



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

## Die Harburger Straße 11 in Schneverdingen als Standort für einen Lebensmitteldiscounter

Verträglichkeitsanalyse zu den Auswirkungen  
eines Neubau- und Erweiterungsvorhabens



im Auftrag der Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG  
Hamburg, April 2016/Juni 2017



**Dr. Lademann & Partner**

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

## Die Harburger Straße 11 in Schneverdingen als Standort für einen Lebensmitteldiscounter

Verträglichkeitsanalyse zu den Auswirkungen  
eines Neubau- und Erweiterungsvorhabens

Projektnummer: 16DLP1977

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling  
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Sascha Denneng

im Auftrag der  
**Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG**  
Walther-Blohm-Str. 19-20  
21279 Wenzendorf

erarbeitet durch  
**Dr. Lademann & Partner**  
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH  
Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Altmarkt 10d · 01067 Dresden  
Prinzenallee 7 · 40549 Düsseldorf  
Königstraße 10c · 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



## Inhalt

---

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	1
<b>2</b>	<b>Analyse von Mikrostandort und Vorhaben</b>	<b>3</b>
2.1	Mikrostandort	3
2.2	Vorhabenkonzeption	6
<b>3</b>	<b>Rahmendaten des Makrostandorts</b>	<b>8</b>
3.1	Lage im Raum	8
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	9
3.3	Zentrensystem und Verflechtungsbereich	10
<b>4</b>	<b>Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial</b>	<b>12</b>
4.1	Methodische Vorbemerkungen	12
4.2	Wettbewerb im Raum	12
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	14
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	16
<b>5</b>	<b>Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet</b>	<b>17</b>
5.1	Vorhabenrelevante Verkaufsflächenstruktur	17
5.2	Vorhabenrelevante Umsatzstruktur	21
5.3	Analyse der städtebaulichen Ausgangslage im Einzugsgebiet	23



<b>6</b>	<b>Vorhaben- und Wirkungsprognose</b>	<b>25</b>
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	25
6.2	Wirkungsprognose	29
6.2.1	Vorbemerkungen	29
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf	31
<b>7</b>	<b>Bewertung des Vorhabens</b>	<b>33</b>
7.1	Zu den Bewertungskriterien	33
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	35
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	36
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	40
<b>8</b>	<b>Fazit</b>	<b>42</b>



## Abbildungsverzeichnis

---

■ Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	3
■ Abbildung 2: Lage des Lidl-Markts an der Harburger Straße	5
■ Abbildung 3: Zufahrt zum Vorhabenstandort von der Neuen Straße	5
■ Abbildung 4: Lage im Raum	8
■ Abbildung 5: Regionale Angebotsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels (Daten trade dimensions)	13
■ Abbildung 6: Einzugsgebiet des Vorhabens	14
■ Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	18
■ Abbildung 8: Edeka-Verbrauchermarkt, Marktstraße, ZVB Schneverdingen	19
■ Abbildung 9: Aldi-Discounter, Marktstraße, ZVB Schneverdingen	20
■ Abbildung 10: Penny-Discounter, Marktstraße, ZVB Schneverdingen	20
■ Abbildung 11: Famila-Verbrauchermarkt, Am Vogelsang, Streulage	21
■ Abbildung 12: Verdener Straße, ZVB Schneverdingen	23
■ Abbildung 13: Schulstraße, ZVB Schneverdingen	24



## Tabellenverzeichnis

---

■ Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	6
■ Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	9
■ Tabelle 3: Kundenpotenzial des Vorhabens	15
■ Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	16
■ Tabelle 5: Verkaufsflächenstruktur innerhalb des Einzugsgebiets	17
■ Tabelle 6: Umsatzstruktur des vorhabenrelevanten Einzelhandels	22
■ Tabelle 7: Marktanteile des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets (nach Neubau/Erweiterung)	25
■ Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Vorhabenrealisierung	26
■ Tabelle 9: Umsatzstruktur des Discounters (Status quo)	27
■ Tabelle 10: Umsatzzuwachs des Discounters durch Vorhabenrealisierung	27
■ Tabelle 11: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung	28
■ Tabelle 12: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens	32



## 1 Einführung

---

### 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG, Wenzendorf plant den Abriss und erweiterten Neubau eines Lidl-Lebensmitteldiscounters am Standort Harburger Straße 11 in der Stadt Schneverdingen (Landkreis Heidekreis). Der Nahversorger verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche (VKF) von rd. 991 qm. Es ist vorgesehen, den Lidl-Markt im Zuge des Neubaus um etwa 509 qm auf rd. 1.500 qm VKF zu erweitern.

Das Vorhaben soll über die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans mit Ausweisung eines Sondergebiets mit Zweckbestimmung Großflächiger Einzelhandel realisiert werden. Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand somit insbesondere in der Ermittlung und Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Neubau- und Erweiterungsvorhabens auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung.

Darüber hinaus waren die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Niedersachsen (LROP, RROP) zu berücksichtigen. Prüfungsmaßstab war damit § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB und § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB.

Im Lichte des seit Februar 2017 rechtskräftigen LROP wurde der Bericht aus April 2016 diesbezüglich auf den aktuellen Stand gebracht.

### 1.2 Vorgehensweise

Im Einzelnen war für die Durchführung der Verträglichkeitsuntersuchung die Bearbeitung folgender Punkte erforderlich:

- Darstellung und Bewertung des Mikrostandorts und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Vorhabenkonzepts im Hinblick auf seine Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz;
- Darstellung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);



- Herleitung des Einzugsgebiets des Vorhabens u.a. auf Basis der regionalen Wettbewerbsstrukturen des LEHs sowie kartographische Darstellung;
- Darstellung und Bewertung der nahversorgungsrelevanten Angebotsituation im Einzugsgebiet des Vorhabens; Darstellung der strukturprägenden Wettbewerber > 400 qm VKF im Einzugsgebiet;
- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im vorhabenrelevanten Einzelhandel;
- Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse und Bewertung der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen;
- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen bzw. deren Veränderungen durch den Abriss und erweiterten Neubau;
- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben zu Lasten des bestehenden Einzelhandels im Einzugsgebiet nach Zonen und Standortlagen;
- Intensive städtebauliche und raumordnerische Bewertung des Vorhabens gemäß den Anforderungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sowie vor dem Hintergrund der o.g. landes- und regionalplanerischen Bestimmungen unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung.

Um die Verträglichkeit beurteilen zu können, waren dabei eine Reihe von Primär- und Sekundärerhebungen durchzuführen:

- Sekundäranalysen der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Flächendeckende Vor-Ort-Erhebung der nahversorgungsrelevanten Angebotsituation im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Intensive Begehungen des Mikrostandorts zur Beurteilung der Eignung für das geplante Erweiterungsvorhaben sowie der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und der zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2017 als mögliches erstes Jahr der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.





## 2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

### 2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Harburger Straße (L 171) und somit zentral im Stadtgebiet von Schneverdingen.

