfs rd. 27 % (rd. 45.315 qm) der in Lüneburg vorhandenen Verkaufsflächen entfallen. Der entsprechende Wert für die zentrenrelevanten Sortimente beträgt ca. 42 % (knapp 71.000 qm), die nicht-zentrenrelevanten Sortimente haben einen Anteil von etwa 31 % (rd. 53.200 qm) an der Gesamtverkaufsfläche.

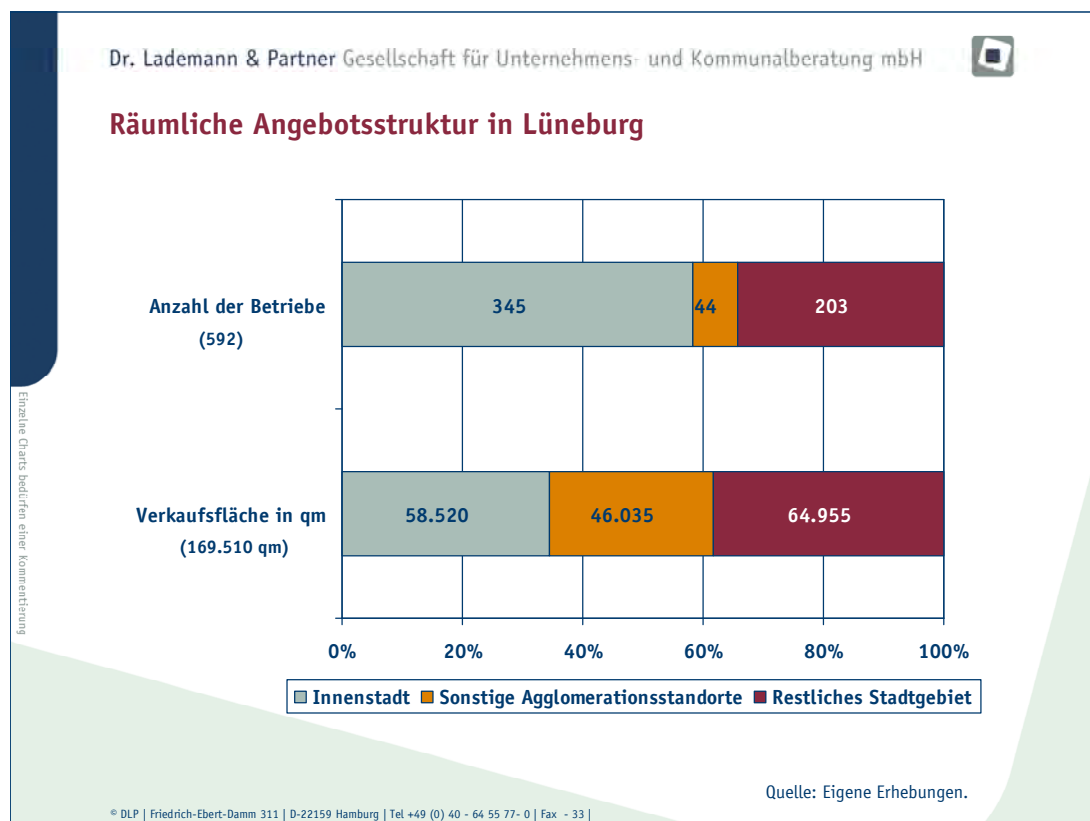


Die aus dieser Grafik erkennbare unterdurchschnittliche Größe des nahversorgungsrelevanten und des zentrenrelevanten Bereichs ist ebenso markttypisch wie die überdurchschnittliche Betriebsgröße des nicht-zentrenrelevanten Bereichs.

Im Hinblick auf Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich wie folgt differenziert:



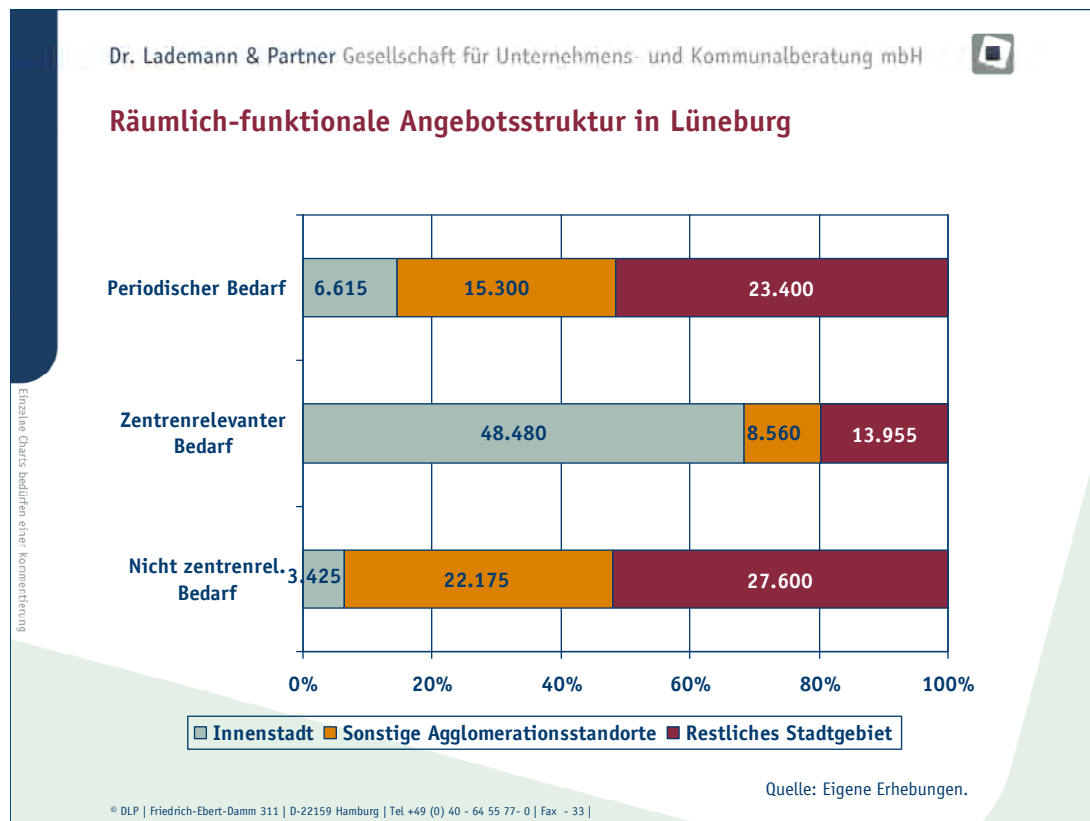
- **Innenstadt:** Zur Innenstadt wird der Bereich innerhalb des Straßenrings Salzstraße/Neue Sülze (im Westen), Lüner Straße (im Norden) sowie Ritterstraße/Kalandstraße (im Süden) gezählt. Im Osten wird die Innenstadt durch den Fluss Ilmenau begrenzt.
- **Sonstige Agglomerationsstandorte:** Hier sind neben dem Loewe-Center und dem Ilmenau-Center die Fachmarkttagglomerationen ‚Am alten Eisenwerk‘, ‚Bilmer Berg‘, nördlicher Bereich des GE Goseburg-Zeltberg sowie ‚Lüner Rennbahn‘ zusammengefasst.
- **Restliches Stadtgebiet:** In dieser Kategorie wurde der verbleibende Einzelhandelsbesatz in den Wohngebieten (u.a. Nahversorgungszentren) und in den Streulagen zusammengefasst.



Die Unterscheidung nach Standortlagen zeigt, dass sich in der Innenstadt von Lüneburg mit gut 58.500 qm Verkaufsfläche<sup>7</sup> bzw. 345 Ladengeschäften rd. 35 % der in der Stadt vorhandenen Verkaufsfläche und ca. 58 % der Ladengeschäfte befinden. Damit entspricht der Verkaufsflächenanteil der Lüneburger Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche genau dem bundesdeutschen Durchschnitt von etwa 35 % für City-Lagen.

Gut 27 % der Verkaufsflächen (gut 46.000 qm) und rd. 7 % der Ladengeschäfte (44 Betriebe) befinden sich an den sonstigen Agglomerationsstandorten in Lüneburg. Die übrigen Verkaufsflächen (knapp 65.000 qm), die einen Anteil von rd. 38 % an der Gesamtverkaufsfläche Lüneburgs haben (34 % der Ladengeschäfte [203]), verteilen sich auf das restliche Stadtgebiet.

<sup>7</sup> In der aktualisierten, leicht verkleinerten Innenstadtabgrenzung (vgl. Kapitel 5.2.1).



Bei der räumlich-funktionalen Differenzierung der einzelnen Branchengruppen insgesamt nach Standortlagen zeigt sich folgendes Bild (vgl. hierzu Definitionen in Anhang):

- Der nahversorgungsrelevante Bedarf wird zu ca. 15 % (gut 6.600 qm) in der Innenstadt angeboten. Auf die sonstigen Agglomerationsstandorte entfallen hingegen 34 % (rd. 15.300 qm) der für diese Branche insgesamt am Ort vorhandenen Einzelhandelsfläche, auf das restliche Stadtgebiet rd. 52 % (rd. 23.400 qm).
- Die Sortimente des zentrenrelevanten Bedarfs sind mit deutlichem Abstand zu rd. 68 % (48.480 qm) in der Innenstadt angesiedelt. Nur 12 % (8.560 qm) dieses Sortimentsbereichs werden an den sonstigen Agglomerationsstandorten und rd. 20 % (rd. 13.955 qm) im sonstigen Lüneburger Stadtgebiet vorgehalten. Der Anteil zentrenrelevanter Sortimente in Innenstädten sollte funktionsgemäß bei rd. 70 bis 75 % liegen. Trotz eines leichten Rückgangs bestätigt der weiterhin hohe Anteil der zentrenrelevanten Sortimente in der Lüneburger City die Dominanz dieses Haupteinkaufsbereichs.
- Die flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimente werden, wie nicht anders zu erwarten, mit 52 % (27.600 qm) vor allem im restlichen Stadtgebiet überwiegend an Gewerbestandorten sowie mit 42 % (22.175 qm) an den o.g. sonstigen Agglomerationsstandorten angeboten. Die Innenstadt weist nur einen sehr geringen Flächenanteil von rd. 6 % (3.425 qm) auf. Insgesamt gesehen sind die nicht-zentrenrelevanten Sortimente funktional richtig zugeordnet.



### 3.1.2 Leerstände

Aktuell stehen in Lüneburg 39 Ladengeschäfte mit einer potenziellen Verkaufsfläche von  
**rd. 12.380 qm leer<sup>8</sup>.**

Dies entspricht einer Leerstandsquote von rd. 6,8 % der Verkaufsfläche und rd. 6,2 % der Betriebe. Die vier größten Leerstandsflächen (zusammen rd. 9.100 qm potenzielle Verkaufsfläche) befinden sich alle im Stadtteil Goseburg-Zeltberg. Hierbei handelt es um den ehemalige Max Bahr-Baumarkt an der Straße ‚Am Schlachthof‘, den ehemaligen Extra Bau und Hobby am alten Eisenwerk, den ehemaligen Küchenfachmarkt ‚Astroh Küchen‘ bei der Pferdehütte sowie den ehemaligen Lampenfachmarkt ‚B & B Leuchten‘ am Mehlbachstrift. Die übrigen Leerstandsflächen sind überwiegend kleinflächig strukturiert. In der Lüneburger Innenstadt stehen insgesamt 18 Ladengeschäfte mit nur rd. 1.600 qm Verkaufsfläche leer. Dies entspricht einer vergleichsweise geringen Leerstandsquote von nur rd. 2,7 % der Verkaufsfläche. Der flächengrößte Leerstand (ehemals Lebensmitteldiscounter Aldi) befindet sich mit rd. 320 qm in der Straße ‚Am Sande‘.

### 3.2 Umsatzsituation im Einzelhandel

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber ermittelt.

Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in Lüneburg im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2010 auf insgesamt

**rd. 547 Mio. €.**

Daraus ergibt sich eine marktübliche durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 3.200 € je qm Verkaufsfläche.

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Der Umsatzanteil des nahversorgungsrelevanten Bedarfs beträgt rd. 38,8 % (rd. 212,2 Mio. €) bei einem Flächenanteil von rd. 26,7 %. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.700 € je qm Verkaufsfläche.
- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfallen etwa 46,0 % des Umsatzes (rd. 251,5 Mio. €) bei einem Verkaufsflächenanteil von rd. 41,9 %. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 3.500 € je qm Verkaufsfläche.
- Der geringste Umsatzanteil entfällt auf die flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Er liegt bei etwa 15,2 % (rd. 83,2 Mio. €) bei einem Flächenanteil von rd. 31,4 %. Daraus resultiert die niedrige Flächenproduktivität von durchschnittlich knapp 1.600 € je qm Verkaufsfläche.

---

<sup>8</sup> Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume von außen nicht immer klar einsehbar waren.



## 4 Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept

### 4.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung und Zentralitätspotenziale

Die Zukunft der Hansestadt Lüneburg als attraktiver Einzelhandelsstandort hängt vor dem Hintergrund der Entwicklungsdynamik im Einzelhandel und dem interkommunalen Wettbewerb im Wesentlichen davon ab, welche Entwicklungspotenziale sich für den Einzelhandel zukünftig ergeben werden.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- Wachstumskräfte (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren (zu geringe Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Branchenmix, defizitäre Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken, vor Ort fehlende marktgängige Betriebstypen).

Vor dem Hintergrund dieser Faktoren ergeben sich für die Hansestadt Lüneburg folgende Entwicklungsmöglichkeiten:

- Durch die weiter überdurchschnittlichen steigenden Einwohnerzahlen in Lüneburg wird der Einzelhandel aus der Bevölkerungsentwicklung positive Impulse erfahren können.
- Wachstumsbedingte Entwicklungspotenziale ergeben sich auch aus den steigenden Tourismuszahlen und aus der Betriebstypendynamik, die zu einer gesteigerten Bedeutung großflächiger Betriebe sowie auch allgemein zu größeren Betrieben führt (bedingt durch Convenience und Pfandsysteme, etc.).
- Räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung sind in Lüneburg kaum gegeben. Gewisse Versorgungslücken bestehen in den Stadtteilen Ochtmissen (nördliche Stadtgrenze) und Ebenberg (nordöstlichen Stadtgrenze), die Einwohnerdichte rechtfertigt hier aber aus ökonomischen Gründen derzeit noch keine Betriebsansiedlungen. Im südwestlichen Stadtgebiet wurde zudem eine Versorgungslücke durch das neue Nahversorgungszentrum am Häcklinger Weg im Stadtteil Rettmer geschlossen.
- Die Flächenausstattung, gemessen in der Verkaufsflächendichte, liegt im oberen Bereich vergleichbarer Oberzentren. Ein Ausbau der Nachfragebindung und -abschöpfung ist jedoch insbesondere bei einigen zentrenrelevanten Sortimenten möglich.
- Als strukturelles Defizit im Vergleich zu anderen Oberzentren gleicher Größe ist das Fehlen eines leistungsfähigen Shoppingcenters in der Lüneburger Innenstadt zu nennen. Fast alle leistungsfähigen Ober- und Mittelzentren weisen mittlerweile eine oder mehrere solcher Angebotseinheiten auf, da ein großer Teil der Verbraucher witterungsunabhängig und mit kurzen Wegen einkaufen will.
- Z.T. sind in wenigen Sortimentsbereichen noch relative Zentralitätsdefizite vorhanden.

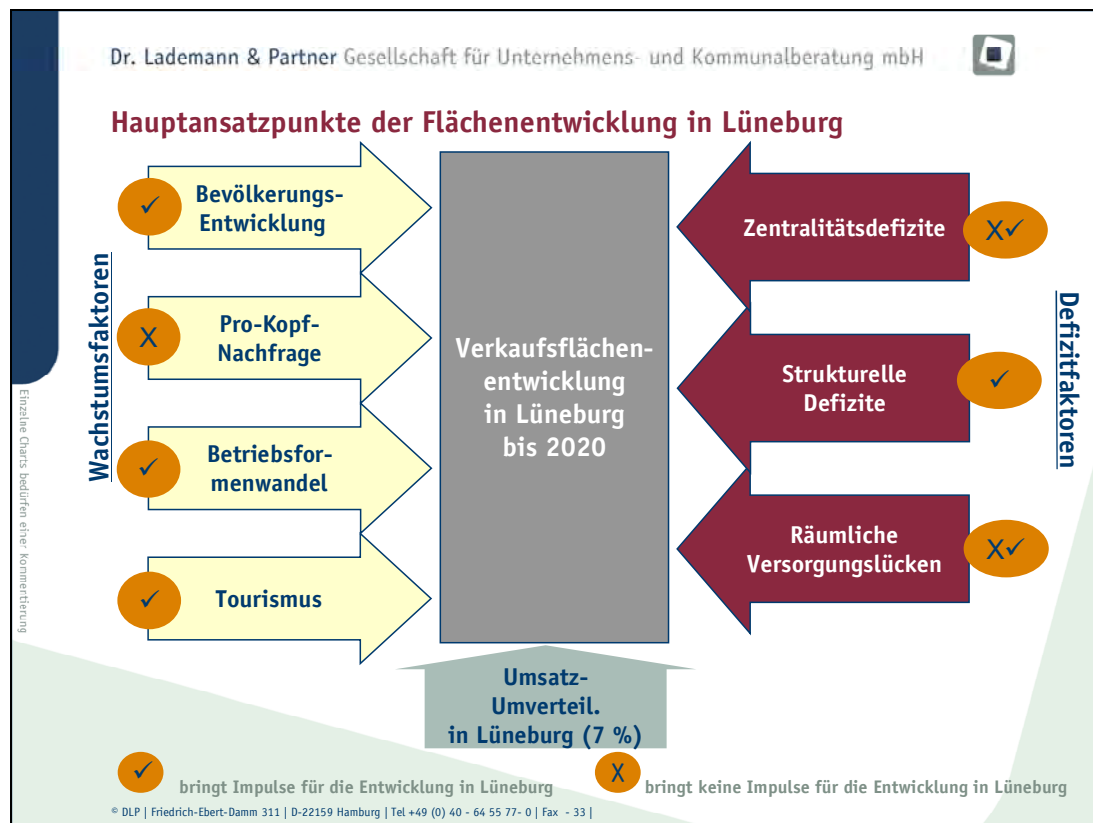
Des Weiteren ergeben sich zusätzliche Expansionspotenziale - über den gutachterlicherseits weitgehend verdrängungsneutral ausgelegten Entwicklungsrahmen<sup>9</sup> hinaus - durch die Be-

<sup>9</sup> Vor dem Hintergrund der eher restriktiv angesetzten Steigerungsraten für die Erhöhung der Nachfragebindung und -abschöpfung ist auch eine mehr als unwesentliche Beeinträchtigung benachbarter zentraler Orte und zentraler Versorgungsbereiche nicht zu erwarten.



rücksichtigung einer als verträglich anzusehenden Umsatzumverteilung, die im Nachfolgenden mit max. 7 % des Umsatzes des bestehenden Einzelhandels in Lüneburg in die Berechnungen eingegangen sind.

Zur Verdeutlichung der Spielräume, die sich bei unterschiedlicher Annahme von als verträglich zu wertender „Verdrängung“ ergeben, wird im Folgenden auch noch eine zweite Variante mit einer maximalen Verdrängungsquote von 4 % dargestellt. Hierbei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass jede Umsatzentwicklung eines Betriebs, die über der durchschnittlichen Marktentwicklung liegt, insoweit eine „Verdrängung“ darstellt. Umsatzumverlagerungen – auch in Form des tendenziösen Begriffs „Verdrängung“ – sind also durchaus typische Effekte des unternehmerischen Wettbewerbs in einer Marktwirtschaft und damit nicht a priori unzulässig. Dies gilt auch für Vorhaben mit Umsatzumverlagerungen von über 7 % oder mehr. Eine (Un-)Verträglichkeit ist im Einzelfall nach den Kriterien des § 34 BauGB und des § 11, Abs. 3 BauNVO zu ermitteln.







#### 4.2 Aktualisierter Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels im Oberzentrum Lüneburg

Im Rahmen der Erarbeitung des Zentrenkonzepts für die Hansestadt Lüneburg als Ergänzung des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2008 wurde der Verkaufsflächenbestand aktualisiert und der prospektive Expansionsrahmen aufgrund des Zeitfortschritts auf das Jahr 2020 (statt 2015) fortgeschrieben. Hierbei ist zu betonen, dass Erhebungsdaten sich immer nur auf einen Stichtag beziehen können. Veränderungen im Zeitablauf müssen deshalb gedanklich berücksichtigt werden bzw. durch Fortschreibung des Entwicklungskonzepts (nach ca. vier bis acht Jahren) erneut durch Erhebung aktualisiert werden.

Für die Hansestadt Lüneburg errechnet sich derzeit aufgrund der weiterhin überdurchschnittlichen Bevölkerungsgewinne ein tragfähiger verdrängungsneutraler Verkaufsflächenrahmen bis zum Jahr 2020 von insgesamt rd. 29.900 qm, unter Berücksichtigung einer verträglichen Umsatzumverteilung von maximal 7 % (Variante I) ca. 41.700 qm. Der genannte Spielraum besagt, dass sich bei Annahme einer Umsatzumverlagerung („Verdrängung“) von 0 % der untere Ansiedlungsspielraum ergibt. Soll noch eine Umsatzumverteilung von 7 % zulässig sein (weil als verträglich angenommen), dann stellt der obere Wert den möglichen Ansiedlungsspielraum dar.

