



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# Die Harburger Straße in Soltau als Standort für einen Netto-Lebensmitteldiscounter

Verträglichkeitsgutachten für ein Erweiterungsvorhaben



## Endbericht

Im Auftrag der Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG  
Hamburg, 17.02.2025



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

## **Die Harburger Straße in Soltau als Standort für einen Netto-Lebensmitteldiscounter**

Verträglichkeitsgutachten für ein Erweiterungsvorhaben

Projektnummer: 25DLP3779

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Boris Böhm

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Lukas Engling

Im Auftrag der

**Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG**

**Industriepark Ponholz 1**

**93142 Maxhütte-Haidhof**

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

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. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

# Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
<b>2</b>	<b>Analyse von Mikrostandort und Vorhaben</b>	<b>4</b>
2.1	Mikrostandort	4
2.2	Vorhabenkonzeption	8
<b>3</b>	<b>Rahmendaten des Makrostandorts</b>	<b>10</b>
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	10
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	11
<b>4</b>	<b>Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial</b>	<b>13</b>
4.1	Methodische Vorbemerkungen	13
4.2	Wettbewerb im Untersuchungsraum	13
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	15
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	16
<b>5</b>	<b>Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum</b>	<b>18</b>
5.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet	18
5.2	Planvorhaben	21
5.3	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen	22
	ZVB Innenstadt Soltau	23
<b>6</b>	<b>Vorhaben- und Wirkungsprognose</b>	<b>25</b>
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	25

<b>6.2</b>	<b>Wirkungsprognose</b>	<b>29</b>
6.2.1	Vorbemerkungen	29
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf	30
<b>7</b>	<b>Bewertung des Vorhabens</b>	<b>33</b>
7.1	Zur Frage der Einordnung des Vorhabens als raumbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt	33
7.2	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	36
7.3	Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept	38
<b>8</b>	<b>Fazit</b>	<b>41</b>

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	4
Abbildung 2: Blick entlang der Harburger Straße in Richtung Norden	5
Abbildung 3: Blick entlang der Harburger Straße in Richtung Süden	6
Abbildung 4: Bestehender Netto-Markt (inkl. Bäckerei) in der Harburger Straße 25	6
Abbildung 5: Zentren- und Standortstruktur gemäß Einzelhandelskonzept	7
Abbildung 6: Lage im Raum	10
Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	14
Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens	15
Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	19
Abbildung 10: Innenstadt Soltau	24

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	8
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	12
Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	16
Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	17
Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	18
Tabelle 6: Marktanteile des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets	25
Tabelle 7: Umsatzstruktur des Vorhabens	26
Tabelle 8: Umsatzstruktur des Netto-Markts (Status quo)	27
Tabelle 9: Umsatzzuwachs des Netto-Markts durch Vorhabenrealisierung	27
Tabelle 10: Marktanteilszuwachs des Netto-Markts durch Vorhabenrealisierung	28
Tabelle 11: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens	31
Tabelle 12: Umsatzherkunftsstruktur des Netto-Markts	34

# 1 Einführung

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Der in der Harburger Straße 25 in der niedersächsischen Stadt Soltau ansässige **Netto-Markt** verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von knapp 800 qm. Mittels eines Anbaus soll die Verkaufsfläche erweitert werden auf **1.030 qm, zzgl. eines rd. 45 qm großen Bäckers mit Café**<sup>1</sup>.

Das Grundstück liegt im Geltungsbereich des B-Plans Nr. 113 „Harburger Straße“. Dieser setzt für das betreffende Grundstück zwei Gewerbegebiete fest, in denen Einzelhandelsbetriebe zur Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs mit einer Gesamtverkaufsfläche von max. 800 qm zulässig sind. Zur Vorhabenrealisierung eines Lebensmittelmarkts mit 1.030 qm Verkaufsfläche wird daher eine Änderung des B-Plans notwendig, um die planungsrechtlichen Voraussetzungen für eine bauliche Erweiterung zu schaffen und so den Markt am Standort zu sichern.

Die **Aufgabenstellung** der Untersuchung bestand somit in der Ermittlung und Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung. Prüfungsmaßstab dafür sind § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 8a BauGB sowie § 2 Abs. 2 BauGB. Zudem ist das Vorhaben nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB im Hinblick auf die Ziele des kommunalen Einzelhandelskonzepts der Stadt Soltau zu prüfen gewesen.

Nach § 1 Abs. 4 BauGB ist das Vorhaben zudem auf seine Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung zu bewerten (LROP Niedersachsen<sup>2</sup>). Im Fokus stehen hierbei vor allem das Konzentrationsgebot, das Kongruenzgebot, das Beeinträchtigungsverbot und das Integrationsgebot. Kann jedoch nachgewiesen werden, dass es sich um ein Vorhaben zur **wohnotbezogenen Nahversorgung** handelt, so dass dieses gemäß den Regelungen des LROP Niedersachsen als nicht raumbedeutsam einzuordnen ist, finden die Ziele der Raumordnung keine Anwendung. Daher erfolgte zunächst eine Prüfung, ob das Vorhaben überwiegend zur wohnotbezogenen Nahversorgung dient (d.h. der Umsatzschwerpunkt des Vorhabens aus dem Nahbereich generiert wird). Kann dieser Nachweis nicht erbracht werden, schließt sich eine Kompatibilitätsprüfung bezogen auf die relevanten Ziele der Raumordnung an.

---

<sup>1</sup> Der Bäcker ist bereits heute im Vorkassenbereich ansässig.

<sup>2</sup> Ein gültiges Regionales Raumordnungsprogramm für den Heidekreis liegt derzeit nicht vor. Der Entwurf zur Fortschreibung des RROP ist mittels eines Kreistagsbeschlusses aufgehoben worden.

## 1.2 Vorgehensweise

Dr. Lademann & Partner haben bei der Bearbeitung der Verträglichkeitsanalyse folgendes **Untersuchungskonzept** zugrunde gelegt:

- Kurzbewertung der relevanten **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** am Makrostandort Soltau (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Darstellung und Bewertung des Vorhabens im Hinblick auf seine **Zentrenrelevanz** sowie des Mikrostandorts, des Standortumfelds und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Abgrenzung des Untersuchungsraums und Bewertung der **Wettbewerbssituation** im Raum;
- Analyse und Bewertung der **nahversorgungsrelevanten Angebotssituation** im Untersuchungsraum; Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sowie Bewertung der Versorgungssituation (nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte und Einzelhandelszentralität); Identifizierung und Einordnung vorhabenrelevanter Planvorhaben;
- Analyse der **städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Ausgangslage** in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungslagen zur Frage der Stabilität/Fragilität der Zentren/Standorte;
- **Abgrenzung des Einzugsgebiets** und sortimentspezifische Ermittlung des aktuellen sowie des perspektivischen Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet;
- **Vorhabenprognose** bezüglich der Marktanteile im Einzugsgebiet (Kaufkraftabschöpfung) sowie des Umsatzes und der Umsatzherkunft bzw. zu den Veränderungen durch die geplante Erweiterung; prüfungsrelevant ist gemäß Rechtsprechung nur der Zusatzumsatz gegenüber dem Status Quo;<sup>3</sup>
- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden **Umsatzumverteilungseffekte** (wettbewerbliche Auswirkungen) durch das Vorhaben im Untersuchungsraum;
- **städtebauliche Bewertung** der prospektiven Auswirkungen des Vorhabens unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung;
- Analyse und Bewertung, ob das Vorhaben unter die wohnortbezogenen Nahversorgung fällt und damit **nicht raumbedeutsam** ist; sofern dieser Nachweis nicht erbracht werden kann, ist das Vorhaben auf seine Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung zu prüfen;

---

<sup>3</sup> Der Zusatzumsatz ergibt sich neben der Erweiterung der Verkaufsfläche auch aus der Attraktivitätssteigerung des Gesamtstandorts im Zuge der Erweiterung.

- Bewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund der relevanten **Zielaussagen des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts** der Stadt Soltau gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, sind eine Reihe von **Pri-mär- und Sekundärerhebungen** durchzuführen:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- flächendeckende Vor-Ort-Erhebung der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum;
- intensive Begehungen des Mikrostandorts, des Standortumfelds sowie der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als **Prognosehorizont** wurde das Jahr 2027 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

## 2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

### 2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich in der Harburger Straße 25 im nördlichen Stadtgebiet von Soltau.