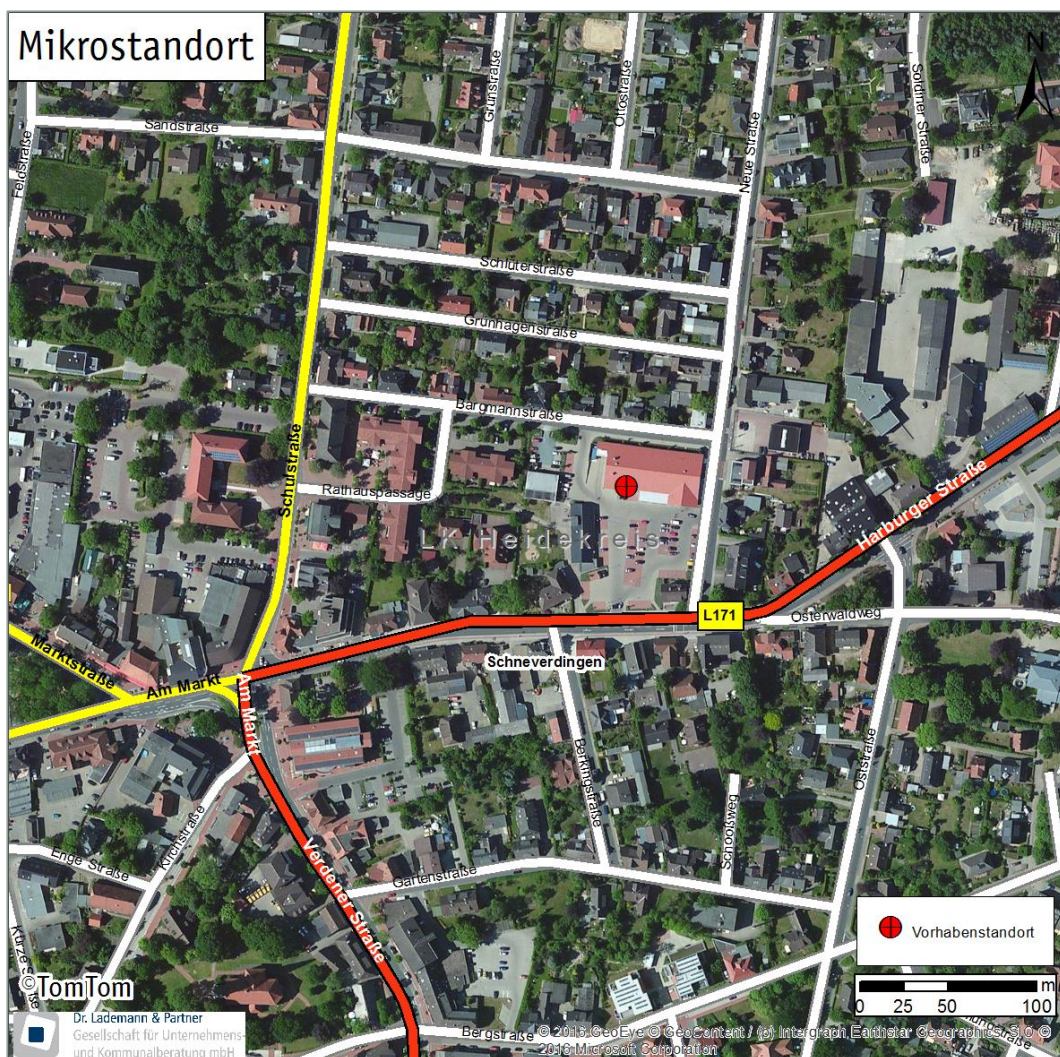


Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die L 171 ist Teil der wichtigen überörtlichen Straßenverbindung, welche das Stadtgebiet von Schneverdingen in Nord-Süd-Richtung durchläuft. Im Stadtkern kreuzt diese die L 170, welche wiederum das Schneverdinger Stadtgebiet in Ost-West-Richtung durchquert. Die verkehrliche Anbindung über den MIV ist durch



die Lage des Lidl-Markts in der Innenstadt von Schneverdingen von daher als sehr gut zu bewerten.

Die Anbindung an den ÖPNV erfolgt über die in fußläufiger Entfernung befindlichen Bushaltepunkte ‚Am Brink‘ sowie ‚Osterwaldweg‘. Die Haltestellen werden von mehreren inner- und überörtlichen Linien in regelmäßigen Abständen bedient. Der Standort ist somit mit dem ÖPNV sowie aus den angrenzenden Wohngebieten gut zu Fuß und mit dem Rad erreichbar.

Das Vorhabengrundstück ist derzeit bebaut und wird von dem Lidl-Bestandsmarkt zzgl. Lager- und Stellplatzflächen genutzt. Der Anlieferungsbereich für LKW ist im nordwestlichen Bereich der Immobilie angeordnet. Die Stellplatzanlage des Lidl-Markts umfasst knapp 90 Stellplätze. Die Erschließung des Grundstücks ist über die Harburger Straße sowie über die ‚Neue Straße‘ eingerichtet.

Im direkten Standortumfeld westlich des Vorhabens befinden sich eine Vielzahl von (teilweise großflächigen) Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Schneverdingen. Nördlich, südlich und östlich bestimmen Wohnnutzungen das Standortumfeld.

Das Vorhaben ist integrativer Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches von Schneverdingen und trägt bereits heute zur Funktionsfähigkeit dieses Zentrums bei. Der Standort befindet sich somit in einer städtebaulich-integrierten Lage.



Abbildung 2: Lage des Lidl-Markts an der Harburger Straße



Abbildung 3: Zufahrt zum Vorhabenstandort von der Neuen Straße



## 2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist der Abriss und erweiterte Neubau eines bereits etablierten Nahversorgers am Standort Harburger Straße 11 in Schneverdingen. Die geplante Gesamtverkaufsfläche für den Lidl-Lebensmitteldiscounter beträgt rd. 1.500 qm. Der am Standort bestehende Lidl-Markt verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von rd. 991 qm, sodass die Erweiterung einen Flächenzuwachs von rd. 509 qm umfasst.

Der Sortimentsschwerpunkt des erweiterten Lebensmitteldiscounters liegt weiterhin in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Damit stellt das Vorhaben einen typischen Nahversorgungsanbieter dar. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente<sup>1</sup> wird erfahrungsgemäß bei ca. 10 % (max. 150 qm) liegen.

Damit zeigt die Veränderung der Verkaufsflächenstruktur des Lebensmitteldiscounters folgendes Bild:

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch das Vorhaben			
Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	890	460	1.350
aperiodischer Bedarf	101	49	150
<b>Gesamt</b>	<b>991</b>	<b>509</b>	<b>1.500</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers.

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens

Im Zuge der Erweiterung werden die Regalhöhen und Gangbreiten zu Conveniencezwecken angepasst, wodurch das Verhältnis von Verkehrsflächen zu Lasten der Regal-/Aufstellflächen deutlich zunehmen wird. Das Vorhaben mit rd. 1.500 qm Verkaufsfläche soll neben den o.g. Aspekten zur Generationenfreundlichkeit auch dazu beitragen, die logistischen Prozesse (Palettenware etc.) zu optimieren.

<sup>1</sup> Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel und frei verkäufliche Arzneimittel.



Es ist davon auszugehen, dass der bestehende Betrieb seine Wirkung bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, somit sind im Sinne des Baurechts nur der Verkaufsflächenzuwachs und die damit verbundene Umsatzzunahme einschließlich der zu erwartenden Attraktivitätssteigerung durch die Vorhabenrealisierung des Lidl-Markts in der Bewertung des Vorhabens prüfungsrelevant.<sup>2</sup>

Das Vorhaben soll über einen Bebauungsplans mit Ausweisung eines Sondergebiets für den großflächigen Einzelhandel realisiert werden und ist damit nach § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB und § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB zu beurteilen.

---

Geplant ist der Abriss und erweiterte Neubau des Lidl-Lebensmitteldiscounters in Schneverdingen um rd. 509 qm auf 1.500 qm VKF. Der bereits großflächige Lidl-Markt ist im Bewusstsein der Bevölkerung als Nahversorgungsstandort etabliert und ist sowohl aus den übrigen Lagen der Innenstadt als auch aus den angrenzenden Wohngebieten fußläufig gut erreichbar.

---

<sup>2</sup> Vgl. u.a. Urteile des OVG Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).



### 3 Rahmendaten des Makrostandorts

#### 3.1 Lage im Raum

Die niedersächsische Stadt Schneverdingen befindet sich im Städtedreieck Hamburg-Bremen-Hannover und ist kreisangehörige Stadt des Heidekreises im Naturpark Lüneburger Heide. Neben der Kernstadt Schneverdingen zählen zu den wesentlichen Ortschaften Heber, Insel, Langeloh, Lünzen, Schülern, Wesseloh, Wintermoor und Zahrensen.