Insgesamt beträgt der prospektive Flächenrahmen demnach

**rd. 29.900 bis 41.700 qm Verkaufsfläche.**

Die nachfolgende Grafik zeigt die sektorale Differenzierung auf die jeweiligen Branchensegmente in der Variante I:

#### Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels bis 2020 in der Hansestadt Lüneburg (Variante I – Umsatzumverteilung max. 7 %)

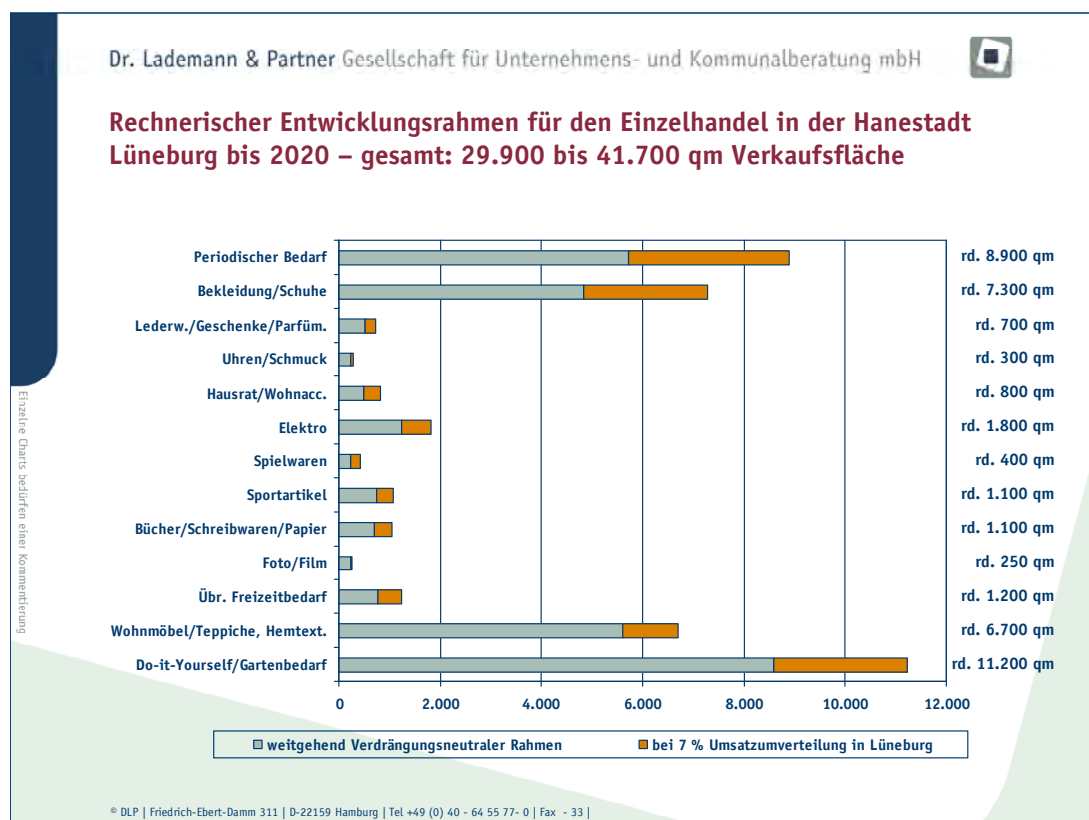
Faktoren	Nahvers. Sort.	Zentrenrel. Sort.	Nicht-zent. Sort.	Summe
VKF-Bestand in qm	45.310	71.000	53.200	169.510
Brutto-Expansionsrahmen ohne (unterer Wert) und einschl. Potenzial aus 7 %-iger Umsatzumverteilung (oberer Wert) in qm	5.700-8.900	10.000–14.900 (davon Bekleidung/ Schuhe: 4.800-7.300, Elektro: .1.200-1.800, Sonstige zentrenrel. Sortimente: 4.000-5.800)	14.200–17.900 (davon Möbel, Teppiche, Heimtextilien: 5.600-6.700, Bau- und Gartenbedarf: 8.600-11.200)	29.900–41.700
Summe 2020	51.010–54.210	81.000–85.900	67.400-71.100	199.410–211.210



Untergliedert nach den einzelnen Branchenobergruppen ergeben sich in der Variante I die folgenden Verkaufsflächenspannbreiten:

- nahversorgungsrelevante Sortimente: 5.700 – 8.900 qm,
- zentrenrelevante Sortimente: 10.000 – 14.900 qm,
- nicht-zentrenrelevante Sortimente: 14.200 - 17.900 qm.

Differenziert nach einzelnen Sortimenten ergeben sich die nachfolgenden Verkaufsflächen-spielräume:



Der aktualisierte Expansionsspielraum stellt weiterhin einen groben Orientierungsrahmen dar. Dieser Flächenrahmen kann zur Optimierung des Strukturgefüges unter Abwägung der Vor- und Nachteile auch maßvoll überschritten werden. Eine Unterschreitung des Entwicklungsrahmens ist aus gutachterlicher Sicht wenig sinnvoll, da der Verträglichkeitsschwellenwert mit 7 % restriktiv/vorsichtig – also niedrig – angenommen wurde. Dagegen ist es durchaus sinnvoll, die Funktionsfähigkeit des Oberzentrums Lüneburg im oberzentralen Einzugsgebiet zu stärken und durch Ausnutzung der landesplanerisch und raumordnerisch verträglichen Spielräume sicherzustellen.

Die seit der Erhebung im Frühjahr 2011 aufgetretenen neuen Flächenveränderungen (Zu- und Abgänge) sind bei aktuellen Planungsentscheidungen jeweils zu berücksichtigen. Flächenzugänge seit der Erhebung reduzieren in soweit den Ansiedlungsspielraum; entsprechend erweitern Flächenabgänge seit der Erhebung den Spielraum.



Zusätzlich ist im Folgenden der Expansionspielraum bis 2020 in der Variante II dargestellt. Unter sonst gleichen Bedingungen, aber unter Berücksichtigung einer reduzierten, als noch als verträglich angenommenen Umsatzumverteilung von maximal 4 %, verringert sich der prospektive Brutto-Flächenrahmen um rd. 5.100 qm und beträgt zwischen

**rd. 29.900 und 36.600 qm Verkaufsfläche.**

Dieses Expansionspotenzial verteilt sich wie folgt auf die folgenden Sortimentsgruppen:

- nahversorgungsrelevante Sortimente: 5.700 – 7.500 qm
- zentrenrelevante Sortimente: 10.000 – 12.800 qm
- nicht-zentrenrelevante Sortimente: 14.200 - 16.300 qm.

### Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels bis 2020 in der Hansestadt Lüneburg (Variante II – Umsatzumverteilung max. 4 %)

Faktoren	Nahvers. Sort.	Zentrenrel. Sort.	Nicht-zent. Sort.	Summe
VKF-Bestand in qm	45.310	71.000	53.200	169.510
Brutto-Expansionsrahmen ohne (unterer Wert) und einschl. Potenzial aus 7 %-iger Umsatzumverteilung (oberer Wert) in qm	5.700-7.500	10.000-12.800 (davon Bekleidung/ Schuhe: 4.800-6.200, Elektro: .1.200-1.600, Sonstige zentrenrel. Sortimente: 4.000-5.000)	14.200-16.300 (davon Möbel, Teppiche, Heimtextilien: 5.600-6.200, Bau- und Gartenbedarf: 8.600-10.100)	29.900-36.600
<b>Summe 2020</b>	<b>51.010-52.810</b>	<b>81.000-83.800</b>	<b>67.400-69.500</b>	<b>199.410-206.110</b>

Der Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Lüneburger Einzelhandels bis 2020 bewegt sich je nach als noch zulässig angenommener Umsatzumverlagerung in einer Spannweite zwischen rd. 29.900 bis 41.700 qm Verkaufsfläche.



## 5 Hierarchie und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

### 5.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Untersuchungen wurden die Lüneburger Versorgungsstandorte unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten beurteilt und entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien in ein hierarchisches Zentrenmodell eingeordnet. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (Innenstadt, Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus sowie solitäre Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der „zentralen Versorgungsbereiche“ ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen z.B. durch neue Ansiedlungsvorhaben bzw. vor Funktionsstörungen durch verkehrliche oder städtebauliche Maßnahmen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der letzten Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentren (Innenstadt, Stadtteil- bzw. Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als „zentrale Versorgungsbereiche“ fungieren und somit schützenswert sind.<sup>10</sup>

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von großflächigen Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach sollen zentrale Versorgungsbereiche

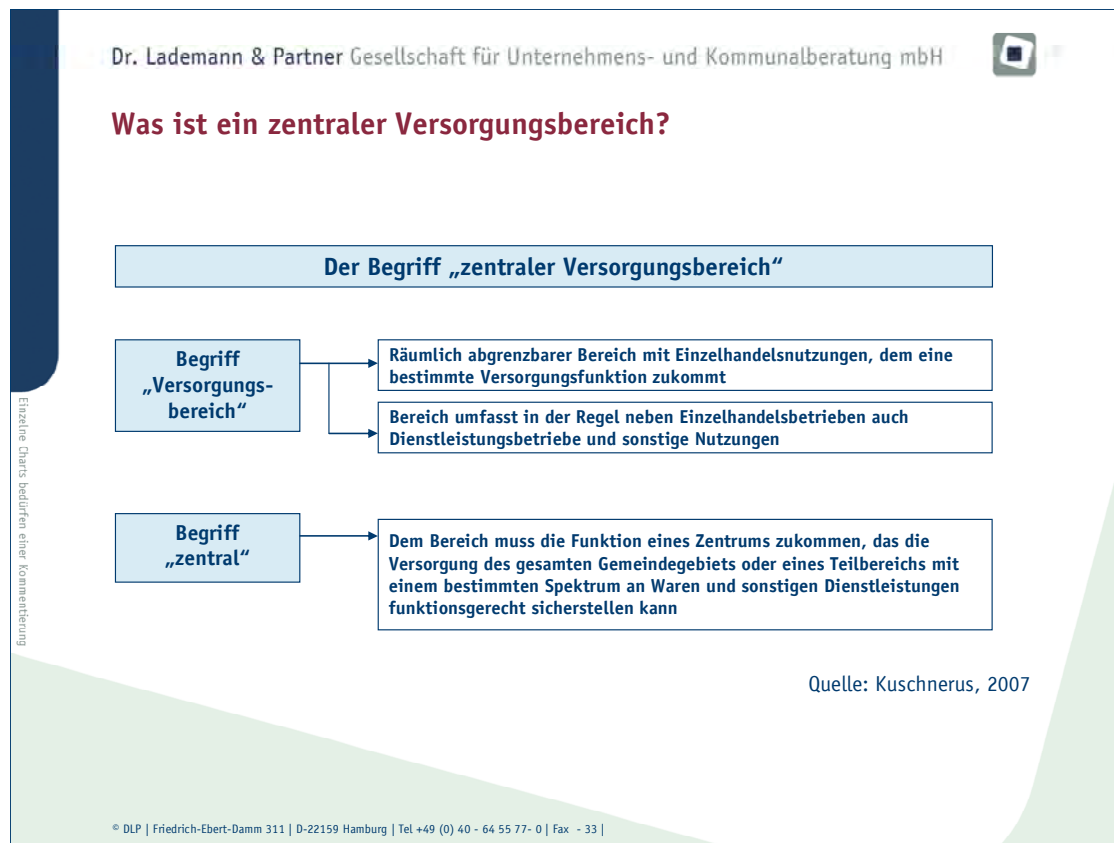
---

<sup>10</sup> Vgl. § 34 Abs. 3 BauGB.



- eine Versorgungsfunktion als Zentrum für ein räumlich zugeordnetes Umfeld mit einem auf diesen Einzugsbereich abgestimmten Angebot an Waren und Dienstleistungen übernehmen,
- als Bereich räumlich abgrenzbar sein, wobei anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur möglich sind, solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann,
- mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche dürfen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen),
- über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Die Definition von zentralen Versorgungsbereichen stellt indirekt auch eine Bewertung der Leistungsfähigkeit innerstädtischer Einzelhandelsagglomerationsbereiche bzw. Zentren dar, da nur solche Einzelhandels- und Dienstleistungscluster als „Zentren“ einzustufen sind, die als leistungsfähig sowohl unter städtebaulichen als auch unter ökonomischen Gesichtspunkten anzusehen sind. Das bedeutet, dass alle als „Zentren“ definierten Quartiere grundsätzlich marktfähig, schützenswert und weiterentwicklungswürdig sind. Wie bereits mehrfach ausgeführt, weisen Gebiete außerhalb der definierten Zentren diese Schutzwürdigkeit (bis zu einer Neudefinition) nicht auf und sind in soweit auch nicht als erweiterungs-/entwicklungswürdig einzustufen. Eine graduelle Abstufung der Leistungsfähigkeit unter den einzelnen Zentren ist allerdings in Gutachten und/oder Entwicklungskonzepten nicht üblich, wird aber auftragsgemäß in den jeweiligen Abschnitten vorgenommen.



Kein zentraler Versorgungsbereich<sup>11</sup> sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte, wie man sie oftmals in (ehemaligen) Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in den meisten Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein aufgrund ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen die für ein Zentrum unabdingbare Zentrumsfunktion und Multifunktionalität für eben dieses Einzugsgebiet.

Die im Folgenden näher erläuterten Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für die Schaffung eines eindeutigen räumlichen Bezugsrahmens für die Lüneburger Einzelhandelsentwicklung:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (öffentlicher Personennahverkehr).

<sup>11</sup> Vgl. Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.



Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

## Zu den Zentrentypen

- **Innenstadtzentren:**
  - Größerer Einzugsbereich – In der Regel gesamtes Stadtgebiet und ggf. weiteres Umland
  - Regelmäßig breites Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten – Zentrentypische und ggf. auch nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz- sowie mittel- und langfristigen Bedarf
- **Nebenzentren (Stadtteilzentren):**
  - Mittlerer Einzugsbereich – In der Regel beschränkt auf bestimmte Bezirke größerer Städte
  - Regelmäßig größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten – Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf
- **Nahversorgungszentren:**
  - Kleiner Einzugsbereich – Auf bestimmte Quartiere größerer Städte beschränkt
  - Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten – vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente; in begrenztem Umfang ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf
  - Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs.

Quelle: Kuschnerus, 2007

© DLP | Friedrich-Ebert-Damm 311 | D-22159 Hamburg | Tel +49 (0) 40 - 64 55 77- 0 | Fax - 33 |

Einzelne Charts bedürfen einer Kommentierung

Wie die weitere Untersuchung ergeben wird, setzt sich die Lüneburger Zentrenstruktur aufgrund der Stadtgröße und der historischen Entwicklung der Siedlungsstruktur nur aus Innenstadtzentrum und Nahversorgungszentren zusammen. Hinzu kommen „Sonderstandorte Einzelhandel“; über innerstädtische Nebenzentren (Stadtteilzentren) verfügt die Hansestadt nicht, sodass diese Kategorie hier nur der systematischen Vollständigkeit halber aufgeführt ist.

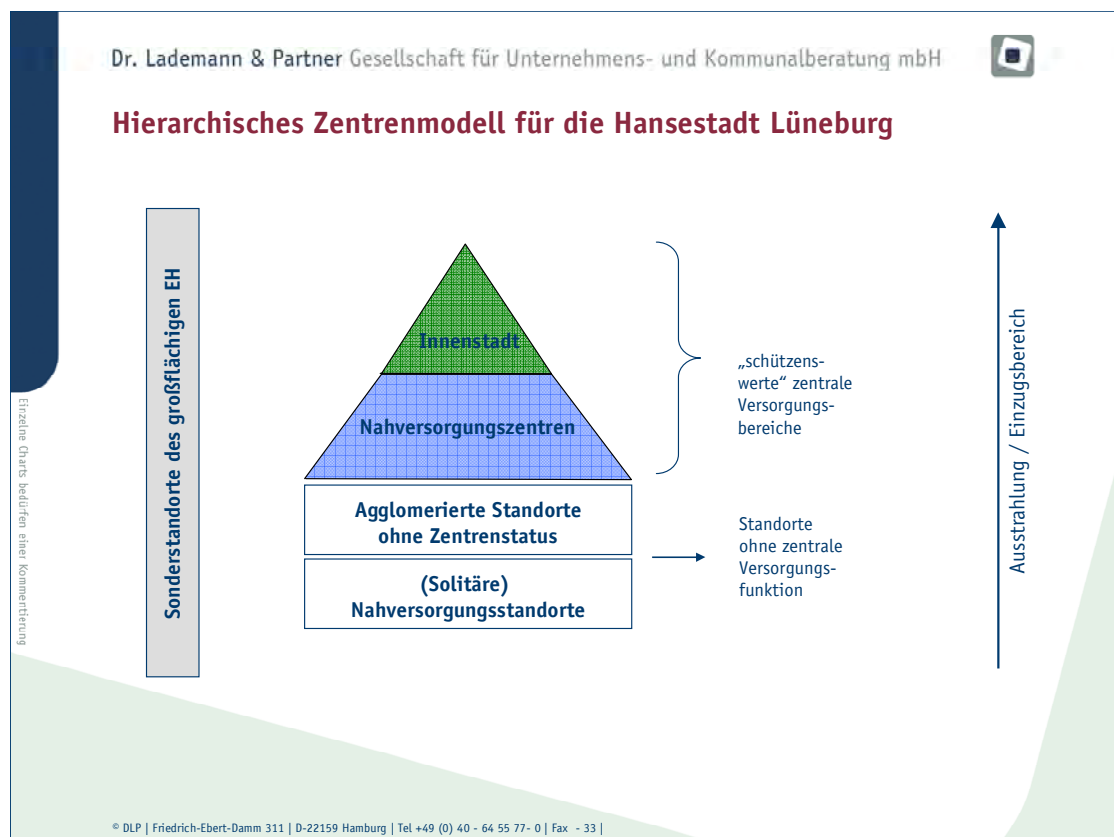


## 5.2 Gesamtüberblick der zentralen Versorgungsbereiche für die Hansestadt Lüneburg

In der Hansestadt Lüneburg konnten

- neben der Lüneburger Innenstadt ( die als Marke „Kaufhaus Lüneburg“ beworben wird)
- zehn weitere zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des §34 BauGB festgestellt werden.

Darüber hinaus wurden vier große Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels (kein zentraler Versorgungsbereich i.S. des § 34 BauGB) lokalisiert.







### 5.2.1 Lüneburger Innenstadt

Die Lüneburger Innenstadt als zentraler Haupteinkaufsbereich umfasst die östliche Altstadt zwischen den Straßenzügen Neue Sülze im Westen, Hinter der Bardowicker Mauer/Baumstraße im Norden sowie Heiligengeiststraße und Am Sande im Süden (mit Ausbuchtungen in die verkehrsberuhigten Zonen der Roten Straße und der Rackerstraße). Im Osten wird die Lüneburger City teilweise durch den Fluss Ilmenau sowie den Straßenzug Am Berge begrenzt.<sup>12</sup>



<sup>12</sup> Die nachfolgenden kartografischen Darstellungen nutzen u.a. als Kartengrundlagen die Luftbilder des Anbieters GeoContent, die im Geografischen Informationssystem von Dr. Lademann & Partner (ArcGIS 10) integriert und lizensiert sind. Es ist zu berücksichtigen, dass die Luftbilder vom Anbieter je nach Stadtgröße und Bedeutung in unterschiedlichen Zeiträumen aktualisiert werden.



Eine ausführliche Beschreibung der Innenstadt, einschließlich der unterschiedlichen Einkaufslagen, erfolgte bereits im Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2008 und muss deshalb an dieser Stelle nicht wiederholt werden.

Durch die im Rahmen der Ergänzung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts durchgeführte aktualisierende Bestandserhebung wurden nur marginale Verkaufsflächenveränderungen festgestellt, sodass auf eine differenzierte Betrachtung verzichtet werden kann.

Nach der gutachterlicherseits empfohlenen – räumlich etwas eingeschränkten - Abgrenzung ist die Verkaufsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“ etwas geringer, da einige Bestandsbetriebe nunmehr außerhalb des Definitionsraums liegen.

Die Einzelhandelsverkaufsfläche in der Lüneburger Innenstadt beträgt innerhalb der in der Karte dargestellten Abgrenzung aktuell

**rd. 58.500 qm.**

Hiervon entfallen auf den periodischen Bedarf rd. 6.600 qm, auf den zentrenrelevanten Bedarf knapp 48.500 qm und rd. 3.400 auf den nicht-zentrenrelevanten Bedarf. Eine detaillierte Auflistung zeigt die nachfolgende Tabelle:

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	535 qm	Bücher, Zeitschriften	2.270 qm
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	3.955 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	1.030 qm
Drogeriewaren	2.125 qm	Foto, Film, Optik	125 qm
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	1.665 qm
Bekleidung	26.380 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe	3.980 qm	Wohnmöbel, Antiquitäten	990 qm
Lederwaren, Geschenkartikel	1.755 qm	Teppiche, Heimtextilien	2.085 qm
Uhren, Schmuck, Metallwaren	710 qm	Do-it-Yourself	250 qm
Parfümeriewaren	635 qm	Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK	1.950 qm	Gartenbedarf	100 qm
Elektro, Musikalien, Computer	2.305 qm	Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires	1.865 qm	<b>Leerstand</b>	
Spielwaren	1.385 qm	Leerstand	1.645 qm
Sport- und Campingbedarf	2.425 qm		
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>58.520 qm</b>		

Die leer stehenden potenziellen Verkaufsflächen haben sich seit 2008 von rd. 700 qm auf aktuell rd. 1.600 qm erhöht. Hierbei handelte es sich aber überwiegend um kleinflächige Ladengeschäfte in den Randbereichen der Innenstadt und nur vereinzelt um Leerstände (bzw. derzeit im Umbau befindliche Objekte) in den Haupt- und Nebenlagen. Inzwischen sind die (z.T. nur scheinbaren) Leerstände wieder beseitigt und die Innenstadt kann praktisch als „leerstandsfrei“ angesehen werden.

Im großflächigen Leerstand in der Großen Bäckerstraße 25 (ehemals Hausrat Mummert) mit rd. 1.100 qm hat nach Fertigstellung der Umbauarbeiten der dänische Bekleidungsanbieter Bestseller mit den Marken Jack & Jones und Vero Moda auf ca. 740 qm Verkaufsfläche eröffnet.