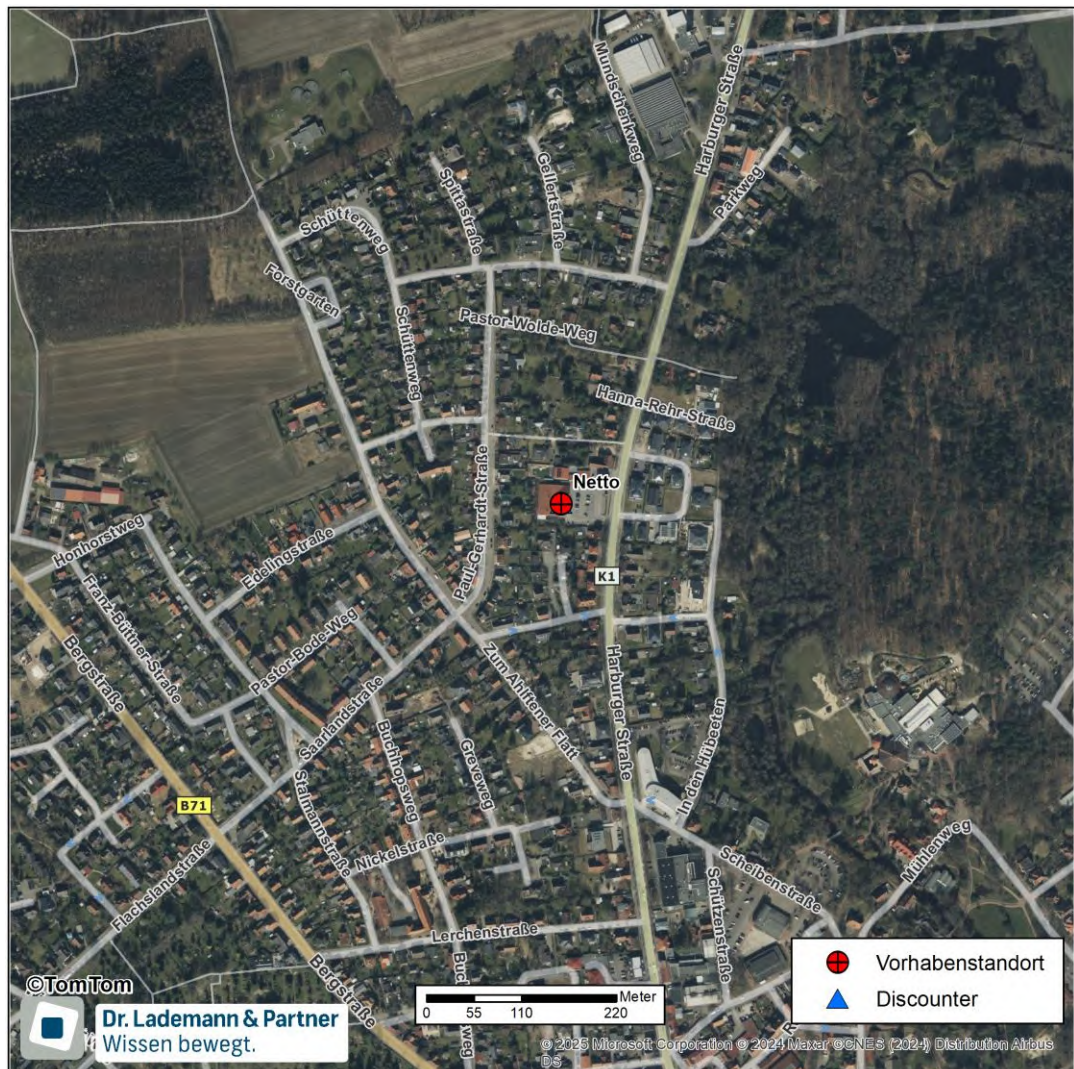


Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die **verkehrliche Anbindung** des Vorhabenstandorts erfolgt im Wesentlichen über die Kreisstraße 1, welche vor Ort als Harburger Straße geführt wird. Die Harburger Straße erreicht im südlichen Verlauf die Innenstadt von Soltau und bindet im nördlichen Verlauf das weitere Umland in Richtung Schneverdingen an Soltau an. Zudem läuft die Harburger Straße nördlich von Soltau auf die B3. Die An- und Abfahrt auf das Grundstück ist aus beiden Fahrtrichtungen möglich. Von der Harburger Straße kann das Grundstück über die nördliche Zufahrt angefahren werden, die Abfahrt erfolgt über die Einmündung im südlichen Teilbereich des Grundstücks und ist in beide Fahrtrichtungen möglich.

Die **Anbindung an den ÖPNV** erfolgt über die Haltestelle ‚Parkweg‘ in rd. 350 m nördlicher Entfernung an der Harburger Straße. Die fußläufige Erreichbarkeit sowie die Anbindung mit dem Rad aus den umliegenden Wohngebieten ist ebenfalls gegeben.

Das **Vorhabengrundstück** ist derzeit bebaut mit dem bereits bestehenden Netto-Lebensmitteldiscounter (inkl. Bäckerei) samt vorgelagerter Stellplatzfläche. Das **Standortumfeld** ist geprägt durch Wohnbebauung (vorwiegend Einzel- und Mehrfamilienhäuser). Unmittelbar angrenzend befindet sich noch ein Burger-Restaurant.



Abbildung 2: Blick entlang der Harburger Straße in Richtung Norden



**Abbildung 3: Blick entlang der Harburger Straße in Richtung Süden**



**Abbildung 4: Bestehender Netto-Markt (inkl. Bäckerei) in der Harburger Straße 25**



## 2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die geplante **Erweiterung des bestehenden Netto-Lebensmitteldiscounters (inkl. Bäckerei-Café)** in der Harburger Straße 25 in Soltau. Dabei soll der Netto-Markt von derzeit rd. 775 qm auf sodann rd. 1.030 qm (inkl. Windfang) und das Bäckerei-Café auf rd. 45 qm (+ 25 qm) Verkaufsfläche erweitert werden. Somit entspricht der **Gesamtverkaufsflächenzuwachs rd. 280 qm**.

Der Sortimentsschwerpunkt des Gesamtvorhabens liegt auch 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>4</sup> wird erfahrungsgemäß bei ca. 10 %<sup>5</sup> liegen.

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch das Vorhaben

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	718	254	972
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>698</i>	<i>229</i>	<i>927</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>20</i>	<i>25</i>	<i>45</i>
aperiodischer Bedarf	77	26	103
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>77</i>	<i>26</i>	<i>103</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<b>Gesamt</b>	<b>795</b>	<b>280</b>	<b>1.075</b>
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>775</i>	<i>255</i>	<i>1.030</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>20</i>	<i>25</i>	<i>45</i>

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers

**Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens**

Die angestrebte Verkaufsflächendimensionierung erscheint vor dem Hintergrund des stetigen Strukturwandels im Lebensmitteleinzelhandel nachvollziehbar. Um den gestiegenen Anforderungen der Kunden gerecht zu werden und die internen Betriebsabläufe zu optimieren, modernisieren derzeit alle Lebensmittelanbieter deutschlandweit ihr Ladennetz. Die Modernisierungen sind i.d.R. mit Verkaufsflächenerweiterungen verbunden, da sich die ökonomische Tragfähigkeit einzelner Anbieter langfristig nur sicherstellen lässt, wenn diese zeitgemäß dimensioniert sind.

<sup>4</sup> Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel.

<sup>5</sup> Sollte der Anteil aperiodischer Randsortimente tatsächlich höher ausfallen, bildet die Untersuchung einen Worst Case im Hinblick auf das Kernsortiment Periodischer Bedarf ab.

Der Anpassungsdruck für die Verkaufsfläche hat verschiedene Ursachen:

- Die Erwartungshaltung der Konsumenten an den Einkaufskomfort ist in den letzten Jahren erheblich angestiegen. Dies beinhaltet vor allem erhöhte Ansprüche an die Architektur, das Ladendesign und die Warenpräsentation und äußert sich in der Notwendigkeit die Regalhöhen zu reduzieren, um die Übersichtlichkeit zu erhöhen und die Gänge zu verbreitern, um ein möglichst barrierefreies und komfortables Einkaufen zu gewährleisten. Dadurch steigt der Flächenbedarf.
- Die Konsumenten kennzeichnen sich durch ein wachsendes Bewusstsein für die Themen Regionalität, Bio, Fair Trade, vegane Produkte etc. Die damit einhergehende Ausdifferenzierung der Produktvielfalt induziert einen zusätzlichen Flächenbedarf, um entsprechende Produkte anbieten zu können. Hinzu kommt insbesondere bei Vollsortimentern, aber zunehmend auch bei den Discountern die Erwartungshaltung der Verbraucher an ein möglichst umfangreiches Frischeangebot (Obst/Gemüse, Wurst/Fleisch, Käse, Fisch), was ebenfalls zusätzliche Flächenansprüche induziert.
- Um die Betriebsabläufe zu optimieren, wird darauf hingewirkt, möglichst viel Ware auf die Verkaufsfläche zu bekommen und den Umfang an Lagerware möglichst gering zu halten. Dadurch ist der Bedarf nach Verkaufsfläche gegenüber Lagerflächen überproportional angestiegen.

Auch wenn bei einem Erweiterungsvorhaben grundsätzlich das gesamte neue Vorhaben hinsichtlich seiner Gestalt und Ausstrahlungswirkung baurechtlich zu prüfen ist, muss berücksichtigt werden, dass der bestehende Betrieb seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert hat. Daher ist nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz in der Wirkungsanalyse für das Vorhaben prüfungsrelevant, der sich aus der Verkaufsflächenerweiterung und der allgemein zu erwartenden Attraktivitätssteigerung des Markts ergibt.<sup>7</sup> Schließlich ist der bestehende Betrieb bereits heute Bestandteil des Einzelhandelsgefüges.

An der Harburger Straße 25 in Soltau ist die Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters (inkl. Bäckerei) von aktuell rd. 795 qm auf dann 1.075 qm geplant. Der Vorhabenstandort ist vollständig von Wohnbebauung umgeben.

<sup>7</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 und zentralörtliche Struktur

Die **Stadt Soltau** befindet sich mittig zwischen den Großstädten Hamburg, Bremen und Hannover im niedersächsischen Heidekreis gelegen. Das Stadtgebiet setzt sich aus der Kernstadt und sechzehn weiteren Stadtteilen zusammen und wird durch die kleinen Flüsse Böhme und Soltau durchzogen.

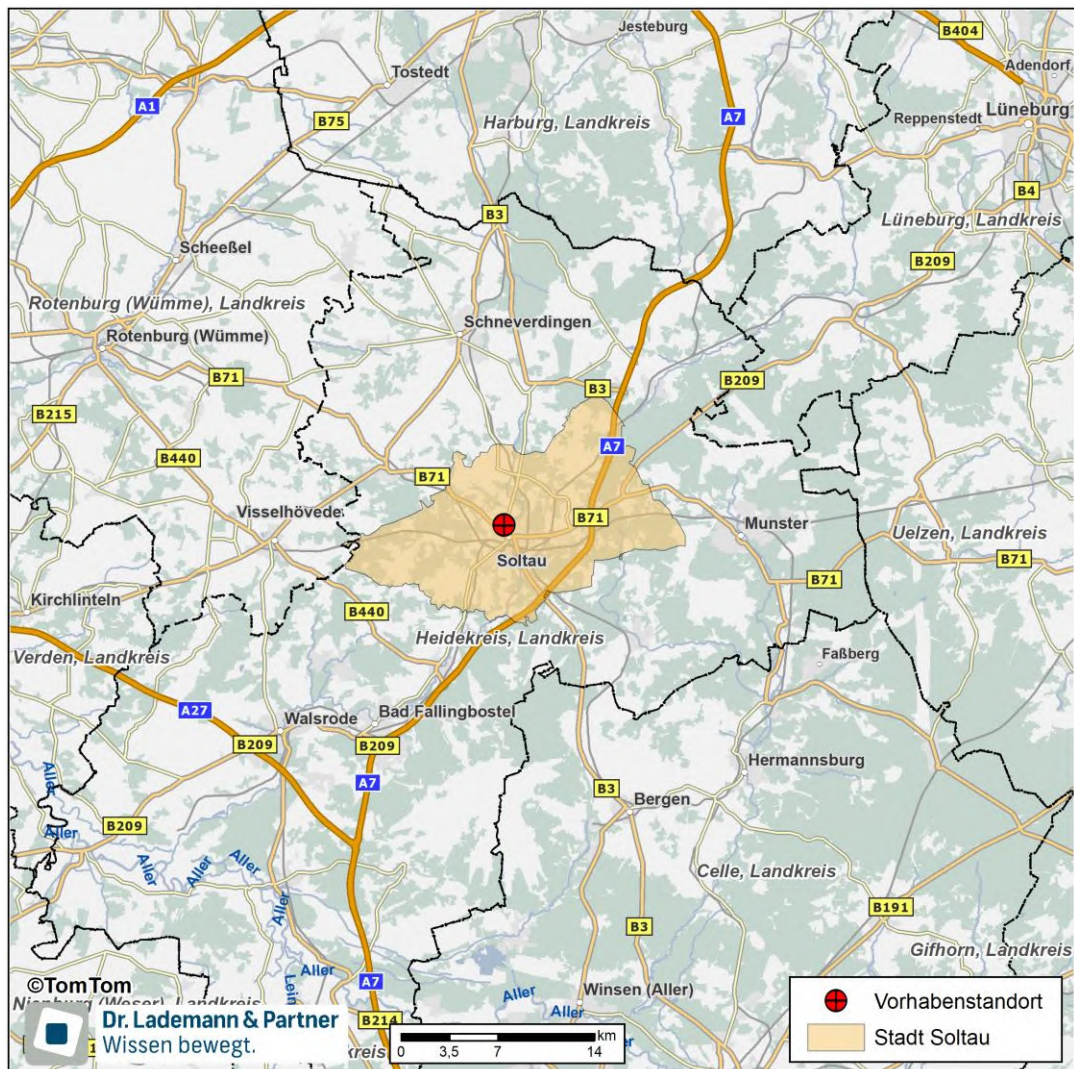


Abbildung 6: Lage im Raum

Soltau zeichnet sich durch eine sehr gute überregionale **Verkehrsanbindung** aus, die sich aus der unmittelbaren Anbindung an die BAB 7 ableitet und Soltau damit direkt an Hamburg und Hannover anschließt. Über die BAB 27, die sich in einer Entfernung von ca. 30 km südwestlich befindet, ist zudem die Stadt Bremen zu erreichen. Zudem verläuft die Bundesstraße 71 durch das Stadtgebiet und bindet Soltau zügig in Richtung Uelzen und Rotenburg/Wümme an. Über die B 209 ist zudem eine gute Erreichbarkeit in Richtung Lüneburg gegeben. Und auch in Richtung Celle und Buchholz ist Soltau gut abgebunden über die durch das Stadtgebiet verlaufende Verkehrsachse K1/K48, die in Schneverdingen und an der BAB-Anschlussstelle Soltau-Süd in die B3 übergeht. Somit kann Soltau auch eine sehr gute Einbindung in das regionale Verkehrsnetz attestiert werden.