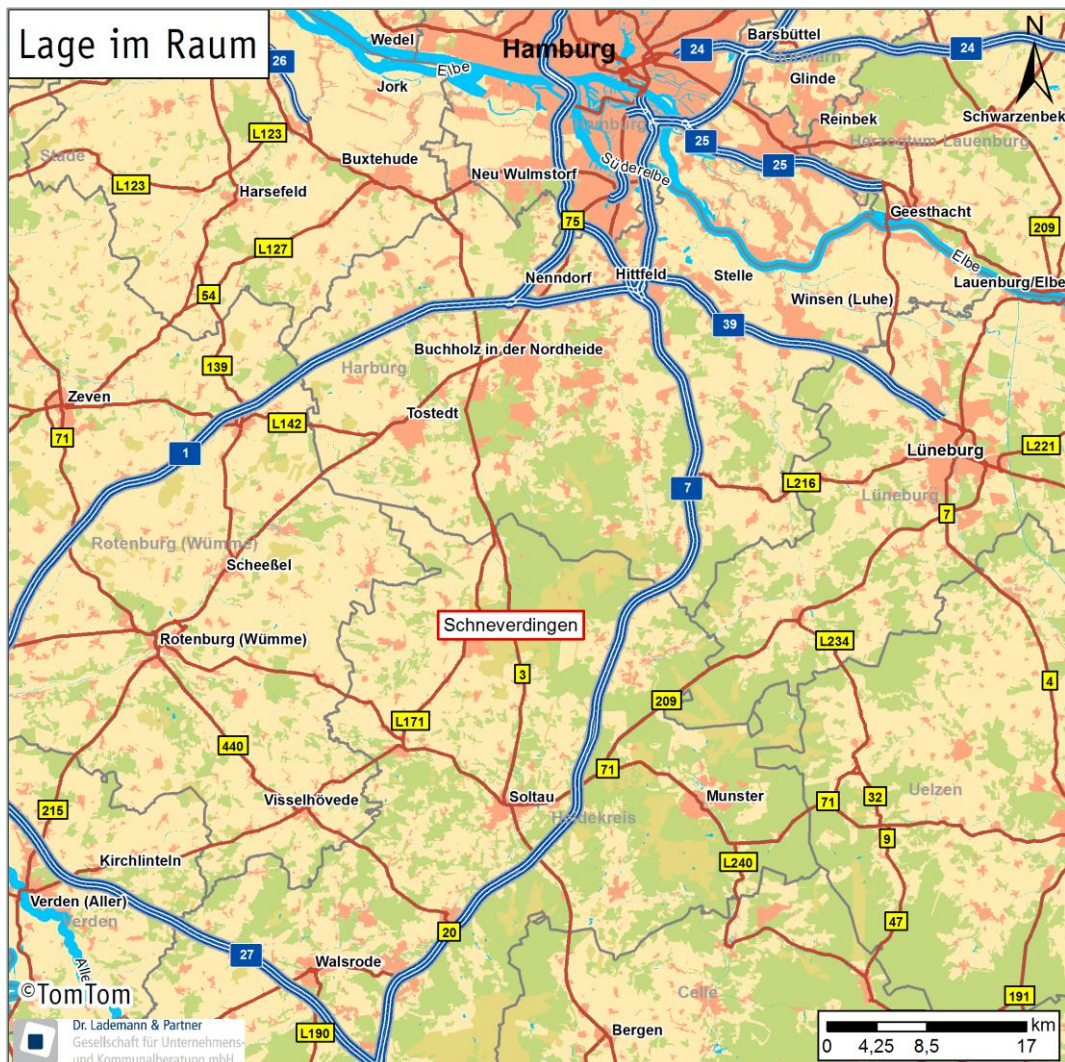


Abbildung 4: Lage im Raum



Die verkehrliche Anbindung von Schneverdingen an das überregionale Straßennetz erfolgt über die in der Innenstadt kreuzenden Landesstraßen L 171 und L 170, die an die Bundesstraßen B 3 (Buxtehude–Göttingen) und B 71 (Bremervörde-Uelzen) anbinden. Über diese sind die Bundesautobahnen BAB 7 und 1 zu erreichen.

Die Stadt ist auch an den schienengebundenen Verkehr mit einem regionalen Haltepunkt der sogenannten ‚Heidebahn‘ (Buchholz in der Nordheide–Hannover) angeschlossen. Über mehrere Buslinien besteht zudem Anbindung an das Umland.

Der Tourismus hat in Schneverdingen eine wichtige Bedeutung. Als staatlich anerkannter Luftkurort ist Schneverdingen ein beliebtes Kur-, Urlaubs- und Ausflugsziel das jährlich zahlreiche Touristen anzieht. Dabei spielt insbesondere der Wandersport aufgrund der landschaftlichen Lage innerhalb der Lüneburger Heide eine bedeutende Rolle. Dies induziert zusätzliche Potenziale für den örtlichen Einzelhandel.

### 3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Bevölkerungsentwicklung in Schneverdingen verlief seit 2012 annähernd stabil (Rückgang von -0,1 % p.a.). Die Einwohnerentwicklung ist damit leicht negativer als der allgemeine Trend im Landkreis Heidekreis (+/-0,0 % p.a.) und dem Bundesland Niedersachsen (+0,2 % p.a.).

Insgesamt lebten in Schneverdingen Anfang 2015

knapp 18.700 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Schneverdingen im Vergleich					
Stadt/Gemeinde/ Samtgemeinde, Kreis, Land	2012	2015	+/- 12/15		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
<b>Schneverdingen</b>	<b>18.750</b>	<b>18.676</b>	<b>-74</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,1</b>
Soltau	21.112	21.178	66	0,3	0,1
Fintel	7.313	7.346	33	0,5	0,2
Neuenkirchen	5.561	5.509	-52	-0,9	-0,3
<b>LK Heidekreis</b>	<b>136.072</b>	<b>136.200</b>	<b>128</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>
<b>Niedersachsen</b>	<b>7.774.253</b>	<b>7.826.739</b>	<b>52.486</b>	<b>0,7</b>	<b>0,2</b>

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.); Basis: Zensus 2011

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich



Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Schneverdingen kann in Anlehnung an die Prognose des Landesamt für Statistik Niedersachsen<sup>3</sup> unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren leicht rückläufig entwickeln werden.

Im Jahr 2017 (dem möglichen Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Schneverdingen daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von gut 18.600 Einwohnern.

Schneverdingen verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>4</sup> von 90,9. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich mit dem Heidekreis (93,6) sowie mit dem Landesdurchschnitt (99,1) deutlich unterdurchschnittlich aus.

### 3.3 Zentrensystem und Verflechtungsbereich

Von Seiten der Regionalplanung ist die Stadt Schneverdingen als Grundzentrum ausgewiesen. Als Verflechtungsbereich für grundzentrale Funktionen gilt gemäß des LROP Niedersachsen (2017) jeweils das Gebiet der Einheits- bzw. Samtgemeinde.

Die nächstgelegenen Orte mit zentralörtlicher Funktion sind die Mittelzentren Soltau (rd. 18 km gen Süden) und Munster (rd. 30 km gen Südosten) sowie die Grundzentren Bispingen (rd. 18 km gen Osten), Neuenkirchen (rd. 12 km gen Südwesten), Scheeßel (rd. 25 km gen Westen) und Tostedt (rd. 23 km gen Norden).

Die nächstgelegenen Oberzentren sind Hamburg-Harburg, Lüneburg, Hamburg und Celle. Sie liegen mit einer Entfernung von 50 bis 65 km vergleichsweise weit entfernt.

<sup>3</sup> Vgl. Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN): Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die Jahre 2019 und 2024.

<sup>4</sup> Vgl. GfK Geomarketing: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015. Durchschnitt Deutschland=100.





---

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Schneverdingen induzieren aufgrund des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus keine zusätzlichen Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt. Schneverdingen übernimmt als Grundzentrum die Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet.

---



## 4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

---

### 4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Schneverdingen übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und des Agglomerationsumfelds vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen Lebensmitteldiscountern und typähnlichen Verbrauchermärkten. Darüber hinaus sind räumlich-funktionale Barrieren zu beachten.

### 4.2 Wettbewerb im Raum

In der nachfolgenden Karte sind die regionalen Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel dargestellt, die die räumliche Ausprägung des Einzugsgebiets beeinflussen. Wie dieser zu entnehmen ist, konzentrieren sich auf das Stadtgebiet von Schneverdingen sieben strukturprägende Lebensmittelmärkte – zwei Edeka-Verbrauchermärkte, ein Famila-Verbrauchermarkt sowie die Lebensmittel-discounter Aldi, Penny (zwei Märkte) und Lidl (Vorhabenstandort). Diese befinden sich allesamt in der Kernstadt von Schneverdingen. Das übrige, ländlich geprägte Stadtgebiet von Schneverdingen sowie das Umland weisen erwartungsgemäß eine sehr geringe Angebotsdichte auf (z.B. ein Edeka-Supermarkt in der Gemeinde Fintel).

Das Angebot des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels konzentriert sich zudem auf die Stadtgebiete von Bispingen, Neuenkirchen, Soltau, Tostedt und Rotenburg (Wümme), denen jeweils eine zentralörtliche Versorgungsfunktion zugewiesen ist.

Die nächstgelegenen Lidl-Märkte befinden sich in Neuenkirchen (rd. 11 km vom Vorhabenstandort entfernt), in Bispingen (rd. 17 km) und in Tostedt (rd. 20 km).

