



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Stuttgart · Ried (A)

Einzelhandelskonzept für die Stadt Rinteln

Bericht für den Auftraggeber (aktualisierte Fassung)

Bearbeitung:

Dipl.-Geograph Martin Kremming

Dipl.-Ing. Städtebau/ Stadtplanung Sascha Anders

Lübeck, 04. Dezember 2007

CIMA Stadtmarketing
Gesellschaft für gewerbliches und
kommunales Marketing
Büro Lübeck
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck

Tel.: 0451-389680
Fax: 0451-3896828
e-mail: cima.luebeck@cima.de
Internet: www.cima.de

CIMA GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA GmbH in Lübeck.

Inhaltsverzeichnis

1	AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG	7			
2	BESTANDS- UND PROBLEMANALYSE.....	8			
2.1	Raumordnerische und sozioökonomische Struktur	8			
2.1.1	Zentralörtliche Bedeutung.....	8			
2.1.2	Makrostandort Stadt Rinteln	9			
2.1.3	Sozioökonomische Rahmendaten	10			
2.2	Rahmenbedingungen für den Einzelhandel.....	12			
2.2.1	Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet	12			
2.2.2	Nachfragepotenzial im Marktgebiet von Rinteln	16			
2.2.3	Leistungsdaten des Einzelhandels in Rinteln	18			
2.2.4	Kaufkraftstromanalyse im Marktgebiet von Rinteln	29			
2.3	Angebotssituation des Einzelhandels in Rinteln	34			
2.3.1	Betriebs- und Branchenstruktur des Einzelhandels in Rinteln	34			
2.3.2	Nahversorgungssituation in Rinteln	42			
3.	STRATEGIEN/ ZIELE FÜR DIE ZUKÜNFTIGE EINZELHANDELSENTWICKLUNG DER STADT RINTELN	45			
4	FESTLEGUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE	47			
4.1	Zur Notwendigkeit der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche nach § 34,3 BauGB	47	4.2	Charakteristika zur Eingliederung in die Struktur der Zentralen Versorgungsbereiche (ZV).....	50
4.1.1	„Zentrale Versorgungsbereiche“ (ZV)	47	4.2.1	Innenstadt	50
4.1.2	„Schädliche Auswirkungen“	48	4.2.2	Stadtteil- und Nahversorgungszentren	50
			4.3	Zentrale Versorgungsbereiche (ZV) in Rinteln	52
			4.3.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	53
			4.3.2	Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße (Grund- und Nahversorgungszentrum).....	55
			4.3.3	Sonstige Standorte	57
			4.4	Entwicklungsstrategie für den Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße	58
			5.	BRANCHENKONZEPT	60
			5.1	Sortimentslisten.....	60
			5.1.1	Notwendigkeit von Sortimentslisten	60
			5.1.2	Rintelner Sortimentsliste	60
			5.2	Ansiedlungspotenziale.....	66
			5.3	Branchenkonzept Innenstadt	69
			5.4	Branchenkonzept Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße.....	70
			5.5	Branchenkonzept (großflächiger) Einzelhandel außerhalb der Innenstadt und des Zentralen Versorgungsbereiches Bahnhofstraße	71

6.	ZENTRENKONZEPT/ STANDORTKONZEPT	72
6.1	Qualitative und quantitative Entwicklung/ Stärkung der Innenstadt	74
6.1.1	Qualität/ Quantität des Einzelhandelsangebotes	76
6.1.2	Funktionale/ städtebauliche Aufwertungen.....	77
6.1.3	Standort 1: Innenstadt (Klosterstraße zwischen Giebelgasse und Kahlergasse).....	78
6.2	Fokussierung der Entwicklung auf die bestehenden Zentralen Versorgungsbereiche.....	80
6.3	Sinnvoller Ausbau der Nahversorgung.....	81
6.4	Verträgliche Entwicklung des großflächigen Einzelhandels außerhalb der Innenstadt/ außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche	82
6.4.1	Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße)	83
6.4.2	Standort 3: südlicher Kernstadtbereich (Industriegebiet-Süd, Detmolder Straße/ Braasstraße)	86
6.5	Übersicht Standortkonzept.....	88
6.6	Umsetzung der standortbezogenen Vorgaben aus dem Einzelhandelskonzept.....	90
7.	ALTERNATIVE NAHVERSORGUNGSMÖGLICHKEITEN	91
7.1	Lebensmittelketten auf dem Land.....	93
7.2	Nachbarschaftsladen	94
7.3	Der rollende Dorfladen	96
8.	METHODIK.....	97

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die Lage im Raum	9	Abb. 22: Verkaufsflächenanteile in der Rintelner Innenstadt im Vergleich	40
Abb. 2: Sozioökonomische Rahmendaten	10	Abb. 23: Verkaufsflächenanteile der (üblicherweise) zentrenrelevanten Sortimente** in der Rintelner Innenstadt im Vergleich (bezogen auf die Gesamtstadt)	40
Abb. 3: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	12	Abb. 24: Nahversorgungssituation in der Stadt Rinteln (schematisch)	44
Abb. 4: Marktgebiet der Stadt Rinteln	14	Abb. 25: Innenstadt - Weser Straße	53
Abb. 5: Zusammensetzung des Nachfragepotenzials im Marktgebiet	17	Abb. 26: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	53
Abb. 6: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Rinteln	19	Abb. 27: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	53
Abb. 7: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rinteln	22	Abb. 28: Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße	55
Abb. 8: Einzelhandelszentralität nach Warengruppen in Rinteln	24	Abb. 29: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße	55
Abb. 9: Einzelhandelszentralität in % (gesamt) im Vergleich	25	Abb. 30: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe im Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße	56
Abb. 10: Einzelhandelszentralität in % (periodischer Bedarf) im Vergleich	25	Abb. 31: Anteile der Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rinteln (periodischer Bedarfsbereich)	61
Abb. 11: Einzelhandelszentralität in % (aperiodischer Bedarf) im Vergleich	26	Abb. 32: Anteile der Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rinteln (mittelfristiger Bedarfsbereich)	62
Abb. 12: Verkaufsflächendichte in Rinteln	28	Abb. 33: Anteile der Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rinteln (langfristiger Bedarfsbereich)	62
Abb. 13: Kaufkraftbindung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Rinteln	29	Abb. 34: „Rintelner Liste“	63
Abb. 14: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Stadt Rinteln in Mio.€	31	Abb. 35: Zentralitätslücken als Hinweis für Ansiedlungspotenziale	67
Abb. 15: Kaufkraftströme in Rinteln: Zu- und Abflüsse	32	Abb. 36: Mögliche Ansiedlungspotenziale bei zentrenrelevanten Sortimenten	67
Abb. 16: Kaufkraftströme in Rinteln: Saldierte Zu- und Abflüsse	32	Abb. 37: Übersicht Planvorhaben/ Standortbewertungen	73
Abb. 17: Anteile der Verkaufsflächen nach Branchen in Rinteln	34	Abb. 38: Städtebauliche und funktionale Situation der Innenstadt	74
Abb. 18: Abgrenzung der Rintelner Innenstadt	36	Abb. 39: Beispiel für Eingangstore	77
Abb. 19: Anteile der Betriebe, Verkaufsflächeanteile und Umsatzanteile der Rintelner Innenstadt	37	Abb. 40: Standort 1: geplante Einzelhandelsflächen	78
Abb. 20: Anteile der Betriebe, Verkaufsflächeanteile und Umsatzanteile der Rintelner Innenstadt, differenziert nach Warengruppen	38	Abb. 41: Ist-Situation Standort 1: Klosterstraße zw. Giebel- und Kahlergasse	78
Abb. 21: Ladengeschäfte nach Größenklassen in der Innenstadt von Rinteln	38	Abb. 42: Übersichtskarte Standort 1: Klosterstr. zw. Giebel- und Kahlergasse	79

Abb. 43: Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße), Fläche Tierfuttermarkt	83
Abb. 44: Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße), Fläche Möbel- und Heimtextilfachmarkt	83
Abb. 45: Übersichtskarte Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad- Adenauer-Straße), Möbel-/ Heimtextilmarkt (2a) und Fläche Tierfuttermarkt (2b)	84
Abb. 46: Standort 3: südlicher Kernstadtbereich (Industriegebiet-Süd)	86
Abb. 47: Übersichtskarte Standort 3: südliche Kernstadt (Industriegebiet-Süd)	86
Abb. 48: Übersicht Standortkonzept für die Stadt Rinteln	89
Abb. 49: Nachbarschaftsgeschäfte „Ihre Kette“ und „IK – Ihr Kaufmann“	93
Abb. 50: Fuhrbacher Dorfladen	95
Abb. 51: Der rollende Dorfladen von Günther Kropp	96
Abb. 52: Die 33 CIMA-Branchen	97
Abb. 53: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen	98

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag

- Einzelhandelskonzept für die Stadt Rinteln

Auftraggeber

- Stadt Rinteln

Zeitraum

- August 2007 bis Oktober 2007

Untersuchungsdesign

- Einzelhandelsanalyse (Angebots- und Nachfrageanalyse)
- Abstimmungsgespräche mit der Stadt Rinteln
- Branchenkonzept
- Standortkonzept
- Szenariobetrachtungen/ Potenzialberechnungen
- Entwicklungskonzept
- Bewertung von 3 Planungsvorhaben/ Standorten

Aufgabenstellung und Ziele

- Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation des Einzelhandels (Einzelhandelsentwicklung)
- Aufzeigen branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig an Rinteln zu binden bzw. nach Rinteln zu ziehen (lokale und regionale Sichtweise) (Einzelhandelsentwicklung)
- Untersuchung potenzieller Standorte für künftige Entwicklungen
- Aufzeigen von Entwicklungsperspektiven für die Innenstadt
- Erarbeitung von Entwicklungsmöglichkeiten und Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel in Rinteln sowie
- Darstellung von planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten

2 Bestands- und Problemanalyse

2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Struktur

2.1.1 Zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Rinteln soll als Mittelzentrum zentralörtliche Funktionen für den mittelzentralen Verflechtungsraum erfüllen. Neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfs, hat Rinteln als Mittelzentrum unter anderem die raumordnerische Funktion, die Bevölkerung in der Stadt und im mittelzentralen Verflechtungsbereich mit Gütern des aperiodischen Bedarfs und verschiedenen (zentralörtlichen) Dienstleistungen zu versorgen. Somit besitzt Rinteln auch eine erhebliche Versorgungsfunktion für das Umland.