Foto: New Yorker und H & M  
in der Großen Bäckerstraße



Foto: Karstadt in der Großen Bäckerstraße



Foto: Bekleidungskaufhaus Hedemann in der  
Grapengießerstraße



Foto: P & C in der Grapengießerstraße



Foto: Grapengießerstraße



Foto: Bekleidungskaufhaus C & A  
in der Glockenstraße



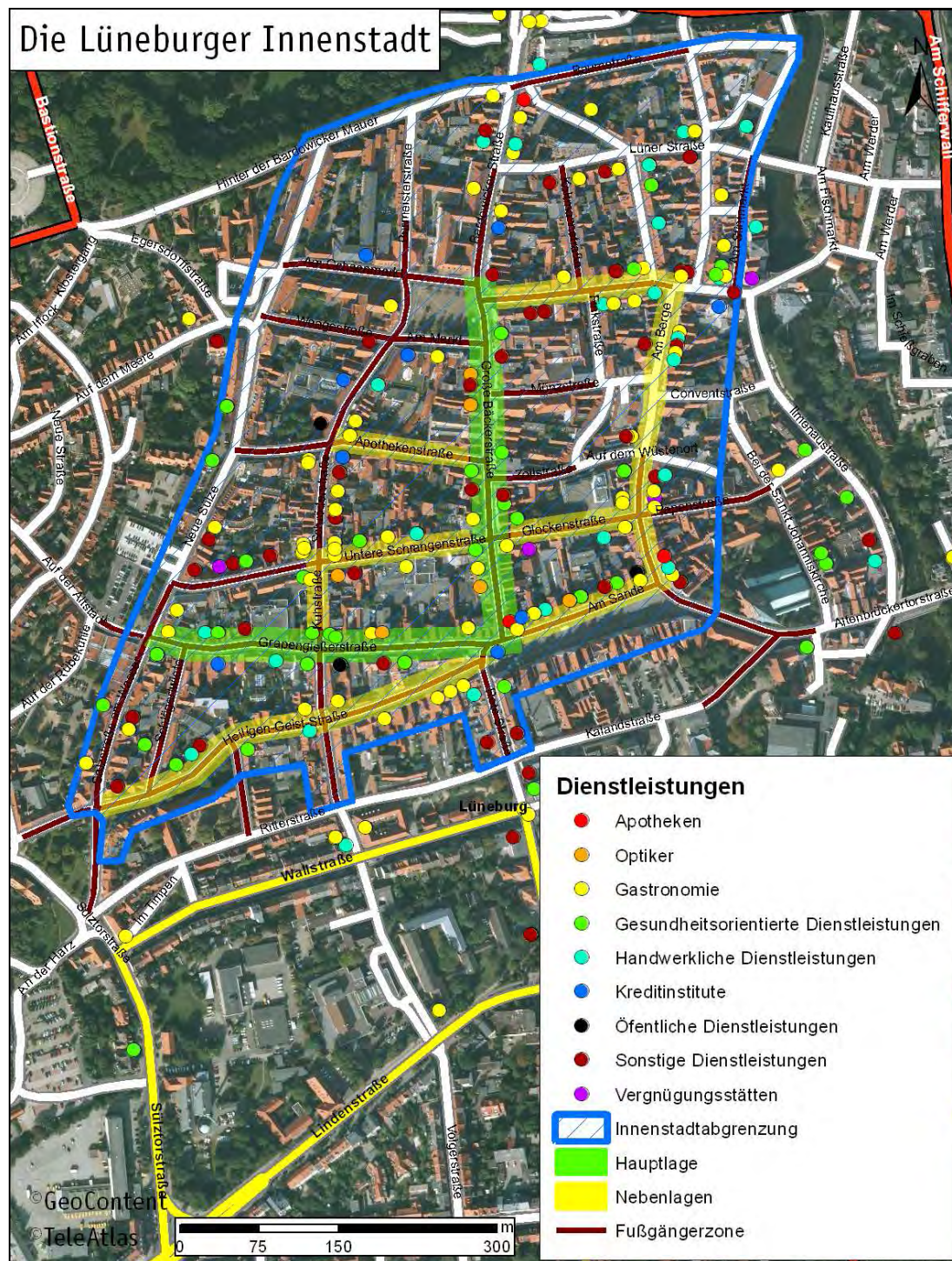
In der jüngsten Vergangenheit war die Lüneburger Innenstadt durch einige Geschäftsumzüge gekennzeichnet. Der Schuhfilialist Salamander hatte sein Ladengeschäft von der Großen Bäckerstraße 22 in die Große Bäckerstraße 2-4 verlegt. In dem frei gewordenem Objekt eröffnete die Parfümerie Douglas, die zuvor in der Kleinen Bäckerstraße 1 ansässig war. Hier ist eine Promod-Filiale (Damenmode) eingezogen. In der kleinen Bäckerstraße hat zudem auf einer kleinteiligen Fläche ein weiterer Textilanbieter (Trecking-König) einen Outlet-Laden eröffnet. Wesentliche Veränderungen innerhalb der City werden sich Ende 2011 durch die Aufgabe des Bekleidungskaufhauses Hedemann am Standort Grapengießerstraße 7-9 ergeben. Die Verkaufsfläche von knapp 3.400 qm an diesem Standort wird durch das Drogeriekaufhaus Müller nachgenutzt. Außerdem ist eine Verlagerung des P & C-Bekleidungskaufhauses von der Grapengießerstraße 38 an den Markt in das Sparkassengebäude (Markt 2) zu erwarten. Neben dieser Verlagerung wird nach einem Umbau auch der Lüneburger BekleidungsHersteller Roy Robson erstmals eine eigenständige Filiale am Markt eröffnen und den Textilbereich im höherwertigen Preissegment ergänzen.

Diese nicht unwesentlichen Veränderungen stellen insgesamt jedoch keine funktionelle Veränderung der innerstädtischen Einzelhandelsstruktur dar, da davon ausgegangen werden muss, dass eine Nachnutzung in angemessener und standortgerechter Form erfolgen wird.

Das Dienstleistungsangebot in der Lüneburger Innenstadt wird schwerpunktmäßig durch Gastronomie und gesundheitsorientierte Dienstleistungen geprägt. Nach Lagen differenziert zeigt sich, dass die Gastronomiebetriebe überwiegend in den Nebenlagen ansässig sind, während bei den gesundheitsorientierten Dienstleistungen eine gewisse Konzentration in den Hauptlagen Grapengießerstraße und Große Bäckerstraße feststellbar ist. Bei den übrigen Dienstleistungsarten sind keine besonderen Agglomerationstendenzen erkennbar.

Insgesamt kann die Lüneburger Innenstadt als überaus leistungsfähig und attraktiv bezeichnet werden. Sie verdient die Marke „Kaufhaus Lüneburg“ zu Recht und sollte auch entsprechend weiter werblich gepflegt werden. Einzelne Standortverlagerungen von namhaften Anbietern stellen im Grundsatz keine Schwächung der Innenstadt dar, so lange Nachfolgebetriebe ein innenstadttypisches Niveau aufweisen und die Kompetenz benachbarter Betriebe ergänzen. Gleichwohl gibt es städtebaulichen Verbesserungsbedarf insbesondere hinsichtlich einer Aufwertung von Nebenlagen durch die Schaffung erweiterter Rundläufe und verbesserter Verknüpfung von attraktiven Quartiersinseln innerhalb der Innenstadt.









## 5.2.2 Nahversorgungszentrum Auf der Höhe (Stadtteil Mittelfeld)

Das Nahversorgungszentrum Auf der Höhe befindet sich im Stadtteil Mittelfeld am südwestlichen Stadtrand und ist direkt am Kreuzungsbereich (bzw. Kreisverkehrsplatz) Auf der Höhe/Am Eiskeller verortet.





Es handelt sich um einen modernen Einzelhandelsstandort mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten in zentraler, siedlungsintegrierter Lage. Innerhalb von drei Gebäudekomplexen sind neben dem leistungsfähigen Vollversorger Edeka neukauf der Lebensmitteldiscounter Penny, der Drogeriemarkt Schlecker sowie der Bekleidungsmarkt kik angesiedelt. Zudem sind gesundheitsorientierte Dienstleistungen vorhanden. Leerstandsflächen sind derzeit nicht erkennbar.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	1.550 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren	160 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung	400 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>2.140 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)

Neben der guten (auch fußläufigen) Erreichbarkeit ist die großzügige Stellplatzanlage hervorzuheben. Die Verkaufsfläche beträgt aktuell gut 2.100 qm.

Das Zentrum wird als typisches Nahversorgungszentrum von einem Lebensmittelanbieter (Typ „Kleiner Verbrauchermarkt“) geprägt. Die weiteren Anbieter stellen eine ergänzende Arrondierung dar, die ausbaufähig ist, so lange sich Erweiterungen auf das Segment „Periodischer Bedarf“ beschränken und zentrenrelevante Sortimente nur auf Kleinflächen und/oder als Nebensortimente angeboten werden.





Foto: Edeka-Verbrauchermarkt und Bekleidungsdiscounter kik



Foto: Lebensmitteldiscounter Penny



Foto: Drogeriemarkt Schlecker





### 5.2.3 Nahversorgungszentrum Bleckeder Landstraße (Stadtteil Schützenplatz)

Das Nahversorgungszentrum Bleckeder Landstraße befindet sich im Stadtteil Schützenplatz und ist an der Bleckeder Landstraße zwischen Hülgelstraße und Köppelweg verortet. Der zentrale Versorgungsbereich wird im Westen durch das Produktionsgelände der Roy Robsen GmbH & Co begrenzt.



Im periodischen Bedarf sind an diesem Nahversorgungsstandort als Magnetbetriebe der Lebensmitteldiscounter Aldi, der Drogeriemarkt Rossmann sowie der Getränkemarkt Hol' ab angesiedelt. Ergänzt wird das Nahversorgungsangebot durch eine Bäckerei und ein Blumengeschäft. Als Besonderheit für ein Nahversorgungszentrum ist zusätzlich ein großflächiges Roy Robsen Factory-Outlet Center (Bekleidung) angesiedelt. Die Verkaufsfläche beträgt knapp 3.400 qm, wovon gut 1.500 qm auf den periodischen Bedarf entfallen.



Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	1.280 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren	220 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		üb. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung	1.840 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>3.370 qm</b>		

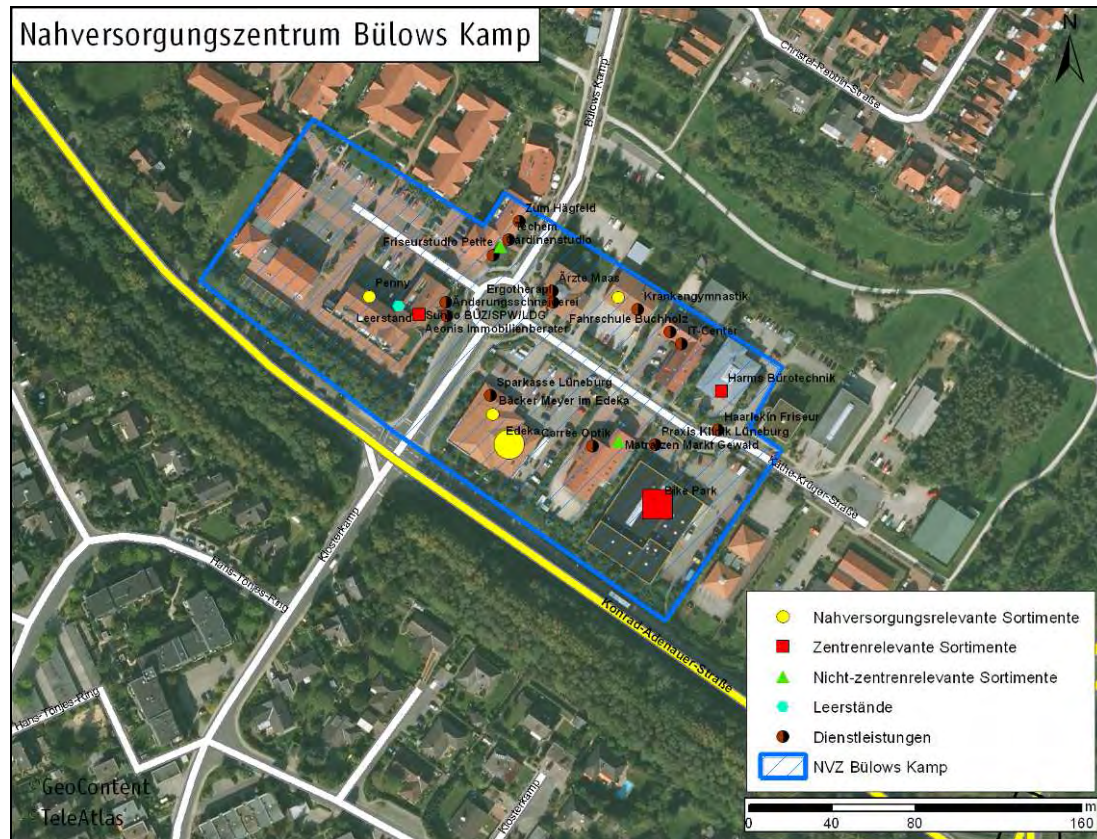
Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 05.2011)

Als konsumnahe Dienstleistungsbetriebe sind hier eine Sparkassenfiliale sowie u.a. ein Frisör ansässig.

Der Standort ist als leistungsfähiges Zentrum anzusehen. Es verfügt neben einer zukunftsfähigen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstruktur auch über eine ausreichend dimensionierte Stellplatzanlage. Erweiterungsmöglichkeiten ergeben sich zudem prospektiv nördlich der Bleckeder Landstraße.



## 5.2.4 Nahversorgungszentrum Bülow's Kamp (Stadtteil Kaltenmoor)



Das Nahversorgungszentrum Bülow's Kamp befindet sich im Stadtteil Kaltenmoor und ist am südöstlichen Lüneburger Stadtrand gelegen. Räumlich wird das Zentrum vor allem im Süden durch die Konrad-Adenauer-Straße abgegrenzt. Nördlich und südlich des Zentrums grenzen Wohngebiete an. Die Nutzung des Nahversorgungszentrums wird vor allem durch Einzelhandel und Dienstleistungen bestimmt.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	25 qm
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	820 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	130 qm
Drogeriewaren	250 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung		<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	60 qm
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	240 qm
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer	30 qm	Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	80 qm
Sport- und Campingbedarf	700 qm		
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>2.285 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)





Als Magnetbetriebe sind im westlichen Zentrumsbereich der Lebensmitteldiscounter Penny um im südöstlichen Bereich des Zentrums der Lebensmittel-Vollsortimenter Edeka sowie der Fahrradmarkt Bike Park angesiedelt. Weitere relevante Einzelhandelsbetriebe sind der Drogeriemarkt Schlecker und der Büromarkt Harms Bürotechnik. Großflächige Leerstände sind nicht vorhanden, lediglich in der Käthe-Krüger-Straße 5 steht ein Ladengeschäft mit rd. 80 qm leer, das aber vermutlich übergangsweise für Dienstleistungen (CaloryCoach) genutzt wurde. Das Dienstleistungsangebot ist schwerpunktmäßig durch gesundheitsorientierte und handwerkliche Dienstleistungen geprägt. Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Bülow's Kamp über eine Gesamtverkaufsfläche von knapp 2.300 qm.



Foto: Edeka-Supermarkt  
im NVZ Bülow's Kamp



Foto: Lebensmitteldiscounter Penny  
im NVZ Bülow's Kamp



Foto: Fahrradmarkt Bike Park  
im NVZ Bülow's Kamp



Foto: Matratzen-Markt Gewald  
im NVZ Bülow's Kamp

Bülow's Kamp wird durch eine Vielzahl kleinerer Betriebe geprägt, wobei besonders die für ein Nahversorgungszentrum vergleichsweise hohe Anzahl von Dienstleistungsbetrieben positiv auffällt. Zur langfristigen Absicherung der Leistungsfähigkeit des kompakt gegliederten Standortes kann eine Ausweitung des Lebensmittelsektors hilfreich sein.



### 5.2.5 Nahversorgungszentrum Dahlenburger Landstraße (Stadtteil Neu Hagen)

Das Nahversorgungszentrum Dahlenburger Landstraße befindet sich im Stadtteil Neu Hagen und ist im westlichen Teil der Dahlenburger Landstraße verortet. Der zentrale Versorgungsbereich wird im Westen von der Marcus-Heinemann-Straße und im Osten von der Theodor-Heuss-Straße bzw. Kastanienallee begrenzt.



Es handelt sich um einen gewachsenen Einzelhandelsstandort innerhalb eines städtischen Wohngebiets entlang der Hauptverkehrsachse ins östliche Lüneburger Umland.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk		Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	910 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren		Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung	30 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer	30 qm	Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren	170 qm	Leerstand	50 qm
Sport- und Campingbedarf	60 qm		
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>1.200 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)





Als einzigster Magnetbetrieb fungiert der Lebensmitteldiscounter Penny im östlichen Zentrumsbereich. Als weiterer Lebensmittelanbieter ist in der Zentrumsmitte der Supermarkt Mix Markt mit schwerpunktmäßig russischen Lebensmitteln ansässig. Zentrenrelevante Sortimente sind nur in kleinflächigen Läden zu finden. Im Bereich Dahlenburger Landstraße 73 befindet sich zudem ein leer stehendes Ladengeschäft mit rd. 50 qm potenzieller Verkaufsfläche. Die Verkaufsfläche im Nahversorgungszentrum Dahlenburger Landstraße beträgt insgesamt rd. 1.200 qm. Das Einzelhandelsangebot wird durch zentrentypische Dienstleistungsangebote ergänzt.



Foto: Lebensmitteldiscounter Penny  
im NVZ Dahlenburger Landstraße



Foto: Mix Markt-Supermarkt  
im NVZ Dahlenburger Landstraße



Foto: Volksbank und Apotheke  
im NVZ Dahlenburger Landstraße



Foto: Spielwarenfachgeschäft Hängel & Gretel  
im NVZ Dahlenburger Landstraße

Das Zentrum weist einen relativ hohen Anteil von Dienstleistungsangeboten auf, einzelhandelsseitig ist ein Trading-down-Effekt feststellbar. Aufgrund der lang gestreckten Siedlungsform ist kein durchgängiger Besatz erreichbar. Außerdem sind an diesem Standort durch fehlende, marktgerechte Flächenreserven die Entwicklungsmöglichkeiten stark eingeschränkt.



### 5.2.6 Nahversorgungszentrum Kurt-Huber-Straße (Stadtteil Kaltenmoor)

Das Nahversorgungszentrum Kurt-Huber-Straße liegt im Stadtteil Kaltenmoor, im östlichen städtischen Randgebiet. Räumlich begrenzt wird es im Westen durch die Theodor-Heuss-Straße, im Osten durch die Kurt-Huber-Straße und im Süden durch die Carl-Friedrich-Goerdeler-Straße.







Das Zentrum besteht aus dem in den 60er Jahren entstandenen Einkaufszentrum St. Stephanus-Passage (Einkaufszentrum Kaltenmoor) sowie dem nördlich angrenzenden Lebensmitteldiscounter Lidl. Das direkte Umfeld ist durch Großwohnsiedlungen geprägt. Östlich angrenzend befindet sich die Kopernikus-Realschule. Der Bereich Kaltenmoor ist von der Hansestadt Lüneburg als Sanierungsgebiet ausgewiesen.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	50 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	1.940 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren	210 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung	40 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>2.240 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)

Als Magnetbetriebe fungieren neben dem o.g. Lidl-Markt weiterhin der Lebensmitteldiscounter Penny sowie der Drogeriemarkt Schlecker. Mit Ausnahme eines Secondhand-Bekleidungsgeschäfts (Caritas) werden ausschließlich nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten. Zusätzlich wird ein umfangreiches Dienstleistungsangebot für die Wohnbevölkerung im direkten Umfeld bereitgehalten. Insgesamt beträgt die Verkaufsfläche an diesem Standort aktuell rd. 2.200 qm.

Die Ladengestaltung und der Gebäudezustand sind in der St. Stephanus-Passage nicht mehr zeitgemäß. Zudem ist das Einzelhandelsangebot (insbesondere im zentrenrelevanten Bereich) für die relativ große Einwohnerzahl zu gering. Ein weiterer Mangel ist die geringe Anzahl der Pkw-Stellflächen im Bereich des Zentrums.





Foto: Lebensmitteldiscounter Penny  
im NVZ Kurt-Huber-Straße



Foto: Lebensmitteldiscounter Lidl  
im NVZ Kurt-Huber-Straße



Fotos: Sparkasse und Gastronomiebetriebe  
im NVZ Kurt-Huber-Straße

Hinsichtlich der Angebotsstruktur ist das Zentrum mit Bülows Kamp vergleichbar, allerdings weist es noch einen höheren Anteil von Dienstleistungsbetrieben auf. Der Anteil an Periodischem Bedarf – hier vorwiegend Lebensmittel – entspricht dagegen in der Summe Bülows Kamp. Es fehlt dagegen eine breitere Angebotspalette von nahversorgungsrelevanten – nicht Lebensmittel – Sortimenten und ist daher durchaus ausbaufähig.



### 5.2.7 Nahversorgungszentrum Kreideberg (Stadtteil Kreideberg)

Das Nahversorgungszentrum Kreideberg liegt im nordwestlichen Stadtgebiet innerhalb des Stadtteils Kreideberg. Abgegrenzt wird es im Norden durch die Thorner Straße sowie im Süden durch die Brandenburger Straße.







Bei dem Zentrum handelt es sich um einen geplanten Einzelhandelsstandort in siedlungsin-  
 tegrierter Lage. Das Wohnumfeld ist im Süden durch Einfamilienhäuser, im Westen und im  
 Osten durch Blockbebauung geprägt. Nördlich angrenzend befindet sich die Christiani-  
 Realschule.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	460 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren		Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung		<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	80 qm
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>490 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)

Das Einzelhandelsangebot ist relativ gering, die Gesamtverkaufsfläche beträgt knapp 500 qm. Einziger Magnetbetrieb ist ein Edeka-Supermarkt. Zusätzlich sind einzelhandelsseitig eine Bäckerei, ein Blumengeschäft sowie ein Kiosk und als Dienstleistungen eine Apotheke und eine Sparkassenfiliale ansässig.