Die Stadt ist als Mittelpunkt der Lüneburger Heide von hoher touristischer Bedeutung. Neben dem überregionalen **Tourismus** spielt die Lüneburger Heide auch als Naherholungsgebiet „Naturpark Lüneburger Heide“ für die Metropolregionen Hamburg, Hannover und Bremen eine wichtige Rolle im Tagestourismus. Insbesondere mit dem Heide Park, der Soltau Therme, dem Designer Outlet und dem Norddeutschen Spielzeugmuseum verfügt die Stadt Soltau selbst über anziehungsstarke touristische Angebote. Von dieser touristischen Relevanz kann auch der Einzelhandel profitieren. Mehrere Campingplätze im Stadtgebiet zeugen von der touristischen Bedeutung Soltaus. Mit dem Röders Premium Camping-Platz liegt einer davon fußläufig entfernt zum Vorhabenstandort an der Harburger Straße.

Von Seiten der **Regional- und Landesplanung ist die Stadt Soltau als Mittelzentrum** innerhalb des überwiegend ländlich geprägten Heidekreises in Niedersachsen ausgewiesen und soll demnach Versorgungsfunktionen auch für das Umland übernehmen. Für den periodischen Bedarf ist jedoch nur das eigene Stadtgebiet als relevanter Kongruenzraum anzusehen. Die nächstgelegenen Orte mit zentralörtlicher Funktion sind die Mittelzentren Munster (rd. 20 km), Walsrode (rd. 30 km) und Rotenburg/Wümme (rd. 40 km). In jeweils etwa 50 km Entfernung befinden sich mit Celle und Lüneburg die nächstgelegenen **Oberzentren**. Mit Schneverdingen, Bergen, Bispingen, Wietzendorf, Bomlitz, Visselhövede, Fallingbostal und Neuenkirchen sind darüber hinaus noch eine Reihe von **Grundzentren** in maximal 20 km Entfernung erreichbar.

## 3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die **Bevölkerungsentwicklung** in Soltau verlief seit 2019 mit einem jährlichen Wachstum von + 0,7 % deutlich positiv. Damit übersteigt die Entwicklung in Soltau den Trend des Landkreises Heidekreis und des Landes Niedersachsen (+ 0,5 % respektive + 0,4 % p.a.). Auch die Vergleichskommunen konnten Einwohnerzugewinne verzeichnen (zwischen + 0,1 % und + 0,4 % p.a.) – jedoch auf einem geringen Niveau als in Soltau.

Insgesamt lebten in Soltau Anfang 2024

**gut 22.000 Einwohner.**

Einwohnerentwicklung in Soltau im Vergleich

Gemeinde, Landkreis, Land	2019	2024	abs.	+/- 19/24		Veränderung p.a. in %
				in %		
<b>Soltau</b>	<b>21.317</b>	<b>22.040</b>	<b>723</b>	<b>3,4</b>		<b>0,7</b>
Neuenkirchen	5.590	5.684	94	1,7		0,3
Bad Fallingb.ostel	11.852	12.119	267	2,3		0,4
Bispingen	6.464	6.513	49	0,8		0,2
Wietzendorf	4.162	4.188	26	0,6		0,1
Faßberg	6.136	6.172	36	0,6		0,1
Munster	15.117	15.413	296	2,0		0,4
<b>Heidekreis</b>	<b>139.755</b>	<b>143.220</b>	<b>3.465</b>	<b>2,5</b>		<b>0,5</b>
<b>Niedersachsen</b>	<b>7.982.448</b>	<b>8.161.981</b>	<b>179.533</b>	<b>2,2</b>		<b>0,4</b>

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.)

**Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich**

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Soltau kann in Anlehnung an die Wohnraumbedarfsanalyse für die Stadt Soltau aus 2022<sup>8</sup> des ALP Institut Wohnen und Stadtentwicklung unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren positiv entwickeln werden. Im Jahr 2027 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Soltau daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

**etwa 22.400 Einwohnern.**

Soltau verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**<sup>9</sup> von 96,3. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Heidekreis (95,2) sowie zum Landesdurchschnitt (98,6) durchschnittlich aus und bewegt sich leicht unterhalb des Bundesschnitts.

Von Seiten der Raumordnung ist Soltau als Mittelzentrum innerhalb des überwiegend ländlich geprägten Heidekreises ausgewiesen. Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der positiven Einwohnerentwicklung sowie der Tourismusbedeutung zusätzliche Potenziale für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Soltau.

<sup>8</sup> Vgl. ALP Institut für Wohnen und Stadtentwicklung.

<sup>9</sup> Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2024. Durchschnitt Deutschland=100.

## 4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

### 4.1 Methodische Vorbemerkungen

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

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld 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. Auch das eigene Filialnetz von Netto ist als limitierender Faktor zu berücksichtigen.

### 4.2 Wettbewerb im Untersuchungsraum

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Lebensmitteldiscountern und weiteren strukturprägenden Betrieben des Lebensmittelhandels in Form von Supermärkten, Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern.

In der nachfolgenden Karte sind die regionalen Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel dargestellt, die die räumliche Ausprägung des Einzugsgebiets beeinflussen. Wie dieser Karte zu entnehmen ist, befinden sich im Stadtgebiet von Soltau insgesamt neun strukturprägende Lebensmittelmärkte mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche: die Verbrauchermärkte Edeka und Rewe (2), die Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl, Netto (2) und Penny, sowie ein ALECO-Biomarkt. Derzeit befinden sich mit den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl sowie dem ALECO-Biomarkt insgesamt drei strukturprägende Lebensmittelmärkte innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Soltau.

Das Angebot des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels konzentriert sich darüber hinaus auf die umliegenden Zentralen Orte. Mit Blick auf den Vorhabenstandort im nördlichen Stadtgebiet sind vor allem die Angebote in Schneverdingen, Munster und Neuenkirchen relevant, in denen jeweils ein leistungsfähiges Nahversorgungsangebot vorhanden ist. Wenngleich diese Orte relativ weit von Soltau entfernt liegen, prägen sie die Wettbewerbsstruktur im Raum und wirken sich restriktiv auf die Ausprägung des Umlandeinzugsgebiets des Vorhabens aus.

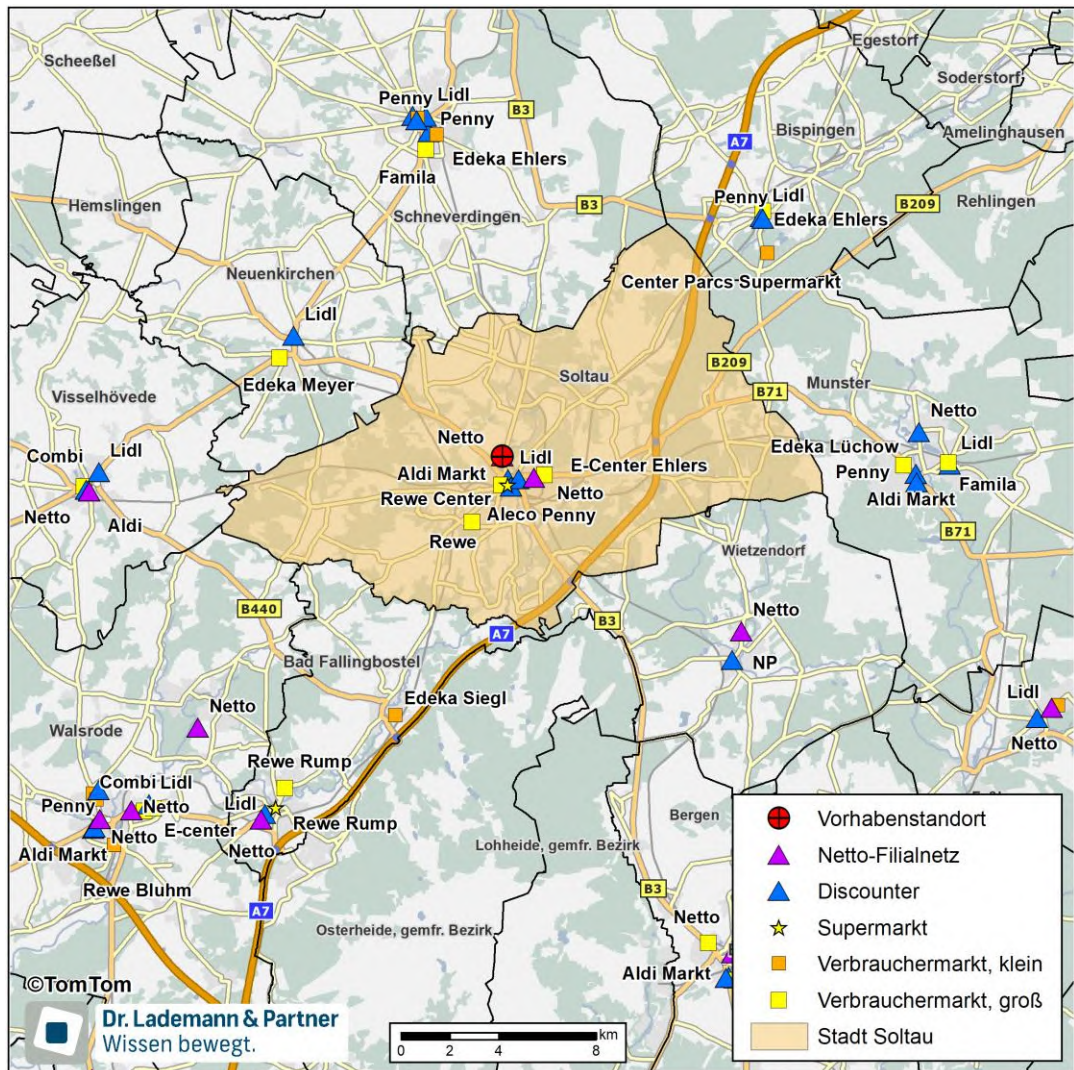


Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer **intensiven vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation** innerhalb der Stadt Soltau auszugehen. Auch in Bezug auf die Umlandgemeinden ist z.T. eine intensive Wettbewerbssituation festzustellen, was sich tendenziell limitierend auf die räumliche Ausprägung des Vorhabeneinzugsgebiets in das Umland auswirkt.