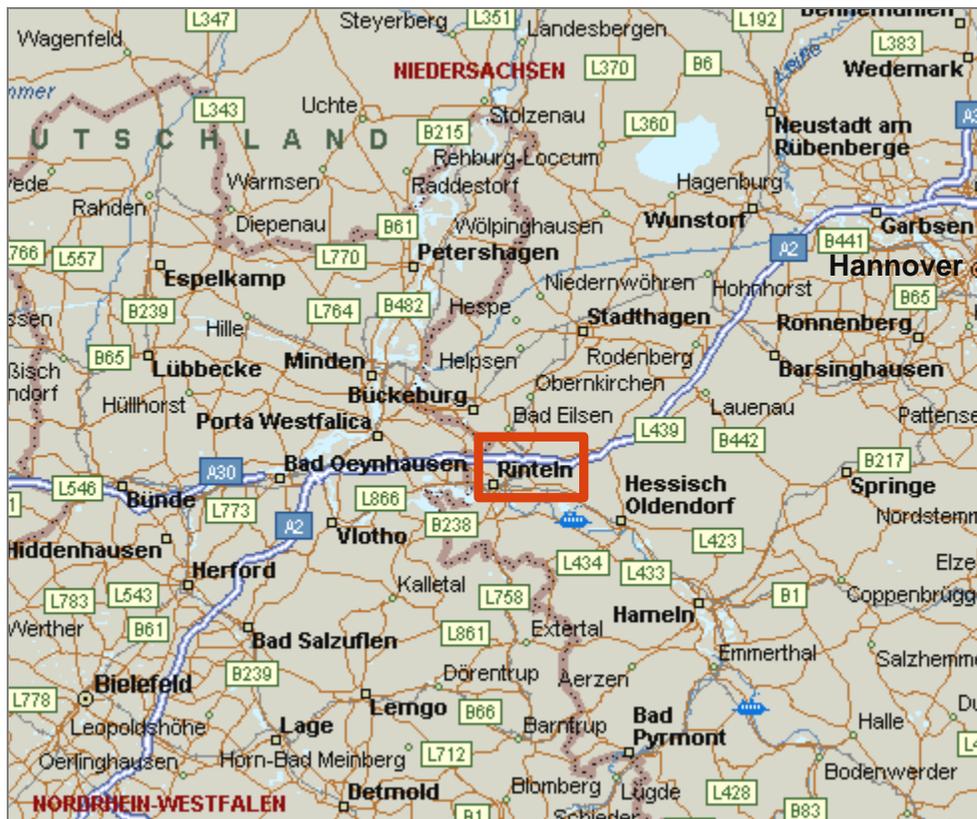
Relevante und zum Teil konkurrierende Orte mit zentralörtlicher Funktion im Marktgebiet von Rinteln sind:

Marktgebiet

- Grundzentrum Stadt Obernkirchen
- Grundzentrum Gemeinde Kalletal
- Grundzentrum Gemeinde Extertal
- Grundzentrum Gemeinde Auetal (OT Rehren)
- Grundzentrum Samtgemeinde Eilsen (Bad Eilsen)
- Grundzentrum Stadt Hessisch-Oldendorf
- Mittelzentrum Stadt Bückeburg
- Mittelzentrum Stadt Porta Westfalica

2.1.2 Makrostandort Stadt Rinteln

Abb. 1: Die Lage im Raum



Quelle: MS MapPoint
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

Das Mittelzentrum Rinteln liegt im südlichen Teil des Landkreises Schaumburg, direkt an der Landesgrenze zu Nordrhein-Westfalen. Der Makrostandort Rinteln ist durch die folgenden Faktoren geprägt:

- Rinteln liegt unmittelbar an der BAB 2. Über die B 238 und die B 83 besteht eine direkte Verbindung an die Anschlussstelle 35. Die Pkw-Fahrzeit in die Innenstädte der Oberzentren Hannover und Bielefeld beträgt jeweils eine knappe Stunde (rd. 68 km bzw. rd. 62 km Entfernung). Von Bedeutung für die Entwicklung des Einzelhandels in Rinteln ist darüber hinaus die Konkurrenzsituation zu den Mittelzentren in der mittelbaren Umgebung. Zu nennen sind hier Minden (rd. 27 km Entfernung), Bad Oeynhausen (rd. 30 km Entfernung), Porta Westfalica (rd. 19 km Entfernung) und Hameln (rd. 29 km Entfernung), die über die überregionalen Straßen (BAB 2, B 83 und L 780) jeweils in etwa einer halben Stunde erreicht werden können.
- Innerhalb des Landkreises Schaumburg sind vor allem die Mittelzentren Bad Nenndorf (rd. 30 min Fahrtzeit, rd. 37 km Entfernung), Bückeburg (rd. 25 min. Fahrtzeit, rd. 18 km Entfernung) und Stadthagen (rd. 35 min. Fahrtzeit, rd. 23 km Entfernung) von Bedeutung. Sie tragen dazu bei, dass das Marktgebiet der Stadt Rinteln auf die direkt angrenzenden Kommunen beschränkt bleibt.¹
- Rinteln ist für die Grund- und Mittelzentren innerhalb des Marktgebietes über verschiedene Bundes-, Land- und Kreisstraßen sehr gut und schnell zu erreichen. Auf der anderen Seite erschwert die dargestellte Konkurrenzsituation zu den angrenzenden Mittel- und Oberzentren die kommunale Einzelhandelsentwicklung.
- Über die Eurobahn ist Rinteln an den schienengebundenen Nahverkehr entlang der Strecke Bünde (Westf.) - Hildesheim angebunden. Direkte Verbindungen bestehen u.a. nach Bad Oeynhausen und Hameln.
- Rinteln verfügt (inkl. der Kernstadt) über insgesamt 19 Ortsteile. Der deutlich höchste Bevölkerungsanteil ist mit rd. 46 % in der Kernstadt zu finden (12.565 Einwohner). Insgesamt ist Rinteln durch eine sehr disperse Siedlungsstruktur geprägt (vor allem im Süden und Westen des Stadtgebietes). Durch die direkte Lage an der Weser ist die räumliche Entwicklung der Rintelner Innenstadt deutlich eingeschränkt, insbesondere auch deshalb liegt ein wesentlicher Bevölkerungsschwerpunkt im nördlichen Kernstadtgebiet.

¹ Fahrtzeiten und Entfernungsangaben nach: www.map24.de

2.1.3 Sozioökonomische Rahmendaten

Abb. 2: Sozioökonomische Rahmendaten

Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Rinteln im Vergleich					
Indikatoren		Stadt Rinteln	LK Schaumburg	Niedersachsen	
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2002	28.253	166.751	7.980.472	
	31.12.2003	28.037	166.283	7.993.415	
	31.12.2004	28.012	166.111	8.000.909	
	31.12.2005	27.806	165.557	7.993.946	
	31.12.2006	27.850	165.109	7.982.685	
	+/- in % 1996-2006		-1,43	-0,98	0,03
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K1000014; Stand: 26.06.2007					
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort)	30.06.2002	8.961	39.483	2.411.598	
	30.06.2003	8.858	38.061	2.376.123	
	30.06.2004	8.923	37.660	2.340.735	
	30.06.2005	8.652	36.578	2.305.451	
	30.06.2006	8.578	36.554	2.320.167	
	+/- in % 2002-2006		-4,27	-7,42	-3,79
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K70A2021; Stand: 26.06.2007					
Einpendler	30.06.2002	3.987	25.301	1.361.679	
	Auspendler	30.06.2002	4.054	37.726	1.484.140
		Saldo	-67	-12.425	-122.461
Einpendler	30.06.2003	4.022	24.569	1.356.237	
	Auspendler	30.06.2003	3.861	37.126	1.472.555
		Saldo	161	-12.557	-116.318
Einpendler	30.06.2004	4.186	24.564	1.349.468	
	Auspendler	30.06.2004	3.784	36.758	1.463.478
		Saldo	402	-12.194	-114.010
Einpendler	30.06.2005	4.150	24.168	1.342.159	
	Auspendler	30.06.2005	3.784	36.620	1.462.859
		Saldo	366	-12.452	-120.700
Einpendler	30.06.2006	4.164	24.376	1.362.433	
	Auspendler	30.06.2006	3.881	36.603	1.485.328
		Saldo	283	-12.227	-122.895
Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K70A2021; Stand: 26.06.2007					

Indikatoren		Stadt Rinteln*	LK Schaumburg	Niedersachsen
Arbeitslosenquoten bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen im Jahresdurchschnitt	2002	8,6	8,9	9,2
	2003	10,3	9,8	9,6
	2004	11,1	10,3	9,6
	2005**	14,2	12,2	11,6
	2006**	13,0	11,3	10,5
	+/- in % 2002-2006		0,51	27,0

Quelle: Agentur für Arbeit; Stand: 26.04.2007

Daten im Tourismus				
Indikatoren		Stadt Rinteln	LK Schaumburg	Niedersachsen
Anzahl der Ankünfte (insgesamt)	2002	33.538	135.667	9.531.079
	2003	33.215	134.417	9.536.805
	2004	31.473	132.018	9.392.384
	2005	36.056	135.147	9.558.863
	2006	37.581	130.997	9.882.792
	+/- 2002 - 2006		4.043	-4.670

Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K7350122; Tourist-Information Rinteln; Stand: 24.07.07

Übernachtungen (insgesamt)	2002	62.959	642.329	32.967.912
	2003	63.916	616.114	32.339.890
	2004	58.434	581.483	31.504.197
	2005	67.319	606.180	31.322.279
	2006	72.407	595.451	31.859.673
	+/- 2002 - 2006		9.448	-46.878

Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K7350122; Tourist-Information Rinteln; Stand: 24.07.07

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2002	1,8	4,7	3,5
	2003	1,9	4,6	3,4
	2004	1,8	4,4	3,4
	2005	1,8	4,5	3,3
	2006	1,9	4,5	3,2

Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K7350122; Tourist-Information Rinteln; Stand: 24.07.07

* Bezogen auf abhängige Erwerbspersonen. In der Bezugsgröße der „abhängigen Erwerbspersonen“ sind die Beamten und die geringfügig Beschäftigten nicht enthalten. Verwendbare Daten auf kommunaler Ebene liegen lt. Agentur für Arbeit auf Gemeindeebene nicht vor.