Aufgrund der geringen Einzelhandelsfläche liegt dieser Standort im Grenzbereich zur Definition als „Zentrum“. Allerdings sprechen die ergänzenden Angebote des Dienstleistungsbe-  
 reichs für eine Aufnahme in die Liste der NVZ. Aus Gutachtersicht ist zu prüfen, wie die  
 Attraktivität dieses Einzelhandelsstandorts verbessert und zukunftsfähig abgesichert wer-  
 den kann. Als Maßnahmen sind die Vergrößerung des bestehenden Edeka-Markts und die  
 Umgestaltung des Thorner Markts denkbar, um weitere ergänzende Einzelhandelsgeschäfte  
 zu etablieren. Dies würde die fußläufige Wohngebietsversorgung deutlich verbessern.



Foto: Lebensmittelgeschäft Edeka im NVZ Kreideberg



Foto: Kiosk und Sparkasse im NVZ Kreideberg



Foto: Turm Bäckerei und Apotheke im NVZ  
Kreideberg





### 5.2.8 Nahversorgungszentrum Loewe-Center (Stadtteil Lüne-Moorfeld)

Das Nahversorgungszentrum Loewe-Center ist im nordöstlichen Lüneburger Stadtteil Lüne-Moorfeld verortet, räumlich abgegrenzt zwischen der Erbstorfer Landstraße im Norden, der Wulf-Werum-Straße im Osten und der Gebrüder-Loewe-Straße im Süden.





Das Wohnumfeld ist südlich der Erbstorfer Landstraße durch Blockbebauung und nördlich des Zentrums durch Ein- und Mehrfamilienhausbebauung geprägt.

An diesem Verbundstandort sind neben den leistungsfähigen Nahversorgungsanbietern Edeka aktivmarkt und Aldi der Drogeriemarkt Rossmann (ehemals Kloppenburg), eine Bäckerei und eine Blumengeschäft angesiedelt. Im zentrenrelevanten Bedarfssegment wird das Angebot durch den Tierbedarfsmarkt Fressnapf und ein Papierwarengeschäft (einschl. Kiosk) ergänzt. Zusätzlich sind im Dienstleistungsbereich eine Apotheke, eine Sparkasse, ein Imbiss, ein Friseur und eine Fahrschule ansässig. Die Einzelhandelsverkaufsfläche beträgt insgesamt gut 2.800 qm.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	1.720 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	30 qm
Drogeriewaren	530 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	530 qm
Bekleidung		<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>2.840 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)

Die Zufahrt zum Zentrum erfolgt ausschließlich über die Nebenstraße Wulf-Werum-Straße und eine relativ enge Grundstückseinfahrt. Die Stellplatzanlage ist als knapp ausreichend zu betrachten. Flächenseitige Erweiterungsmöglichkeiten sind an diesem Standort nicht gegeben.





Foto: Lebensmitteldiscounter Aldi  
im NVZ Loewe-Center



Foto: Drogeriemarkt Rossmann und Edeka-  
Verbrauchermarkt im NVZ Loewe-Center



Foto: Tierbedarfsmarkt Fressnapf  
im NVZ Loewe-Center



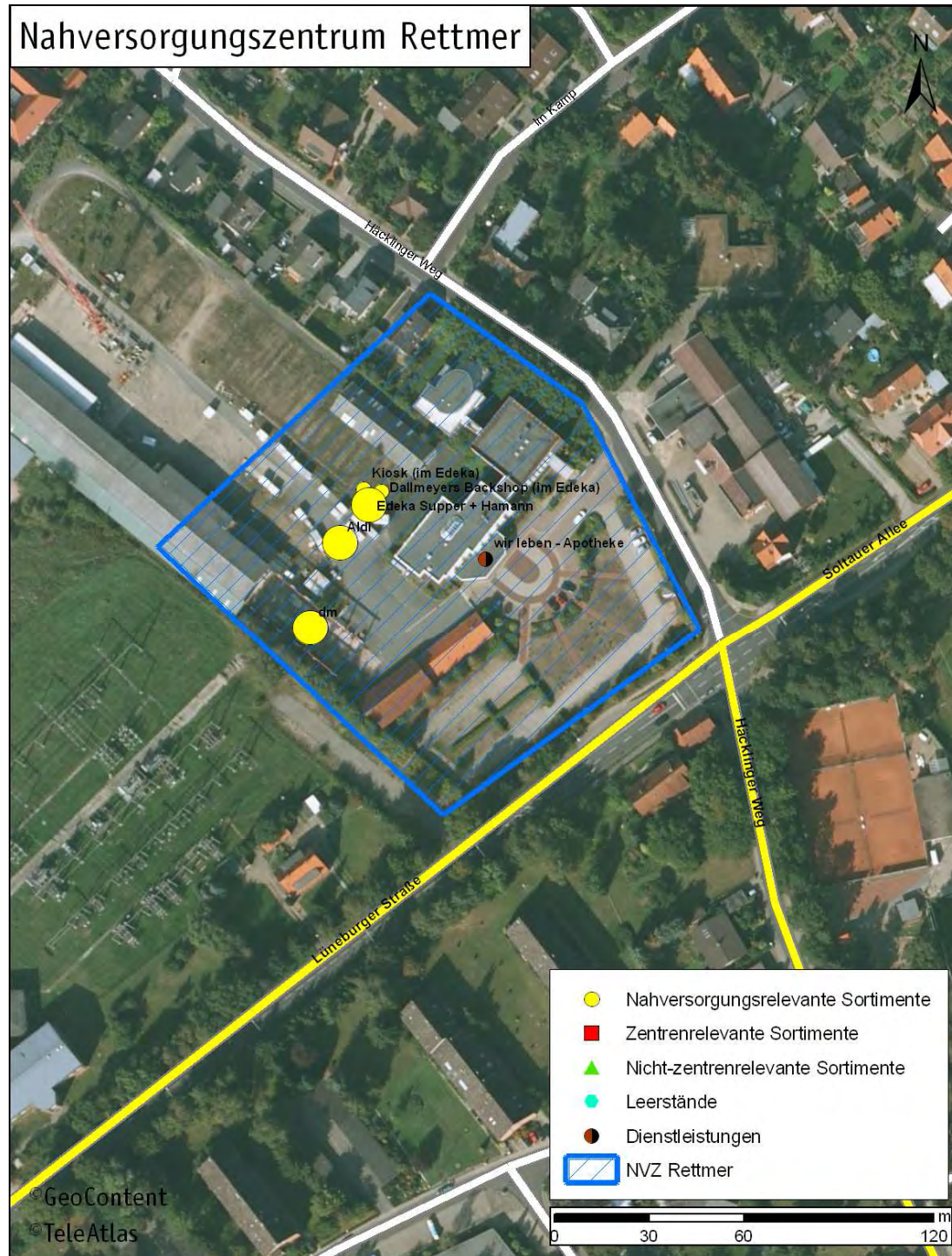
Foto: Sparkasse im NVZ Loewe-Center

Das Zentrum weist die typische Struktur eines geplanten NVZ mit entsprechend starkem Besatz an periodischem Bedarf auf. Seine Lage im gesamtstädtischen Kontext würde eine Ausweitung von kleinflächigen Angeboten im Nonfood-Sektor rechtfertigen.



### 5.2.9 Nahversorgungszentrum Rettmer (Stadtteil Rettmer)

Das Nahversorgungszentrum Rettmer befindet sich im Südwesten des Lüneburger Stadtgebiets auf dem ehemaligen ‚Garbersgelände‘ an der Lüneburger Straße/Ecke Häcklinger Weg.







Das direkte Umfeld des neu entstandenen Zentrums ist neben Gewerbebetrieben überwiegend durch Wohnbebauung geprägt. Im Westen grenzt das Zentrum an das Umspannwerk Rettmer, östlich befindet sich eine Sportanlage (Fußballplatz).

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	70 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	2.250 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren	660 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	40 qm
Bekleidung		<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>3.020 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)

Als Magnetbetriebe sind hier ein Edeka neukauf-Verbrauchermarkt, der Lebensmitteldiscounter Aldi sowie der Drogeriemarkt dm angesiedelt. Das Nahversorgungsangebot wird durch eine Bäckerei und einen Kiosk ergänzt, das Dienstleistungsangebot beinhaltet eine Apotheke und eine Sparkasse. Weitere Entwicklungen etwa für Postdienstleistungen sind absehbar. Die Verkaufsfläche an diesem Einzelhandelsstandort beträgt insgesamt gut 3.000 qm.

Das erst kürzlich fertig gestellte NVZ ist als solches in erster Linie wegen des leistungsfähigen Angebots im Periodischen Bedarf einzustufen; durch die ergänzende Entwicklung im Bereich des Dienstleistungsangebots entspricht dieser Standort zukünftig vollwertig der Definition eines zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Kapitel 5.1). Aufgrund der peripheren Lage dieses Zentrums ist eine Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten nicht zu empfehlen.



Foto: Edeka-Verbrauchermarkt, Lebensmitteldiscounter Aldi  
und ‚wir leben‘-Apotheke im NVZ Rettmer



Foto: Drogeriemarkt dm im NVZ Rettmer





### 5.2.10 Nahversorgungszentrum Rotes Feld (Stadtteil Rotes Feld)

Das Nahversorgungszentrum Rotes Feld ist im Bereich Willy-Brandt-Straße/Ecke Rotes Feld südlich der Stresemannstraße verortet. Die Lüneburger Innenstadt befindet sich nördlich in rd. einem km Entfernung.



In dem 2009 entstandenen Neubaukomplex befinden sich neben dem Lebensmitteldiscounter Aldi als Magnetbetrieb der Drogeriemarkt Budnikowski sowie eine Filiale der Bäckerei



Hesse. Kürzlich hat zudem Denn's Biomarkt auf einer Verkaufsfläche von rd. 320 qm eröffnet. Neben einem Ärztehaus auf dem Areal sind südlich der Feldstraße zusätzlich eine Apotheke und ein Fitness- und Gesundheitsstudio angesiedelt. Insgesamt beträgt die Verkaufsfläche im Nahversorgungszentrum Rotes Feld derzeit gut 1.200 qm.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	1.120 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren	400 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung		<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>1.550 qm</b>		

Der Standort südlich des Kreuzungsbereichs Stresemann-/Willy-Brandt-Straße ist verkehrsgünstig gelegen und verfügt über eine großzügige Stellplatzanlage.

Das Zentrum ist als klassisches Nahversorgungszentrum entwicklungsfähig, da Expansionsflächen in direktem Umfeld vorhanden sind. Der Schwerpunkt sollte hierbei auf der Ergänzung des bestehenden nahversorgungsrelevanten Angebots liegen. Der Dienstleistungsbe-  
 reich ist derzeit noch schwach besetzt und sollte entsprechend ausgebaut werden.



Foto: Lebensmitteldiscounter Aldi im NVZ Rotes Feld



Foto: Drogeriemarkt Budnikowski im NVZ Rotes Feld





### 5.2.11 Nahversorgungszentrum Uelzener Straße (Stadtteil Bockelsberg)

Das Nahversorgungszentrum Uelzener Straße befindet sich im Bereich Uelzener Straße/Ecke Gaußstraße im Stadtteil Bockelsberg.



Das Zentrum bietet ausschließlich Sortimente aus dem nahversorgungsrelevanten Bereich an und ist teilweise siedlungsintegriert. Neben einem Edeka-Verbrauchermarkt sind am



Standort Uelzener Straße 105, baulich integriert, der Edeka-Getränkemarkt und eine Bäckereifiliale angesiedelt. In der südlich angrenzenden Gaußstraße ist nur noch ein weiteres Einzelhandelsgeschäft (Blumenladen) sowie ein Leerstand (Haus-Nr. 14) mit rd. 40 qm potenzieller Verkaufsfläche lokalisierbar. Der übrige Bereich der Gaußstraße ist durch kleinflächige Dienstleistungsbetriebe geprägt. Der Schwerpunkt liegt hierbei im Segment gesundheitsorientierte Dienstleistungen sowie Gastronomie. Die Gesamtverkaufsfläche des NVZ Uelzener Straße beträgt rd. 1.600 qm.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	1.600 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren		Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung		<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	40 qm
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>1.630 qm</b>		

Quelle: eigene Erhebung (Dr. Lademann & Partner GmbH, Stand: 01.2011)

Die Uelzener Straße weist eine überdurchschnittliche Verkehrsfrequenz auf, da sie als Hauptverbindungsstraße mit dem südlichen Lüneburger Umland fungiert.

Gegenwärtig wird dieser Nahversorgungsstandort durch den Edeka-Verbrauchermarkt im nördlichen Zentrumsbereich geprägt. Entlang der Gaußstraße in Süden ist der Einzelhandelsbesatz schwach, ein weiterer Ausbau als Ergänzung zum dominierenden Dienstleistungsangebot ist hier dringend erforderlich, um diesen wichtigen Nahversorgungsstandort abzusichern.

Ob die derzeit noch als Streulage zu bezeichnende Einzelhandelsansiedlung im Bereich Bockelsberg-West (mit dem Lebensmitteldiscounter Penny) als ergänzendes Nahversorgungszentrum anzusehen ist, hängt von der weiteren Entwicklung der dortigen Wohnbevölkerung ab. Eine entsprechende Einstufung bleibt in soweit einer Prüfung bei Fortschreibung dieses Einzelhandels-Entwicklungskonzepts vorbehalten. Gegenwärtig besteht aus Gutachtersicht hierfür kein Handlungsbedarf.





Foto: Edeka-Verbrauchermarkt Tschorn mit Getränkemarkt im NVZ Uelzener Straße



Fotos Dienstleistungen und Einzelhandel im NVZ Uelzener Straße (Gaußstraße):



### **5.3 Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel**

#### **5.3.1 Sonderstandort Am Alten Eisenwerk/Ilmenau Center**

Der Einzelhandelsstandort Am Alten Eisenwerk/Ilmenau Center befindet sich im nördlichen Lüneburger Stadtgebiet und umfasst den Kreuzungsbereich Am Alten Eisenwerk/Vor dem Bardowicker Tore im Westen und das Ilmenau Center (Auf der Hude) im Nordosten.

Für dieses Objekt wurde vor der Errichtung ein Bebauungsplan mit der Widmung „SO-Einzelhandel“ aufgestellt. Die textlichen Festsetzungen sind im Rahmen der Realisierung des Projekts im Wesentlichen eingehalten worden. Für das Sortimentssegment „Unterhaltungselektronik“ wurde in den Festsetzungen eine Verkaufsfläche von 1.000 qm vorgesehen, die jedoch mangels Nachfrage für ein solches Sortiment in der hier zulässigen Größe nicht zur Umsetzung kam.

Derzeit sind u.W. alle im Objekt vorhandenen Verkaufsflächen belegt. Baurechtlich besteht jedoch die Möglichkeit, im Austausch mit einer derzeit genutzten Fläche einen Unterhaltungselektronik-Markt einzurichten. Dieser Sachverhalt ist deshalb von Bedeutung, weil für mehrere Standorte innerhalb Lüneburgs Ansiedlungswünsche für dieses Sortimentssegment bestehen.

Wie die Grafiken in Abschnitt 4.2 aufzeigen, besteht für dieses Sortiment (Elektro i.w.S.) jedoch nur ein Ansiedlungsspielraum von bis zu 1.800 qm Verkaufsfläche. Da Betriebe mit diesem Sortiment erst mit einer Verkaufsfläche ab ca. 1.500 qm marktüblich sind, folgt daraus, dass lediglich Ansiedlungsspielraum für einen neuen Unterhaltungselektronik-Markt (Elektro i.w.S.) in Lüneburg zur Verfügung steht. Durch die Begrenzung des Ansiedlungsspielraums für dieses Sortimentssegment besteht die Notwendigkeit, die zur Verfügung stehenden Entwicklungsflächen im Hinblick auf städtebauliche und absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte zu bewerten. Dies erfolgt am Ende des Kapitels 5.4.4.

Das Gewerbegebiet Am Alten Eisenwerk hat sich über einen langen Zeitraum zu seiner jetzigen Struktur entwickelt. Der benachbarte Standort Ilmenau-Center (ehemalige Keula-Hütte) wurde dagegen als geplantes Center zur Beseitigung einer Industriebrache entwickelt. Trotz der unterschiedlichen Entwicklungsgeschichte beider Standorte und der nicht identischen Funktionen (einerseits Mischnutzung, andererseits ausschließlich Einzelhandel) sind aufgrund der räumlichen Nähe und der teilweise gemeinsamen Verkehrserschließung beide Gebiete gemeinsam als ein Standort zu betrachten. Der unmittelbar angrenzende Bereich der Einzelhandelsansiedlung am Straßenzug Vor dem Bardowicker Tore ist zwar ähnlich gewachsen wie das Areal Am Alten Eisenwerk, es stellt jedoch eine städtebaulich dysfunktionale Entwicklung dar. Aus gutachterlicher Sicht wird empfohlen, dieses Gebiet getrennt vom Standort „Am Alten Eisenwerk/Ilmenau-Center“ zu betrachten und funktional in eine andere Richtung zu entwickeln. DLP empfiehlt, hier büro-/verwaltungsorientierte Dienstleistungen und/oder Wohnen anzustreben.









Magnetbetriebe im Straßenbereich Am Alten Eisenwerk sind der Kaufland-Verbrauchermarkt und die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl. Eine wesentliche Veränderung zu 2008 stellt der aktuell leer stehende ehemalige Extra Bau- und Hobbymarkt mit rd. 2.300 qm potenzieller Verkaufsfläche dar. Im ehemaligen Bekleidungsmarkt Ok Markt (neben Tep & Tap Teppich- und Heintextilfachmarkt) sind zudem jetzt der Drogeriemarkt Rossmann und der Bekleidungsanbieter Ernstings family ansässig.



Foto: Verbrauchermarkt Kaufland in der Straße Am alten Eisenwerk



Foto: Die Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi in der Franz-Anker-Straße



Foto: Tep & Tap-Teppichfachmarkt, Drogeriemarkt Rossmann und der Bekleidungsfilialist Ernstings family in der Straße Am alten Eisenwerk



Foto: Leerstand (ex Extra Bau- und Hobbymarkt) in der Straße Am alten Eisenwerk



Im Ilmenau Center befinden sich die Magnetbetriebe Praktiker Bau- und Gartenmarkt und der Heimtextilfachmarkt Dänisches Bettenlager. Zusätzlich sind der Spielwarenmarkt Toys and more, der Möbelanbieter Bursian Möbel Design natur sowie die Bäckerei Zimmerer ansässig. In der bisherigen Leerstandsfläche im Gebäude von rd. 1.000 qm ist seit Juni 2010 der Zoofachmarkt Zoo & Co angesiedelt.



Foto: Praktiker-Baumarkt im Ilmenau Center



Foto: Heimtextilfachmarkt  
Dänisches Bettenlager im Ilmenau Center



Foto: Spielwarenmarkt Toys & more,  
Zoofachmarkt Zoo & Co sowie der  
Möbelanbieter Bursian im Ilmenau Center



Die Gesamtverkaufsfläche am Standort Am Alten Eisenwerk/Ilmenau Center beträgt insgesamt knapp 20.000 qm, wovon rd. 12.700 qm auf das Ilmenau Center entfallen. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Verkaufsflächendifferenzierung nach einzelnen Branchen:

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	80 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	4.780 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren	1.200 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	1.110 qm
Bekleidung	200 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	900 qm
Lederwaren, Geschenkartikel	70 qm	Teppiche, Heimtextilien	1.330 qm
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	6.450 qm
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	2.875 qm
Elektro, Musikalien, Computer	260 qm	Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren	710 qm	Leerstand	2.290 qm
Sport- und Campingbedarf	10 qm		
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>19.975 qm</b>		

Der gewachsene Einzelhandelsstandort Am Alten Eisenwerk stellt ebenso wenig wie das en bloc geplante Ilmenau-Center ein Nahversorgungszentrum im Sinne der einschlägigen Bestimmungen (vgl. Abschnitt 5.1) dar. Beide Gebiete haben als Sonderstandorte für den großflächigen Einzelhandel einerseits die Aufgabe, Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten aufzunehmen, die aus städtebaulichen, verkehrlichen oder ökonomischen Gründen nicht im Innenstadtbereich angesiedelt werden können oder sollen. Andererseits haben sie die Aufgabe, die Bevölkerung des gesamten oberzentralen Einzugsgebiets mit Gütern zu versorgen, die vorrangig transportsensibel sind.