## 4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Das **Einzugsgebiet des Vorhabens** erstreckt sich über das nördliche Stadtgebiet von Soltau und schließt die vorwiegend dörflich geprägten Ortsteile mit ein. Die Gutachter gehen nicht davon aus, dass es durch die Erweiterung zu einer signifikanten Änderung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist eine Erhöhung der Marktdurchdringung im bereits bestehenden Einzugsgebiet zu erwarten.

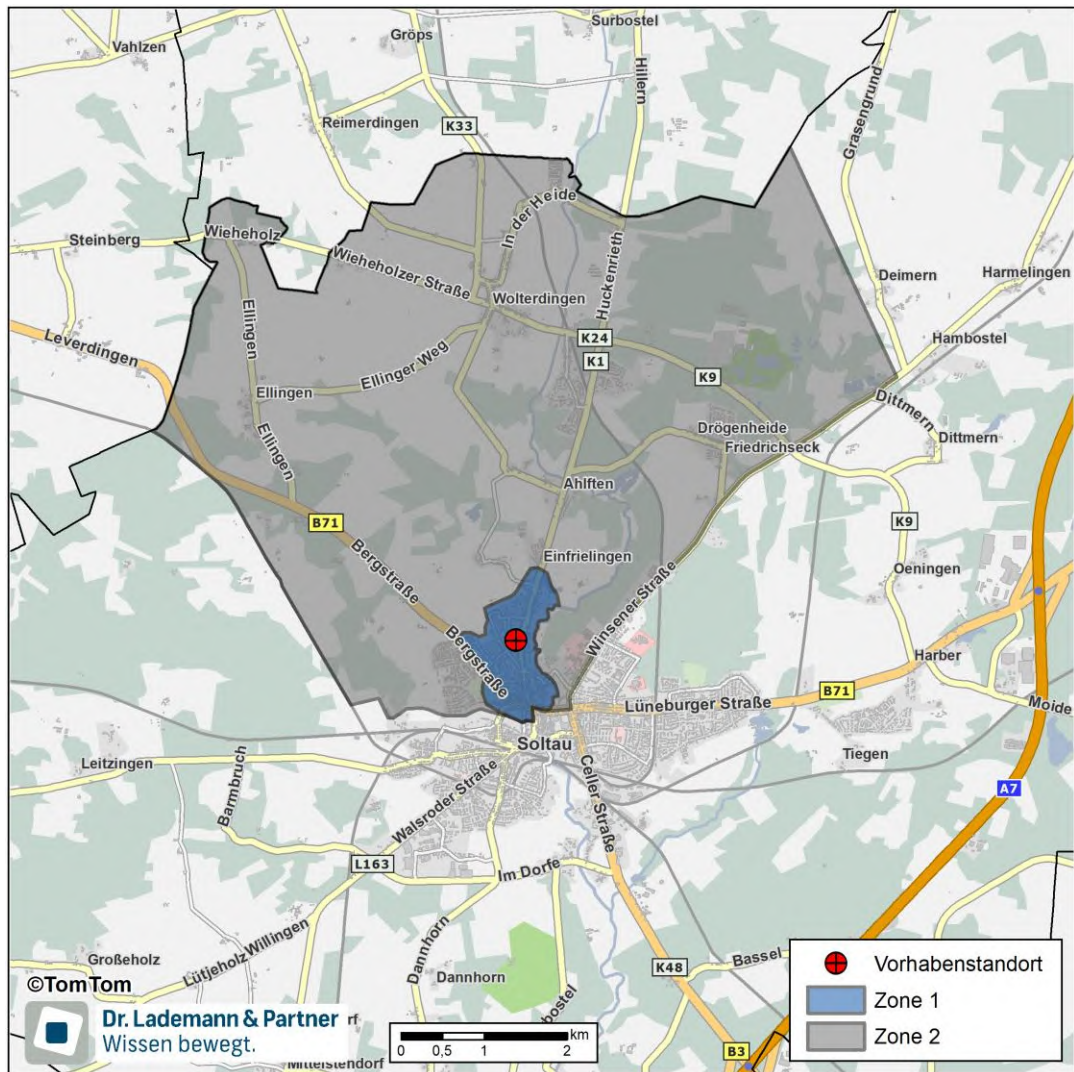


Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde. Die **Zone 1** erstreckt sich über den fußläufigen Einzugsbereich und umfasst die Kernstadtbereiche nördlich der Innenstadt zwischen B71 (Bergstraße) und der Böhme. Hier wird der Discounter aufgrund der räumlichen Nähe die höchste Marktdurchdringung erzielen. Die **Zone 2** erstreckt sich über das nördliche Stadtgebiet von Soltau und

schließt dabei die Ortsteile Ellingen, Wolterdingen, Ahlfthen, Einfrielingen, und Drögenheide ein. Während im Norden die Stadtgrenze das Einzugsgebiet begrenzt, wirkt in Richtung Osten der Verlauf der Böhme als funktionale Barriere. Im Süden wirken einerseits die Seilerstraße und andererseits der Verlauf der Bahngleise als funktionale Barrieren einzugsgebietsbegrenzend. Gleiches gilt für die Ausdehnung in Richtung Westen.

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 5.900 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem wachsenden **Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet** ausgegangen werden von insgesamt

**rd. 6.000 Einwohnern.**

Einzugsgebiet des Erweiterungsvorhabens in Soltau

Bereich	2024	2027
Zone 1	2.153	2.190
Zone 2	3.766	3.830
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>5.919</b>	<b>6.020</b>

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

**Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens**

Hinzu kommen noch Streukunden, die sich aus den touristischen Potenzialen (u.a. der nahegelegene Camping-Platz) und der mittelzentralen Versorgungsfunktion Soltaus ergeben.

## 4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft<sup>10</sup> im Einzugsgebiet sowie des zugrunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes<sup>11</sup> beträgt das **Nachfragepotenzial** für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 39,3 Mio. €.

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2027 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungszuwächse von einer **Erhöhung des Nachfragepotenzials auszugehen auf**

**rd. 40,0 Mio. € (+ 0,7 Mio. €).**

<sup>10</sup> Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2024.

<sup>11</sup> Vgl. Pro-Kopf-Ausgabesätze MB-Research 2023.

Davon entfallen rd. 21,6 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2027 in Mio. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Periodischer Bedarf*	7,9	13,8	21,6
Aperiodischer Bedarf**	6,7	11,7	18,3
<b>Gesamt</b>	<b>14,5</b>	<b>25,4</b>	<b>40,0</b>

Quelle: Eigene Berechnungen. \* ohne pharmazeutischer und medizinischer Bedarf \*\* ohne Möbel.

**Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit**

Für das Vorhaben ist von einer hohen Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen, was sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens aktuell etwa 5.900 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit in 2027 um etwa 0,7 Mio. € auf rd. 40,0 Mio. € ansteigen. Davon entfallen rd. 21,6 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

## 5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im folgenden Kapitel werden die vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert und bewertet.

### 5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im Januar 2025 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet (gemäß Kap. 4.3) des Vorhabens durchgeführt. Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

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

**rd. 740 qm.**

Das Angebot entfällt vollständig auf die Zone 1 des Einzugsgebiets und umfasst neben dem Netto-Markt zzgl. Bäcker im Vorkassenbereich nur noch einen Schlachter in der Querstraße.<sup>12</sup> Weitere nahversorgungsrelevante Anbieter sind im Einzugsgebiet nicht vorhanden.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Zone 1</b>	<b>3</b>	<b>740</b>	<b>4,2</b>
<b>Zone 2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>3</b>	<b>740</b>	<b>4,2</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

**Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets**

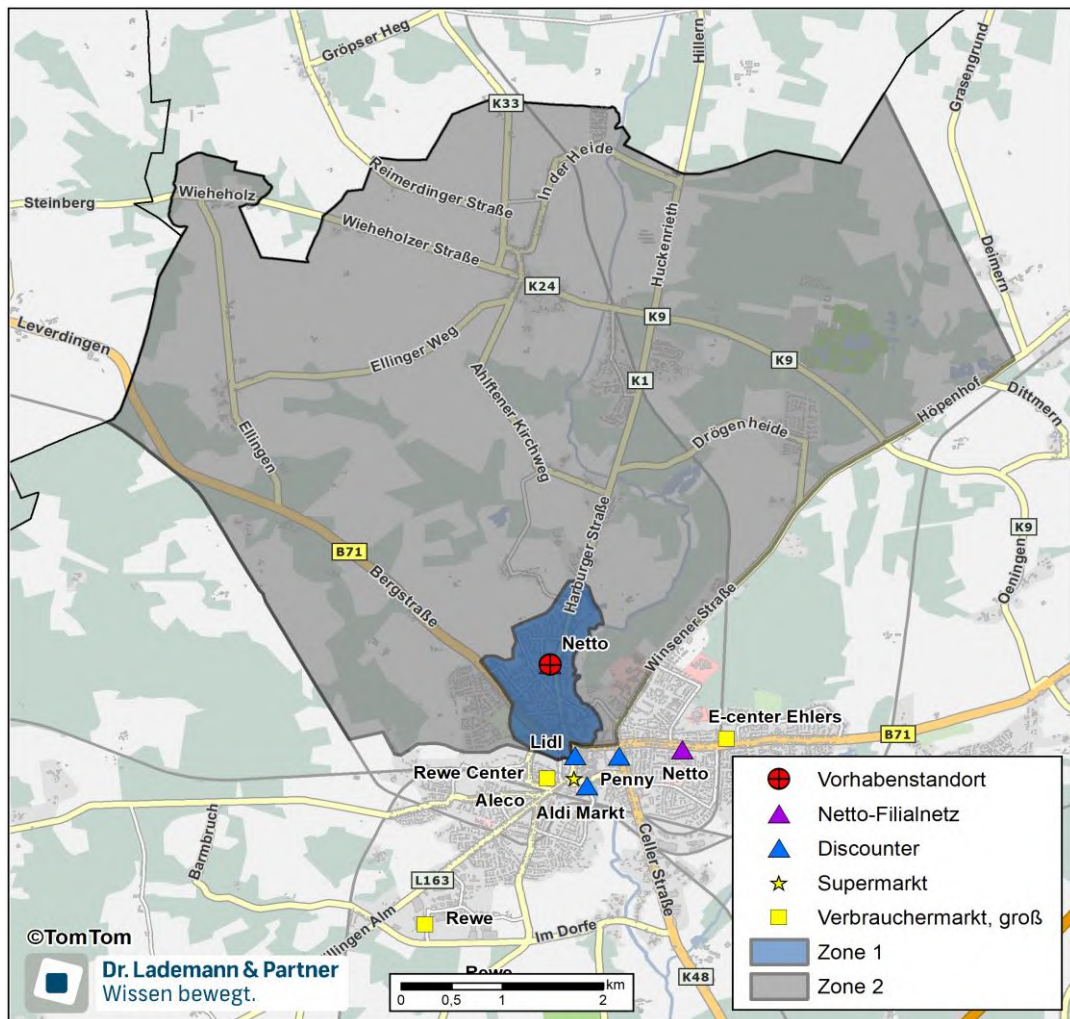
<sup>12</sup> Der Fleischer hat im April seinen Betrieb aus Altersgründen aufgelöst.