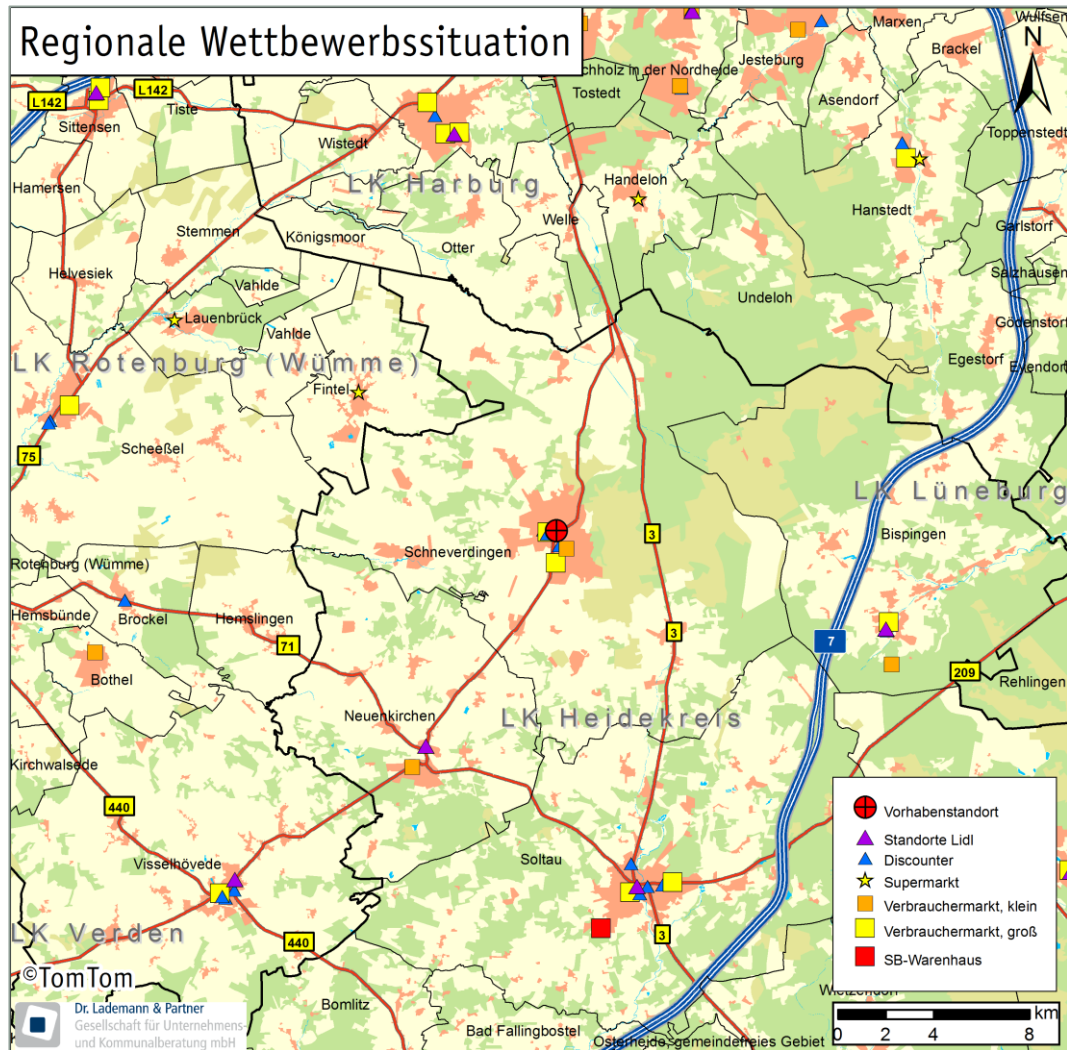


Abbildung 5: Regionale Angebotsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels (Daten trade dimensions)

### 4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage resp. der Nähe zu Einkaufsalternativen sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

Dr. Lademann & Partner gehen nicht davon aus, dass es durch das Vorhaben zu einer räumlichen Ausweitung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist von einer Erhöhung der Nachfrageabschöpfung (Marktdurchdringung) im bereits bestehenden Einzugsgebiet auszugehen.

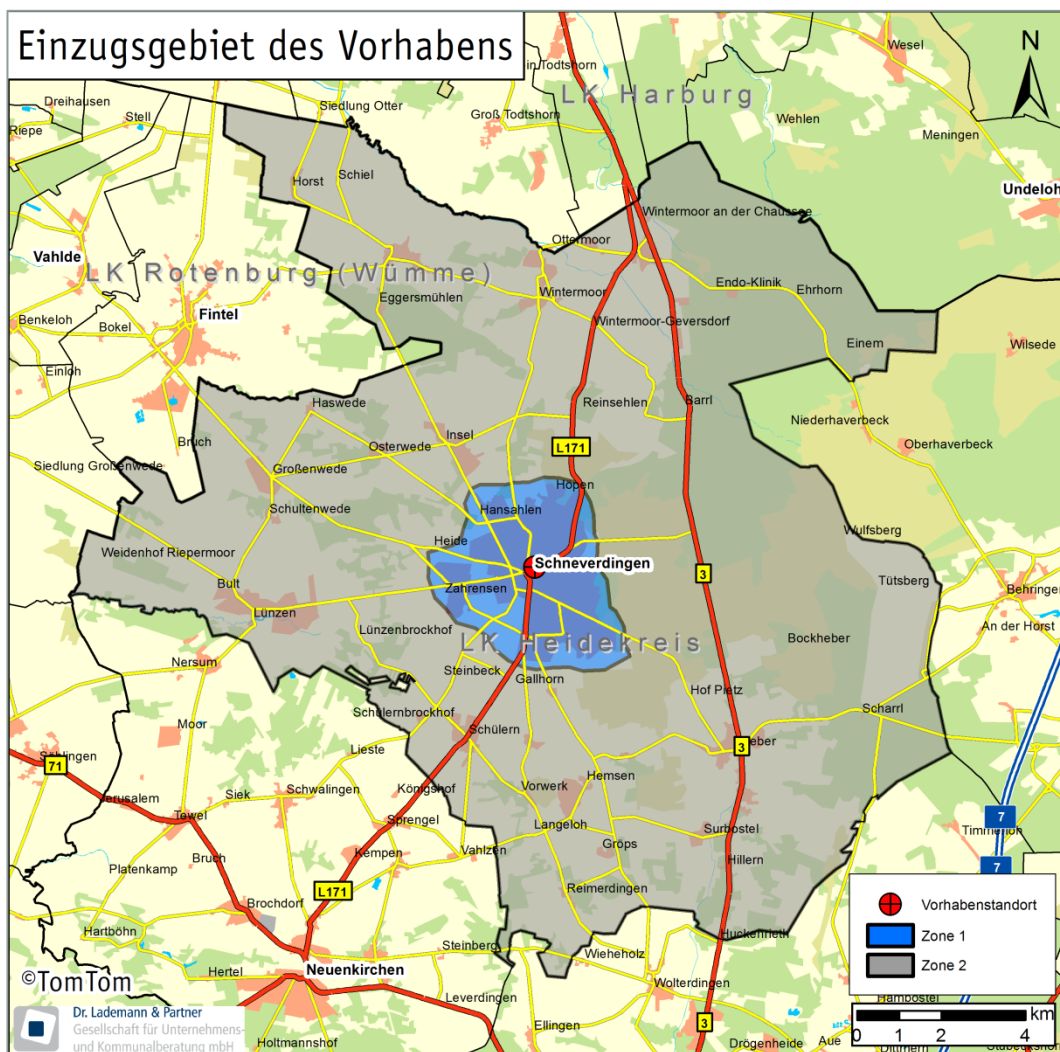


Abbildung 6: Einzugsgebiet des Vorhabens



Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst in der Zone 1 die Kernstadt von Schneverdingen. Die Zone 2 umfasst das sonstige ländlich geprägte Stadtgebiet von Schneverdingen.

In dem Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 18.700 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem leicht rückgängigen Einwohnerpotenzial in 2017 ausgegangen werden von insgesamt rd. 18.600 Einwohnern.

Darüber hinaus ist mit einer Potenzialreserve<sup>5</sup> von insgesamt rd. 10 % der Grundnachfrage (Einwohneräquivalent von knapp 2.100 Personen) zu rechnen. Insgesamt umfasst das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2017 somit rd. 20.700 Personen.

<b>Einzugsgebiet des Lidl-Erweiterungsvorhabens in Schneverdingen</b>		
<b>Bereich</b>	<b>2015</b>	<b>2017</b>
Zone 1	13.475	13.440
Zone 2	5.201	5.190
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>18.676</b>	<b>18.630</b>
Potenzialreserve (10 %)	2.070	2.070
<b>Gesamt</b>	<b>20.750</b>	<b>20.700</b>

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 3: Kundenpotenzial des Vorhabens

<sup>5</sup> Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Touristen, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur gelegentlich in Schneverdingen einkaufen). U.E. sind insbesondere die Einwohner aus der Gemeinde Fintel auch auf die Angebote in Schneverdingen orientiert.



#### 4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft<sup>6</sup> im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabebesatzes beträgt das Nachfragepotenzial für die vorhabenrelevanten Sortimente inklusive Potenzialreserve aktuell rd. 102,1 Mio. €.

Bis zur prospektiven vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2017 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung von einem annähernd stabilen bis leicht rückläufigen Nachfragepotenzial (inkl. Potenzialreserve) auszugehen von

rd. 101,9 Mio. € (-0,2 Mio. €).