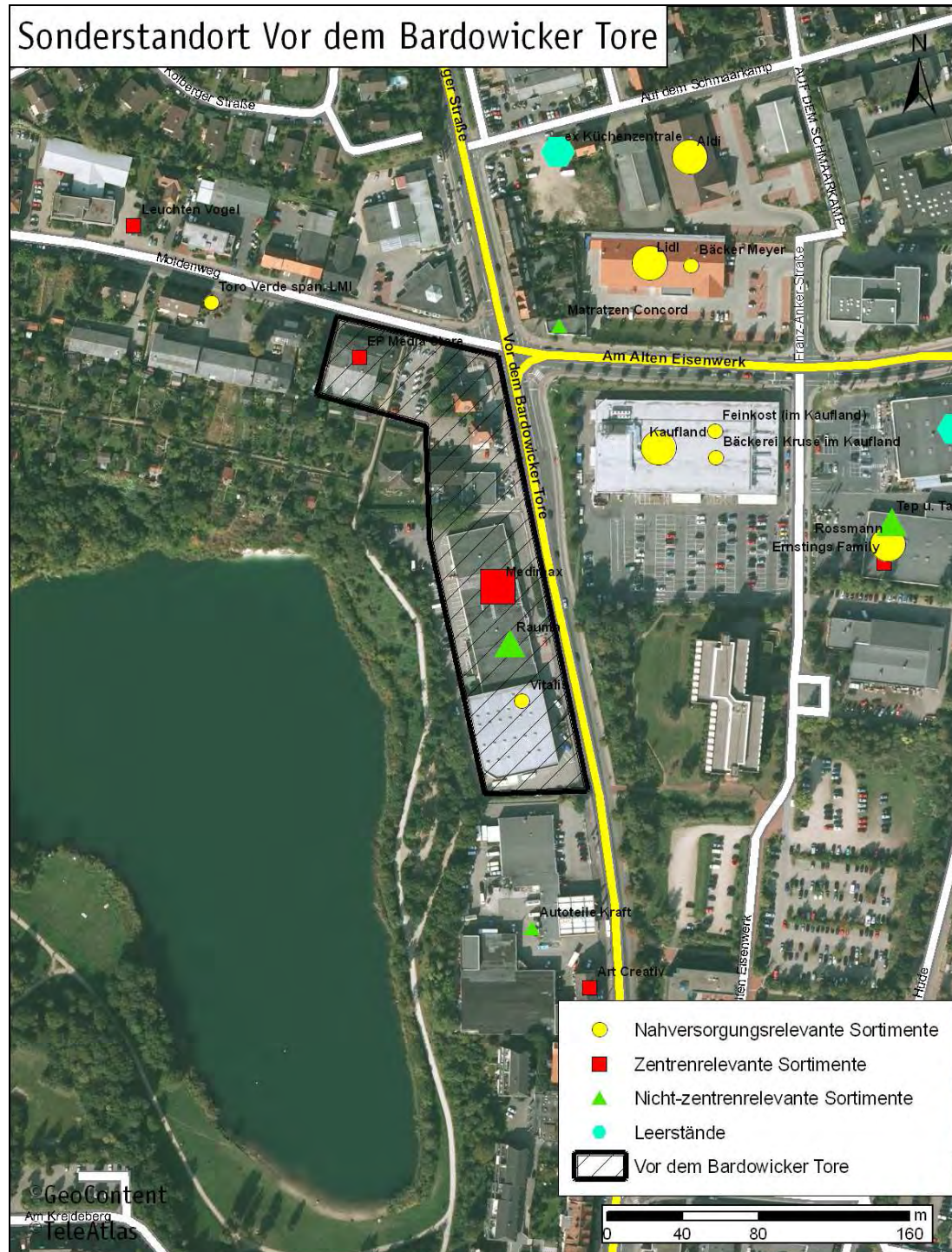
Beide Gebiete (Am Alten Eisenwerk mit überwiegend autoorientierter Nahversorgungsstruktur und Ilmenau-Center als Fachmarktstandort) haben eine erhebliche Bedeutung für die gesamtstädtische Angebotsstruktur und sollten im Rahmen ihrer Bestimmung und räumlichen Möglichkeiten weiterentwickelt und gepflegt werden.





### 5.3.2 Sonderstandort Vor dem Bardowicker Tore

Der Einzelhandelsstandort Vor dem Bardowicker Tore liegt im nördlichen Stadtgebiet von Lüneburg und grenzt direkt westlich an den Sonderstandort Am Alten Eisenwerk/Ilnenau Center an.







Als Magnetbetriebe sind der Elektrofachmarkt Medimax und der Möbelmarkt Rauma ansässig. Weitere Einzelhandelsbetriebe sind der Biomarkt Vitalis und ein EP Media Store-Elektrofachmarkt.



Foto: Elektrofachmarkt Medimax und Möbelmarkt Rauma  
 in der Straße ‚Vor dem Bardowicker Tore‘

Die Verkaufsfläche beträgt insgesamt gut 3.100 qm, wovon mehr als 1.900 qm auf den Elektrobedarf entfallen.

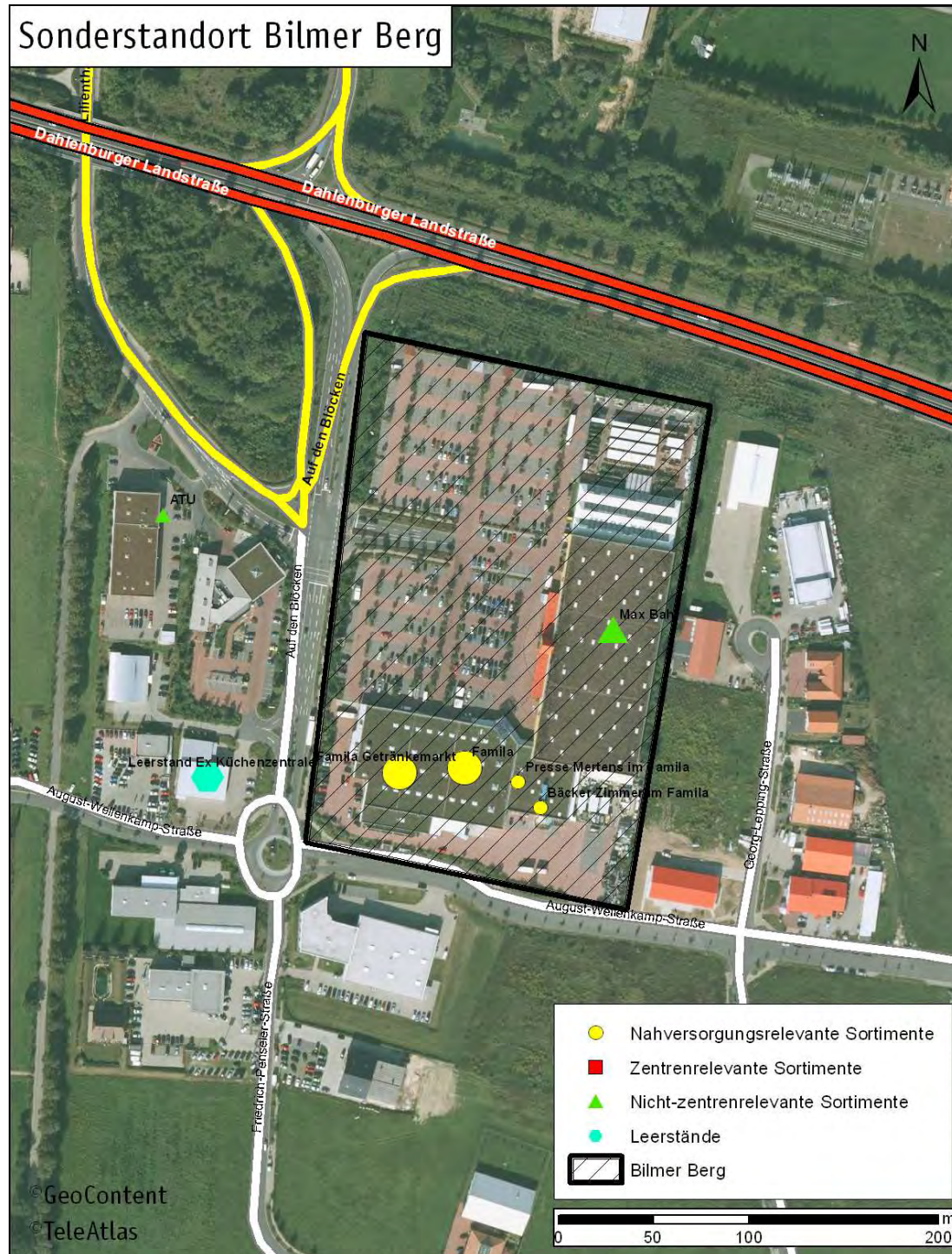
Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk		Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	100 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren		Foto, Film, Optik	50 qm
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung		<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	1.050 qm
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK		Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer	1.920 qm	Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren		Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>3.120 qm</b>		

Das Gebiet Vor dem Bardowicker Tore stellt eine historisch gewachsene Ansiedlung dar und ist aus gutachterlicher Sicht als städtebaulich dysfunktionale Entwicklung einzustufen. Aufgrund der Lage in Verbindung mit der Wasserfläche auf der straßenabgewandten Seite sollte hier eine mittelfristige Entwicklung in Richtung Bürodienstleistungen und/oder Wohnen eingeleitet werden.



### 5.3.3 Sonderstandort Bilmer Berg

Das Gewerbegebiet Bilmer Berg ist im östlichen Lüneburger Stadtgebiet südlich der Dahlenburger Landstraße (B 216) und östlich der Bundesstraße B 216 verortet.





Neben Gewerbebetrieben sind im nordöstlichen Bereich des Gewerbegebiets einzelhandelsseitig als Magnetbetriebe der Verbrauchermarkt Famila und der Bau- und Gartenfachmarkt Max Bahr angesiedelt. Im Vergleich zu 2008 hat das Küchenfachgeschäft Küchenzentrale seinen Standort ‚Auf den Blöcken 12‘ im Gewerbegebiet aufgegeben und ist nach Bavendorf ins östliche Lüneburger Umland umgezogen. Die Gesamtverkaufsfläche am Bilmer Berg hat sich dadurch auf rd. 12.200 qm verringert.

Als Sonderstandort für großflächigen Einzelhandel beträgt die Verkaufsfläche in der oben dargestellten Abgrenzung rd. 11.500 qm Verkaufsfläche.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	30 qm	Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	2.190 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren	200 qm	Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	
Bekleidung	200 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	5.970 qm
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK	250 qm	Gartenbedarf	2.500 qm
Elektro, Musikalien, Computer	80 qm	Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren	100 qm	Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>11.520 qm</b>		

Dieser Standort ist eigentlich als Gewerbegebiet ausgewiesen. Einzelhandelsansiedlungen konnten sich etablieren, da bauplanungsrechtlich früher weniger stringent verfahren wurde. Bei der derzeitigen Versorgungsstruktur in Lüneburg sollten Einzelhandelsnutzungen auf den abgegrenzten nordöstlichen Teilbereich beschränkt bleiben und die übrigen Flächen innerhalb des Gewerbegebiets künftig ausschließlich für Gewerbebetriebe i.e.S. genutzt werden.





Foto: Bau- und Gartenmarkt Max Bahr im Gewerbegebiet Bilmer Berg

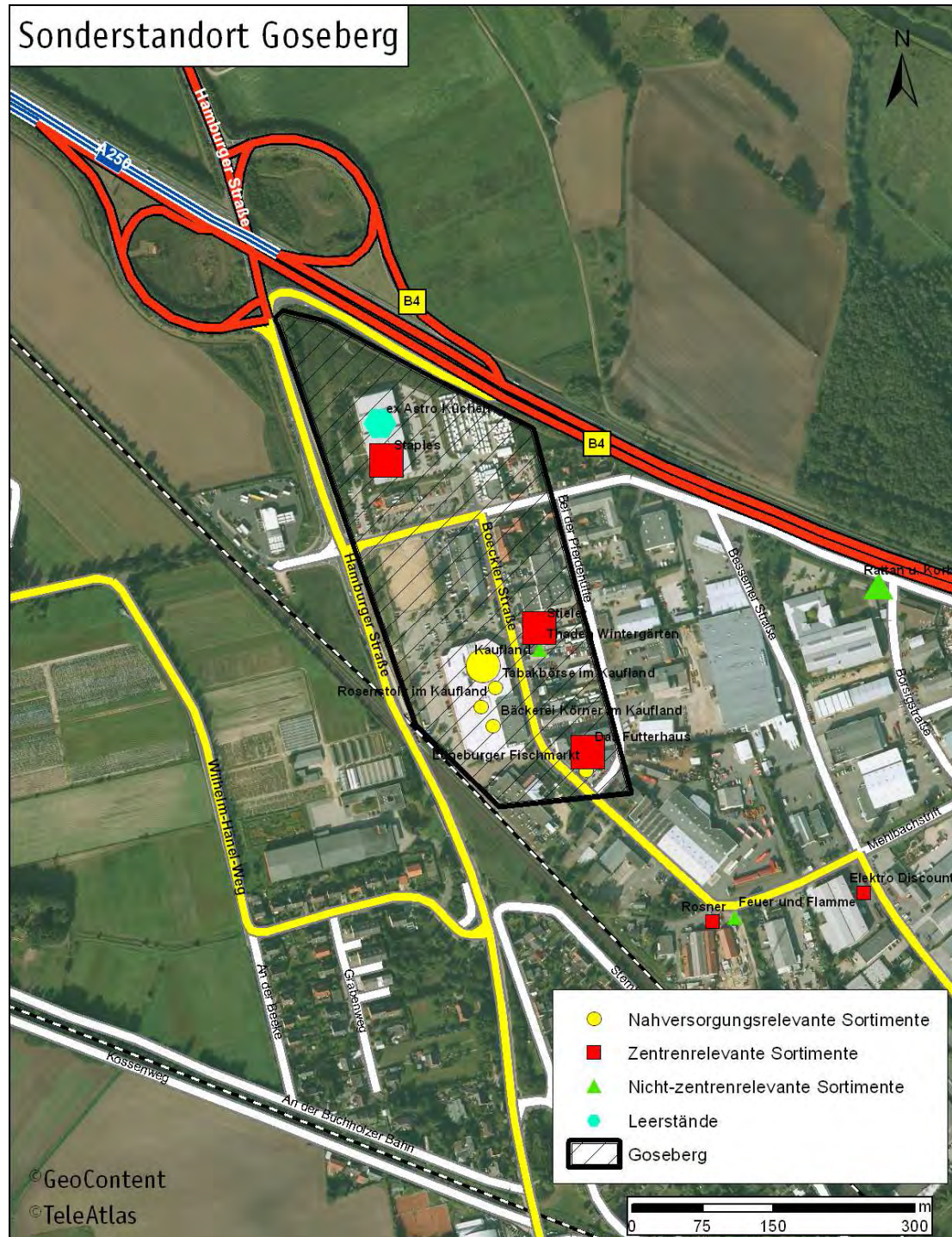


Foto: Verbrauchermarkt Famila im Gewerbegebiet Bilmer Berg



### 5.3.4 Sonderstandort Goseberg

Das Gewerbegebiet Goseberg liegt im Lüneburger Stadtteil Goseberg-Zeltberg südlich der Bundesstraße 4 und nördlich der Bahnlinie Hamburg-Uelzen.



Am Einzelhandelsstandort Goseberg sind die Magnetbetriebe konzentriert im nordwestlichen Teilbereich angesiedelt. Hierzu zählen neben dem Kaufland-Verbrauchermarkt der Bürofachmarkt Staples und das Elektrofachgeschäft Stiehl. Im übrigen Bereich des





Gewerbegebiets sind verstreut weitere Einzelhandelsbetriebe, schwerpunktmäßig Anbieter von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (u.a. Holz Herbst und Eisenvater), ansässig.



Foto: Kaufland-Verbrauchermarkt in der Boecklerstraße



Foto: Bürofachmarkt Staples in der Straße Bei der Pferdehütte





Als großflächiger Leerstand ist der bereits in 2008 bestehende Leerstand ‚Bei der Pferdehütte 5‘ (ehemals Astroh-Küchen) vorhanden. Die potenzielle Verkaufsfläche des Ladengeschäfts beträgt rd. 1.500 qm.



Foto: Leerstand (ehemaliger Küchenfachmarkt Astroh) neben Staples

Insgesamt beträgt die Verkaufsfläche an diesem Sonderstandort rd. 7.300 qm, wovon gut 4.000 qm auf den periodischen Bedarf entfallen.

Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk	70 qm	Bücher, Zeitschriften	50 qm
Nahrungs- und Genussmittel/LEH	3.980 qm	Papier, Büro, Schreibwaren	930 qm
Drogeriewaren		Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	770 qm
Bekleidung	200 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	240 qm
Lederwaren, Geschenkartikel	50 qm	Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	50 qm
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK	100 qm	Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer	820 qm	Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren	50 qm	Leerstand	1.550 qm
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>7.310 qm</b>		

Für das Gebiet Goseberg gilt das oben unter 5.3.3 über das Gewerbegebiet Bilmer Berg Gesagte. Die Einzelhandelsnutzung dieses Gewerbegebiets sollte auf den nördlichen Bereich beschränkt sein. Eine weitere Etablierung von Einzelhandelsbetrieben außerhalb des abgegrenzten Bereichs wird für dieses Gewerbegebiet – unabhängig von baurechtlichen Zulässigkeitsabwägungen – nicht empfohlen.



### 5.3.5 Fachmarktstandort Am Schwalbenberg

Der Einzelhandelsstandort Am Schwalbenberg ist direkt östlich der Bahnlinie Hamburg-Uelzen im Stadtteil Schützenplatz verortet.



Auf einer Gesamtverkaufsfläche von knapp 2.200 qm sind in einem zusammenhängenden Gebäudekomplex neben dem Babfachmarkt BabyTote der Zoomarkt Das Futterhaus, der Textildiscounter Kik sowie der Sonderpostenmarkt TEDI angesiedelt.



Flächensummen			
Sortiment	Verkaufsfläche	Sortiment	Verkaufsfläche
<b>Periodischer Bedarf</b>		<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Periodischer Bedarf Handwerk		Bücher, Zeitschriften	
Nahrungs- und Genussmittel/LEH		Papier, Büro, Schreibwaren	
Drogeriewaren		Foto, Film, Optik	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		übr. Freizeitbedarf/sonstiger Bedarf	1.320 qm
Bekleidung	620 qm	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
Schuhe		Wohnmöbel, Antiquitäten	
Lederwaren, Geschenkartikel		Teppiche, Heimtextilien	
Uhren, Schmuck, Metallwaren		Do-it-Yourself	
Parfümeriewaren		Freifläche Do-it-Yourself	
Hausrat, inkl. GPK	150 qm	Gartenbedarf	
Elektro, Musikalien, Computer		Freifläche Gartenbedarf	
Wohnaccessoires		<b>Leerstand</b>	
Spielwaren	100 qm	Leerstand	
Sport- und Campingbedarf			
<b>Gesamtfläche am Standort:</b>	<b>2.190 qm</b>		

An diesem Standort wurden Fachmärkte angesiedelt, ohne dass eine langfristige städtebauliche Weiterentwicklung vorgesehen ist. In soweit bestehen auch Bestrebungen, dort angesiedelte Betriebe an andere Standorte zu verlagern.

Eine Umstrukturierung im Besitz ist nur eingeschränkt möglich und sollte unter dem Vorbehalt stehen, dass ein Sortiment und/oder ein Betriebstyp angesiedelt wird, der eine Bereicherung für das oberzentrale Angebot der Stadt darstellt, an anderer Stelle nicht untergebracht werden kann und die gesamtstädtische Struktur nicht konterkariert. Dies ist durch einen entsprechenden Bebauungsplan abzusichern.

### 5.3.6 Fachmarktstandort Lüner Rennbahn

Dieser Standort wird durch den Unterhaltungselektronik-/Elektro-Fachmarkt „Media-Markt“ geprägt. Weiterhin befindet sich dort Harry’s Fliesenmarkt sowie ein Nahrungsmittelproduktionsbetrieb mit Ladenverkauf. Darüber hinaus besteht dort ein derzeitiger Leerstand eines Baumarkts, für den das branchenspezifische Baurecht noch besteht.

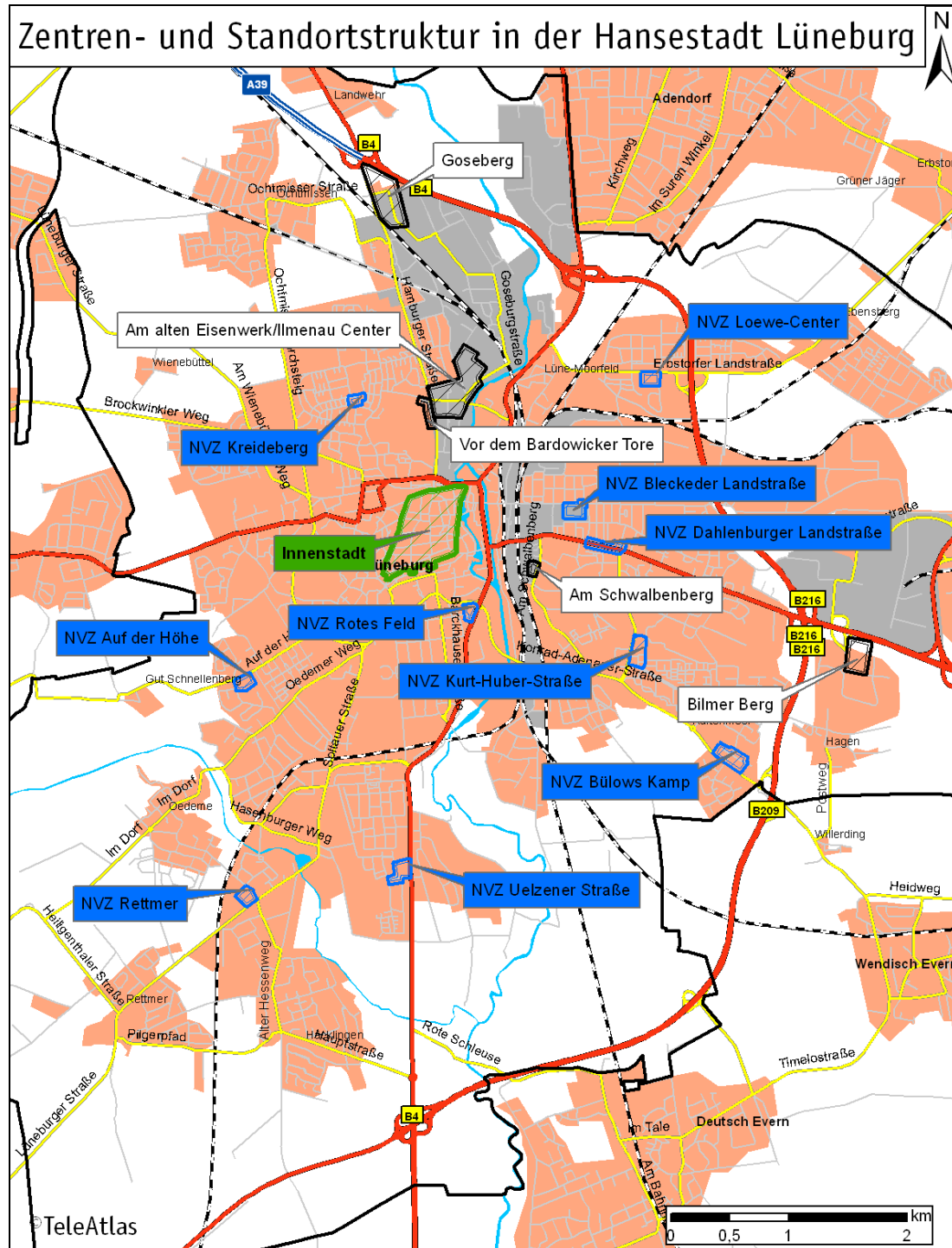
Im Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2008 wurde dieser Standort gleichrangig mit anderen Sonder- und Agglomerationsstandorten von Einzelhandelsfachmärkten aufgeführt.