Der **Brutto-Umsatz** bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich (ohne aperiodische Randsortimente) auf insgesamt

**rd. 4,2 Mio. €.**

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität<sup>13</sup>** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.700 € je qm Verkaufsfläche.

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



**Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet**

<sup>13</sup> Aufgrund der anhaltend hohen Inflation, die vor allem Nahrungs- und Genussmittel betrifft, sind aktuell steigende Flächenproduktivitäten im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. Der daraus resultierende Umsatzzuwachs ist jedoch nur nominal zu betrachten. Real ist z.T. sogar von sinkenden Umsätzen im Lebensmitteleinzelhandel auszugehen – vor allem im Vergleich zu den umsatzstarken Coronajahren.

Mit dem Netto-Lebensmitteldiscounter (Vorhaben) befindet sich zwar lediglich ein strukturprägender Lebensmittelbetrieb innerhalb des Einzugsgebiets. Gleichwohl befinden sich unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets mehrere strukturprägende Betriebe. Hierzu zählen vor allem die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie der ALECO-Biomarkt in der Innenstadt sowie der Rewe-Verbrauchermarkt im Nahversorgungszentrum Am Bahnhof.

Die **nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte** im Einzugsgebiet beträgt rd. 125 qm/1.000 Einwohner und fällt damit sehr niedrig aus, was die geringe Wettbewerbsintensität innerhalb des Einzugsgebiets unterstreicht.<sup>14</sup>

Die aus der Gegenüberstellung von Nachfragepotenzial und Umsatz resultierende **nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität** von rd. 20 % innerhalb des Einzugsgebiets deutet auf erhebliche Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Einzugsgebiets hin. Die Kaufkraftabflüsse resultieren aus der geringen Angebotsdichte innerhalb des Einzugsgebiets und den sogstarken Wettbewerbsstandorten unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets. Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Einzugsgebiet nur ein Lebensmitteldiscounter, aber kein Vollsortimenter und auch keine Spezialanbieter wie Biomärkte und Drogeriemärkte vorhanden sind, was die Kaufkraftabflüsse noch zusätzlich verstärkt. Da dem zum Einzugsgebiet zugeordneten Stadtgebiet keine zentralen Versorgungsbereiche oder sonstigen über den Nahbereich hinaus ausstrahlenden Einzelhandelsstandorte zugewiesen sind, müssen die Kaufkraftabflüsse jedoch auch ein Stück weit relativiert werden – sie sind in Teilen auch „gewollt“.

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 740 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 4,2 Mio. € Umsatz generiert (jeweils ohne aperiodische Randsortimente). Verkaufsflächendichte und Zentralität deuten auf eine geringe Angebotsdichte und signifikante Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet an umliegende Einzelhandelsstandorte hin.

<sup>14</sup> Der bundesdeutsche Durchschnitt beträgt aktuell rd. 530 qm/1.000 Einwohner. Der angegebene Wert bezieht sich auf alle Betriebsformen des periodischen Bedarfsbereichs (exkl. Apotheken) und basiert auf eigenen Berechnungen auf der Grundlage von Daten einschlägiger Institute und Verbände (v.a. EHI Retail Institute, TradeDimensions).

## 5.2 Planvorhaben

Innerhalb des Untersuchungsraums bzw. außerhalb des Einzugsgebiets bestehen weitere (nahversorgungsrelevante) Planvorhaben, welche im Folgenden kurz skizziert werden:

- In der Straße Böhmeide 45 im ZVB Innenstadt Soltau (unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets) befindet sich ein **Aldi-Lebensmitteldiscounter**. Ursprünglich war vorgesehen, den Markt abzureißen und durch einen modernen und größeren Neubau zu ersetzen. Aus Kostengründen ist dieses Vorhaben aber zunächst zurückgestellt worden. Stattdessen erfolgte kürzlich ein kleiner Anbau, um Platz für eine Backstube zu schaffen (keine Verkaufsfläche).
- Innerhalb der Innenstadt von Soltau (unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets) ist an der Straße ‚Am Alten Stadtgraben‘ ein **Lidl-Lebensmitteldiscounter** mit einer Gesamtverkaufsfläche von derzeit etwa 1.000 qm ansässig. Aktuell bestehen Planungen, dass sich der Lidl-Lebensmitteldiscounter erweitern möchte. **Die zukünftige Verkaufsfläche soll rd. 1.300 qm betragen**. Allerdings ist derzeit nicht absehbar, ob und wann dieses Vorhaben umgesetzt wird.
- Es ist geplant, den im Nahversorgungszentrum Lüneburger Straße (außerhalb des Einzugsgebiets) ansässigen Edeka-Verbrauchermarkt um einen **Getränkemarkt mit knapp 800 qm** Verkaufsfläche zu ergänzen. Das Bauleitplanverfahren ist bereits weit fortgeschritten und es kann davon ausgegangen werden, dass dieses Vorhaben auch mit erhöhter Wahrscheinlichkeit umgesetzt wird. Der Feststellungs- und Satzungsbeschluss ist für den 19.06.2025 geplant.
- Im südlichen Stadtgebiet im Bereich Celler Straße, Alte Zollstraße, Bürgermeister-Schultz-Straße ist die Ansiedlung eines **Verbrauchermarkts** geplant. Der Aufstellungsbeschluss für einen entsprechenden B-Plan ist bereits seit längerem gefasst. Die Umsetzung dieses Planvorhabens ist jedoch noch nicht gesichert.

## 5.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen

Gemäß den Festlegungen des kommunalen Einzelhandelskonzepts von Soltau<sup>15</sup>, befinden sich keine zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Einzugsgebiets. Gleichwohl befindet sich mit dem ZVB Innenstadt Soltau ein zentraler Versorgungsbereich unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets.

Angesichts der geringen Einzelhandelszentralität innerhalb des Einzugsgebiets kann davon ausgegangen werden, dass derzeit signifikante Kaufkraftabflüsse an außerhalb des Einzugsgebiets gelegene Einzelhandelsstandorte bestehen. Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen soll daher auch der ZVB Innenstadt Soltau in den Untersuchungsraum einbezogen und hinsichtlich seiner Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur kurz dargestellt werden. Nachfolgend wird dieser prospektiv von dem Vorhaben betroffenen zentrale Versorgungsbereich charakterisiert und hinsichtlich seiner Funktionsfähigkeit bewertet.

---

<sup>15</sup>Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in Soltau – Einzelhandels und Zentrenkonzept 2023 (Dr. Lademann & Partner).

## ZVB Innenstadt Soltau

### Zentrenpass

#### Räumliche Analyse

##### Lage/Verortung

Zentrale Lage im Kernstadtgebiet

##### Standortumfeld

Kleinstadttypisches Straßenbild mit erhöhter städtebaulicher Qualität im Kernbereich rund um die Marktstraße und Hagen; Im Bereich der B 71 verkehrlich überprägt; kernstadttypische Nutzungsstruktur mit vielfältigem Besatz; östlich der Böhme auch größere Gewerbebetriebe

##### Abgrenzung

Abgrenzung umfasst die Marktstraße und die angrenzenden Räume zwischen Am Alten Stadtgraben, Poststraße/Wilhelmstraße, Am Sandberg/Andre-Lütjens-Straße und Verlauf der Böhme sowie Teile des Rathausquartiers

#### Städtebauliche Analyse

##### Städtebau / Erscheinungsbild

Marktstraße und Hagen sind als Fußgängerzone mit überwiegend kleinteiliger Bebauungsstruktur ausgebildet; v.a. im Bereich Hagen auch größere Geschäftsgebäude; weitestgehend geschlossene Raumkanten mit Platzsituationen am Hagen sowie am Georges-Lemoine-Platz; überwiegend guter Erhaltungszustand;

##### Aufenthaltsqualität

Fußgängerzone mit Qualitäten v.a. im Bereich Hagen mit Außengastronomie; Georges-Lemoine-Platz nicht mehr ganz zeitgemäße Gestaltung; hoch frequentierte B 71 schränkt Aufenthaltsqualität im nördlichen Bereich ein

##### Leerstandssituation

Kein struktureller Leerstand, wenige kleine/mittlere große Leerstände, keine räumliche Ballung

##### Flächenpotenziale

Keine zusammenhängenden Flächen für größere Einzelhandelsbetriebe verfügbar.

#### Verkehrliche Analyse

##### MIV-Anbindung / Stellplätze

Verkehrsknotenpunkt B 71 am nördlichen Rand der Innenstadt; kostenlose (zeitbeschränkte) Parkplatzflächen am Hagen, am Sandberg, am Amtsgericht, in der Mühlenstraße sowie entlang der Böhmeide, kein zentrales Parkhaus o.ä.

##### ÖPNV-Anbindung

Bahnhof und Bushaltestelle, die von mehreren Linien bedient wird, in fußläufiger Entfernung

##### Fußläufigkeit

Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten gegeben; B 71 mit Barrierewirkung (gleichwohl ampelgesteuerte Querungsmöglichkeiten)

#### Funktionale Analyse

##### Einzelhandelsstruktur

Hohe Einzelhandelsdichte im Haupteinkaufsbereich Marktstraße/Hagen; überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte, aber auch Filialisten und Nahversorgungsbetriebe

##### Magnetbetriebe

Aldi, Lidl, Rossmann, ALECO, C&A, Intersport

##### Komplementärnutzungen

Breites Angebot aus Gastronomie, Dienstleister, Post, Banken, öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Bürgerbüro etc.)