** ab 2005 geänderter Berechnungsmodus
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

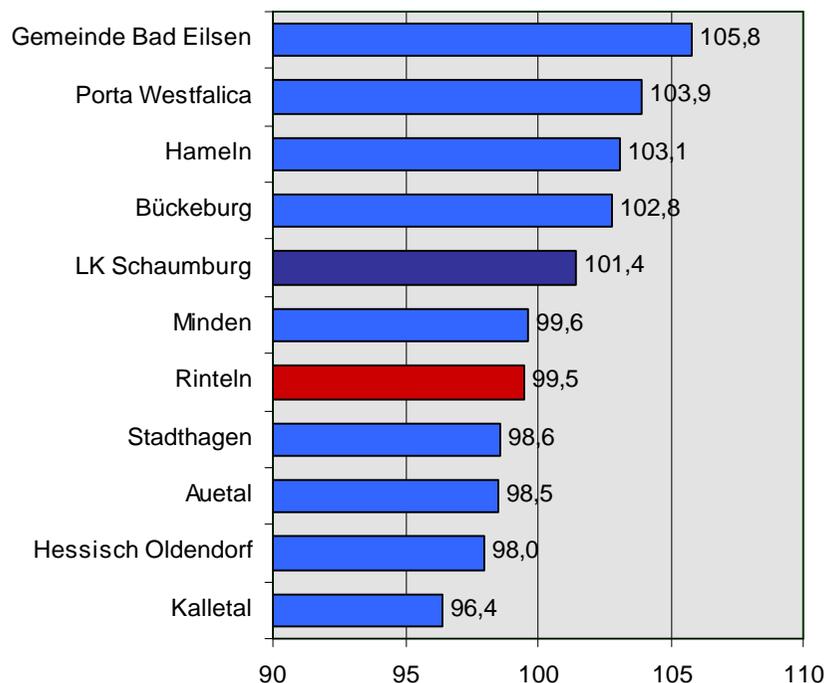
Bereits in der „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“ (Stand: 04. Dez. 2007) wurden von der CIMA die folgenden Merkmale herausgestellt:

- *„Rinteln ist im Betrachtungszeitraum insgesamt durch eine leicht negative Bevölkerungsentwicklung gekennzeichnet und liegt damit durchaus im bundesdeutschen Trend. Der Landkreis Schaumburg hat im Betrachtungszeitraum 2002 bis 2006 ebenfalls eine leicht negative Bevölkerungsentwicklung zu verzeichnen.*
- *Die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in Rinteln ist in den letzten Jahren rückläufig. Dies trifft noch deutlicher auf den Landkreis Schaumburg zu.*
- *Die Arbeitslosenquoten im Landkreis Schaumburg entsprechen in etwa dem bundesdeutschen Trend. Bereits ab 2006 wird auch im Landkreis Schaumburg eine leichte Erholung auf dem Arbeitsmarkt spürbar. Dieser Trend wird auch in der Stadt Rinteln sichtbar. Ein direkter Vergleich der Arbeitslosenquoten der Stadt Rinteln zum Landkreis Schaumburg ist jedoch aufgrund der unterschiedlichen Bezugsgrößen (alle abhängigen Erwerbspersonen/ alle Erwerbspersonen) nicht möglich.*
- *Als zusätzlicher wirtschaftlicher Aspekt muss auch der Tourismus in der Region berücksichtigt werden, der letzten Endes auch als zusätzliches Potenzial innerhalb der Region angesehen werden muss. Dies zeigen auch die Zahlen der Ankünfte und Übernachtung, die sich in der Stadt Rinteln (im Gegensatz zum Landkreis) in den letzten Jahren positiv entwickelt haben.*
- *Obwohl sich in Rinteln in der Gesamtschau der wirtschaftlichen Eckdaten eine durchaus stabile Basis ergibt, zeigen die Daten auch, dass die Einwohner und die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den letzten Jahren rückläufig waren. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass es mittelfristig kein wachsendes Nachfragepotenzial gibt [...].“*

2.2 Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

2.2.1 Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet

Abb. 3: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: MB Research 2007
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

Die CIMA hat sich bereits im Rahmen der Verträglichkeitsuntersuchung zum Sondergebiet Bahnhofstraße² mit den Kaufkraftverhältnissen im Marktgebiet der Stadt Rinteln auseinandergesetzt. Dabei wurde folgendes herausgestellt:

„Die Stadt Rinteln verfügt über eine Kaufkraftkennziffer von 99,5 %. Der Wert liegt damit etwas unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 100 %. Das Kaufkraftniveau einer Region hängt vom Einkommen der Bevölkerung ab, das wiederum Folge der Wirtschaftskraft dieser Region ist.“

Der statistische Ausgabesatz für das Jahr 2007 beträgt im Bundesdurchschnitt 5.297 €. Dieser wird mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer an das Niveau der Gemeinde, Stadt oder Region angepasst. Für Investoren und Einzelhändler ist die verfügbare Kaufkraft am Ort ein sehr wichtiger Faktor. Der zur Verfügung stehende Ausgabesatz im Einzelhandel pro Einwohner und Jahr liegt in der Stadt Rinteln somit bei 5.270,52 €.

- *Wie die folgende Abbildung verdeutlicht, liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer³ der Stadt Rinteln mit 99,5 % unter dem Durchschnittswert des Landkreises Schaumburg (101,4 %).*
- *Die benachbarten Mittelzentren Porta Westfalica, Hameln und Bückeburg besitzen eine deutlich höhere Kaufkraftkennziffer als die Stadt Rinteln.“*

² vgl.: CIMA-Gutachten: „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“ (Stand: 04. Dez. 2007).

³ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2007 wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken berechnet. Unter der Kaufkraft eines Haushaltes ist der Anteil des Einkommens zu verstehen, der jährlich für Konsumzwecke zur Verfügung steht.

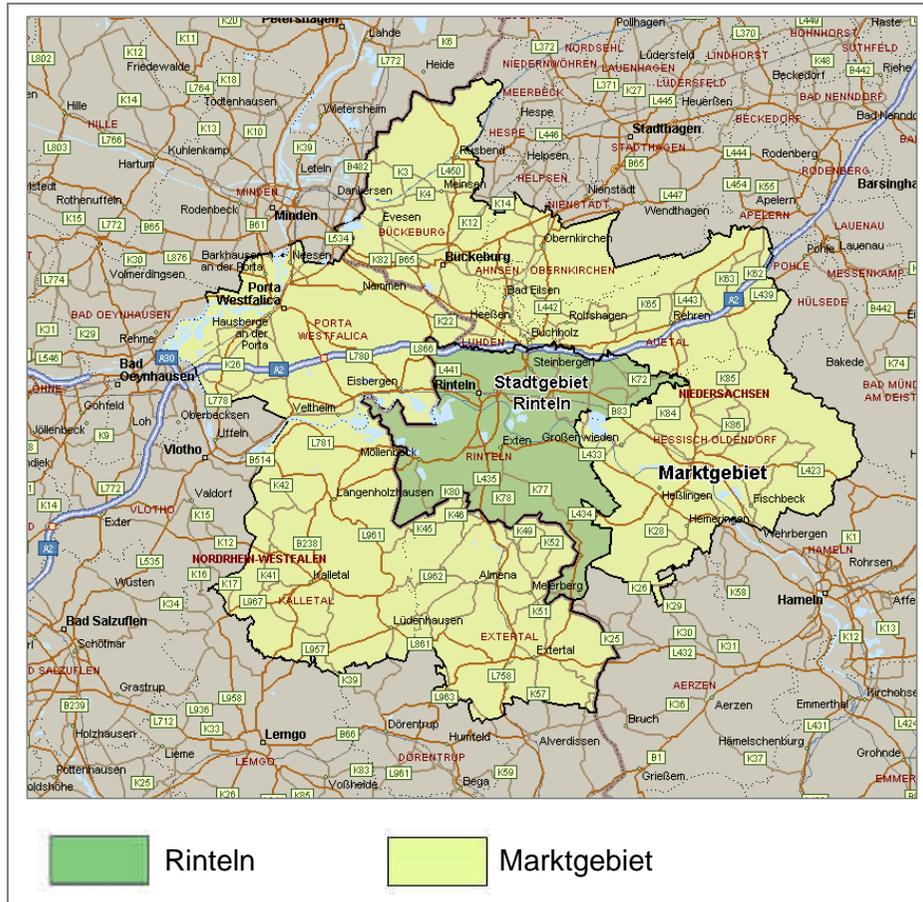
Weitere Informationen zur Herkunft und Berechnung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer siehe Methodikteil (vgl. Kap. 8).

Das Marktgebiet der Stadt Rinteln wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind:

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

Die Ermittlung der Ausbreitung des Marktgebietes erfolgt anhand des Computersimulationssystems HUFF, mit dem regionale Kaufkraftströme berechnet werden. Diese Berechnungen wurden mit Ortsbegehungen und Bewertungen vor Ort abgestimmt.