Nach aktueller bauplanungsrechtlicher Einschätzung kann dieser Standort zwar noch als agglomerierter Fachmarktstandort bezeichnet werden, er weist aber nicht mehr die erforderlichen Eigenschaften eines „Zentrums“ auf, sondern ist in die Kategorie „Solitärstandort“ einzuordnen. Eine Aufnahme in die Karte der Lüneburger Zentrenstruktur erfolgt deshalb nicht mehr. In vorhandenen (leerstehenden) Immobilien können auch wieder Einzelhandelsflächen betrieben werden (z. B. ehemalige Max-Bahr-Baumarktfläche), solange das Planrecht nicht verändert wird. Allerdings wird eine kritische Verträglichkeitsuntersuchung mit der Prüfung der Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlen.





Die nachfolgende Karte zeigt somit zusammenfassend die Lage der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche sowie der fünf Einzelhandelssonderstandorte innerhalb des Lüneburger Stadtgebiets:





## 5.4 Kernstädtische Entwicklungsbereiche

### 5.4.1 Ilmenau II

Neben dem bestehenden Ilmenau Center ist auf dem Gelände der ehemaligen Keulahütte ein weiterer Neubaukomplex („Ilmenau II“) geplant, in dem ergänzende Fachmärkte angesiedelt werden sollen.







Auf dem Grundstück, das direkt an die Stellplatzanlage der bestehenden Fachmarkttagglomeration angrenzt, befinden sich derzeit noch ehemalige Produktions- und Lagerhallen, die aber im Rahmen der Vorhabenrealisierung abgerissen werden sollen.



Foto: Ilmenau II-Areal aus südlicher Richtung



Foto: Ilmenau II-Gelände aus Richtung Westen

Nach derzeitigen Planungen sollen ein SB-Möbel-Fachmarkt sowie ein Elektrofachmarkt auf dem Areal realisiert werden. Den Gutachtern liegen derzeit keine konkreten Verkaufsflächen vor. Bei einer Orientierung des Vorhabens am oben für die Hansestadt aufgezeigten Entwicklungsrahmen kann Ilmenau II dazu beitragen, die „kritische Masse“ zu erhöhen, um eine bessere Kundenfrequenz an diesem Standortbereich zu generieren. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass für das bestehende Ilmenau Center (Ilmenau I) im Elektrobereich noch Baurecht für 1.000 qm Verkaufsfläche besteht, welches derzeit nicht ausgenutzt wird. Die hierfür vorgesehene Fläche wird derzeit durch ein anderes Sortiment belegt (Zoo-fachmarkt), könnte aber bei entsprechender Marktnachfrage umgenutzt werden (vgl. Abschnitt 4.4.1).

Es wird angeregt, wie schon in der Fassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts von 2008 vorgeschlagen, den bestehenden MediaMarkt-Elektrofachmarkt an den Standort Ilmenau II zu verlagern und den Bereich Lüneburger Rennbahn als reines Gewerbegebiet (ohne großflächigen Einzelhandel) weiterzuentwickeln.





Sollte eine solche Verlagerung nicht möglich sein, wäre eine Veränderung des Baurechts im bestehenden Ilmenau-Center erforderlich. Entweder könnte eine Erhöhung der zulässigen Verkaufsfläche für das in Rede stehende Sortiment im Ilmenau-Center für die Errichtung eines entsprechenden Markts dienen oder dieses Sortimentssegment wird durch Änderung des B-Plans aus den textlichen Festsetzungen im B-Plan für dieses Objekt gestrichen. Der dann frei werdende Ansiedlungsspielraum könnte für die Einrichtung einer entsprechenden Fläche im Vorhaben „Ilmenau II“ genutzt werden. Grundsätzlich eignet sich dieser Standort für die Ansiedlung des hier in Rede stehenden Sortiments/Betriebs genauso wie der Standort „Ilmenau I“.

An dieser Stelle kann nur die an anderen Stellen bereits getroffene Aussage wiederholt werden, dass eine Aufteilung des Ansiedlungsspielraums für das Sortimentssegment „Unterhaltungselektronik/Elektro“ auf mehrere Standorte nicht zu marktgerechten Betriebsgrößen führen würde.

Für die Realisierung von Ilmenau II ist darüber hinaus die Verkehrssituation im Kreuzungsbereich Am Alten Eisenwerk/Auf der Hude/Lise-Meitner-Straße zu überprüfen und ggf. zu optimieren, da prospektiv ein höheres Verkehrsaufkommen zu bewältigen ist. Die verkehrliche Erreichbarkeit für Handelsbetriebe ist von erheblicher Bedeutung und nimmt somit auch Einfluss auf die ökonomische Existenzfähigkeit von Betrieben. Damit bestimmt sie auch die Auswahl möglicher Ansiedlungen von Sortimenten und/oder Betriebstypen.



### 5.4.2 Lucia-Gelände

Das ehemalige Produktionsgelände des in 2008 in Insolvenz gegangenen Strickwarenherstellers Lucia befindet sich unmittelbar östlich des Lüneburger Bahnhofs an der Dahlenburger Landstraße zwischen Pulverweg und der Straße Am Schützenplatz.







Im östlichen Teil des Grundstücks, auf dem sich noch ehemalige - tlw. vermietete - Produktionshallen befinden, plant ein privater Investor, in einem Neubau großflächigen Einzelhandel anzusiedeln.



Fotos: Relevantes Lucia-Gelände aus südlicher Richtung



Foto: Lucia-Areal,  
Dahlenburger Landstraße/  
Einmündung Am Schützenplatz

Foto: Lucia-Gelände  
aus nordöstlicher Sicht

Das direkte Umfeld des Grundstücks ist im Westen sowie insbesondere entlang der in nord-südlicher Richtung verlaufenden Gleise und dem Werksgelände der Deutschen Bahn durch Gewerbebetriebe geprägt. Während sich südlich berufsbildende Schulen anschließen, wird das nördliche und östliche Umfeld durch Wohnbebauung geprägt. Die Ilmenau sowie die Gleisanlagen fungieren als Barriere zwischen dem Vorhabenstandort und dem mittelalterlich geprägten Stadtkern.

Die Dahlenburger Landstraße (L 216) dient als östliche Verbindungsstraße zwischen dem Lüneburger Zentrum und östlichen Stadtteilen. Unmittelbar westlich von der Planfläche laufen überörtliche Straßen aus nördlicher, westlicher und südlicher Richtung zusammen (L 216, K 7, K 36). Im Norden verläuft die A 39, die sich als B 4/B 209 fortsetzt, diese Ostumgehung soll gemäß landesplanerischen Feststellungen des abgeschlossenen Raum-





ordnungsverfahrens prospektiv weiter als A 39 ausgebaut und gen Süden bis Wolfsburg verlängert werden.

Durch das derzeit schon hohe Verkehrsaufkommen auf der Dahlenburger Landstraße sowie die geplanten verkehrliche Baumaßnahmen in diesem Bereich, wird das durch das Vorhaben zusätzlich generierte Verkehrsaufkommen n.E. der Gutachter den innerörtlichen Erschließungsverkehr mehr als unwesentlich beeinträchtigen und zu einer kritischen Erhöhung des Verkehrsaufkommens führen. Hinzu kommt, dass dem Vernehmen nach die Deutsche Bahn in den nächsten Jahren umfangreiche Brückenarbeiten an der nahe gelegenen Überführung der Dahlenburger Landstraße beabsichtigt. Dadurch wird voraussichtlich mit zusätzlichen Verkehrsbeschränkungen zu rechnen sein, was die Leistungsfähigkeit des Straßenzuges weiter einschränken dürfte.

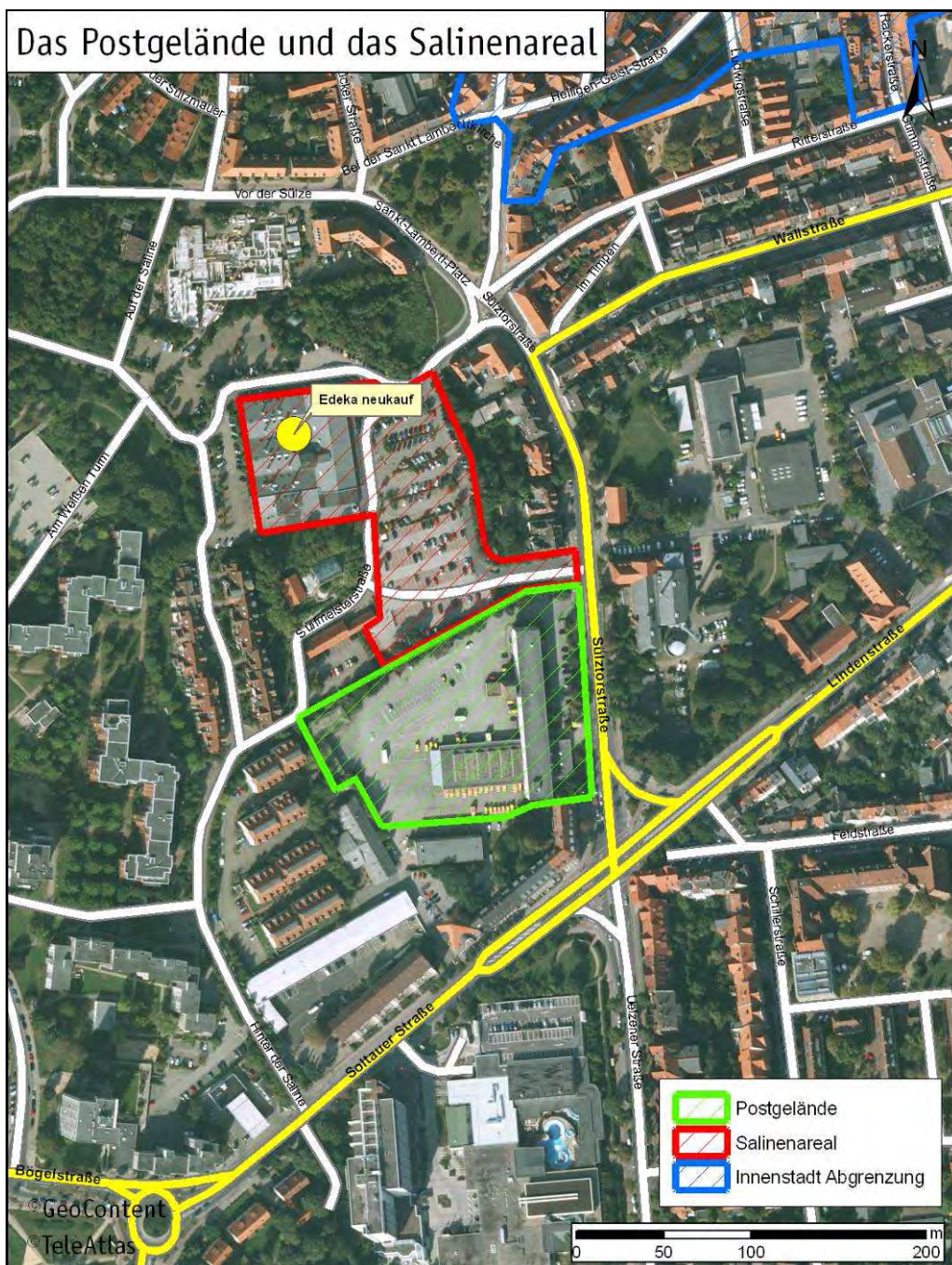
Außerdem würde ein weiterer zusätzlicher Einzelhandelsstandort zwischen den zentralen Versorgungsbereichen Lüneburger Innenstadt und Nahversorgungszentrum Dahlenburger Landstraße geschaffen (außerdem befindet sich nordöstlich des Areal noch das Nahversorgungszentrum Bleckeder Landstraße). Dies wäre an dieser Stelle nur vertretbar, wenn Sortimenten angesiedelt würden, die im Verlaufe der jüngeren Vergangenheit in der Umgebung des Objekts durch Betriebsaufgaben entfallen sein sollten und eine Wiederansiedlung zur „flächendeckenden Versorgung“ der Bevölkerung wünschenswert wäre. Hier kämen somit vorrangig Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten infrage.

Die Strukturanalyse der Hansestadt hat aufgezeigt, dass Lüneburg nur über ein Zentrum (die Innenstadt) verfügt und keine weiteren Zentren mit der Funktion von Stadtteilzentren bestehen. Dagegen gibt es etliche Nahversorgungszentren, die so regelmäßig – in annähernd idealtypischer Weise – über den Stadtraum verteilt sind, dass eine gute Versorgung der Bevölkerung – mit vergleichsweise kurzen Einkaufswegen – gesichert ist. Aus städtebaulicher Sicht besteht deshalb kein zwingender Bedarf für die Errichtung eines weiteren zentralen Versorgungsbereichs. Als Solitärstandort würde eine weitere Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten oder nicht-zentrenrelevanten Betrieben das Zentrenggefüge eher stören, was in besonders hohem Maße für ein Objekt in unmittelbarer – aber nicht integrierter – Innenstadt-Nachbarschaft zuträfe.



### 5.4.3 Postgelände/Salinenareal

Die Deutsche Post AG hat ihr Areal Sülztorstraße/Ecke Soltauer Straße veräußert. Auf dem unmittelbar südwestlich der Lüneburger Innenstadt gelegenen Gelände soll investorenseitig großflächiger Einzelhandel angesiedelt werden. Hierzu bestehen erste Planungen, den bestehenden Edeka-Verbrauchermarkt auf dem Salinenareal (Sülztorstraße 18) zu Gunsten einer Erweiterung des angrenzenden Salinenmuseums auf das Postareal zu verlagern und durch zentrenrelevante Fachmärkte und/oder -geschäfte sowie kleinteilige Shops zu ergänzen. Außerdem soll wieder eine Post-Filiale in dem Komplex integriert werden. Hierfür ist der Bebauungsplan Nr. 140 „Westliche Sülztorstraße“ in Aufstellung.







Die Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens soll zwischen 6.000 und 7.000 qm betragen, wovon auf den geplanten Edeka-Verbrauchermarkt ca. 3.000 bis 4.000 qm entfallen. Konkretere Angaben sind derzeit nicht bekannt.



Foto: Postgelände aus östlicher Sicht



Foto: Zufahrt auf das Postgelände  
von der Sülztorstraße



Foto: Posthof aus Richtung Nordosten



Foto: Posthof aus südwestlicher Sicht

Die Hauptzufahrt auf das Grundstück erfolgt über die Sülztorstraße, die nördliche Einfahrt über die Straße Auf der Harz soll beibehalten werden. Die ÖPNV-Anbindung ist über eine Bushaltestelle direkt vor dem Vorhabengrundstück gewährleistet.

Das Areal zeichnet sich durch seine nahe Lage zur Lüneburger Innenstadt aus, ohne aber einen direkten Anschluss an den definierten „Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt“ zu haben. Einerseits hat der abgegrenzte Raum im Südwesten nur noch einen mäßigen Besatz mit dadurch begrenzter Attraktivität, andererseits stellt der St.-Lamberti-Platz in seiner gegenwärtigen Form eher ein Hindernis als eine Brücke für den Kundenlauf dar. Für eine auch vom Verbraucher wahrgenommene Integration des Standorts in die Innenstadt bedürfte es daher deutlicher städtebaulicher Maßnahmen, deren Wirksamkeit dennoch nicht gesichert wären, da sich der dann neu gebildete Raum „Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt“ über eine erhebliche Ausdehnung erstrecken würde. Aus gutachterlicher Sicht wäre daher eine Behandlung des Standorts als „innenstadtnah“ sinnvoll, bei dessen künfti-





gem Besatz allerdings auf „Innenstadtverträglichkeit“ zu achten wäre. Dies schließt u.E. die Errichtung von großen Fachmärkten aus. Eine Verlagerung des Edeka-Markts kann selbst bei Vergrößerung der Verkaufsfläche als verträglich eingestuft werden. Die weiteren zur Verfügung stehenden Flächen sollten dagegen eher mit fachgeschäftsähnlichen Betriebstypen als mit preisaggressiven Fachmärkten ausgefüllt werden.

Aus städtebaulicher Sicht eignet sich damit der Standort für im baurechtlichen Sinne „großflächige“ (zukunftsfähige) Einheiten zentrenrelevanter Sortimente, die aufgrund der kleinteiligen Ladenflächen im abgegrenzten Innenstadtbereich nicht realisiert werden können. Die Großflächigkeit sollte dagegen keine „Großflächen“ im absatzwirtschaftlichen Sinne – also je nach Branche/Sortiment Fachmärkte mit deutlich über 1.000 qm Verkaufsfläche - beinhalten.

Der Öffnung des Grundstücks zum Lamberti-Platz und insbesondere zur Sülztorstraße sollte besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden, weil ohne diese ein in sich geschlossener Standort möglicherweise mit Eigenleben, aber mit der Funktion eines Solitärs entstünde.

#### **5.4.4 Bewertung der Potenziale der voranstehenden kernstädtischen Entwicklungsbereiche**

Während die in den vorangegangenen Abschnitten dargestellten zentralen Versorgungsgebiete aus ihrer historischen Entwicklung sowie daraus resultierend kraft ihrer Bedeutung für die Versorgung der innerstädtischen Bevölkerung und damit in ihrer Funktion im städtischen Gefüge sowohl schutzwürdig im Sinne der einschlägigen Bestimmungen (s. Abschnitt 5.1), als auch entwicklungswürdig, an etlichen Standorten auch entwicklungsfähig sind, erhalten die oben aufgeführten Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel ihre Bedeutung kraft kommunaler Planung in Verbindung mit der oberzentralen Versorgungsaufgabe, auch überregionale Anziehungskraft für den umliegenden Raum zu haben und Flächen für Betriebstypen mit hohem Flächenbedarf sowie transportsensiblen Sortimenten zur Abdeckung einer vollständigen Angebotspalette vorhalten zu müssen.

Beide o.g. Funktionen werden von (möglichen) Entwicklungsbereichen gemäß Kapitel 5.5 (noch) nicht wahrgenommen. Es ist zu prüfen, ob diese potenziellen Standorte bzw. Entwicklungsbereiche für den Einzelhandel geeignet sind, die städtische Angebotspalette funktionsgerecht zu erweitern. Hierbei sind sowohl städtebauliche als auch betriebswirtschaftliche/absatzwirtschaftliche Kriterien zu berücksichtigen.

Aktuelle Ansiedlungsbegehren bestehen vorrangig für das Sortimentssegment „Unterhaltungselektronik“. Weiterhin besteht die Absicht, Verbrauchermärkte (Schwerpunkt Lebensmittel) zu erweitern und neu anzusiedeln. Darüber hinaus besteht seit längerer Zeit bereits der Wunsch, auch ein Möbelhaus mit überregionaler Marktbedeutung innerhalb der Stadt zu etablieren.

Ein Möbelhaus/Einrichtungshaus hat typischerweise einen so hohen Flächenbedarf, dass es in den derzeit in Rede stehenden Entwicklungsbereichen nicht unterzubringen ist. Außerdem sind für solche Einheiten erhebliche verkehrliche Rahmenbedingungen erforderlich, die



i.d.R. erst in Verbindung mit dem Objekt geschaffen werden müssen. Dies bedeutet, dass ein überregional bedeutsames Einrichtungshaus losgelöst von einem bestehenden Einzelhandelsentwicklungskonzept zu prüfen und zu planen wäre und damit bei der hier vorzunehmenden Standortbewertung nicht zu berücksichtigen ist.

Erweiterungen und/oder Neuansiedlungen großflächiger Lebensmittelanbieter bzw. Verbrauchermärkte sind dagegen im Rahmen eines Einzelhandelsentwicklungskonzepts zu prüfen und zu bewerten. In den entsprechenden Abschnitten wurde die Eignung des Postgeländes für eine Erweiterung eines Lebensmittelanbieters und für weitere arrondierende Angebote bereits bestätigt. Ebenso wurde darauf hingewiesen, dass aufgrund der Versorgungsaufgabe des Ilmenau-Centers und der daraus resultierenden bauplanungsrechtlichen Einschränkungen dieses Sortimentssegment dort nicht zulässig sein soll. Für das Lucia-Gelände wurden die standortbedingten Limitierungen für dieses Sortimentssegment ebenfalls bereits dargestellt.

Somit bleibt abschließend die Eignung der drei Entwicklungsbereiche für das Sortimentssegment Unterhaltungselektronik zu bewerten.

Die drei oben genannten kernstädtischen Entwicklungsbereiche sind unter absatzwirtschaftlichen Gesichtspunkten grundsätzlich für die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsflächen – und auch für Unterhaltungselektronik-Fachmärkte – geeignet. Allerdings weisen die drei Gebiete eine sehr unterschiedliche städtebauliche Qualität bzw. Eignung für Einzelhandel auf. Vor dem Hintergrund beschränkter Ansiedlungsspielräume (insgesamt für die Stadt max. 1.800 qm Verkaufsfläche für Unterhaltungselektronik) ist daher eine Qualifizierung der Standorte im Sinne einer Optimierung funktionaler Arbeitsteilung vorzunehmen. Die gutachterliche Empfehlung basiert somit auf einer Rangfolge der Eignung der Grundstücke unter städtebaulichen Gesichtspunkten bei mittelfristig nur begrenzter Wachstumsmöglichkeit. Danach ist unter Würdigung aller Rahmenbedingungen dem Standort Ilmenau-Center die höchste Eignung für Unterhaltungselektronik zuzusprechen. Das Postgelände sollte dagegen für einen solchen Betriebstyp nicht eingesetzt werden, da es für ergänzende Innenstadtangebote das höchste Nutzungspotenzial bietet. Gegen den Lucia-Standort sprechen die verkehrlichen Restriktionen bzgl. der Erreichbarkeit und des prospektiv erhöhten Verkehrsaufkommens.