##### Einzugsbereich / Versorgungsfunktion

Hauptzentrum mit gesamtstädtischer und überörtlicher Ausstrahlungskraft v.a. aufgrund der Magnetbetriebe sowohl im aperiodischen als auch im periodischen Bedarfsbereich und der Vielzahl ergänzender Nutzungen



Abbildung 10: Innenstadt Soltau

Der **ZVB Innenstadt Soltau** liegt rund einen Kilometer entfernt vom Vorhabenstandort, in zentraler Lage im Siedlungskern von Soltau und übernimmt die Hauptversorgungsfunktion für Stadt und Umland. Neben Schwerpunkten im Segment Bekleidung zeichnet sich die Innenstadt vor allem durch einen vielfältigen Nutzungsmix und eine erhöhte Aufenthaltsqualität im Bereich der Fußgängerzone aus. Aufgrund der Lage im Stadtkern ist die Erreichbarkeit als sehr gut zu bewerten. Mit den Lebensmitteldiscontern Aldi und Lidl, dem Rossmann-Drogeriefachmarkt, dem ALECO-Biofachmarkt sowie den Magnetbetrieben im Segment Bekleidung/Sport (v.a. C&A, Intersport) besitzt der ZVB Innenstadt eine Reihe von Frequenzankern. **Die Funktionsfähigkeit und Stabilität der Innenstadt sind grundsätzlich gegeben.**

Insgesamt wird von den strukturprägenden Lebensmittelbetrieben innerhalb der Innenstadt (> 400 qm Verkaufsfläche) auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 2.600 qm ein Umsatz von rd. 19,0 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).

## 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 Gesamtvorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzungen im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurden dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum sowie das Agglomerationsumfeld berücksichtigt.

Für den Netto-Markt (inkl. Bäckerei) ist davon auszugehen, dass er insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 12 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 35 %, in der Zone 2 sind etwa 12 % zu erwarten.

Marktanteile des Netto-Markts - inkl. Bäckerei nach Vorhabenrealisierung\*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	7,9	13,8	21,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	2,7	1,7	4,4
Marktanteile	35%	12%	20%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	6,7	11,7	18,3
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,3
Marktanteile	3%	1%	2%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	14,5	25,4	40,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	2,9	1,8	4,7
Marktanteile	20%	7%	12%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. \*Ohne Streuumsätze.

**Tabelle 6: Marktanteile des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets**

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve<sup>16</sup> gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens (inkl. Bäcker<sup>17</sup>)** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.600 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

**rd. 5,0 Mio. € belaufen,**

wovon mit rd. 4,6 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf entfällt.<sup>18</sup>

Umsatzstruktur des Netto-Markts - inkl. Bäckerei (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	972	4.800	4,6
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>927</i>	<i>4.700</i>	<i>4,4</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>45</i>	<i>6.000</i>	<i>0,3</i>
aperiodischer Bedarf	103	3.500	0,4
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>103</i>	<i>3.500</i>	<i>0,4</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0,0</i>
<b>Gesamt</b>	<b>1.075</b>	<b>4.600</b>	<b>5,0</b>
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>1.030</i>	<i>4.600</i>	<i>4,7</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>45</i>	<i>6.000</i>	<i>0,3</i>

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

**Tabelle 7: Umsatzstruktur des Vorhabens**

Bei dem Vorhaben handelt es sich jedoch nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die **Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Netto-Discounter (inkl. Bäckerei) hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert.

<sup>16</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 hin und wieder am Standort einkaufen).

<sup>17</sup> Berücksichtigt sind hier nur die einzelhandelsrelevanten Umsätze, nicht die Gastronomieumsätze.

<sup>18</sup> Nach Angaben im jüngsten Retail Real Estate Report erreichten Netto-Märkte bezogen auf das Jahr 2023 im Schnitt eine Flächenproduktivität von 5.340 € je qm Verkaufsfläche und einen durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 4,4 Mio. €, bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von 814 qm. Da im (Lebensmittel-)Handel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt, kann diese durchschnittliche Raumleistung nicht auf jede Geschäftsfläche übertragen werden. Die hier geplante Verkaufsflächengröße bewegt sich deutlich oberhalb der durchschnittlichen Filialgröße, so dass die Flächenproduktivität unterdurchschnittlich ausfallen wird. Gleichwohl resultiert daraus ein Umsatzvolumen, welches mit rd. 5,0 Mio. € noch immer deutlich über dem durchschnittlichen Umsatz einer Netto-Filiale liegt. Die Umsatzprognose wird somit einem Worst-Case-Ansatz gerecht.

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

#### Umsatzstruktur des Netto-Markts - inkl. Bäckerei (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	718	5.400	3,9
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>698</i>	<i>5.300</i>	<i>3,7</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>20</i>	<i>9.500</i>	<i>0,2</i>
aperiodischer Bedarf	77	3.500	0,3
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>77</i>	<i>3.500</i>	<i>0,3</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0,0</i>
<b>Gesamt</b>	<b>795</b>	<b>5.200</b>	<b>4,2</b>
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>775</i>	<i>5.100</i>	<i>4,0</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>20</i>	<i>9.500</i>	<i>0,2</i>

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

**Tabelle 8: Umsatzstruktur des Netto-Markts (Status quo)**

Der **Umsatzzuwachs**<sup>19</sup> (inkl. Streuumsätzen) wird somit im Worst Case insgesamt bei rd. 0,8 Mio. € liegen. Davon entfallen rd. 0,7 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

#### Umsatzzuwachs des Netto-Markts - inkl. Bäckerei (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	254	0,7
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>229</i>	<i>0,7</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>25</i>	<i>0,1</i>
aperiodischer Bedarf	26	0,1
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>26</i>	<i>0,1</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>0</i>	<i>0,0</i>
<b>Gesamt</b>	<b>280</b>	<b>0,8</b>
<i>davon Netto-Markt</i>	<i>255</i>	<i>0,7</i>
<i>davon Bäckerei-Café (nur Einzelhandel)</i>	<i>25</i>	<i>0,1</i>

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 9: Umsatzzuwachs des Netto-Markts durch Vorhabenrealisierung**

<sup>19</sup> Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze in der Auswirkungsanalyse prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Dabei sei darauf hingewiesen, dass der Umsatz des Lebensmittelmarkts nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient eine Verkaufsflächenenerweiterung auch dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter). Die mit der Modernisierung des Markts verbundene Steigerung der Attraktivität und Ausstrahlungswirkung wurde gleichwohl berücksichtigt.

Daraus ergeben sich folgende **Marktanteilszuwächse** im Einzugsgebiet im Falle der Vorhabenrealisierung:

Marktanteilszuwachs des Netto-Markts - inkl. Bäckerei im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)\*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	7,9	13,8	21,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,3	0,7
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	6%	2%	3%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	6,7	11,7	18,3
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,0	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1%	0%	0%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	14,5	25,4	40,0
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,3	0,8
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	3%	1%	2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. \*Ohne Streuumsätze.

**Tabelle 10: Marktanteilszuwachs des Netto-Markts durch Vorhabenrealisierung**

Für das Vorhaben ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb des Einzugsgebiets bezogen auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf von insgesamt rd. 20 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial im nahversorgungsrelevanten Bedarf von insgesamt rd. 4,6 Mio. € (inkl. Bäcker), zzgl. rd. 0,4 Mio. € für aperiodische Randsortimente). Der durch die Erweiterung und Modernisierung generierte prüfungsrelevante Mehrumsatz im nahversorgungsrelevanten Bedarf beläuft sich auf insgesamt rd. 0,7 Mio. €.

## 6.2 Wirkungsprognose

### 6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der **Wirkungsprognose** wird untersucht, wie sich der prognostizierte Mehrumsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2027 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 bzw. sonstige Lagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im Hauptsortiment des periodischen Bedarfs nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar. Vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2027) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem **Marktwachstum** infolge der Bevölkerungszunahme profitieren. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, erhöht allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit **wirkungsmildernd** zu berücksichtigen.
- **Wirkungsmildernd** schlägt ebenfalls zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. den eigenen Einzugsgebietszonen zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zugutegekommen sein. Vielmehr **lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um**. Dieser Effekt schlägt umso stärker zu Buche, je höher die Kaufkraftabflüsse derzeit sind. Für das betreffende Einzugsgebiet ist aktuell von signifikanten Kaufkraftabflüssen auszugehen. Die Verbraucher kaufen somit gegenwärtig in beträchtlichem Maße an Standorten außerhalb des Einzugsgebiets ein. Da mit der Vorhabenrealisierung ein Teil dieser Kaufkraftabflüsse zurückgeholt werden kann, führt das Vorhaben auch zu Umsatzrückgängen an Versorgungsstandorten außerhalb des Einzugsgebiets, die von den Abflüssen profitieren.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zulasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird. Darüber hinaus wurden in einer überschlägigen Berechnung auch die Auswirkungen auf die nächstgelegenen Standorte unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets berechnet, die aktuell von Kaufkraftzuflüssen profitieren und von Umlenkung von Kaufkraftströmen betroffen sind.

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 etwa 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.) herunterbrechen 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.

## 6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf

Aktuell generieren die innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets ansässigen nahversorgungsrelevanten Betriebe einen Umsatz von insgesamt rd. 4,3 Mio. €. Aufgrund des einwohnerentwicklungsinduzierten Marktwachstums wird dieser bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens in 2027 um rd. 0,01 Mio. € ansteigen. Da der zu erweiternde Netto-Markt nicht gegen sich selbst wirken kann, ist der aktuelle Umsatz von Netto (inkl. Bäckerei) in Höhe von 3,9 Mio. € vom Bestandsumsatzvolumen abziehen. Somit beläuft sich der nahversorgungsrelevante Gesamtumsatz innerhalb des Einzugsgebiets zum Jahr der prospektiven Marktwirksamkeit in 2027 auf rd. 0,4 Mio. € (ohne aperiodische Randsortimente).

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 0,7 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Wirkungsmildernd ist zu berücksichtigen, dass das Vorhaben dazu in der Lage sein wird, bisherige Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet zu binden. Aufgrund der rudimentären Angebotsituation innerhalb des Einzugsgebiets (neben dem Netto-Markt befindet sich nur

noch ein Fleischer innerhalb des Einzugsgebiets), wird der prüfungsrelevante Zusatzumsatz nahezu vollständig gegen Betriebe außerhalb des Einzugsgebiets wirken. Für die innerhalb des Einzugsgebiets gelegenen Betriebe ist von einem so geringen Umsatzrückgang auszugehen, dass dieser rechnerisch nicht mehr eindeutig nachweisbar ist und in jedem Falle weit unter 0,1 Mio. € liegen wird.

Wirkungsprognose des Erweiterungsvorhabens in Soltau - Umsatzzuwachs (2027) in Mio.