Davon entfallen rd. 54,2 Mio. € auf den periodischen Bedarf.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2017 in Mio. €				
Daten	Zone 1	Zone 2	Potenzialreserve*	Gesamt
Periodischer Bedarf	34,9	13,5	5,9	54,2
Aperiodischer Bedarf**	30,6	11,8	5,2	47,6
<b>Gesamt</b>	<b>65,5</b>	<b>25,3</b>	<b>11,1</b>	<b>101,9</b>

Quelle: Eigene Berechnungen. \*Potenzialreserve: 10 % des Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet.  
\*\*ohne Möbel.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2017 etwa 20.700 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird im Jahr der Marktwirksamkeit etwa 102 Mio. € betragen.

<sup>6</sup> Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern der GfK Geomarketing, 2015.



## 5 Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

Im nachfolgenden Kapitel werden die versorgungsstrukturellen Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des Einzugsgebiets analysiert.

### 5.1 Vorhabenrelevante Verkaufsflächenstruktur

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotsituation wurde im März 2016 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im Einzugsgebiet des Vorhabens durchgeführt.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im Einzugsgebiet des Vorhabens eine nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche (ohne aperiodische Randsortimente) von

rd. 8.800 qm

vorgehalten.

Mit jeweils rd. 4.300 qm Verkaufsfläche entfallen die Schwerpunkte davon auf den zentralen Versorgungsbereich ‚Schneverdingen Innenstadt‘ sowie die Streulagen der Zone 1.

Verkaufsflächenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet		
Periodischer Bedarf	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm
ZVB Schneverdingen	24	4.315
Streulage	12	4.320
<b>Zone 1 (Kernstadt)</b>	<b>36</b>	<b>8.635</b>
<b>Zone 2 (Sonstige Lagen)</b>	<b>7</b>	<b>210</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>43</b>	<b>8.845</b>
Quelle: Dr. Lademann & Partner.		

Tabelle 5: Verkaufsflächenstruktur innerhalb des Einzugsgebiets

Ein Maß für die quantitative Ausstattung eines Raums mit Einzelhandelsflächen ist die Verkaufsflächendichte. Diese liegt im Einzugsgebiet für den nahversorgungsrelevanten Bedarf bei rd. 470 qm/1.000 Einwohner und damit knapp unterhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von rd. 490 qm je 1.000 Einwohner. Prospektiv kommt es u.E. darauf an, die bestehenden Angebote in Schneverdingen durch betriebserforderliche Erweiterungen nachhaltig zu sichern.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens:

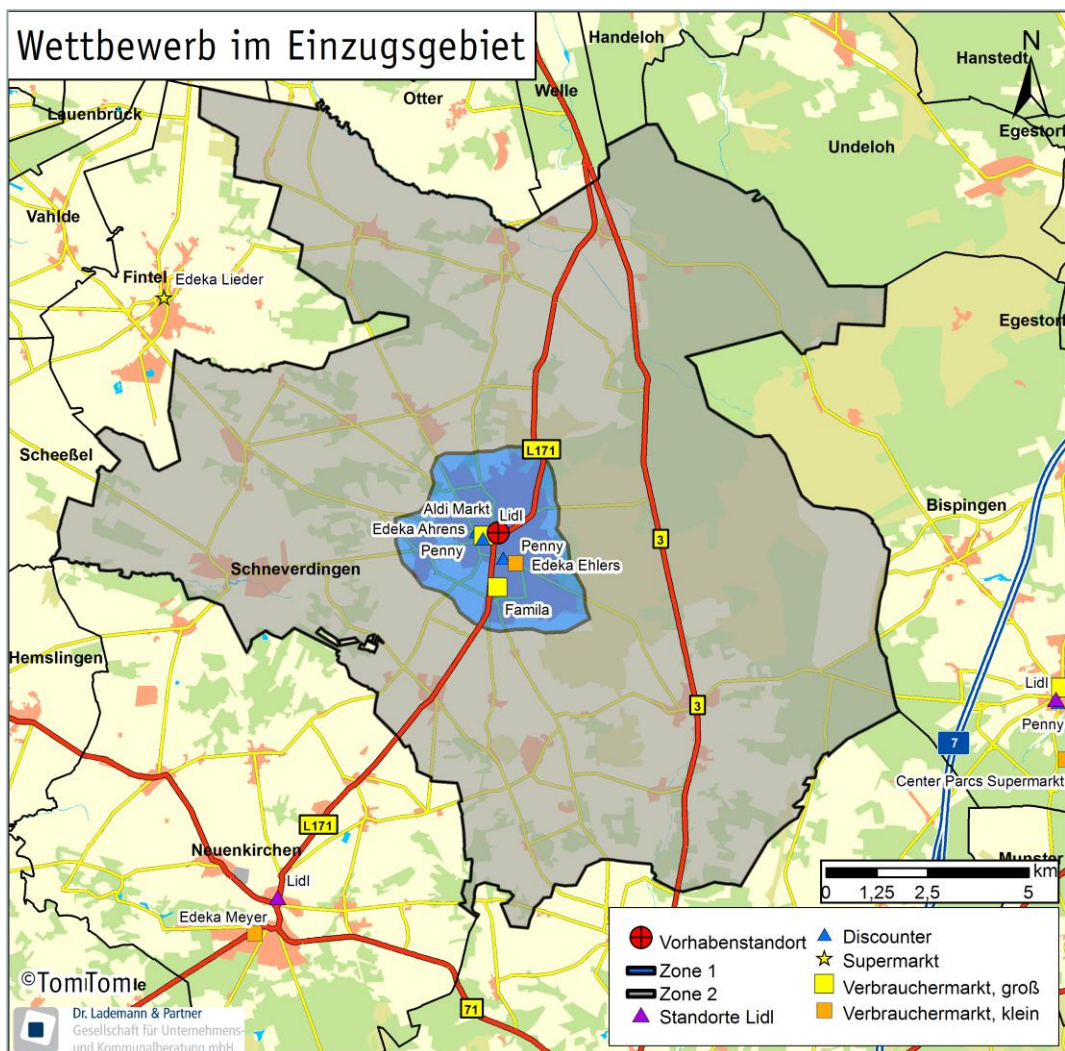


Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet





Die flächengrößten vorhabenrelevanten Anbieter (LEH > 400 qm Verkaufsfläche) innerhalb des Untersuchungsraums sind neben dem Lidl-Lebensmitteldiscounter in Schneverdingen:

Zone 1 (Kernstadt Schneverdingen):

- Edeka-Verbrauchermarkt, Marktstraße 6, ZVB Schneverdingen
- Aldi-Lebensmitteldiscounter, Marktstraße 10, ZVB Schneverdingen
- Penny-Lebensmitteldiscounter, Rotenburger Straße 2, ZVB Schneverdingen
- Edeka-Verbrauchermarkt, Bahnhofstraße 39, Streulage
- Penny-Lebensmitteldiscounter, Bahnhofstraße 18, Streulage
- Famila-Verbrauchermarkt, Am Vogelsang 12, Streulage

Innerhalb der Zone 2 (sonstiges Stadtgebiet) befinden sich keine strukturprägenden Lebensmittelmärkte.

Die nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte werden im Folgenden abgebildet (keine abschließende Darstellung):



Abbildung 8: Edeka-Verbrauchermarkt, Marktstraße, ZVB Schneverdingen



Abbildung 9: Aldi-Discounter, Marktstraße, ZVB Schneverdingen



Abbildung 10: Penny-Discounter, Marktstraße, ZVB Schneverdingen



Abbildung 11: Famila-Verbrauchermarkt, Am Vogelsang, Streulage

## 5.2 Vorhabenrelevante Umsatzstruktur

Die Umsätze für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenndaten, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich (ohne aperiodische Randsortimente) auf insgesamt gut 41 Mio. €.

Umsatzseitig betrachtet entfällt dieser mit knapp 41 Mio. € nahezu vollständig auf die Kernstadt von Schneverdingen (Zone 1).



Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet		
Periodischer Bedarf	Umsatz in Mio. €	Flächenprod. in €/qm
ZVB Schneverdingen	22,1	5.130
Streulage	18,6	4.300
<b>Zone 1 (Kernstadt)</b>	<b>40,7</b>	<b>4.720</b>
<b>Zone 2 (Sonstige Lagen)</b>	<b>0,5</b>	<b>2.140</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>41,2</b>	<b>4.660</b>
Quelle: Dr. Lademann & Partner.		

Tabelle 6: Umsatzstruktur des vorhabenrelevanten Einzelhandels

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 4.700 € je qm Verkaufsfläche und wird v.a. von den Lebensmittel-discountern Aldi und Lidl getrieben. Demgegenüber weisen die Betriebe in der Zone 2 (v.a. Hofläden) über eine niedrige Flächenleistung auf.

Die Zentralität liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Schneverdingen derzeit bei rd. 85 % und deutet auf Nachfrageabflüsse resp. Entwicklungsspielräume hin.