Abb. 4: Marktgebiet der Stadt Rinteln



Quelle: CIMA Berechnungen nach HUFF
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007, Rundungsdifferenzen möglich, vgl. Abb. 5, S. 17

Das Marktgebiet der Stadt Rinteln kann folgendermaßen beschrieben werden:

- Neben dem Stadtgebiet von Rinteln umfasst das Marktgebiet die direkt an das Stadtgebiet angrenzenden Städte und Gemeinden (vgl. Abb. 4 und Kap. 2.1.1). Das sind die Mittelzentren Bückeburg und Porta Westfalica sowie die Grundzentren Obernkirchen, Kalletal, Extertal, Auetal, Samtgemeinde Eilsen und Hessisch-Oldendorf.
- Nach außen lässt die Bindungswirkung des Rintelner Einzelhandels nach. In den äußeren Bereichen des Marktgebietes können deshalb nicht alle Betriebe in Rinteln wirksam werden. Lediglich wenige große und/ oder spezialisierte Betriebe dürften aus dem gesamten Marktgebiet ihren Umsatz generieren.
- In Porta Westfalica dürften sich vor allem die Bewohner der Ortsteile im süd-östlichen Stadtgebiet nach Rinteln orientieren. Hessisch-Oldendorf orientiert sich primär Richtung Hameln. In den Kommunen Samtgemeinde Eilsen, Auetal, Bückeburg und Obernkirchen dürfte die Bindung u.a. aufgrund der topographischen Verhältnisse (Wesergebirge) nur sehr gering sein.
- Als bedeutende Konkurrenzorte innerhalb des Marktgebietes sind die Mittelzentren Porta Westfalica und Bückeburg zu nennen. Die stark ausgeprägte Konkurrenzsituation zu den Ober- und Mittelzentren in der Region (Hannover, Bielefeld, Minden, Bad Oeynhausen, Porta Westfalica, Hameln, Stadthagen, Bückeburg und Bad Nenndorf) macht es für den Rintelner Einzelhandel schwierig, eine stärkere Kaufkraftbindung im eigenen Stadtgebiet und darüber hinaus zu erzielen.
- Ausweitungen des Marktgebietes sind aus diesem Grund kaum realistisch. Ziel sollte sein, die Bindung im bestehenden Marktgebiet zu konsolidieren und gegebenenfalls auszubauen.

Folgende Zonen des Marktgebietes wurden differenziert:

- Stadt Rinteln: 27.850 Einwohner
- Marktgebiet Rinteln: 108.075 Einwohner⁴

- Insgesamt: 135.925 Einwohner⁵

Zuzüglich zum Nachfragepotenzial, das sich aus diesen Einwohnerzahlen ergibt, wird mit einer 1 %igen Potenzialreserve (PR) für

- Touristen und Tagesgäste sowie
- sporadische Gäste aus weiter entfernt liegenden Städten gerechnet.

Das Marktgebiet entspricht der Ist-Situation. Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Betriebe ein ungleich höheres Einzugsgebiet aufweisen können. Das Marktgebiet stellt den Durchschnitt der Summe der Einzugsgebiete aller Betriebe dar.

⁴ Die Bevölkerungszahlen der Kommunen innerhalb des Marktgebietes wurden lediglich anteilig einberechnet.

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen: Stand 31.12.2006

2.2.2 Nachfragepotenzial im Marktgebiet von Rinteln

Die Berechnungen des Nachfragepotenzials⁶ der Stadt Rinteln und im Marktgebiet erfolgt auf der Basis der jeweiligen Einwohnerzahlen und Kaufkraftkennziffern in den Städten und Gemeinden. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.297,00 € für 2007 zu Grunde gelegt. Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer wird dieser an das Niveau jeder Stadt bzw. Gemeinde angepasst. Für Rinteln ergibt sich aufgrund der Kaufkraftkennziffer von 99,5 % somit ein Ausgabesatz von 5.270,52 € je Einwohner p.a. (vgl. Kap. 2.3.1).

Innerhalb des Marktgebietes steht insgesamt ein Nachfragepotenzial von

rd. 728,4 Mio. € (inkl. Potenzialreserve)

zur Verfügung.

Hiervon entfallen folgende Beträge auf die einzelnen Zonen des Marktgebietes:

- Stadt Rinteln: rd. 146,8 Mio. € (rd. 20,2 %)
- Marktgebiet: rd. 574,4 Mio. € (rd. 78,9 %)
- Potenzialreserve: rd. 7,2 Mio. € (rd. 1,0 %)

Abb. 5 auf Seite 17 verdeutlicht die Zusammensetzung des Nachfragepotenzials im Marktgebiet.

⁶ Die Ausgaben (in €) der Rintelner Bevölkerung, die dem Einzelhandel zu Verfügung stehen (statistischer Wert).

Abb. 5: Zusammensetzung des Nachfragepotenzials im Marktgebiet

	Anteil der Verbrauchsaus- gaben in %	Nachfragepotenzial in Mio. €			
		Rinteln	Marktgebiet	Potenzial- reserve	Gesamt
CIMA Warengruppen					
Periodischer Bedarf	54,3	79,6	311,6	3,9	395,2
Lebensmittel und Reformwaren	39,5	57,9	226,8	2,8	287,6
Gesundheits- und Körperpflege	13,5	19,8	77,5	1,0	98,3
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,3	1,9	7,4	0,1	9,3
Aperiodischer Bedarf	45,7	67,1	262,7	3,3	333,2
Persönlicher Bedarf insgesamt	12,6	18,6	72,7	0,9	92,1
Bekleidung, Wäsche	8,1	11,9	46,7	0,6	59,3
Schuhe, Lederwaren	2,3	3,4	13,3	0,2	16,9
Uhren, Schmuck, Optik	2,2	3,2	12,6	0,2	16,0
Medien und Technik insgesamt	11,7	17,1	67,0	0,8	85,0
Bücher, Schreibwaren	2,9	4,2	16,4	0,2	20,8
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	8,8	12,9	50,6	0,6	64,2
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	3,4	5,0	19,7	0,2	25,0
Sportartikel	1,6	2,4	9,3	0,1	11,8
Spielwaren	0,8	1,1	4,3	0,1	5,5
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1,1	1,6	6,1	0,1	7,7
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,8	1,1	4,4	0,1	5,6
Einrichtungsbedarf	6,4	9,3	36,5	0,5	46,3
Möbel, Antiquitäten	5,2	7,7	30,0	0,4	38,1
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1,1	1,7	6,5	0,1	8,3
Baumarktspezifische Sortimente	10,9	15,9	62,4	0,8	79,1
Einzelhandel insgesamt	100,0	146,8	574,4	7,2	728,4

Quelle: CIMA Berechnungen nach Huff 2007

2.2.3 Leistungsdaten des Einzelhandels in Rinteln

Vorbemerkung

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer Totalerhebung des Einzelhandels in Rinteln, die im Rahmen der Aktualisierung des Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel für den Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover im Sommer 2006 durch Vertreter des Landkreises Schaumburg durchgeführt wurde. Die Daten, die von der CIMA bereits für das Regionale Einzelhandelskonzept verwendet wurden, wurden im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Rinteln durch die Mitarbeiter der CIMA vor Ort aktualisiert und auf Plausibilität überprüft. Die Berechnung der Umsätze für den Einzelhandel in Rinteln erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2007 (Umsatz je qm Verkaufsfläche p.a.) für insgesamt 33 Branchen. Diese Flächenproduktivitäten werden vom Institut für Handelsforschung (IfH), Köln, durch Betriebsvergleiche ermittelt und von der BBE-Handelsberatung, München, jährlich durch aktuelle Forschungsergebnisse und eine Vielzahl von einzelbetrieblichen Beratungen durch CIMA und BBE aktualisiert. Die Flächenproduktivitäten liegen für insgesamt sechs Stadtgrößenklassen vor und werden zusätzlich durch die Beraterinnen und Berater der CIMA an die regionale Situation angepasst.

Außer dem Facheinzelhandel und dem filialisierten Einzelhandel werden die folgenden Betriebstypen zum Einzelhandel hinzugerechnet (Einzelhandel im engeren Sinne):

- Ladenhandwerk (Bäckereien und Fleischereien),
- gewerbliche Betriebe mit für den Kunden zugänglichen Verkaufsflächen (z.B. Sanitärfachhandel) sowie
- Gärtnereien (überdachte und weitere Flächen gehen nur anteilig in die Berechnungen ein).

Der Handel mit Kfz zählt nicht zum Einzelhandel (im engeren Sinne), auch nicht Dienstleistungsbetriebe wie Reisebüros, Fitnesscenter oder Kreditinstitute.

Abb. 6: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Rinteln

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	111	18.745	83,5
Lebensmittel und Reformwaren	77	14.985	61,4
Gesundheits- und Körperpflege	18	3.160	20,2
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	16	600	1,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	142	42.725	76,4
Persönlicher Bedarf insgesamt	53	10.165	26,8
Bekleidung, Wäsche	30	7.605	17,3
Schuhe, Lederwaren	9	1.780	5,1
Uhren, Schmuck, Optik	14	780	4,4
Medien und Technik insgesamt	21	4.485	15,2
Bücher, Schreibwaren	6	1.095	3,7
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	15	3.390	11,5
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	15	2.310	4,5
Sportartikel	4	705	1,8
Spielwaren	7	1.025	1,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	4	580	1,6
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	8	1.815	1,6
Einrichtungsbedarf	19	11.540	11,6
Möbel, Antiquitäten	12	10.005	10,1
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	7	1.535	1,5
Baumarktspezifische Sortimente	26	12.410	16,6
Einzelhandel insgesamt	253	61.470	159,9

Quelle: CIMA GmbH 2007

Die nebenstehenden Daten sind den Ergebnissen aus dem Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover entnommen. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung erfolgte eine Aktualisierung der Bestandsdaten.⁷ Wie bereits in der Verträglichkeitsuntersuchung zum Planvorhaben an der Bahnhofstraße⁸ dargestellt, kann folgendes Ergebnis herausgestellt werden:

- „Die Stadt Rinteln verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von 61.470 qm.
- Diese Verkaufsfläche verteilt sich auf 253 Einzelhandelsbetriebe.
- Der errechnete Einzelhandelsumsatz liegt bei rd. 159,9 Mio. € (brutto p.a.).
- Bezogen auf den Einzelhandelsumsatz liegen die Schwerpunkte in den Warengruppen Lebensmittel/ Reformwaren mit rd. 61,4 Mio. € Umsatz (rd. 38 % Umsatz-Anteil), mit deutlichem Abstand folgen die Branchen Gesundheits- und Körperpflege mit rd. 20,2 Mio. € Umsatz, Bekleidung/ Wäsche mit rd. 17,3 Mio. € Umsatz sowie baumarktspezifische Sortimente mit rd. 16,6 Mio. € Umsatz.
- Die durchschnittliche Raumleistung liegt über alle Branchen bei rd. 2.600 €.

Bezogen auf die Verteilung innerhalb des Stadtgebietes ist Folgendes zu ergänzen:

- Der Schwerpunkt der Einzelhandelsstruktur liegt in der Innenstadt sowie im nördlichen und südlichen Kernstadtgebiet.
- In der Innenstadt haben sich auf einer Verkaufsfläche von rd. 15.400 qm 126 Betriebe angesiedelt. Die 52 Betriebe im nördlichen Kernstadtbereich sind durchschnittlich wesentlich größer, sie verfügen über 24.025 qm Verkaufsfläche. Im südlichen Kernstadtbereich haben sich auf einer Gesamtverkaufsfläche von 15.645 qm 30 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt.