An dieser Stelle sei abschließend noch einmal auf die Funktion eines Einzelhandelsentwicklungskonzepts hingewiesen. Es stellt einen Orientierungsrahmen dar, der möglichst eingehalten werden sollte, aber nicht zwingend einzuhalten ist. Vielmehr besteht immer im Rahmen der Einzelfallprüfung die Möglichkeit – unter entsprechender fachlicher Begründung – Ausnahmeregelungen zu treffen. Dies trifft grundsätzlich auch für die etablierten zentralen Versorgungsbereiche zu. So ist außerhalb der Innenstadt und entsprechend gewidmeter Sonderstandorte die Neuansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten zu vermeiden, gleichwohl zur Verbesserung der Versorgung der Bevölkerung im Einzelfall z.B. auf dem Wege eines Dispenses möglich.

Ebenfalls soll in Erinnerung gerufen werden, dass auch ein politisch beschlossenes Einzelhandelsentwicklungskonzept die Einzelfallprüfung bei Erweiterungen und/oder Neuansiedlungen bei Großflächigkeit (über 800 qm Verkaufsfläche) nicht ersetzt. Verträglichkeitsprü-



funken nach den einschlägigen Bestimmungen des BauGB und der BauNVO sind in soweit auch weiterhin ebenso erforderlich wie die Prüfung einer sinnvollen Eingliederung von Erweiterungen/Ansiedlungen in den gesamtstädtischen Kontext.





## 5.5 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese auch primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden. Daher sollte angestrebt werden, dass sich eine Nachfrage nicht zuletzt auch nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht werden. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

### **am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung mit einem komplementären Angebot des Standortnetzes**

zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich allerdings im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen. Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Das

### **Prinzip der dezentralen Konzentration**

lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.

Als Herausforderung ist der sich verschärfende interkommunale Wettbewerb, als Chance die steigende Bevölkerungsplattform anzusehen. Die zentralörtliche Position der Hansestadt Lüneburg sollte vor dem Hintergrund attraktiver Einzelhandelsstandorte im Umland abgesichert und verstärkt werden. Dies setzt jedoch eine attraktive Einzelhandelsstruktur voraus. Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei künftig neben einer rein quantitativen vor allem auch an einer **qualitativen** Verbesserung orientiert werden.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche in Lüneburg weiterzuverfolgen:



- Positionierung des Haupteinkaufsbereichs als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transportsensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. „Lustkauf“ gelegt werden. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente sollte u.E. daher weiter ausgebaut werden.
- Für den „Lastkauf“ reiner Versorgung - und damit Bindung der Umlandbewohner - sollten auch weiterhin die Agglomerationsstandorte Ilmenau Center, Am alten Eisenwerk, GE Goseberg-Zeltberg und GE Bilmer Berg im Umfang ihres jetzigen Bestands fungieren. Zentrenrelevante Sortimente dürfen allerdings in diesen Standortbereichen nicht angesiedelt werden.
- Die übrigen Standortbereiche des Lüneburger Einzelhandels sollten primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs möglichst im fußläufigen Bereich ausgerichtet werden.

Diese fachliche Empfehlung bestätigt die Richtigkeit der bisherigen Ansiedlungspolitik in Lüneburg. Allerdings muss aufgrund der Dynamik in der Handelslandschaft der Betriebstypenwandel hinreichend berücksichtigt werden. Dies bedeutet, dass ein Einfrieren der derzeitigen Struktur kein Rezept für eine weiterhin florierende Handelsszene in Lüneburg darstellt, dass aber weitere Ansiedlungen behutsam erfolgen müssen und eine fachlich differenzierte Abwägung von zu erwartenden Vor- und Nachteilen, von Risiken und Chancen vorzunehmen ist.



## 5.6 Zur Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente („Lüneburger Liste“)

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Vorhaben hat die Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente. Die Einstufung eines Sortiments als „zentrenrelevant“ ist nicht allgemein definiert, sondern sie hängt von der individuellen Bedeutung der jeweiligen Sortimente für die einzelne Gemeinde ab. In soweit differieren die Sortimentslisten verschiedener Gemeinden hinsichtlich ihrer „zentrenrelevanten Sortimente“. Beispielsweise ist eine „Kölner Liste“ nur für Köln bindend und nicht allgemeingültig. Die Zentrenrelevanz für Lüneburg – also die „Lüneburger Liste“ - wird daher durch jene Sortimente bestimmt, die tatsächlich in der Lüneburger Innenstadt zentrenprägend sind und ihr den Charakter „typisch Lüneburger Innenstadt“ verleihen. Die Funktion einer solchen gemeindetypischen Sortimentsliste ist es, den eigenen Charakter einer Innenstadt in quantitativen und qualitativen Dimensionen begrifflich zu erfassen und so als Planungsinstrument zur Erhaltung und Stärkung des jeweils typischen – gemeindeindividuellen – Charakters zu dienen.

Die Definition einer gemeindetypischen Sortimentsliste – eben der „Lüneburger Liste“ – ist erforderlich, um eine gerichtsfeste Grundlage für bauplanungsrechtliche und genehmigungsrechtliche Entscheidungen hinsichtlich der (Un-)Zulässigkeit von Erweiterungs- und Ansiedlungsbegehren zu haben (vgl. hierzu die Ausführungen in Kap. 5.1).

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Lüneburg, die sich v.a. an der faktischen Zentrenrelevanz des Lüneburger Einzelhandels orientiert:

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten "Lüneburger Liste"		
hoch zentrenrelevante Sortimente	(bedingt) zentrenrelevante Sortimente	überwiegend nicht-zentrenrel. Sortimente
Bekleidung Schuhe/Lederwaren Geschenkartikel Uhren/Schmuck Hausrat /Glas/Porzell./Keramik Spielwaren Sportartikel Nahrungs- u. Genussmittel (nur Spezialeinzelhandel) Parfümerieartikel Blumen Bücher Schreibwaren/Büroartikel Foto/Optik	Unterhaltungselektronik Fahrräder Informationstechnik Wohnaccessoires/Deko Übriger Freizeitbedarf Nahrungsmittel Drogerieartikel Blumen Jagdbedarf	Möbel Bau- und Gartenbedarf Heimtextilien Teppiche Bodenbelag/Tapeten/Farben Kfz-Zubehör Zoobedarf Weiße Ware/Haushaltselektro Lampen/Leuchten Büroausstattungsbedarf
Quelle: Dr. Lademann & Partner.		

Die Bereiche Nahrungsmittel, Drogerieartikel und Blumen sind zugleich dem nahversorgungsrelevanten Bedarf zuzurechnen.

Die Lüneburger Liste stellt einen Orientierungsrahmen dar. Sie hat nicht die Funktion einer zwingenden Erlaubnis-/Verbotsliste. Ein Abweichen von den Orientierungsvorgaben der





Liste ist per Dispens fallweise möglich, erfordert jedoch eine besonders gewissenhafte Abwägung mit entsprechender Begründung für einen entsprechenden städtebaulichen Nutzen.

Grenzfälle stellen die Sortimente „Drogerie“ und „Unterhaltungselektronik“ dar. Wenn das Bauplanungsrecht auch keine Betriebstypendifferenzierung kennt, so hat sich in der Genehmigungspraxis eine Unterscheidung in „Drogerie“ und „Drogeriemarkt“ entwickelt. Während (heute kaum noch anzutreffende) „echte“ Drogerien als typisch zentrenrelevant einzustufen sind, haben sich die Drogeriemärkte aufgrund langjähriger Ansiedlungspraxis zu typischen Begleitangeboten von Lebensmittelbetrieben entwickelt, die nicht nur in Zentren verortet, sondern auch in Streulagen und gemischt genutzten Gewerbegebieten anzutreffen sind. Drogeriemärkte können in soweit auch als bedingt zentrenrelevant behandelt werden.

Eine ähnliche Entwicklung gilt für das Sortimentssegment „Unterhaltungselektronik“. Während die früher weit verbreiteten „Elektro- und Fernheshgeschäfte“ typische Innenstadtrelevanz auswiesen, hat sich durch die erhebliche Veränderung der Angebotsform dieser Sortimente in Fachmärkten eine Einstufung als bedingt zentrenrelevant durchgesetzt. In großflächigen Fachmärkten wird in der Praxis auch die Einstufung als überwiegend nicht-zentrenrelevant vorgenommen, da dieser Betriebstyp sich aus Gründen der überregionalen Ausstrahlung sowie der Besucherfrequenz mit der Folge hohen Verkehrsaufkommens tendenziell an verkehrsstrategisch günstigen Standorten in peripheren oder teilintegrierten Lagen etabliert hat.



## 6 Ziel- und Maßnahmenempfehlungen

### 6.1 Standortübergreifende Maßnahmen

Generell sollten eine Reihe allgemeiner Maßnahmen zur Profilierung der Stadt als attraktiver Einzelhandelsstandort sowohl aus Händler- als auch aus Kundensicht sowie von Seiten der Stadt/Wirtschaftsförderung ergriffen bzw. fortgeführt und intensiviert werden. Dabei ist es für den Erfolg der Maßnahmen von besonderer Wichtigkeit, dass klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden:

- Intensivierung eines Stadtmarketing-Prozesses und Vermarktung der Stadt als Ganzes, um u.a. die Position der Händler und das „Wir-Gefühl“ zu stärken;
- Sortimentsstrukturanalyse, in der einzelne Geschäfte nach der Qualität und Stabilität der Angebotsstruktur bewertet werden;
- weiterhin ist der für das Oberzentrum Lüneburg spezifische Charakter (historische Altstadt, großflächige Fußgängerzone) zur Differenzierung gegenüber dem Oberzentren Hamburg zu stärken und gleichzeitig eine Abhebung durch Betonung der Vorteile als Einkaufsmittelpunkt eines ländlichen Raums zu erzielen;
- weitergehende zielgerichtete Verknüpfung von Einzelhandel und Tourismus in der Stadt, um einzelhandelsseitig verstärkt vom steigenden Tourismusaufkommen zu profitieren.

### 6.2 Hinweise zu einzelnen Standortbereichen

#### 6.2.1 Innenstadtentwicklung

Die Innenstadt ist der wichtigste Standortbereich des Lüneburger Einzelhandels, da hier die Ausstrahlung des zentralen Orts definiert wird. Eine Definition ‚innenstadtrelevanter‘ Sortimente wird zwar häufig pauschal vorgenommen, muss im Einzelfall aber konkretisiert werden, da die zentrenrelevante Zuordnung einzelner Sortiments- oder Warengruppen

- einem dynamischen Prozess unterliegt (Beispiel: Weiße Ware wird erst seit wenigen Jahren auf der ‚grünen Wiese‘ angeboten),
- abhängig von der Größe des Zentrums ist (Lebensmittel sind z.B. in Städten der Größe Lüneburgs durchaus zentrentragend) und
- einzelne Warengruppen ihre zentrentragende Funktion nur in der Verbindung verschiedener Angebote entwickeln.<sup>13</sup>

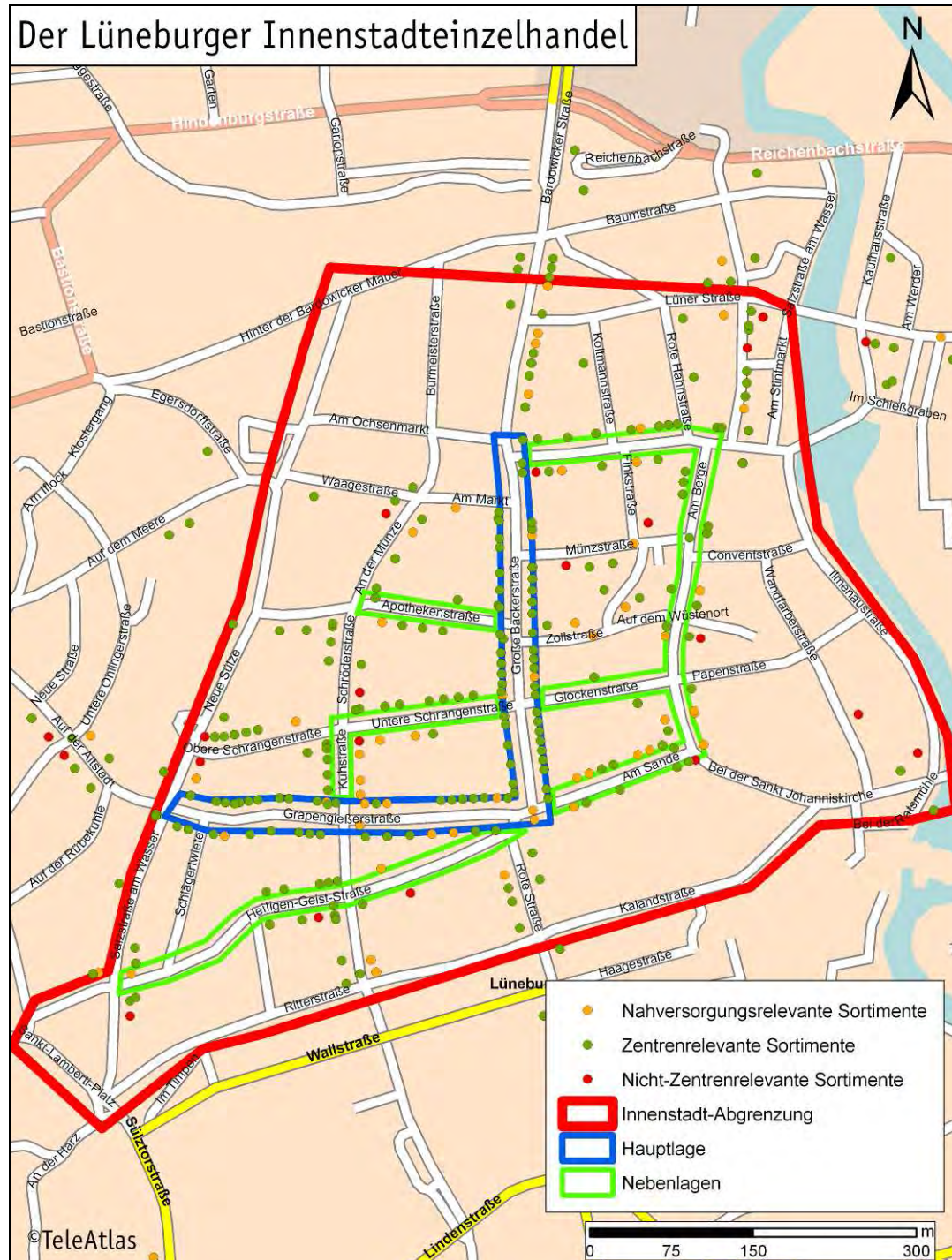
Daher sollte die Abgrenzung innenstadtrelevanter Sortimente vielmehr an handelsbezogenen und städtebaulichen Entwicklungszielen, wie z.B. Attraktivität und Multifunktionalität, ausgerichtet sein.

---

<sup>13</sup> Vgl. auch Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e. V. (BAG): Standortfragen des Handels, Köln, 5. Auflage 1995, S. 67 f.



Die folgende Karte (Abgrenzung Stand 2008) zeigt einen Überblick der verschiedenen Einkaufslagen in der Innenstadt und die Verteilung der Ladengeschäfte nach Branchengruppen differenziert.



Aus heutiger Sicht sollte die räumliche Abgrenzung leicht verändert werden (vgl. hierzu die Karten in Abschnitt 5.2.1). So wird empfohlen, im Nordwesten das Gebiet zwischen Ilmenau und der Baumstraße in den „definierten Versorgungsbereich Innenstadt“ einzubeziehen. Das Dreieck des St.-Lamberti-Parks sollte dagegen ausgegliedert werden. Ebenfalls





auszugliedern ist aus der Sicht der Gutachter der östliche Wohnbereich Ilmenaustraße/Wandfärberstraße sowie der Bereich nördlich der Ritterstraße und der Kalandstraße (mit Ausnahme der Fußgängerzonen in der Kuhstraße und Roten Straße).

In der Haupteinkaufslage Große u. Kleine Bäckerstraße/Grapengießerstraße werden überwiegend konzentriert zentrenrelevante Sortimente angeboten. Der Schwerpunkt liegt hierbei funktionsgerecht im Sortimentsbereich Bekleidung. Insbesondere das Warenhaus Karstadt sowie das Bekleidungskaufhaus P & C und die Filialisten H & M und Esprit sind attraktive Anlaufpunkte für die Lüneburger Bevölkerung. In den Nebenlagen werden ergänzend nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente vorgehalten. Das Angebot ist mit Ausnahme des Bekleidungskaufhauses C & A im Glockenhof sowie des Edeka-Verbrauchermarkts in der Straße 'Am Sande' allerdings überwiegend kleinflächig strukturiert.

Die Attraktivität des Lüneburger City-Einzelhandels insgesamt hat sich im Vergleich zur Strukturuntersuchung im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts 2003 nicht spürbar erhöht. Durch die Aufgabe des Warenhauses Kerber in der Grapengießerstraße ist ein wichtiger Ankerbetrieb innerhalb des südlichen Innenstadtbereichs verloren gegangen. Eine Ausweitung des Verkaufsflächenangebots halten die Gutachter vor dem Hintergrund der positiven Rahmenbedingungen Lüneburgs (prospektive Bevölkerungsentwicklung, Tourismuspotenzial) und des zunehmenden interkommunalen Wettbewerbs für geboten. Hierbei ist zu prüfen, ob durch Arrondierung von Immobilien auch mittelgroße und große (Fach-)Betriebe für die Innenstadt gewonnen werden können, da allein der kleinflächige Fachhandel die Attraktivität des Innenstadtangebots nicht sicherstellen kann.

Folgende sachliche und räumliche Schwerpunkte sind für die Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt anzustreben:

- Hoher Agglomerationsgrad in allen Sortimentssegmenten des mittleren und gehobenen Genres. Oberzentren haben nicht allein die Aufgabe der Versorgung mit Gütern des oberen und des Luxus-Genres, sondern auch die Bereitstellung des mittelfunktionalen Sortiments, d.h. also die Vorhaltung des allgemeinen Bedarfs mit Gütern aller Art. Insoweit stellt das „oberzentrale Angebot“ nur eine Ergänzung zum „allgemeinen Bedarf“ dar. Da es raumordnerische Aufgabe eines Oberzentrums ist, die Bevölkerung eines großen Raums zu versorgen, ist damit das Angebot auch nicht quantitativ auf die lokale Kaufkraft zu beschränken, sondern vielmehr auf die absatzwirtschaftlich erreichbare Kaufkraft auszurichten. Damit entfällt das für ein Mittelzentrum geltende „Kongruenzgebot“, wonach sich das (absatzwirtschaftliche) Marktgebiet mit dem (raumplanerischen) Verflechtungsraum decken soll. Eine „Überbesetzung“ mit Einzelhandelsangeboten tritt für ein Oberzentrum somit erst dann auf, wenn die Kaufkraftabschöpfung innerhalb des Marktraums nicht mehr gesteigert werden kann und eine räumliche Ausweitung des Marktraums aufgrund der Sogkraft des benachbarten Oberzentrums nicht möglich ist.
- Ausgeprägte Durchmischung des Angebots: In den Innenstädten der Ober- und Mittelzentren finden im aperiodischen Bedarfssegment (anders als bei Versorgungskäufen im periodischen Bedarf) ausgeprägte Koppelkäufe statt. Das erfordert ein abwechslungsreiches Angebot auf engem Raum. Die Attraktivität einer Innenstadt



bzw. einer Fußgängerzone wird daher durch das unmittelbare Nebeneinander von Gütern des allgemeinen, des höherwertigen und des Luxusbedarfs geprägt. Eine Schwierigkeit bereitet dabei allerdings die Steuerung des geeigneten Genres mit Mitteln des Baurechts, da dieses keine Differenzierung zwischen Fachgeschäften oder Fachmärkten oder gar Sonderpostenmärkten eines Sortimentssegments vorsieht. Erfahrungsgemäß ist die definitorische Grenze zwischen beispielsweise einem „preiswerten Textilgeschäft“ und einem „Einheitspreistextildiscounter“ fließend. Ohne der letztgenannten Kategorie die Existenzberechtigung in der Einzelhandelslandschaft absprechen zu wollen, kann dieser Angebotstyp dennoch die Standortqualität eines Straßenabschnitts erheblich beeinträchtigen. Hier ist eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsförderung und Immobilieneigentümer – ggf. unter Einbeziehung der Fachkenntnisse von IHK und EHV – empfehlenswert.