---

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 8.800 qm innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 41 Mio. € Umsatz generiert. Die Angebotsstrukturen konzentrieren sich dabei vor allem auf die Kernstadt von Schneverdingen (Zone 1).

---



### 5.3 Analyse der städtebaulichen Ausgangslage im Einzugsgebiet

#### **Zentraler Versorgungsbereich Schneverdingen**

Als Haupteinkaufslage von Schneverdingen fungiert der Kreuzungsbereich der Harburger Straße (Vorhabenstandort)/ Schulstraße/Verdener Straße/Rotenburger Straße sowie die davon abzweigende Marktstraße. Die Ost-West-Ausdehnung führt dabei auf einer Strecke von rd. 600 m von der Weststraße zur Neuen Straße. Die Nord-Süd-Ausdehnung reicht von der Bargmannstraße bis zur Bahnhofstraße (rd. 550 m).



Abbildung 12: Verdener Straße, ZVB Schneverdingen

Als Magnetbetriebe sind insbesondere die Lebensmitteldiscounter Lidl, Penny und Aldi, ein Edeka-Verbrauchermarkt, ein Rossmann-Drogeriemarkt, ein Dänisches Bettenlager-Einrichtungsfachmarkt und ein Kik-Bekleidungsfachmarkt zu benennen. Die übrigen Einzelhandelsflächen des Zentrums sind kleinteilig strukturiert. Der Hauptgeschäftsbereich wird durch eine Vielzahl von Dienstleistungsangeboten, dem Rathaus sowie gastronomischen Einrichtungen ergänzt. Leerstände konnten nicht ausgemacht werden.



Der zentrale Versorgungsbereich in der Kernstadt von Schneverdingen ist hinsichtlich seines Profils als stabil zu bewerten und wird seiner grundzentralen Versorgungsfunktion gerecht.



Abbildung 13: Schulstraße, ZVB Schneverdingen

---

Im Einzugsgebiet des Vorhabens befindet sich mit der Innenstadt von Schneverdingen ein zentraler Versorgungsbereich. Wenngleich diese mit ihrem Einzelhandelsbesatz ihrer zugewiesenen Versorgungsfunktion gerecht wird, steht sie zugleich im Wettbewerb mit den strukturprägenden Lebensmittelmärkten außerhalb des Zentrums.

---



## 6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

### 6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der Marktanteil den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann.

Die Umsatzprognose für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurde dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum berücksichtigt.

<b>Marktanteile des Lidl-Markts nach Vorhabenrealisierung*</b>			
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	34,9	13,5	48,3
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,2	1,5	6,7
Marktanteile	15%	11%	14%
<b>Aperiodischer Bedarf**</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	30,6	11,8	42,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,1	0,5
Marktanteile	1,3%	1,0%	1,2%
<b>Gesamt</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	65,5	25,3	90,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,6	1,6	7,2
Marktanteile	9%	6%	8%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze. **Ohne Möbel.			

Tabelle 7: Marktanteile des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets (nach Neubau/Erweiterung)



Für das Gesamtvorhaben mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm ist davon auszugehen, dass es künftig insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von rd. 8 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt. In der Zone 1 wird dieser prospektiv bei rd. 15 % und in der Zone 2 bei rd. 11 % liegen.

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 10 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der o.g. Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 5.300 €<sup>7</sup> je qm Verkaufsfläche auf insgesamt rd. 8,0 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 7,4 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen Bedarf entfällt.

<b>Umsatzstruktur des Lidl-Markts (nach Vorhabenrealisierung)</b>			
<b>Branchenmix</b>	<b>Verkaufsfläche in qm</b>	<b>Flächenproduktivität*</b>	<b>Umsatz in Mio. €</b>
periodischer Bedarf	1.350	5.500	7,4
aperiodischer Bedarf	150	3.750	0,6
<b>Gesamt</b>	<b>1.500</b>	<b>5.300</b>	<b>8,0</b>
Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.			

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Vorhabenrealisierung

<sup>7</sup> Nach dem EHI Retail-Institute liegt die durchschnittliche Flächenproduktivität bei Lidl-Lebensmitteldiscountern bei etwa 5.500 € je qm Verkaufsfläche, bezogen auf eine Verkaufsfläche von 855 qm. Durchschnittliche Flächenleistungen können für das Gesamtvorhaben von 1.500 qm VKF u.E. allerdings nicht erzielt werden, was auf das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau zurückzuführen ist.

Darüber hinaus sei darauf hingewiesen, dass der Umsatz des Lebensmitteldiscounters nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient eine Verkaufsflächenerweiterung dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen. Eine Sortimentsausweitung findet nicht statt. Allerdings wurde die Attraktivität und Ausstrahlungswirkung des Gesamtstandorts (Abriss und erweiterter Neubau) berücksichtigt.





Bei dem Vorhaben handelt es sich allerdings um einen erweiterten Ersatzneubau eines bereits in Schneverdingen ansässigen Betriebs. Der bestehende Lebensmittel-discounter hat mit seinen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Lidl-Markts im Einzugsgebiet insgesamt auf rd. 5 %, bzw. im periodischen Bedarf auf rd. 9 %.

Aktuell stellt sich die Umsatzstruktur am Standort wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Lidl-Markts (status quo)			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produk- tivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	890	5.700	5,1
aperiodischer Bedarf	101	3.800	0,4
<b>Gesamt</b>	<b>991</b>	<b>5.510</b>	<b>5,5</b>

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. \*in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 9: Umsatzstruktur des Discounters (Status quo)

Der Umsatzzuwachs<sup>8</sup> (inkl. Streuumsätzen) wird somit insgesamt etwa bei rd. 2,5 Mio. € liegen. Davon entfallen knapp 2,4 Mio. € auf den periodischen Bedarfsbereich.

Umsatzzuwachs des Lidl-Markts (durch Vorhabenrealisierung)		
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	460	2,35
aperiodischer Bedarf	49	0,18
<b>Gesamt</b>	<b>509</b>	<b>2,53</b>

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 10: Umsatzzuwachs des Discounters durch Vorhabenrealisierung

<sup>8</sup> Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat.



Im worst-case zeigen die Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet folgendes Bild:

<b>Marktanteilszuwachs des Lidl-Markts im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*</b>			
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	34,9	13,5	48,3
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,6	0,5	2,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	4,7%	3,5%	4,4%
<b>Aperiodischer Bedarf**</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	30,6	11,8	42,4
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,13	0,04	0,16
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,4%	0,3%	0,4%
<b>Gesamt</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	65,5	25,3	90,8
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,8	0,5	2,3
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	2,7%	2,0%	2,5%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze. **Ohne Möbel.			

Tabelle 11: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung

Nach den Modellrechnungen errechnet sich durch das Vorhaben im worst-case ein zusätzliches Umsatzpotenzial von rd. 2,5 Mio. €. Dieses entfällt fast ausschließlich auf den periodischen Bedarfsbereich. Das entspricht einem Marktanteilszuwachs im Einzugsgebiet von knapp 3 %-Punkten.



## 6.2 Wirkungsprognose

### 6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte (Mehr-)Umsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2017 voll versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort. Daneben ist zu berücksichtigen, dass ein stärker agglomerierter Standort tendenziell weniger von einem Einzelhandelsvorhaben betroffen ist.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich (=Hauptsortiment) nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar; vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2017) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Sowohl das Vorhaben (in Höhe des zu erwartenden Marktanteilszuwachses) als auch die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einer leichten Marktschrumpfung infolge der Bevölkerungsabnahme im Einzugsgebiet betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, reduziert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsverstärkend zu berücksichtigen.
- Wirkungsmildernd schlägt zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zu Gute gekommen sein. Vielmehr lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um.



- Die in der Einzugsgebietszone 1 gelegenen Betriebe profitieren umgekehrt aber auch von Zuflüssen aus den angrenzenden Bereichen. Von diesen Zuflüssen kann das Vorhaben einen Teil auf sich umlenken, was sich wirkungsverschärfend auf die Betriebe innerhalb des Einzugsgebiets auswirkt. Dieser Effekt wird wirkungsverschärfend mit berücksichtigt, da die Zentralität<sup>9</sup> in der Einzugsgebietszone 1 über 100 % liegt, d.h. die Nachfragezuflüsse die Nachfrageabflüsse übersteigen.  
Die beiden letztgenannten Aspekte wirken per saldo umsatzneutral. Es werden vielmehr innerhalb des Einzugsgebiets Verschiebungen der Nachfrageströme abgebildet.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe umverteilt wird.