⁷ Hieraus und aus der Aktualisierung der Einwohnerzahlen ergeben sich geringfügige Abweichungen zu den Ergebnissen aus dem Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover, 2006.

⁸ vgl.: CIMA-Gutachten: „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“ (Stand: 04. Dez. 2007).

- *Die übrigen Ortsteile weisen nur sehr geringen Einzelhandelsbestand auf. Hier beschränkt sich das Angebot meist auf Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Metzger). In Krankenhagen sichert ein Jibi-Supermarkt die verbrauchernahe Grundversorgung, in Deckbergen und Steinbergen befinden sich kleine Nahversorgungsbetriebe mit rd. 250 qm bzw. 120 qm Verkaufsfläche.“*

Fazit

Im Rahmen der Fortschreibung des Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover durch die CIMA, wurde für die vergleichbaren Mittelzentren im Betrachtungsraum (inkl. der Stadt Rinteln) eine durchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 2.650 € pro qm Verkaufsfläche ermittelt.⁹ Die Flächenproduktivität der Stadt Rinteln bewegt sich somit im durchschnittlichen Bereich.

Bei Flächenansiedlungen durch Neuausweisungen bleibt jedoch zu beachten, dass dadurch die Flächenproduktivität in der Stadt insgesamt nicht zwingend auf dem gleichen Niveau bleibt. Somit steigt auch nicht zwangsläufig der Gesamtumsatz. Die Flächenproduktivität ist vor allem abhängig vom Betriebstyp und von der angebotenen Sortimentsstruktur. Insbesondere bei der Neuansiedlung großflächiger Betriebsformen außerhalb der Innenstadt ist davon auszugehen, dass die Flächenproduktivität in der Stadt insgesamt sinkt. Darüber hinaus wird i.d.R. ein wesentlicher Umsatzanteil durch Umsatzverdrängung aus den bestehenden Einzelhandelsbetrieben der Stadt generiert, der u.U. zu negativen städtebaulichen Auswirkungen führen kann.

⁹ Im Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2006/2007 wurden u.a. die folgenden Mittelzentren untersucht: Celle, Hameln, Peine, Nienburg/ Weser, Rinteln, Walsrode, Stadthagen, Bad Pyrmont, Alfeld, Bückeberg, Sarstedt und Bad Nenndorf.

Vorbemerkung zur Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

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

Abb. 7: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Rinteln

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf	83,5	79,6	104,8
Lebensmittel, Reformwaren	61,4	57,9	105,9
Gesundheits- und Körperpflege	20,2	19,8	101,9
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	1,9	1,9	102,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	76,4	67,1	113,7
Persönlicher Bedarf insgesamt	26,8	18,6	144,5
Bekleidung, Wäsche	17,3	11,9	144,9
Schuhe, Lederwaren	5,1	3,4	149,4
Uhren, Schmuck, Optik	4,4	3,2	137,5
Medien und Technik insgesamt	15,2	17,1	89,0
Bücher, Schreibwaren	3,7	4,2	89,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	11,5	12,9	88,9
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	4,5	5,0	89,6
Sportartikel	1,8	2,4	75,5
Spielwaren	1,1	1,1	101,5
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc.)	1,6	1,6	102,7
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,6	1,1	138,8
Einrichtungsbedarf	11,6	9,3	124,0
Möbel, Antiquitäten	10,1	7,7	131,1
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	1,5	1,7	91,5
Baumarktspezifische Sortimente	16,6	15,9	104,3
Einzelhandel insgesamt	159,9	146,8	108,9

Quelle: CIMA GmbH 2007

Für Rinteln lässt sich aus der Gegenüberstellung von Umsatz und Nachfragepotenzial Folgendes ablesen:

- Die Zentralität über alle Branchen liegt in der Stadt Rinteln nach den Berechnungen der CIMA bei 108,9 %.¹⁰
- Der Einzelhandelsumsatz in Rinteln liegt somit etwas über dem vorhandenen Nachfragepotenzial. Es finden somit geringe saldierte Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland statt.
- Im periodischen Bedarfsbereich liegt die Zentralität bei 104,8 %. Das bedeutet, dass sich die Kaufkraft- zu und -abflüsse in etwa ausgleichen. Im aperiodischen Bedarfsbereich überwiegen bei einer Handelszentralität von rd. 113,7 % die Zuflüsse leicht. Betrachtet man die einzelnen Branchen, sind jedoch deutliche Abweichungen zu erkennen. Von Bedeutung ist darüber hinaus auch die Verteilung innerhalb des Stadtgebietes (vgl. Kap. 2.4.1).

¹⁰ Abweichungen zu den ausgewiesenen Handelszentralitäten im Rahmen der Aktualisierung des Konsensprojektes großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover ergeben sich durch die aktualisierten Bestandsdaten sowie durch die Aktualisierung der Einwohnerzahl und der Kaufkraftkennziffer durch die CIMA.

Fazit

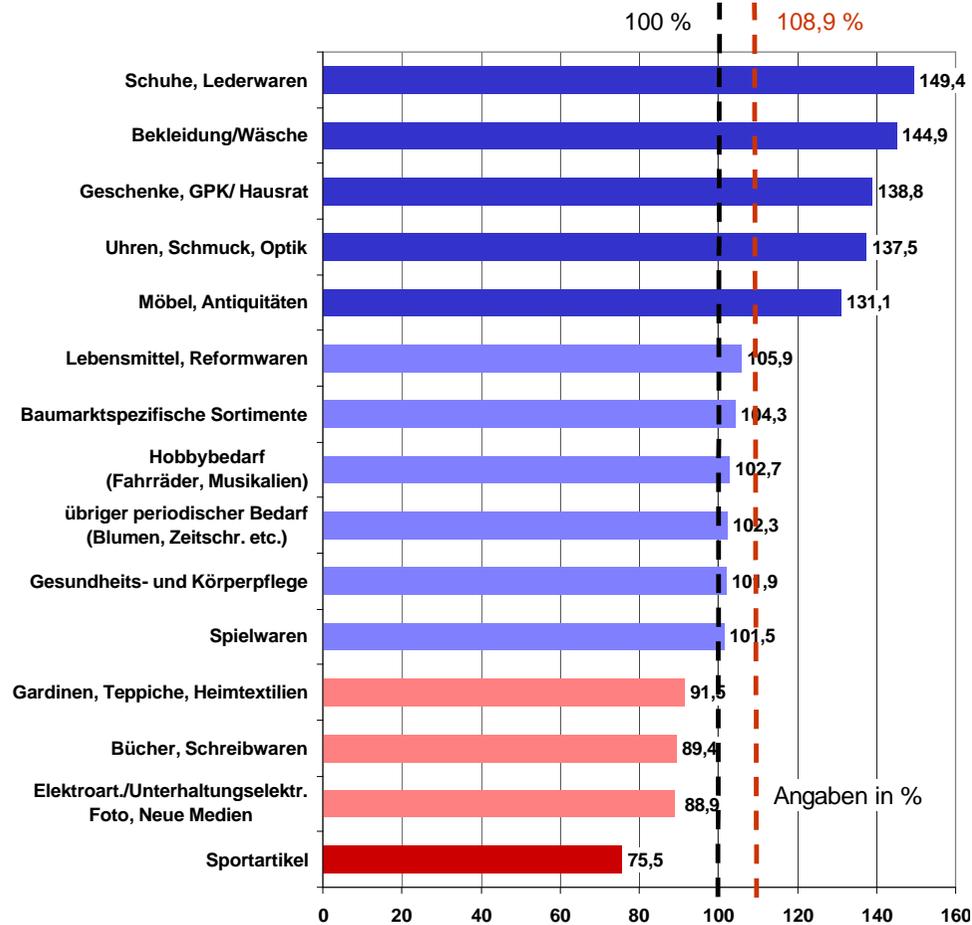
Ein Mittelzentrum sollte gemäß raumordnerischer Zuordnung neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich auch die Versorgung der angrenzenden Bevölkerung im aperiodischen Bedarfsbereich gewährleisten.

Per Saldo werden im periodischen Bedarfsbereich leichte Kaufkraftzuflüsse deutlich, die Nahversorgungssituation ist also grundsätzlich als zufrieden stellend zu bewerten. Insbesondere auch vor dem Hintergrund, dass im Bereich Bahnhofstraße die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes geplant ist, sind die zusätzlichen Potenziale begrenzt. Aus Gutachtersicht sollten die verbleibenden Potenziale vor allem dazu genutzt werden, die qualitative Nahversorgung in den unterversorgten Gebieten zu verbessern (vgl. Abb. 24, S. 44) oder als Frequenzbringer in der Innenstadt eingesetzt zu werden.

Im aperiodischen Bedarfsbereich werden (mit Ausnahme der Warengruppen Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Uhren/ Schmuck/ Optik, Geschenke/ Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat sowie Möbel/ Antiquitäten) für ein Mittelzentrum nur geringe Werte erreicht. Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang vor allem die starke Konkurrenzsituation zu den Mittelzentren Bückeberg, Stadthagen, Bad Nenndorf, Porta Westfalica, Minden und Hameln.

Per Saldo liegt die Einzelhandelszentralität nur geringfügig über 100 %, so dass insgesamt nur wenig saldierte Kaufkraft aus dem Umland nach Rinteln fließt. Rinteln besitzt somit als Mittelzentrum gemäß der raumordnerischen Zuordnung zwar einen leichten Bedeutungsüberschuss, dieser ist jedoch aus Sicht der CIMA durchaus noch steigerbar (vgl. Kap. 5.2).