Periodischer Bedarf	Gesamt
<b>Umsatz vor Ort aktuell</b>	<b>4,19</b>
zzgl. Umsatzzuwachs durch Marktwachstum	0,01
abzgl. Bestandumsatz Netto-Markt	-3,89
<b>Umsatz vor Ort (2027)</b>	<b>0,31</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,70</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,68
<b>innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>n.N.</b>
<b>Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2027)</b>	<b>n.N.</b>

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

**Tabelle 11: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens**

Um die Wirkungen auf umliegende Standorte bewerten zu können, haben Dr. Lademann & Partner in einer überschlägigen Worst-Case-Betrachtung den Umsatzanteil des Vorhabens, welcher derzeit Standorten außerhalb des Einzugsgebiets zufließt und durch das Vorhaben in das Einzugsgebiet zurückgeholt werden kann sowie die Streuumsätze (insgesamt rd. 0,7 Mio. €) vollständig gegen den nächstgelegenen Einzelhandelsstandort außerhalb des Einzugsgebiets bzw. gegen die Soltauer Innenstadt gerechnet.<sup>20</sup> Bezieht man dabei nur die Umsätze der in der Innenstadt Soltau ansässigen strukturprägenden Lebensmittelbetriebe (Aldi, Lidl, Aleco) mit ein, die sich auf rd. 19,0 Mio. € belaufen, resultiert daraus eine Umsatzumverteilungsquote von lediglich rd. 4 %. Da sich die Wirkungen faktisch auch auf andere Standortlagen im Stadtgebiet

<sup>20</sup> In der Soltauer Innenstadt sind mit Lidl und Aldi auch zwei typgleiche Lebensmitteldiscounter verortet, mit denen der Netto-Lebensmitteldiscounter im direkten Wettbewerb steht,

verteilen werden, ist tatsächlich von einer noch geringen Umsatzumverteilungswirkung gegen die Innenstadt auszugehen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Netto-Markts (inkl. Bäckerei) erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs selbst im absoluten Worst-Case gegen die Innenstadt lediglich einen Wert von rd. 4 %. Innerhalb des Einzugsgebiets lassen sich aufgrund des rudimentären Bestands an nahversorgungsrelevanten Angeboten keine Wirkungen rechnerisch nachweisen.

# 7 Bewertung des Vorhabens

## 7.1 Zur Frage der Einordnung des Vorhabens als raumbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt

Mit einer geplanten Verkaufsfläche von über 1.000 qm ist das Vorhaben bauplanungsrechtlich als großflächiger Einzelhandelsbetrieb einzuordnen. „Einzelhandelsgroßprojekte“ weisen mehrere Merkmale auf. Ist auch nur eines dieser Merkmale nicht gegeben, liegt kein „Einzelhandelsgroßprojekt“ im Sinne des LROP vor.

- Es muss sich um „Einzelhandel“ handeln
- Es muss sich um „großflächigen“ Einzelhandel handeln
- Der großflächige Einzelhandel muss raumbedeutsam sein

Raubedeutsam ist ein Einzelhandelsvorhaben, wenn es Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung haben kann. Weil das LROP auf § 11 Abs. 3 BauNVO verweist, gilt dessen Vermutungsregel: Die Baunutzungsverordnung unterstellt, dass bei Überschreitung einer Geschossfläche von 1.200 qm durch großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe Auswirkungen nicht nur unwesentlicher Natur auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung zu erwarten sind (sogenannte Regelvermutung). Daher ist bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit mehr als 1.200 qm Geschossfläche zunächst anzunehmen, dass sie sich nicht nur unwesentlich auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung auswirken können und damit raumbedeutsam sind.

Keine „Einzelhandelsgroßprojekte“ im Sinne der Raumordnung sind Betriebe, die unter die nicht-raumbedeutsame Nahversorgung fallen und der **wohntbezogenen Nahversorgung** dienen. Die der „wohntbezogenen Nahversorgung“ dienenden Betriebe sind Betriebe, die ausschließlich kleinräumig wirken und deshalb keine Raumbedeutsamkeit erlangen. Ihre Verkaufsfläche kann auch mehr als 800 qm betragen. Zwingend einzuhaltende Voraussetzungen dieser Betriebe sind jedoch, dass ihr **Sortiment zu mindestens 90 % aus periodischen Sortimenten** (das sind insb. Lebensmittel und Drogeriewaren) besteht und **mehr als 50 % ihres Umsatzes von Kunden aus einem fußläufigen Einzugsbereich** stammen. Sie sind Wohngebieten räumlich funktional direkt zugeordnet und dienen überwiegend der Versorgung im fußläufigen Nahbereich, auch für die in der Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsgruppen. Zur Bestimmung der fußläufigen Erreichbarkeit ist eine maximale Gehzeit von 10 Minuten zugrunde zu legen, dies entspricht einer Entfernung von 700 bis maximal 1.000 m. Dabei ist zu berücksichtigen, dass typischerweise in Bezug auf diejenigen Kunden, die aus dem

fußläufigen Einzugsbereich stammen, eine maximale Kaufkraftbindung von 40–50 % erreicht werden kann.

Für Betriebe, die diese genannten Voraussetzungen erfüllen und somit Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung darstellen, wird generalisierend angenommen, dass sie keine raumbedeutsamen Auswirkungen haben und die **landes- oder regionalplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels somit nicht anzuwenden sind.**

Wie in den Kapiteln zum Einzugsgebiet und zu den Marktanteilen dargestellt, **weist das Vorhaben einen überwiegend fußläufigen Einzugsbereich auf**, in dem über 2.000 Menschen leben. Die Umsatzherkunftsanteile des Vorhabens zeigen bei der Auswertung der Marktanteilstabelle folgendes Bild:

Der Umsatzanteil aus dem fußläufigen Einzugsbereich, welcher weitgehend identisch mit der Zone 1 ist, liegt mit etwa 2,7 Mio. € bei 59 %, wie die Marktanteilstabelle in Kapitel 6.1 aufzeigte. Demnach liegt ein überwiegend fußläufiger Einzugsbereich, wie er im LROP 2017 gefordert wird, vor. Der Umsatzanteil mit Kunden aus der Zone 2 wird bei rd. 1,7 Mio. € (rd. 36 % des Gesamtumsatzes) und mit Streukunden bei rd. 0,2 Mio. € (rd. 5 % des Gesamtumsatzes) liegen. Dies gilt sowohl für die Vorhabenumsätze im periodischen als auch im aperiodischen Bedarfsbereich (Randsortimente), da der Netto-Markt als Gesamtstandort aufgesucht wird.

Umsatzherkunftsstruktur des Netto-Markts (inkl. Bäckerei)

Umsatz mit Kunden aus. .	Zone 1		Zone 2		Streumsätze	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
periodischer Bedarf	2,7	59%	1,7	36%	0,2	5%
aperiodischer Bedarf	0,2	59%	0,1	36%	0,0	5%
<b>Gesamt</b>	<b>2,9</b>	<b>59%</b>	<b>1,8</b>	<b>36%</b>	<b>0,2</b>	<b>5%</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 12: Umsatzherkunftsstruktur des Netto-Markts**

Wie der Marktanteilstabelle im Kapitel 6.1 entnommen werden kann, wird für den Netto-Markt in der Zone 1 ein Marktanteil bzw. eine Kaufkraftbindung von 35 % angenommen, die deutlich unter den maximal vertretbaren 40 bis 50 % liegen. Da es bis auf den Netto-Markt im gesamten Einzugsgebiet keine weiteren strukturprägenden Nahversorger gibt, ist der angenommene Marktanteil in Höhe von 35 % als plausibel zu beurteilen. Mit anderen Worten: Etwa ein Drittel der im fußläufigen Einzugsbereich vorhandenen Kaufkraft wird durch den Netto-Markt gebunden – Zweidrittel der Kaufkraft wird auch künftig abfließen. Bezogen auf das gesamte Einzugsgebiet wird eine Kaufkraftbindung von 20 % unterstellt.

Weitere Gründe, die dafür sprechen, dass das Vorhaben nicht als Einzelhandelsgroßprojekt im Sinne des LROP Niedersachsen einzustufen ist:

- Das Vorhaben an der Harburger Straße 25 in Soltau dient insbesondere der Nahversorgung der Bevölkerung im nördlichen Stadtgebiet von Soltau, aber vor allem den Einwohnern des fußläufigen Umfelds. Der Vorhabenstandort ist vollständig von weitläufigen Wohnnutzungen umgeben – es besteht eine räumlich-funktionale Zuordnung des Netto-Markts zu den umliegenden Wohnquartieren.
- Das Vorhaben ist dem periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich zuzuordnen. Der Sortimentsschwerpunkt des Vorhabens liegt in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-Reinigungsmittel (nahversorgungsrelevanter bzw. periodischer Bedarf). Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente des Gesamtvorhabens wird bei maximal 10 % liegen. Damit stellt das Vorhaben einen typischen Nahversorgungsanbieter dar.
- Von dem Vorhaben werden weder bezogen auf die Betriebe innerhalb noch außerhalb des Einzugsgebiets mehr als unwesentliche Auswirkungen ausgehen. Der zentrale Versorgungsbereich wird in seiner Funktionswahrnehmung nicht beeinträchtigt.

Der Umsatzanteil aus dem fußläufigen Einzugsbereich liegt mit etwa 2,9 Mio. € bei 59 % (Zone 1). Demnach liegt ein überwiegend fußläufiger Einzugsbereich vor. Zudem bietet der Netto-Markt als Betrieb der wohnortbezogenen Nahversorgung auf mindestens 90 % seiner Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente an. Das Vorhaben ist somit nicht als Einzelhandelsgroßprojekt im Sinne des LROP Niedersachsen 2017 einzustufen, sondern fällt unter die wohnortbezogene Nahversorgung. Damit greifen die regional- und landesplanerischen Vorgaben nicht. Das Vorhaben ist allein nach Städtebaurecht zu beurteilen.

## 7.2 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 verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (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). Dabei ist allerdings immer die jeweilige Ausgangslage in den Zentren und/oder Nahversorgungslagen zu berücksichtigen. Sofern Anhaltspunkte (z.B. leistungsfähig aufgestellte Magnetbetriebe, stabile Kundenfrequenz, hohe städtebauliche Qualität, moderate Wettbewerbssituation) dafür vorliegen, dass es sich um einen besonders leistungsfähig aufgestellten Standortbereich handelt, muss auch ein absatzwirtschaftlich ermittelter Umsatzrückgang von mehr als 10 % nicht zwangsläufig schädliche Folgewirkungen nach sich ziehen. Sofern ein Standortbereich jedoch gravierende städtebauliche Mängel erkennen lässt (z.B. hohe Leerstandsquote, Trading-Down-Tendenzen, vorgeschädigte Magnetbetriebe), kann umgekehrt auch schon ein Umsatzrückgang von weniger als 10 % schädliche Auswirkungen nach sich ziehen.

Innerhalb des Einzugsgebiets lassen sich aufgrund des rudimentären Bestands überhaupt keine Auswirkungen ermitteln.<sup>22</sup> Der Vorhabenumsatz generiert sich nahezu vollständig aus der Rückholung bisheriger Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet und wirkt demnach gegen Standortlagen außerhalb des Einzugsgebiets.