Die Wirkungen des Vorhabens im Randsortimentsbereich (aperiodischer Bedarf) werden über die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet, also über den Marktanteil bzw. dessen Zuwachs, abgebildet. Geht man davon aus, dass ein Vorhaben auch immer gewisse Anteile ohnehin abfließender Nachfrage auf sich umlenkt, kann bei einem Marktanteilszuwachs von <1 %-Punkt bei den Randsortimenten angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass ständig wechselnde und zeitlich begrenzte Angebote in diesem Sortimentsbereich bei Discountern v.a. einen ergänzenden Charakter haben. Würde man die Umsätze im aperiodischen Bedarfsbereich auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektro, Gartenbedarf, Sportartikel, Bücher, Hausrat etc.) herunter brechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteilszuwächse und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Vorhabenrealisierung nur sehr gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den (aperiodischen) Randsortimentsbereichen verzichtet.

<sup>9</sup> Diese liegt aktuell in der Zone 1 bei rd. 117 % und in der Zone 2 bei 3 % (Schneverdingen gesamt: 85 %).



### 6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 2,1 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze).

Wirkungsverschärfend ist zu berücksichtigen, dass sowohl das Vorhaben selbst als auch die bereits vorhandenen Betriebe von einer Marktschrumpfung aufgrund von leichten Bevölkerungsverlusten betroffen sein werden (zusammen rd. 0,1 Mio. €). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der saldoneutralen Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 2,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von insgesamt rd. 6,1 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als in der Zone 2.

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass mit rd. 6,7 % die höchsten Auswirkungen auf die typgleichen und typähnlichen Anbieter im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Schneverdingen induziert werden. Die Streulagen der Zone 1 (Penny, Fami-la, Edeka) sind mit einem Umsatzrückgang von rd. 5,6 % weniger stark tangiert. In der Zone 2 sind Umsatzrückgänge rechnerisch nicht nachweisbar.



Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Zonen und Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt.

Wirkungsprognose des Erweiterungsvorhabens in Schneverdingen - Umsatzzuwachs (2017)					
Periodischer Bedarf	ZVB Schneverdingen	Streulage	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,9	0,8	1,6	0,5	2,1
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,04	0,04	0,08	0,00	0,08
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	-	-	-	0,5	0,5
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen	0,2	0,2	0,5	-	0,5
<b>Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>2,2</b>	<b>0,0</b>	<b>2,2</b>
<b>Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels</b>	<b>6,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>6,1%</b>	<b>3,4%</b>	<b>6,1%</b>

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 12: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Lidl-Markts um rd. 460 qm nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs Werte von im Schnitt rd. 6 %.



## 7 Bewertung des Vorhabens

---

### 7.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Vorhaben in Schneverdingen mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.500 qm ist Adressat des § 11 Abs. 3 BauNVO, in Verbindung mit § 1 Abs. 6 Nr. 8a und § 1 Abs. 4 BauGB sowie mit den Bestimmungen der Landesplanung Niedersachsen<sup>10</sup> und der Regionalplanung für den Landkreis Heidekreis<sup>11</sup>.

Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit des Einzelhandelsvorhabens von Bedeutung:

#### LRÖP 2017 - 2.3 Ziffer 02

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 09 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).

#### LRÖP 2017 - 2.3 Ziffer 03 (Kongruenzgebot)

In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich (Gemeinde- oder Stadtgebiet) als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral). Eine wesentliche Überschreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde. Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.

<sup>10</sup> Die Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LRÖP-VÖ) ist am Tag nach der Veröffentlichung im Niedersächsischen Gesetz- und Verordnungsblatt (Nds. GVBL. Vom 16.02.2017) in Kraft getreten.

<sup>11</sup> Vgl. Regionales Raumordnungsprogramm für den Landkreis Heidekreis – i.d.F. der Jahre 2000 und 2015 [Entwurf] (i.F. RROP Heidekreis).



Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs-/Genussmittel und Drogeriewaren.

LRÖP 2017 2.3 Ziffer 04 (Konzentrationsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.

LRÖP 2017 2.3 Ziffer 05 (Integrationsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.

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

LRÖP 2017 2.3 Ziffer 07 (Abstimmungsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen. Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden. Zur Verbesserung der Versorgungsstrukturen in Grenzübereichen soll eine grenzüberschreitende Abstimmung unter Berücksichtigung der Erreichbarkeiten und gewachsener Strukturen erfolgen.

LRÖP 2017 2.3 Ziffer 08 (Beeinträchtigungsverbot)

Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.





LROP 2017 - 2.3 Ziffer 10 (Ausnahmeregel für Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung)

Außerhalb von zentralen Orten sind abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05 (Kongruenz-, Konzentrations- und Integrationsgebot), sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente auf mind. 90 von Hundert der Verkaufsfläche periodische Sortimente sind, unter besonderen Voraussetzungen auch zulässig. Das Regionale Raumordnungsprogramm muss für jeden dieser Standorte einen zu versorgenden Bereich festlegen.

Im Regionalen Raumordnungsprogramm für den Landkreis Heidekreis aus dem Jahre 2015 (Entwurfsfassung) heißt es ergänzend:

- Rechtskräftige Bebauungspläne sollen an die geltende Fassung des § 11 Abs. 3 BauNVO angepasst werden. Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten soll möglichst auch unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit ausgeschlossen werden.
- Aufgrund der Ergebnisse des „Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover“ soll bei regional bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben eine Abstimmung mit den benachbarten Trägern der Regionalplanung und den Partnern des „Netzwerkes Erweiterter Wirtschaftsraum Hannover“ erfolgen.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

## 7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das Kongruenz- bzw. Konzentrationsgebot, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab.

Nach dem Kongruenzgebot darf das Einzugsgebiet eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens den Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreiten. Darüber hinaus müssen die Gesamtstruktur des Einzelhandels und die Bevölkerungszahl sowie die sortimentspezifische Kaufkraft des Verflechtungsbereichs in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen.



Die Stadt Schneverdingen ist gemäß der Regionalplanung des Landkreises Heidekreis als Grundzentrum eingestuft. Nach den Bestimmungen der Landes- und Regionalplanung haben Grundzentren einen auf das Stadtgebiet ausgerichteten Versorgungsauftrag für die allgemeine, tägliche Grundversorgung. Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist die Stadt demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Nahversorgungsschwerpunkt geeignet. Der Lidl-Markt ist auch nach Vorhabenrealisierung mit einem Randsortimentsanteil von 10 % schwerpunktmäßig auf den täglichen Bedarf ausgerichtet und dient somit hauptsächlich der zukunftsfähigen Absicherung der Grundversorgung.

Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst ausschließlich das Stadtgebiet von Schneverdingen, wobei die Zone 1 durch die Kernstadt von Schneverdingen gebildet wird und die Zone 2 das sonstige Stadtgebiet umfasst. Die Umsatzherkunft aus dem Umland ist damit überschaubar. Das Vorhaben rekrutiert rd. 90 % seines Umsatzes mit Bewohnern aus Schneverdingen. Rd. 10 % des Umsatzes entfallen auf räumlich nicht zuordenbare Streuumsätze, die diffus durch Touristen, Durchreisende und Einwohner aus Fintel (etc.) rekrutiert werden. Der 70-30 %-Regelvermutung zur Feststellung der Kompatibilität mit dem Kongruenzgebot wird damit entsprochen. Das Vorhaben generiert rund 90 % seines Umsatzes aus dem eigenen, raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich. Dieser ist über das Gebiet der Stadt Schneverdingen definiert. Die überörtlichen Nachfragezuflüsse deuten damit weder zum Status quo (Zentralität von 85 % in Schneverdingen) noch nach Vorhabenrealisierung (kein nennenswerter, vorhabeninduzierter Zentralitätszuwachs erwartbar) auf einen möglichen Zielkonflikt hin. Das Vorhaben wird maßgeblich durch das örtliche Nachfragepotenzial getragen.

Der Vorhabenstandort liegt im grundzentralen Kernort der Stadt Schneverdingen und damit im zentralen Siedlungsgebiet von Schneverdingen. Dem Konzentrationsgebot wird damit entsprochen.

---

Das Vorhaben wird dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.

---

### 7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot). Die verbraucher-nahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täg-



lichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert).

Das Vorhaben wird eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von rd. 6 % innerhalb des Einzugsgebiets auslösen und den kritischen 10 %-Schwellenwert nicht überschreiten. Tendenziell stärker von dem Vorhaben betroffen sind, vor allem bedingt durch die Angebotsüberschneidungen, die Lebensmittelmärkte im zentralen Versorgungsbereich von Schneverdingen (Umsatzumverteilungsquote von rd. 6,7 %) sowie derer in den Streulagen der Zone 1 (Umsatzumverteilungsquote von rd. 5,6 %). Aufgrund der räumlichen Nähe betrifft dies insbesondere den Edeka-Verbrauchermarkt und den Aldi-Lebensmitteldiscounter (beide Marktstraße) sowie den Penny-Lebensmitteldiscounter an der Rotenburger Straße.