Abb. 8: Einzelhandelszentralität nach Warengruppen in Rinteln



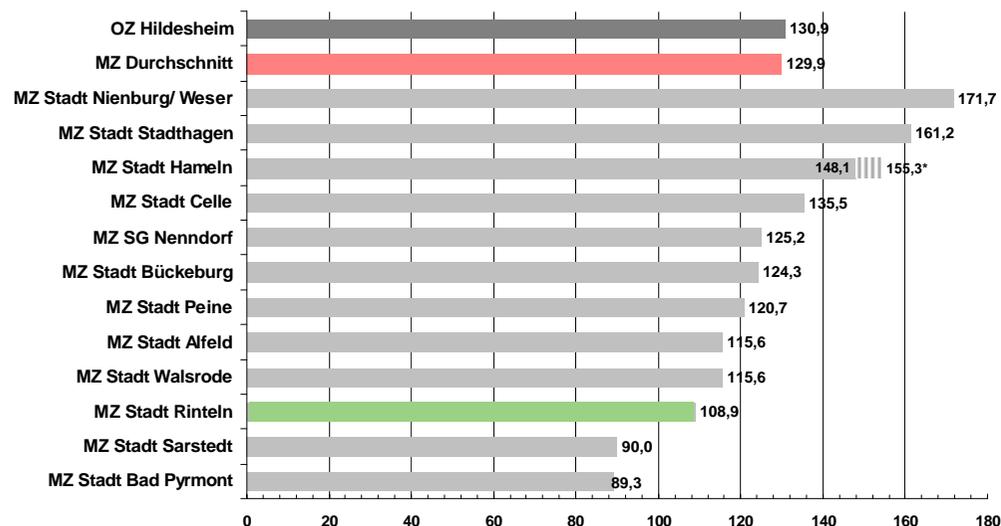
Quelle: CIMA GmbH 2007

Die Handelszentralitäten der einzelnen Warengruppen sind durch die folgenden Aspekte gekennzeichnet:

- Die höchsten Zentralitätswerte weisen die Sortimente Schuhe/ Lederwaren, und Bekleidung/ Wäsche auf. Von Bedeutung ist dies insbesondere, weil dies i.d.R. die Leitsortimente in der Innenstadt sind (vgl. Kap. 5.2).
- Bei den meisten Warengruppen gleichen sich die saldierten Zu- und Abflüsse weitestgehend aus. Dies sind neben den Sortimenten aus dem periodischen Bedarfsbereich (Lebensmittel/ Drogerieartikel) u.a. baumarktspezifische Sortimente und Spielwaren.
- Kaufkraftabflüsse sind vor in der Branche Sportartikel und eingeschränkt bei den Warengruppen Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien, Bücher/ Schreibwaren sowie Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC und Zubehör, Neue Medien festzustellen.

Eine Gegenüberstellung der Handelszentralitäten von Rinteln mit vergleichbaren Mittelzentren aus dem Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover¹¹ zeigt mögliche Potenziale auf:

Abb. 9: Einzelhandelszentralität in % (gesamt) im Vergleich



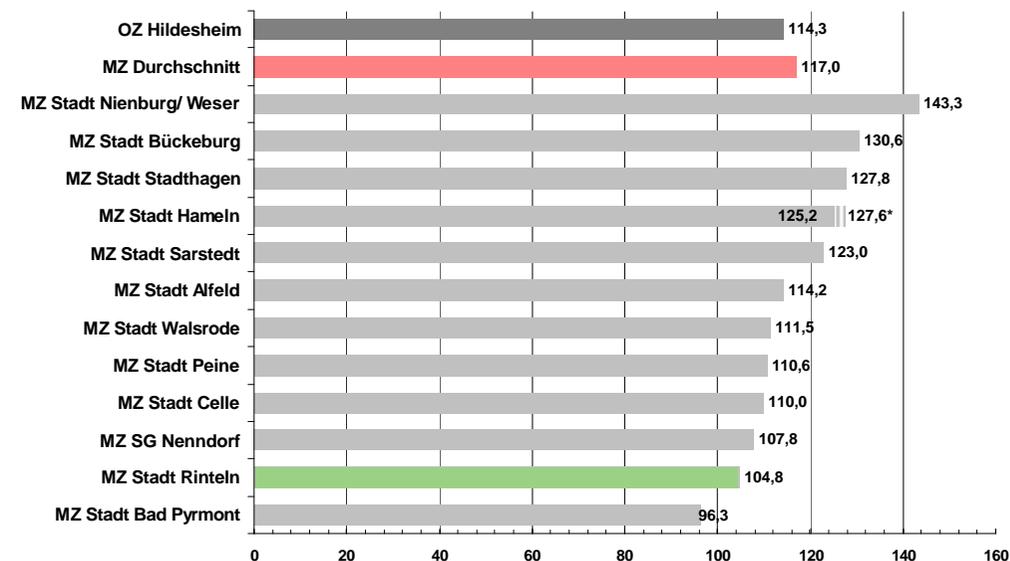
* prognostizierte Handelszentralität nach Fertigstellung ECE-Center (Umsätze und Kaufkraftzuflüsse lt. GfK-Gutachten 2003).

** Durch die Aktualisierung der Daten in Rinteln ergeben sich gegenüber den ursprünglichen Daten für die Stadt Rinteln geringfügige Abweichungen.

Quelle: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2006/ 2007

Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

Abb. 10: Einzelhandelszentralität in % (periodischer Bedarf) im Vergleich



* prognostizierte Handelszentralität nach Fertigstellung ECE-Center (Umsätze und Kaufkraftzuflüsse lt. GfK-Gutachten 2003).

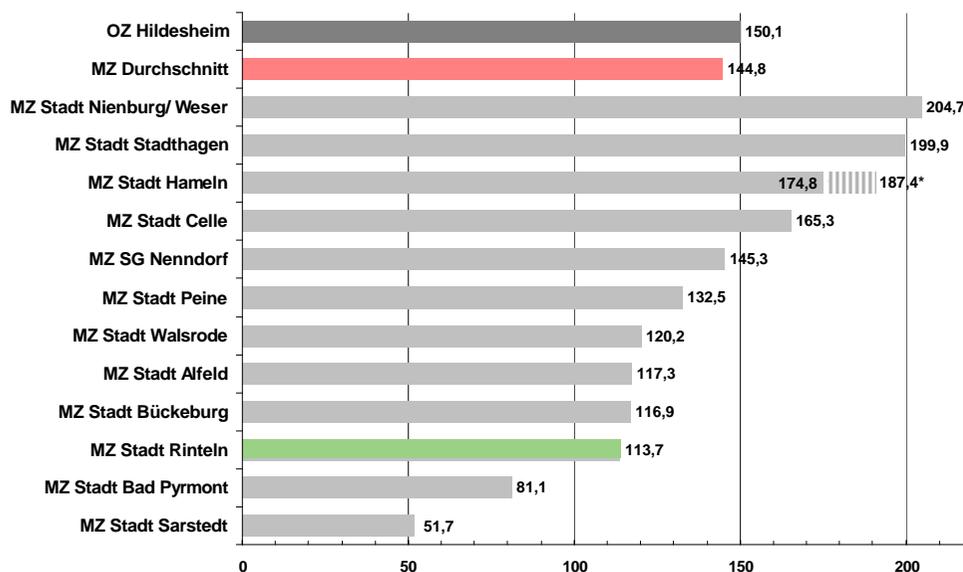
** Durch die Aktualisierung der Daten in Rinteln ergeben sich gegenüber den ursprünglichen Daten für die Stadt Rinteln geringfügige Abweichungen.

Quelle: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2006/ 2007

Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

¹¹ Vgl.: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover (2006/ 2007).

Abb. 11: Einzelhandelszentralität in % (aperiodischer Bedarf) im Vergleich



Quelle: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2006/ 2007

* prognostizierte Handelszentralität nach Fertigstellung ECE-Center (Umsätze und Kaufkraftzuflüsse lt. GfK-Gutachten 2003)

** Durch die Aktualisierung der Daten in Rinteln ergeben sich gegenüber den ursprünglichen Daten für die Stadt Rinteln geringfügige Abweichungen.

Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

Der Vergleich mit den Mittelzentren im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover zeigt Folgendes:

- Insgesamt verfügt Rinteln über eine deutlich unterdurchschnittliche Handelszentralität. Der Durchschnittswert für vergleichbare Mittelzentren liegt nach Untersuchungen der CIMA bei 129,9 %. Rinteln erreicht lediglich einen Wert von 108,9 %.
- Im periodischen Bedarfsbereich erreicht Rinteln mit einer Handelszentralität von 104,8 % ebenfalls einen leicht unterdurchschnittlichen Wert. Trotzdem kann die Grundversorgung in Rinteln im Allgemeinen als zufrieden stellend bezeichnet werden.

- Daraus ergibt sich, dass der insgesamt unterdurchschnittliche Wert für Rinteln vor allem im aperiodischen Bedarfsbereich begründet ist. Dort liegt Rinteln mit einer Handelszentralität von 113,7 % deutlich unter den Mittelzentren im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover. Diese erreichen eine durchschnittliche Handelszentralität von 144,8 %.
- Zu bedenken ist jedoch, dass diese Vergleichszahlen keine Aussagen dazu treffen, ob sich ein bedeutender Teil der Einzelhandelsflächen in der Innenstadt oder an städtebaulich nicht-integrierten Fachmarktstandorten befindet (vgl. hierzu Abb. 22 und Abb. 23 auf Seite 40). Außerdem sind für die Handelszentralität unter anderem die Bevölkerungszahl vor Ort, die Lage zu bedeutenden Konkurrenzstandorten sowie topographische Gegebenheiten von besonderer Bedeutung. Dies kann dazu führen, dass Kommunen mit gesunden Einzelhandelsstrukturen (wie zum Beispiel die Stadt Rinteln) über verhältnismäßig geringe Handelszentralitäten verfügen.

Fazit

Ein Mittelzentrum kann in vergleichbaren Lagen wesentlich höhere Handelszentralitäten erreichen, als das in Rinteln der Fall ist (vgl. Abb. 9 bis Abb. 11). Potenzial besteht für Rinteln insbesondere im aperiodischen Bedarfsbereich. Die CIMA geht für Rinteln von einer „abgesicherten“ Handelszentralität aus, wenn ein Wert von 120 % erreicht wird. Dieser nähert sich dem Durchschnittswert der Mittelzentren im erweiterten Wirtschaftsraum an. D.h. erst wenn ein Wert von 120 % Zentralität in einer Warengruppe erreicht wird, geht die CIMA davon aus, dass es gelingt, bedeutende Kaufkraft von außerhalb der Stadtgrenzen an den Standort Rinteln zu binden.