- Attraktivierung des öffentlichen Raums: Die aufwertende Wirkung durch Gestaltungsmaßnahmen im öffentlichen Raum steht außer Frage und „Straßenmöblierungen“ sind ebenso notwendige Elemente wie Pflasterung und Beleuchtung – und deren Funktionstüchtigkeit und Sauberhaltung. Der gewünschte Effekt wird aber erst erreicht, wenn durch hohe Frequenzen „Leben und Treiben“ bewirkt werden kann. Dies macht neben den genannten Elementen die Möglichkeit von Rundläufen erforderlich. Je mehr eine Verknüpfung der einzelnen Laufzonen bis hin zu einer geschlossenen Vernetzung den Gang durch die „Hauptstraße“ überflüssig macht, desto mehr Nebenlagen können zu Hauptlagen aufgewertet werden. Dies hat zur Folge, dass auch die Standortnachfrage seitens der Betreiber steigt und sich vor allem nicht nur auf wenige „beste Adressen“ beschränkt. Die Folge davon ist wiederum ein ausgeglicheneres Mietpreisniveau und eine vielseitigere und farbigere Angebotsstruktur. Für die Ansiedlung attraktiver Anbieter an (noch) Nebenlagen bietet sich das Instrument der BID's (Business Improvement Districts) an.
- „One Stop Shopping“ in der Innenstadt: Zur Vollständigkeit eines städtischen Angebots gehört seit langem auch die Möglichkeit, „alles unter einem Dach“ einkaufen zu können. In der Vergangenheit wurde dies durch die Warenhäuser (Vollsortiment) ermöglicht, die durch die Kaufhäuser (Fachsortimente) ergänzt wurden. Diese traditionelle Funktion wird zwar von den genannten Betriebstypen immer noch wahrgenommen, aber in abnehmendem Umfang. Dafür haben sich ergänzende, z.T. sogar substituierende Angebotstypen wie die innerstädtischen Shoppingcenter am Markt etabliert. Die Besonderheit solcher Einrichtungen ist den Warenhäusern vergleichbar: Es wird ein breites und tiefes Sortiment unter einem Dach mit der Möglichkeit des Einkaufs mit kurzen und witterungsunabhängigen Wegen vorgehalten. Das über Generationen erlernte Einkaufsverhalten („unter einem Dach“) wird auch weiterhin eine breite Kundenschicht erreichen und stellt damit eine großstadttypische Ergänzung zum kleinflächigen Fachhandel dar. Grundsätzlich bedeutet ein Verzicht auf einzelne Angebotsformen für einen Standort auch einen Verzicht auf jenen Teil der Konsumenten, der diese Form des Warenangebots bevorzugt und in-



soweit damit auch die Verdrängung eines Teils der örtlichen und regionalen Kaufkraft an andere Standorte.

- Aktives Innenstadtmarketing: Eine der Stärken geschlossener Einkaufszentren ist auch die Möglichkeit eines geschlossenen Marktauftritts durch koordinierte Werbung aus einer Hand. Dadurch gelingt es meistens, für ein Objekt oder einen Standort eine Marke ("Kaufhaus Lüneburg") zu entwickeln. Durch die Vielzahl der Beteiligten ist dies an Innenstadtstandorten (Straßenzüge) oder für die gesamte Innenstadt ungleich schwieriger. Gleichwohl ist es zunehmend wichtiger, für die Innenstadt ein standort- bzw. regionaltypisches Thema zu definieren und die „Marke“ nicht allein für die Haupteinkaufsstraßen, sondern für ein Areal mit mannigfaltigen Rundläufen zu entwickeln. Die an anderer Stelle detailliert dargestellte Mobilität der Kunden hat auch zu einem hybriden Käuferverhalten geführt, welches stark durch thematisch differenziertes Nutzungsverhalten geprägt ist. Als Erklärung hierfür mag in Analogie die ausgeprägte Differenzierung in der Gastronomie dienen: Ebenso wie man je nach Tageslaune „zum Italiener, Griechen oder Chinesen etc.“ geht, wird das Einkaufen in Innenstädten künftig auch durch bestimmte Erwartungshaltungen oder ein Einkaufsmotto vorgeprägt sein (vgl. hierzu das Konzept des „Mediterraneo“ in Bremerhaven). Ein Alleinstellungsmerkmal ist nicht für alle Städte/Innenstädte entwickelbar, aber für Lüneburg wurde mit der Stadtgeschichte und deren architektonischer Erlebbarkeit ein historisch schlüssiges und damit für den Besucher glaubwürdiges Thema besetzt, welches noch erhebliche Ausbaupotenziale besitzen dürfte.
- Besucherfreundliche Erreichbarkeit: Da es raumordnerisch zwischen Oberzentren keine hierarchische Abstufung gibt (auch nicht gegenüber einer „Metropole“), bestimmt städtebauliche Attraktivität und Vollständigkeit des Dienstleistungsangebots i.w.S. die Leistungsfähigkeit eines Standorts. Dabei ist der Komfort für die Bewohner und Besucher ein wesentlicher Standortfaktor. Unter Komfort ist dabei zu verstehen, dass die Stadt, die Innenstadt, die zentralen Einkaufsbereiche und die einzelnen Magnetbetriebe nicht nur objektiv (aus der Sicht der Verkehrsplaner) gut erreichbar sein sollen, sondern dass sie auch aus Sicht des Verbrauchers bequem erreichbar sein müssen. Um ein Zentrum – oder ein städtisches Quartier – hinreichend attraktiv zu machen, ist daher nicht nur das Zentrum selbst unter Wettbewerbsgesichtspunkten zu optimieren, sondern seine Erreichbarkeit mit dem ÖPNV und dem MIV ebenfalls. Das beschränkt sich nicht allein auf Straßen und Wege, sondern schließt auch die Regelung und Organisation des ruhenden Verkehrs mit ein. Hier gilt das oben Gesagte: Ein Verzicht auf einen Teil der Verkehrsmittel oder auf verbrauchergerichte Annehmlichkeiten bedeutet Verzicht auf Kunden und damit auf Kaufkraft sowie deren Verdrängung an andere (attraktivere) Standorte.

Trotz der hohen – und wohl auch noch weiter steigenden – Wegekosten wird die Auswahl des Einkaufsorts weniger durch die räumliche Entfernung vom Wohnort bestimmt als durch die Gewissheit, am aufgesuchten Ort auch wirklich die gesuchte Ware/Dienstleistung/Atmosphäre zu finden. Insoweit gehen bequeme Erreichbar-





keit und vollständiges Angebot als Kundenziel konform und stellen eine notwendige Bedingung für die Akzeptanz des Einkaufsorts dar.

Die aufgeführten Kriterien zur Erhöhung der Attraktivität einer Stadt/Innenstadt im Allgemeinen oder eines einzelnen Standorts im Besonderen gelten grundsätzlich für alle Kommunen und zentralen Orte, unabhängig von ihrer raumordnerischen Funktion. Während bei hierarchisch nachrangigen zentralen Orten aber die Rücksichtnahme auf benachbarte Kommunen die aktive Ansiedlungspolitik stark einschränkt, sind die Handlungsspielräume von Oberzentren deutlich größer und im Wesentlichen durch die absatzwirtschaftlichen – ökonomischen – Spielräume begrenzt. Die Entwicklungsmöglichkeiten hängen damit vorrangig von der Verbraucherneigung ab. Großflächige Ansiedlungen, thematische Schwerpunktsetzungen oder signifikante städtebauliche Strukturmaßnahmen sollten deshalb nicht in Angriff genommen werden, solange keine zuverlässigen Erkenntnisse über Wettbewerbsstandorte oder/und Wettbewerbsprojekte sowie das aktuelle Verbraucherverhalten und die künftige Verbraucherneigung vorliegen. Über ein allgemeines Einzelhandelsentwicklungskonzept hinausgehende Untersuchungen sind insoweit dann zu empfehlen, wenn nicht nur städtebaulich-einzelhandelsbezogene Strukturkenntnisse erwartet werden, sondern auch Entscheidungen über konkrete Projekte zu treffen sind. In einem solchen Fall sind qualitative und quantitative Aspekte konkreter Vorhaben ebenso in ihren möglichen Auswirkungen zu bewerten und abzuwägen wie deren städtebauliche und ökonomische Auswirkungen. Hierüber können gutachterlicherseits aber erst Empfehlungen ausgesprochen werden, wenn konkrete Fakten über Marktab- oder -zugänge bekannt und zu untersuchen bzw. zu bewerten sind.

### **6.2.2 Sonstige Agglomerationsstandorte**

Bei den sonstigen Agglomerationsstandorten sollte die zukünftige Entwicklung auf das neu entwickelte Ilmenau Center mit angrenzendem 'Am alten Eisenwerk' sowie auf die Standorte ‚nördliches Gewerbegebiet Goseberg-Zeltberg‘ und ‚Gewerbegebiet Bilmer Berg‘ fokussiert bleiben. Diese fachmarktorientierten Standorte spielen insbesondere hinsichtlich der oberzentralen Ausstrahlung vor allem bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine wichtige Rolle. Bezogen auf die Agglomeration ‚Lüner Rennbahn‘ sollte geprüft werden, ob eine Verlagerung der Betriebe Media Markt und Harry's Fliesenmarkt an einen innenstadtnäheren, stärker integrierten Standort (z.B. ‚Ilmenau Center‘) möglich ist.



### 6.2.3 Übrige Standortbereiche

Im sonstigen Lüneburger Stadtgebiet ist die Sicherung der wohnortnahen Versorgung durch Anbieter des nahversorgungsrelevanten Bedarfs anzustreben, um hier die fußläufige Nahversorgung zu gewährleisten. In erster Linie ist für die Absicherung der bestehenden Betriebe Sorge zu tragen. Vor dem Hintergrund der steigenden Einwohnerzahlen sind weitere Expansionspotenziale vorhanden und sollten für Geschäftserweiterungen bereits bestehender Nahversorgungsbetriebe bzw. für die Neuansiedlung kleiner Verbrauchermärkte (VKF zwischen 800 und 1.500 qm) genutzt werden.

Bei der künftigen Einzelhandelsentwicklung sollte auch weiterhin der Fokus auf der Innenstadtentwicklung liegen, um sich im zunehmenden interkommunalen Wettbewerb behaupten und den veränderten (positiven) sozioökonomischen Rahmenbedingungen gerecht werden zu können. Hierbei dürfen großflächige Betriebe (Fachgeschäfte und Fachmärkte) nicht ausgegrenzt bleiben.



## 7 Zusammenfassung der Maßnahmenempfehlungen zur Weiterentwicklung des Lüneburger Einzelhandels

Die Hansestadt Lüneburg weist in ihrer gegenwärtigen Einzelhandelsstruktur eine annähernd idealtypische Verteilung von Versorgungszentren auf. Es ist der Stadtplanung gelungen, nicht nur das traditionelle „mittelalterliche/mitteleuropäische“ Stadtmodell weitgehend zu erhalten, sondern auch eine moderate Anpassung an zeitgemäße Anforderungen einer verbraucher- und marktgerechten Angebotsstruktur umzusetzen. Konzessionen an Großbetriebsformen sind durch zurückhaltende Genehmigungspraxis in soweit gelungen, als Angebote an zumeist vertretbaren Standorten zugelassen wurden. Diese Einzelhandelsentwicklungspolitik ist auch unter aktuellen Markterfordernissen aufrecht zu erhalten, wenn neue Ansiedlungen – insbesondere großflächige Betriebstypen – nur dort und an den Standorten angesiedelt werden, wo sie einerseits die vorhandene intakte Versorgungsstruktur nicht beeinträchtigen und wo sie andererseits Versorgungslücken schließen oder marktübliche – noch nicht in Lüneburg vertretene – Betriebsformen als qualitative Ergänzung des bisherigen Angebots bereichern.

- Die Pflege und Absicherung der Funktionstüchtigkeit der Innenstadt als „Kaufhaus Lüneburg“ sollte als „Marke“ nicht allein vom städtischen Stadtmarketing, sondern auch von einer breiten Kaufmannschaft betrieben werden. Ihr sollte auch weiterhin dauerhaft vorrangige Aufmerksamkeit geschenkt werden. Zur Stärkung der Marke Innenstadt ist eine räumliche Ausweitung der 1a-Lagen durch Verdichtung von geringer besetzten Zwischenlagen wünschenswert. Angebotslücken sollten insbesondere in den Nebelagen der Kernzone geschlossen werden, um so verbesserte „Rundläufe“ zu schaffen. Dies hätte zur Folge, dass sich 2a- und 2b-Lagen zu 1a-/1b-Lagen entwickeln würden.
- Innerhalb der definierten „zentralen Versorgungsbereiche“ ist in den Kerngebieten eine Angebotsverdichtung sinnvoll. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass vorrangig Güter des periodischen Bedarfs hinzukommen und zentrenrelevante Sortimente weitgehend vermieden werden (geringfügige Flächen mit solchen Artikeln als Randsortiment sind i.d.R. unschädlich).
- Neue Nahversorgungszentren sind zur wohnnahen Versorgung der Bevölkerung so lange nicht erforderlich, solange bisherige Wohngebiete nicht erheblich wachsen oder neue Quartiere mit entsprechender Bevölkerungsdichte entstehen.
- Neue Ansiedlungen in Streulagen sollten nur dort entstehen, wo eine objektive Unterversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs erkennbar ist. Dies kann durchaus zu ökonomischen Misserfolgen führen, da gering besiedelte Quartiere i.d.R. keine ausreichende ökonomische Basis für einen Betrieb aufweisen. Solche Ansiedlungsentscheidungen hängen nicht zuletzt von unternehmerischem Kalkül ab, in soweit sind auch Ansiedlungsexperimente nicht a priori abzulehnen.
- Die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben (bis 800 qm Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten in Streulagen sollte über eine „bauleitplanerische Feinsteuerung“ erfolgen. Hierfür dient die Aufstellung der auszuschließenden zentrenrelevanten Hauptsortimente (Lüneburger Liste) als Grundlage. Die generelle Unzulässigkeit der Ansiedlungsmöglichkeiten außerhalb der im Zentrenkonzept definierten zentralen Versorgungsbereiche könnten z.B. durch eng gefasste Ausnahmeregelungen ermöglicht werden. Z.B. könnten zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe (bzw.





deren Erweiterung) zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche eine bestimmte Größenordnung (z.B. 400 qm<sup>14</sup>) nicht übertrifft. Agglomerationen von mehreren Ladengeschäften mit Verkaufsflächen von weniger als 400 qm sollten jedoch hierbei konsequent vermieden werden. Die Ausnahmeregelungen sollten außerdem ausdrücklich nicht für Standorte in GE/GI-Gebieten gelten.

- Neue Ansiedlungen großflächiger Betriebe sollten vorrangig an den bestehenden Sonderstandorten erfolgen. Ausnahmen sollten nur für solche Vorhaben gelten, die erheblichen Flächenbedarf haben, welcher an den etablierten Standorten nicht zu decken ist und die zugleich marktgängige – aber in Lüneburg noch nicht vorhandene – Sortimente oder Betriebsformen vorsehen.
- Als Beispiel könnte hier angeführt werden: innerstädtisches Shoppingcenter, großes Möbel-/Einrichtungshaus, Factory-Outlet-Center o.ä. In jedem Fall sind für solche Vorhaben jedoch umfangreiche und kritische Verträglichkeitsuntersuchungen vorzunehmen.
- Der in Abschnitt 4.2 dargestellte Ansiedlungsspielraum stellt einen groben Orientierungsrahmen dar. Da mit den gerechneten Verdrängungsquoten von max. 4 % und 7 % die üblicherweise angewendete Verträglichkeitsgrenze noch nicht voll ausgeschöpft ist, können auch – nach Einzelfallprüfung – geringfügige Überschreitungen der genannten Spielräume hingenommen werden.

---

<sup>14</sup> Eine Verkaufsflächengröße von 400 qm ist unter Berücksichtigung des laufenden Strukturwandels im Einzelhandel derzeit als marktübliche Mindestgröße für (überwiegend filialisierte) Fachmärkte bzw. -geschäfte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten allgemein anerkannt. Von Betrieben mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche kann i.d.R. angenommen werden, dass keine mehr als unwesentlichen Wirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche ausgehen, da sie keine strukturprägende Funktion erfüllen.



## 8 Ergebnis und abschließende Empfehlungen

Es ist anhand der Untersuchungen deutlich geworden, dass das Oberzentrum Lüneburg seine starke Stellung in der Region im Grundsatz erhalten konnte, dass aber die Stadt und ebenso die Innenstadt den Veränderungen in der Handelslandschaft genau so unterworfen ist wie jeder andere Einzelhandelsstandort auch. Selbst in eine Innenstadt hineinpassende Anbieter, die strukturell erwünscht sind und grundsätzlich als Bereicherung des örtlichen Angebots anzusehen sind, liegen außerhalb politischer oder verwaltungsmäßiger Einflussmöglichkeiten. Auf die Marktdynamik im Einzelhandel ist daher zu reagieren, indem Möglichkeiten eröffnet werden, die die Angebotsstruktur per saldo stärken und die Tendenzen und Trends im Markt aufnehmen. Für Lüneburg bestehen hierfür sehr gute Voraussetzungen, da, getragen von einer wachsenden Bevölkerungs- und Nachfrageplattform, Entwicklungsspielräume bestehen, die sowohl Raum für ökonomisches Wachstum der örtlichen Kaufmannschaft bieten als auch für die Verbreiterung der Angebotspalette.

Die ermittelten verdrängungsneutralen Ansiedlungsspielräume sind unter vorsichtiger Betrachtungsweise errechnet worden. Es gibt derzeit nach Wissen der Gutachter nur wenige Vorhaben, die geeignet wären, die Spielräume aufzuzehren. Damit besteht ein erheblicher Freiheitsgrad für stadtplanerische Überlegungen im Hinblick auf die Weiterentwicklung und Stärkung des Oberzentrums vor dem Hintergrund des interkommunalen Wettbewerbs.

Konkret konnte festgestellt werden, dass die Ansiedlungen im weiteren Einzugsgebiet von Lüneburg keine signifikanten Auswirkungen auf die Stadt und die Innenstadt hatten. Dies trifft sowohl für den Marktzugang des Luhe-Parks in Winsen als auch für das Phoenix-Center in Harburg zu. Wenn Letzteres auch das Lüneburger Einzugsgebiet im Westen schärfer begrenzt als vor dessen Eröffnung und weniger Kaufkraft aus dieser Region nach Lüneburg gelenkt werden kann, so ist dennoch das Nachfragepotenzial innerhalb des Lüneburger Marktraums seit der vorletzten Untersuchung im Jahre 2003 gestiegen und wird sich auch weiterhin positiv entwickeln. Die großflächige Ansiedlung auf dem Gelände der ehemaligen Keulahütte lässt keine für die Innenstadt unzuträglichen Folgeerscheinungen erkennen, vielmehr hat dieses Projekt dazu beigetragen, die Angebotsbreite des Einzelhandels in der Stadt zu stärken und auch durchaus städtebaulich wünschenswerte Standortbereinigungen zu bewirken. Zwar nur im Rahmen der Spekulation – dies aber durchaus nicht unbegründet – darf die Annahme geäußert werden, dass das Ilmenau-Center mit dazu beigetragen hat, Ansiedlungen an landesplanerisch und raumordnerisch dysfunktionalen Standorten zu vermeiden.

Weiterhin konnte festgestellt werden, dass für die meisten Sortimentssegmente eine vergleichsweise hohe Einzelhandelszentralität gesichert werden konnte, dass aber zugleich Defizite aufgedeckt wurden, die es durch gezielte Akquisitionsmaßnahmen (z.B. der Wirtschaftsförderung) zu schließen gilt. Eine deutliche Versorgungslücke im periodischen Bedarf im Südwesten der Stadt konnte durch ein neues Nahversorgungszentrum geschlossen werden.

Die übrigen Nahversorgungszentren bzw. innerstädtischen Nebenzentren sollten in ihrer Funktion gestärkt werden. Dies erfolgt am sinnvollsten, wenn außerhalb dieser Standorte



keine weiteren großflächigen Betriebe mehr angesiedelt werden und Angebotslücken (außerhalb in der Innenstadt) nur noch innerhalb der bestehenden Zentren oder im unmittelbaren Kontext mit ihnen zugelassen werden. Diese Einschränkung gilt im Sinne einer möglichst flächendeckenden wohnnahen Grundversorgung nicht für kleinflächige Betriebe des periodischen Bedarfs.

Für weitere (neue) Versorgungsschwerpunkte besteht aus gutachterlicher Sicht derzeit kein Bedarf. Bei wesentlicher Zunahme der Wohnbevölkerung ist allerdings eine Neubewertung denkbar. Außerdem sollte sich die Stadt keine Beschränkungen auferlegen, wenn die Ansiedlung großflächiger Spezialanbieter mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zur Entscheidung anstünde. Das typische Beispiel für solche Anbieter waren bisher Baumärkte oder Einrichtungshäuser. Erstgenannter Betriebstyp sollte wohlwollend in Erwägung gezogen werden, wenn an verkehrlich integriertem Standort eine Verbreiterung des Angebots durch wettbewerbsrelevante Betriebe gelänge. Der zweitgenannte Betriebstyp dürfte einerseits durch die Nähe zu Buchholz und Uelzen, andererseits aber auch durch den hohen Anteil zentrenrelevanter Sortimente nicht unproblematisch sein. Hier wäre zuvor eine qualifizierte Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich. Gleiches gilt auch für jede großflächige Ansiedlung innerhalb der Innenstadt. Selbst wenn aufgrund bestehenden Baurechts (Kerngebiet, SO-EH-Flächen) solche Ansiedlungen zulässig sind, sollte versucht werden, zur Erhaltung des labilen Gleichgewichts in der Angebotsstruktur auf die Inhalte Einfluss zu nehmen. Dies gilt umso mehr für Projekte, für die das erforderliche Baurecht erst zu schaffen ist.

Hamburg, August 2011

Hans-Joachim-Torke

Michael Schmidt

Dr. Lademann & Partner GmbH





## Anhang

### Branchenschlüssel Dr. Lademann & Partner:

BRS	BRANCHE	OBERBRANCHEN
PBH NUG DRO	Periodischer Bedarf, Handwerk Nahrungs- und Genußmittel, LEH Drogeriewaren	Periodischer Bedarf
BEK SCH LDG USM PFM HSR EMC WAS SPW SCB BÜZ PBS FFO ÜFB SHW	Bekleidung Schuhe Lederwaren, Geschenkartikel Uhren, Schmuck, Metallwaren Parfümeriewaren Hausrat Elektro, Musikalien, Computer Wohnaccessoires Spielwaren Sport- und Campingbedarf Bücher, Zeitschriften Papier, Büro, Schreibwaren Foto, Film, Optik übriger Freizeitbedarf Sonstiger Bedarf	Zentrenrelevanter Bedarf
WMA THT DIY GAB	Wohnmöbel Teppiche, Heimtextilien Do-it-yourself Gartenbedarf	Nicht-zentrenrelevanter Bedarf
LS	Leerstand	