Von einer Gefährdung der für den zentralen Versorgungsbereich als Magnetbetriebe fungierenden Anbieter ist bei dem prognostizierten Umsatzrückgang durch das discountorientierte Vorhaben, welches selber Teil des zentralen Versorgungsbereichs ist, nicht auszugehen. Diese Betriebe sowie die sonstigen vorhabenrelevanten Angebote können zudem von den Agglomerations- und Destinationseffekten ihrer Kernstadtlage profitieren.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsbereichs können angesichts der Höhe



der Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.

Dies gilt auch für die Angebote in der Zone 2 (Stadtgebiet außerhalb der Kernstadt). In dieser befinden sich keine strukturprägenden Wettbewerbsbetriebe. Der absolute Umsatzrückgang ist mit <0,1 Mio. € überschaubar und liegt im Bereich der Prognoseungenauigkeit. Raumordnerische Auswirkungen können aufgrund der Ausrichtung des Vorhabens auf die örtliche Versorgung ausgeschlossen werden. Damit ist sowohl das städtebauliche als auch das raumordnerische Beinträchtigungsverbot erfüllt.

Das Erweiterungsvorhaben trägt maßgeblich zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung und hierbei vor allem zur Funktionsfähigkeit und Attraktivität der Innenstadt von Schneeverdingen bei. Der Randsortimentsanteil wird weiterhin max. 10 % betragen. Mit der Realisierung des Lidl-Erweiterungsvorhabens ist eine qualitative Aufwertung der Nah- bzw. Grundversorgung verbunden, ohne dass mehr als unwesentliche Auswirkungen induziert werden.

U.E. wird das Erweiterungsvorhaben in der Lage sein, den innerstädtischen Nahversorgungsstandort zukunftsfähig abzusichern, da mit der erweiterten Fläche den Ansprüchen der Verbraucher an eine verbesserte Convenience etc. sowie seitens des Handels zu Gunsten großzügigerer Verkehrsflächen entsprochen wird.

Als Gründe für Erweiterungen bei Lebensmitteldiscountern lassen sich u.a. anführen:

- Großzügiger und barrierefreier Türkoffer/Eingangsbereich induziert steigenden Bedarf nach „Verkehrs“-Flächen,
- Deutlich weniger komprimierte Sortimentspräsentation durch höhere Frischekompetenz bei gleichzeitiger breiterer Aufstellung in einzelnen Produktgruppen spiegelt sich in der Ausweitung der Regalmeter wider (mehr Ware eines Artikels werden nebeneinander platziert, „Palettenware statt Stückware“),
- Niedrigere Regalhöhen, um Waren besser erreichbar zu machen (Barrierefreiheit),
- Verzicht auf Regale über den Tiefkühltruhen zur verbesserten Orientierung/Übersichtlichkeit sowie eine ansprechendere Warenpräsentation,
- Standardisierung der Logistik zur Optimierung des Betriebsablaufs und Verbesserung der Arbeitsbedingungen für das Personal (u.a. Regalbestückung),



- Pfand- und Hygieneregungen (steigender Anteil an Pfandflaschen induziert zusätzliche Flächenansprüche) und
- Integration von Bake-off-Stationen.

Im Bereich der ergänzenden aperiodischen Sortimente wurde vor dem Hintergrund der geringen Marktanteilszuwächse auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des Marktanteilszuwachses von weniger als 1 %-Punkt in jedem Falle ausgeschlossen werden.

---

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsbereichs kann für die geplante Erweiterung auf 1.500 qm VKF ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

---



#### 7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Niedersachsen sind Vorhaben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten grundsätzlich nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig. Städtebaulich integrierte Lagen stehen in Niedersachsen in einem engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des § 2 Abs. 2 und § 9 Abs. 2a BauGB. Außerdem müssen diese Flächen in das Netz des öffentlichen Personenverkehrs eingebunden sein.

Der LROP Niedersachsen (2017) sieht in Ziffer 05 folgende Ausnahmeregel hinsichtlich des Integrationsgebots vor:

*„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente periodische Sortimente sind, sind ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulich oder siedlungsstrukturellen Gründen [...] nicht möglich ist.“ In diesen Fällen sei ein Vorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen aber im zentralen Siedlungsgebiet im funktionellen Zusammenhang mit Wohngebieten anzusiedeln. Diese Regelung gelten auch bei Erweiterung eines Betriebs<sup>12</sup>. In diesen Fällen ist ein Vorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen aber im zentralen Siedlungsgebiet und im funktionellen Zusammenhang mit Wohngebieten anzusiedeln. Hiermit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass Einzelhandelsgroßprojekte auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen zur flächendeckenden und verbrauchernahen Versorgung dienen.*

In der Stadt Schneverdingen liegt kein gemeindliches Einzelhandelskonzept vor, das Aussagen zu der Anzahl und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen vornimmt. Gleichwohl liegt der Vorhabenstandort im faktischen zentralen Versorgungsbereich ‚Innenstadt Schneverdingen‘ und befindet sich somit in städtebaulich-integrierter Lage.

<sup>12</sup> Damit ist nach dem LROP durch die oben genannten Ausnahmetatbestände nicht mehr zwingend eine Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs oder ein „Anschmiegen“ an diesen notwendig.



Insofern wird auch der räumliche Zusammenhang zum vorhandenen Siedlungsbereich gewahrt. Der Vorhabenstandort ist aus den direkt angrenzenden Wohngebieten gut erreichbar (700 m-Radius: ca. 3.600 Einwohner). Die Nähe zu mehreren Bushaltestellen sichert zudem die Anbindung an den ÖPNV. Eine gute Erreichbarkeit im modal split (einschließlich Fuß- und Radwegeanbindung) ist bereits heute gegeben.

Für die angrenzenden Wohngebiete erfüllt der Lidl-Discounter zugleich bereits heute eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Durch das Vorhaben kommt es nunmehr zu einer Erweiterung und zukunftsfähigen Absicherung des bereits heute großflächigen Lebensmittelmarkts. Er ist im Bewusstsein der Verbraucher bereits fest verankert („gelernter Standort“) und fungiert als einer der nahversorgungsrelevanten Magnetbetriebe der Schneverdinger Innenstadt. Auch nach der Vorhabenrealisierung werden auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche Angebote des aperiodischen Bedarfs angeboten.

---

Der Vorhabenstandort befindet sich in der Innenstadt von Schneverdingen und ist städtebaulich in wesentliche Wohnsiedlungsbereiche eingebunden. Der Lidl-Markt ist damit funktional richtig verortet. Das städtebauliche Integrationsgebot kann auch unter Verweis auf das verdichtete Wohnsiedlungspotenzial im Nahbereich des Vorhabens als erfüllt bewertet werden.

---



## 8 Fazit

---

Am Standort Harburger Straße 11 in der Innenstadt von Schneverdingen befindet sich ein Lidl-Lebensmitteldiscounters mit aktuell rd. 991 qm Verkaufsfläche. Es ist eine Erweiterung um rd. 509 qm VKF durch Abriss und Ersatzneubau auf rd. 1.500 qm VKF beabsichtigt.

In der Bewertung des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 6 Nr. 8a und § 1 Abs. 4 BauGB ist Folgendes festzuhalten:

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren aufgrund des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus keine weiteren Impulse für die Einzelhandelsentwicklung.

Auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 8.800 qm innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 41 Mio. € Umsatz generiert. Die Zentralität von rd. 85 % weist auf Nachfrageabflüsse hin.

Das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2017 beträgt knapp 20.700 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird zur Marktwirksamkeit bei etwa 102 Mio. € liegen.

Nach den Modellrechnungen errechnet sich durch die Erweiterung ein zusätzliches Umsatzpotenzial von rd. 2,5 Mio. €, das v.a. auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich entfällt. Das entspricht einem Marktanteilszuwachs im Einzugsgebiet von rd. 3 %-Punkten.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Lidl-Discounters erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich rd. 6 % bezogen auf das Einzugsgebiet. Die höchsten Umsatzrückgänge sind für die strukturprägenden Lebensmittelmärkte im zentralen Versorgungsbereich von Schneverdingen (zugleich Vorhabenstandort) zu erwarten.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung kann für den geplanten Ersatzneubau mit 1.500 qm VKF ausgeschlossen werden. Das Beeinträchtungsverbot ist erfüllt.





Das Vorhaben entspricht zudem dem Kongruenz- bzw. Konzentrationsgebot. Durch die Lage des Lidl-Markts im zentralen Versorgungsbereich und einem verdichteten Wohnsiedlungspotenzial im Nahbereich ist auch die Kompatibilität mit dem städtebaulichen Integrationsgebot vollständig gegeben.

Hamburg, April 2016/Juni 2017

gez. Sandra Emmerling

gez. Sascha Denneng

Dr. Lademann & Partner GmbH