Werte von über 120 % erreichen in Rinteln immerhin fünf der zwölf Sammelbranchen aus dem aperiodischen Bedarfsbereich. In den Warengruppen baumarktspezifische Sortimente, Hobbybedarf (Musikalien, Fahrräder) und Spielwaren werden Werte von zwischen 100% und 120 % erreicht. In den drei Gruppen Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien, Bücher/ Schreibwaren, Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC und Zubehör/ Neue Medien und Sportartikel liegen die Handelszentralitäten sogar unterhalb von 100 %.

Potentiale für Neuansiedlungen bestehen grundsätzlich in allen Warengruppen, die eine Zentralität von deutlich unter 100 % aufweisen. Weiteres Potenzial besteht aus Sicht der CIMA auch in den Branchen des aperiodischen Bedarfsbereiches, die Werte von unter 120 % erreichen (vgl. Kap. 5.2).

Die starken Warengruppen Bekleidung/ Wäsche und Uhren/ Schmuck prägen vor allem die Einzelhandelslandschaft in der Innenstadt von Rinteln. Sie tragen neben der attraktiven städtebaulichen Situation dazu bei, dass Rinteln über ein attraktives Zentrum verfügt (vgl. Kap. 2.4.1). Deshalb sind für diese Branchen grundsätzlich höhere Zentralitätswerte als für die übrigen Branchen anzustreben (vgl. Kap. 5.2).

Vorbemerkung Flächendichte

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,4 qm Verkaufsfläche je Einwohner (inkl. ländlich geprägter Räume).

Bei der Betrachtung der Bedarfsbereiche muss beachtet werden, dass insgesamt 33 Branchen zu den jeweiligen Bedarfsbereichen zugeordnet wurden. Die nachfolgende Abbildung gibt somit lediglich einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in Rinteln. Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte) sehr häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe verfügen. Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben, kann aber Hinweise auf mögliche Potenziale geben.

Abb. 12: Verkaufsflächendichte in Rinteln

Bedarfsbereich	Verkaufsflächendichte Stadt Rinteln in qm je Einwohner	Verkaufsflächendichte in Vergleichsstädten* in qm pro Einwohner
periodischer Bedarf	0,67	0,71
aperiodischer Bedarf	1,53	1,80
gesamt	2,21	2,50

* Durchschnittswert der Mittelzentren im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover
 Quelle: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2006/ 2007
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

Folgende Aussage können getroffen werden:

- Rinteln liegt mit einer aktuellen Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarfsbereich nur leicht unter dem Niveau vergleichbarer Mittelzentren innerhalb des Erweiterten Wirtschaftsraumes Hannover.
- Im aperiodischen Bedarfsbereich sind jedoch deutliche Differenzen festzustellen. Dort liegt Rinteln mit 1,53 qm pro Einwohner deutlich unter dem Durchschnitt vergleichbarer Mittelzentren.

Fazit

Rinteln verfügt branchenübergreifend über eine Verkaufsflächenausstattung, die in einigen Warengruppen noch erhebliches Potenzial aufweist. Um auch in Zukunft eine gute Versorgungsstruktur zu behalten, sollte ständig geprüft werden, in welchen Bereichen zusätzliche Ansiedlungen sinnvoll erscheinen (vgl. Kap. 5). Von Bedeutung bei der Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ist aus Gutachtersicht neben der Größe des jeweiligen Betriebs insbesondere die Lage innerhalb des Stadtgebietes (siehe hierzu Kap. 6).

2.2.4 Kaufkraftstromanalyse im Marktgebiet von Rinteln

Vorbemerkung: Kaufkraftbindung

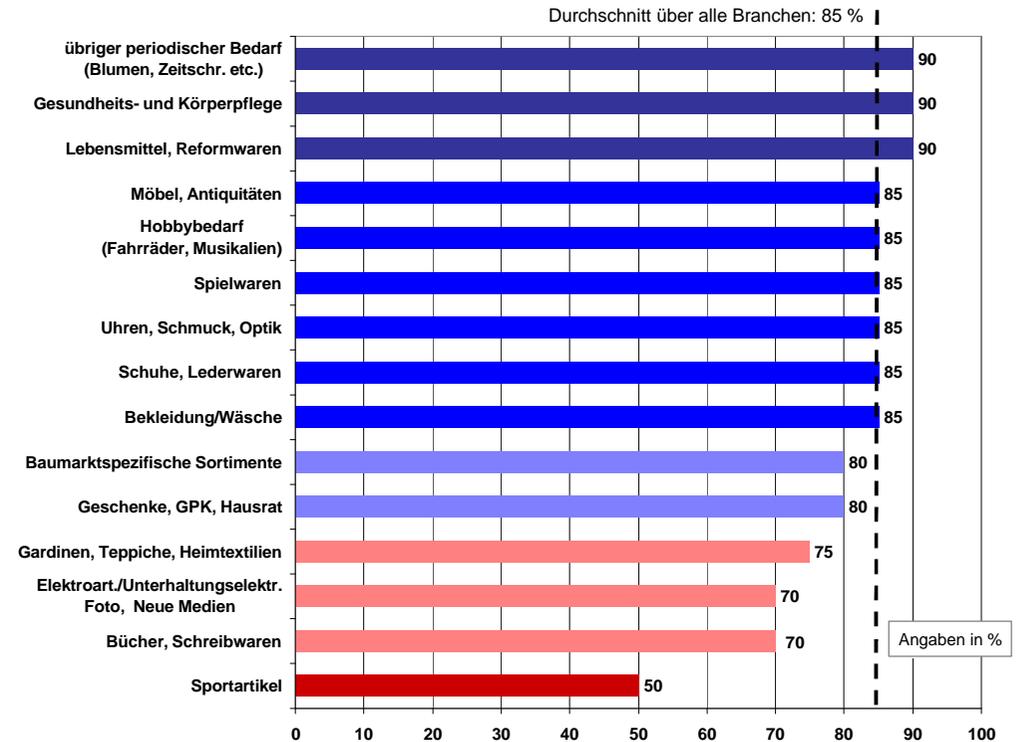
Die Kaufkraftbindung (in %) beschreibt den Teil des Nachfragepotenzials in der Stadt Rinteln, der am Erhebungszeitpunkt tatsächlich in Rinteln gebunden wird.

Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche dividiert durch das Nachfragepotenzial dieser Branche.

Die Zahlen der Kaufkraftbindung basieren unter anderem auf den Ergebnissen der Huff-Kaufkraftstromanalyse für die Stadt Rinteln und das Umland. Das Huff-Modell quantifiziert die Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum. Einflussgrößen sind vor allem

- geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegzeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,
- Attraktivitätsgrade und Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkte konkurrierender Einkaufsorte.

Abb. 13: Kaufkraftbindung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Rinteln



Quelle: CIMA GmbH 2007

Kaufkraftbindung in Rinteln

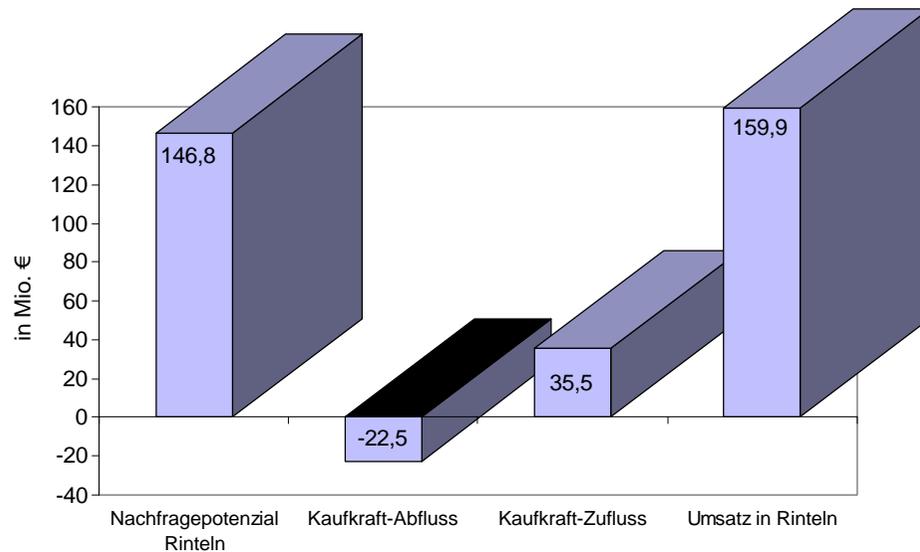
Der Umsatz der Stadt Rinteln in Höhe von 159,9 Mio. € setzt sich zu 124,3 Mio. € (ca. 78 %) aus der örtlichen Nachfrage und zu 35,5 Mio. € (ca. 22 %) aus externen Zuflüssen zusammen.

- Die Stadt Rinteln erreicht mit 85 % bereits eine für die Größe Rintels hohe Bindungsquote, die jedoch durchaus steigerbar ist.
- Im periodischen Bedarf wird eine Bindungsquote von 90 %, im aperiodischen Bedarfsbereich eine Quote von 78 % erreicht. In der Regel geht man davon aus, dass selbst im periodischen Bedarfsbereich Bindungsquoten von über 90% nur sehr selten erreicht werden (bei einem sehr schwach besetzten Umland). Wesentliches Potenzial zur Steigerung besteht vor allem in den Branchen des aperiodischen Bedarfsbereiches, die auch die niedrigsten Handelszentralitäten aufweisen (vgl. Abb. 8).
- Die geringsten Bindungsquoten werden in den Branchen erzielt, die auch die geringsten Handelszentralitäten aufweisen (Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien, Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC und Zubehör/ Neue Medien, Sportartikel).

Kaufkraftstromanalyse für die Stadt Rinteln

Im Folgenden werden ausschließlich die Kaufkraftströme zwischen der Stadt Rinteln und ihrem Umland betrachtet. Bedeutsam ist dabei die Berechnung der Kaufkraftab- und -zuflüsse. Die Berechnung der Kaufkraftströme erfolgt mit dem ökonomischen Simulationsmodell HUFF.