Für den **ZVB Innenstadt Soltau** als nächstgelegenen Einzelhandelsstandort ergibt sich im absoluten Worst-Case eine Umsatzumverteilungsquote von maximal rd. 4 % zu Lasten der strukturprägenden Lebensmittelanbieter Lidl, Aldi und Aleco, welche damit den kritischen Schwellenwert von 10 % sehr deutlich unterschreitet. Die beiden Discounter Lidl und Aldi werden davon am stärksten betroffen sein, da sie als typgleiche Anbieter die größten Angebotsüberschneidungen aufweisen und auf dieselbe Zielgruppe orientiert sind und somit im direkten Wettbewerb mit dem Discounter Netto stehen. Beide Märkte sind zwar in die Jahre gekommen, sind aber grundsätzlich stabil aufgestellt und profitieren von den Agglomerationseffekten der Innenstadtlage.

Der Lidl-Markt überzeugt zudem durch seine direkte Anbindung an die Straße Am Alten Stadtgraben, die als wichtigste Nord-Süd-Achse durch die Innenstadt verläuft. Im direkten Standortumfeld sind mit Rossmann und C&A zudem zwei weitere Magnetbetriebe der Innenstadt angesiedelt, woraus sich zusätzliche Synergieeffekte ableiten lassen. Der Aldi-Markt befindet sich zwar in einer rückwärtigen Nebenlage der Innenstadt, stellt aber einen seit vielen Jahren fest im Bewusstsein der Verbraucher verankerten Nahversorger dar. Der im Worst-Case prognostizierte moderate Umsatzrückgang wird den Fortbestand des Aldi-Markts nicht in Frage stellen. ALECO steht als Biosupermarkt nur bedingt im Wettbewerb mit Netto, da der Umfang an Bioartikeln bei Netto überschaubar ist. ALECO hat hier erst vor wenigen Jahren eröffnet und präsentiert sich als leistungsfähiger Biosupermarkt. Seit der Schließung des zweiten in Soltau ansässigen Biomarkts in der Wilhelmstraße hat sich dessen Marktposition zuletzt weiter verbessert.

**Vorhabeninduzierte Betriebsaufgaben in der Innenstadt können somit selbst für den absoluten Worst-Case ausgeschlossen werden. Somit wird es auch zu keinen ‚mehr als unwesentliche Auswirkungen‘ im Sinne einer Funktionsstörung des zentralen Versorgungsbereichs kommen.**

Dies gilt umso mehr, als dass davon ausgegangen werden kann, dass sich die Wirkungen des Netto-Vorhabens faktisch nicht nur zu Lasten der Innenstadt auswirken werden, sondern sich auf eine noch größere Anzahl an Betrieben verteilen (z.B. auch zu Lasten von Netto an der B71 oder Penny an der Celler Straße gehen), mit der Folge, dass sich die Umsatzrückgänge weitgehend nivellieren. Tatsächlich sind somit für die Innenstadt noch geringere Auswirkungen zu erwarten.

---

<sup>22</sup> Umsatzumverteilungswirkungen unterhalb von 0,1 Mio. € sind in aller Regel nicht mehr spürbar. Allgemein stellt der Wert von 0,1 Mio. € die rechnerische Nachweisbarkeitsgrenze dar.

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

Ein Umschlagen der wettbewerblichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebaulich relevante Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann ausgeschlossen werden.

### 7.3 Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept

Die Stadt Soltau verfügt über ein beschlossenes kommunales Einzelhandelskonzept<sup>23</sup> aus 2023. Gemäß des Einzelhandelskonzepts ist der Vorhabenstandort als ergänzender Nahversorgungsstandort ausgewiesen. Dazu heißt es in Kapitel 10:

**„Der Standort weist ein überwiegend überschneidungsfreies fußläufiges Einzugsgebiet zu den zentralen Versorgungsbereichen auf und leistet zudem einen wichtigen Beitrag zur Schließung einer räumlichen Versorgungslücke.** Netto kann im nördlichen Stadtgebiet zwischen der B 71 (Bergstraße) und der K 1 (Harburger Straße) eine nahezu überschneidungsfreie fußläufige Nahversorgung im umliegenden Wohnumfeld sicherstellen und auf ein hohes Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet zurückgreifen.

Würde dieser Standort aufgegeben werden, würde sich eine erhebliche räumliche Versorgungslücke ergeben, was es unbedingt zu verhindern gilt. **Daher sollten diesem Standort Weiterentwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden, um sich laufend an veränderte Standort- und Objektanforderungen anpassen zu können, wozu auch eine Verkaufsfläche oberhalb der Grenze der Großflächigkeit gehört.** Weder könnte der Markt aufgrund fehlender Flächenpotenziale auf die kleinteilig strukturierte Innenstadt verwiesen werden noch wäre dies im Sinne der Sicherung einer möglichst wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll, da sich sonst eine räumliche Versorgungslücke im Stadtgebiet ergeben würde. [...] **Daher wird der Netto-Markt an der Harburger Straße als Nahversorgungsstandort eingestuft, für den die Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot im Sinne des LROP Niedersachsen 2017 in Anspruch genommen werden kann.“**

<sup>23</sup> Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in Soltau – Einzelhandels und Zentrenkonzept 2023 (Dr. Lademann & Partner).

Der Vorhabenstandort entspricht somit einer ausgewiesenen Nahversorgungslage und eine Erweiterung des hier ansässigen Betriebs ist konzeptionell im Sinne der Standort-sicherung „gewollt“. Die Vorhabenrealisierung dient der wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs und sichert einen Nahversorgungsstandort in siedlungs-integrierter Lage zukunftsfähig ab.

Das Vorhaben ist mit den Zielsetzungen des kommunalen Einzelhandelskonzepts kompatibel und greift diese sogar unmittelbar auf, indem eine ausgewiesene Nahversorgungslage zukunftsfähig aufgestellt und damit langfristig abgesichert werden soll.

# Fazit

## 8 Fazit

Am Standort an der Harburger Straße 25 in der Stadt Soltau ist die **Erweiterung des bereits bestehenden Netto-Lebensmitteldiscounters (inkl. Bäckerei) von derzeit rd. 795 qm auf sodann 1.075 qm Verkaufsfläche geplant.**

Zur Umsetzung des Vorhabens ist ein Bauleitplanverfahren erforderlich. In diesem Zusammenhang war zu prüfen, ob das Vorhaben negative Auswirkungen auf die verbrauchernehe Versorgung und die zentralen Versorgungsbereiche auslösen könnte und ob es sich um ein raumbedeutsames Vorhaben handelt, welches den Zielen der Raumordnung gerecht werden muss oder ob das Vorhaben unter die wohnortbezogene Nahversorgung fällt und sich damit einer Prüfung mit Blick auf die Ziele der Raumordnung entzieht.

In der Bewertung ist Folgendes festzuhalten:

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** im Untersuchungsraum generieren insbesondere aufgrund der positiven Bevölkerungsentwicklung zusätzliche Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel in Soltau.

Auf einer **nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche** von insgesamt rd. 740 qm innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 4,2 Mio. € Umsatz generiert. Die Verkaufsfächenausstattung im Einzugsgebiet liegt mit rd. 125 qm je 1.000 Einwohner auf einem stark unterdurchschnittlichen Niveau und weist auf signifikante Kaufkraftabflüsse hin, wie es auch die nahversorgungsrelevante Zentralität von lediglich rd. 20 % verdeutlicht. Der Netto-Vorhabenmarkt (inkl. Bäcker) ist mit Ausnahme eines Fleischers der einzige nahversorgungsrelevante Anbieter innerhalb des Einzugsgebiets, worin die hohen Kaufkraftabflüsse begründet liegen.

Das **Kundenpotenzial des Vorhabens in 2027** beträgt rd. 6.000 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird im Jahr der Marktwirksamkeit rd. 40,0 Mio. € betragen. Davon entfallen rd. 21,6 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Etwa 2.200 Personen davon entfallen auf die Zone 1, die in etwa das fußläufige Einzugsgebiet beschreibt.

Nach den Modellrechnungen ergibt sich durch die Erweiterung des Netto-Markts (inkl. Bäckerei) im standortspezifischen Worst-Case ein **zusätzliches Umsatzpotenzial** von rd. 0,8 Mio. €. Davon entfallen rd. 0,7 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Das entspricht einem nahversorgungsrelevanten Marktanteilszuwachs von rd. 3 %-Punkten innerhalb des Einzugsgebiets.

Dabei ist eine **klare Fokussierung des Vorhabens auf die Nahversorgung zu konstatieren**: Knapp 60 % des Umsatzes wird mit Kunden aus dem direkten fußläufigen Umfeld (10 Gehminuten) des Standorts generiert (bei einem unter Berücksichtigung der

geringen Wettbewerbsintensität plausiblen Marktanteil/Kaufkraftabschöpfung von 30 %). Das Vorhaben entspricht dem Charakter eines typischen Nahversorgungsbetriebs mit dem Angebotsschwerpunkt in den Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente wird beim Netto-Markt bei max. 10 % liegen. Damit erfüllt der Netto-Lebensmitteldiscounter die im LROP genannten Anforderungen zur Einstufung als **Betrieb zur wohnortbezogenen Nahversorgung**. Eine darüber hinausgehende Prüfung, inwieweit das Vorhaben mit den Zielen der Raumordnung in Einklang steht, kann entfallen.

Die **Umsatzumverteilungswirkungen** durch die Erweiterung des Netto-Markts (inkl. Bäckerei) in Soltau lassen sich aufgrund des rudimentären Angebotsbestands innerhalb des Einzugsgebiets rechnerisch nicht mehr eindeutig nachweisen. Faktisch wird der Umsatzzuwachs nahezu vollständig gegen Standortlagen außerhalb des Einzugsgebiets wirken. In einer worst-case Betrachtung, die davon ausgeht, dass der Umsatzzuwachs vollständig gegen die strukturprägenden Nahversorger der Soltauer Innenstadt (Lidl, Aldi, ALECO) geht, ergeben sich für den ZVB Innenstadt Soltau Umverteilungswirkungen von max. rd. 4 %. Faktisch werden die Umsatzrückgänge in der Innenstadt sogar noch geringer ausfallen, weil auch andere Betriebe betroffen sein können (z.B. Netto an der B71) und sich die Wirkungen damit weiter nivellieren. **Vorhabeninduzierte Marktaustritte und eine daraus resultierende Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung sowie der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt können somit vollständig ausgeschlossen werden.**

Vielmehr wird das Erweiterungsvorhaben maßgeblich zur Absicherung der wohnortnahen Versorgung im nördlichen Stadtgebiet von Soltau beitragen und steht damit auch vollständig im Einklang mit den Zielen des kommunalen Einzelhandelskonzepts, welches den Vorhabenstandort als Nahversorgungslage einstuft und eine bedarfsorientierte Weiterentwicklung des Standorts zur zukunftsfähigen Absicherung empfiehlt.

**Die geplante Netto-Erweiterung am Standort Harburger Straße 25 in der niedersächsischen Stadt Soltau ist mit der Gesamtverkaufsfläche von 1.075 qm (inkl. Bäcker) verträglich umsetzbar und entspricht als „Betrieb zur wohnortbezogenen Nahversorgung“ gemäß LROP 2017 auch den Anforderungen der Raumordnung.**

Hamburg, 17.02.2025

Boris Böhm

Lukas Engling

Dr. Lademann & Partner GmbH