Abb. 14: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in der Stadt Rinteln in Mio.€

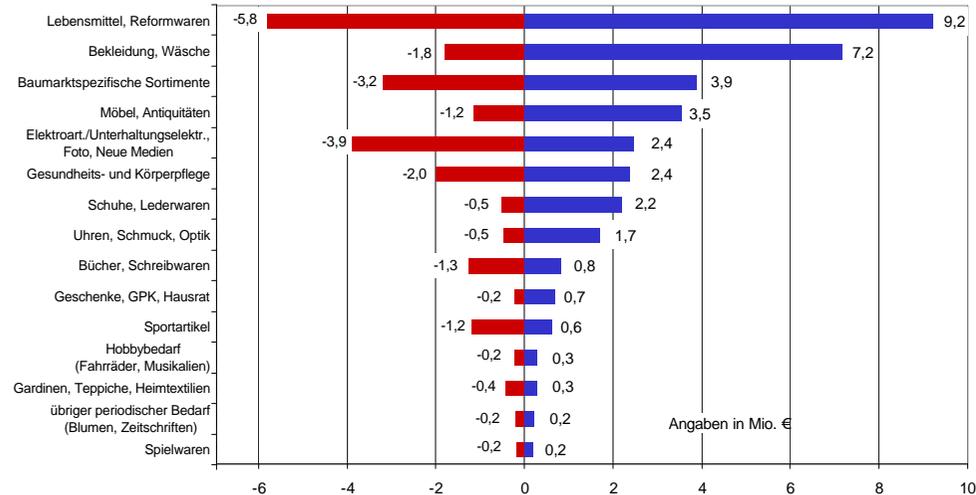


Quelle: HUFF, eigene Berechnungen
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007, Rundungsdifferenzen möglich

Die Ergebnisse der Kaufkraftstromanalyse der Stadt Rinteln:

- Das Nachfragepotenzial der Stadt Rinteln liegt bei 146,8 Mio. €
- Die Kaufkraftabflüsse von 22,5 Mio. € verringern das Nachfragepotenzial entsprechend.
- Die Kaufkraftzuflüsse belaufen sich auf 35,5 Mio. € und gleichen die Abflüsse damit mehr als aus. Darin enthalten ist die Potenzialreserve, die sich primär aus touristischen Ausgaben und Tagesausflüglern zusammensetzt.
- Aus diesen Kaufkraftströmen ergibt sich der tatsächlich in Rinteln erzielte Umsatz von 159,9 Mio. €

Abb. 15: Kaufkraftströme in Rinteln: Zu- und Abflüsse



Quelle: CIMA GmbH 2007

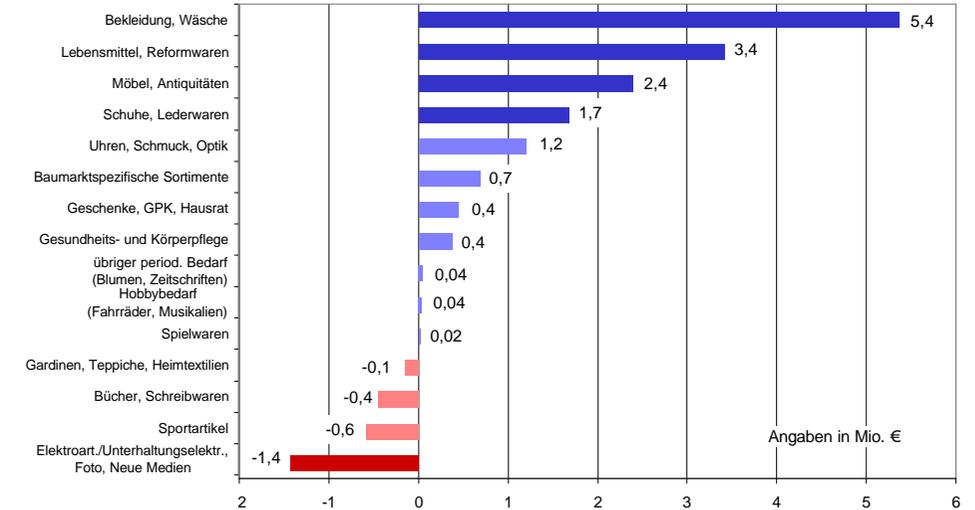
Zuflüsse:

- Die bedeutendsten Zuflüsse sind bei Lebensmitteln/ Reformwaren sowie bei Bekleidung/ Wäsche festzustellen. Hervorzuheben sind darüber hinaus baumarktspezifische Sortimente und Möbel/ Antiquitäten.
- Die geringsten Zuflüsse weisen die Warengruppen Hobbybedarf, Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien, übriger periodischer Bedarf (Blumen/ Zeitschriften) sowie Spielwaren auf. In diesen Warengruppen liegen jedoch aus die Verbrauchsausgaben auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau (vgl. Abb. 5, S. 17).

Abflüsse:

- Die stärksten Abflüsse werden in den Warengruppen Lebensmittel/ Reformwaren und Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik deutlich.
- Die Warengruppen mit den geringsten Zuflüssen weisen aufgrund der geringen Verbrauchsausgaben auch die geringsten Abflüsse auf, neben den Warengruppen Hobbybedarf, Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien, übriger periodischer Bedarf und Spielwaren sind das auch Geschenke/ GPK/ Hausrat.

Abb. 16: Kaufkraftströme in Rinteln: Saldierte Zu- und Abflüsse



Quelle: CIMA GmbH 2007

- Ein Blick auf die saldierten Kaufkraftflüsse verdeutlicht die hohe Bedeutung der Sortimentsgruppen Bekleidung/ Wäsche, Lebensmittel/ Reformwaren, Möbel/ Antiquitäten sowie Schuhe/ Lederwaren für den Einzelhandel in Rinteln. Saldierte Zuflüsse sind ebenfalls in den Warengruppen festzustellen, die Handelszentralitäten von über 100 % aufweisen. Das sind Uhren/ Schmuck/ Optik, Baumarktsortimente Geschenke/ GPK/ Keramik, Gesundheits- und Körperpflege, übriger periodischer Bedarf, Hobbybedarf sowie Spielwaren.
- Saldierte Abflüsse werden in den Branchen Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC und Zubehör/ Neue Medien, Sportartikel, Bücher/ Schreibwaren und Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien. Diese Branchen weisen auch die geringsten Handelszentralitäten auf (vgl. Abb. 8, S. 24).

Ergänzend sei angemerkt, dass sich das Kaufkraftpotenzial und die Verbrauchsausgaben und auch die Umsätze in den einzelnen Warengruppen deutlich unterscheidet. Dies erklärt auch die relativ hohen Kaufkraftabflüsse in den „starken“ Branchen Lebensmittel/ Reformwaren und Bekleidung/ Wäsche.

Fazit

Der für ein Mittelzentrum nur geringe einzelhandelsspezifische Bedeutungsüberschuss in Rinteln wird neben der Handelszentralität unter anderem auch in den saldierten Kaufkraftflüssen sichtbar. Insgesamt übersteigen die Zuflüsse die Abflüsse nur geringfügig. Eine hohe Bedeutung besitzen vor allem die Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren, Bekleidung/ Wäsche, Möbel/ Antiquitäten und Schuhe/ Lederwaren.

Saldierte Kaufkraftabflüsse bei den zentrenrelevanten Warengruppen (Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien, Bücher/ Schreibwaren, Sportartikel und Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC und Zubehör/ Neue Medien) geben Hinweise auf mögliche Lücken im Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Rinteln (vgl. Kap. 5.2).

2.3 Angebotssituation des Einzelhandels in Rinteln

2.3.1 Betriebs- und Branchenstruktur des Einzelhandels in Rinteln

Abb. 17: Anteile der Verkaufsflächen nach Branchen in Rinteln

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	VKF in qm	Anteil der VKF in %
Periodischer Bedarf	111	18.745	30,5
Lebensmittel, Reformwaren	77	14.985	24,4
Gesundheits- und Körperpflege	18	3.160	5,1
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	16	600	1,0
Aperiodischer Bedarf insgesamt	142	42.725	69,5
Persönlicher Bedarf insgesamt	53	10.165	16,5
Bekleidung, Wäsche	30	7.605	12,4
Schuhe, Lederwaren	9	1.780	2,9
Uhren, Schmuck, Optik	14	780	1,3
Medien und Technik insgesamt	21	4.485	7,3
Bücher, Schreibwaren	6	1.095	1,8
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	15	3.390	5,5
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	15	2.310	3,8
Sportartikel	4	705	1,1
Spielwaren	7	1.025	1,7
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc.)	4	580	0,9
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	8	1.815	3,0
Einrichtungsbedarf	19	11.540	18,8
Möbel, Antiquitäten	12	10.005	16,3
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	7	1.535	2,5
Baumarktspezifische Sortimente	26	12.410	20,2
Einzelhandel insgesamt	253	61.470	100,0

Quelle: CIMA GmbH 2007

61.470 qm Verkaufsfläche teilen sich in Rinteln auf die folgenden wesentlichen Branchen auf:

- Rund 18.745 qm Verkaufsfläche entfallen auf den periodischen Bedarfsbereich, der Verkaufsflächenanteil liegt bei 30,5 %. Die wesentlichen Anbieter mit jeweils über 800 qm Verkaufsfläche sind hier: Marktkauf SB-Warenhaus, Extra-Verbrauchermarkt, Lidl-Lebensmitteldiscounter, Aldi-Lebensmitteldiscounter sowie die Jibi-Supermärkte in der nördlichen Kernstadt und im Ortsteil Krankenhagen. Die beiden kleinflächigen Märkte (unter 800 qm VKF) WEZ und Aldi ergänzen das Lebensmittelangebot im südlichen Stadtgebiet
- Rund 25 % der Verkaufsfläche entfallen auf das Zentrum von Rinteln (15.400 qm).
- Von den zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Kap. 5.1) nimmt die Warengruppe Bekleidung/ Wäsche mit 12,4 % den insgesamt größten Verkaufsflächenanteil ein. Innerhalb der Innenstadt von Rinteln erreicht diese Warengruppe einen Anteil von rd. 39 % (vgl. Abb. 20, S.38).
- Einen ebenfalls großen Anteil machen die Flächen im Bereich baumarktspezifischer Sortimente aus. Hierunter fallen auch die Sortimente Zoobedarf, Farben/ Lacke/ Tapeten, Autozubehör, Blumen/ Gartenbedarf und Eisenwaren. Der Flächenanteil liegt in dieser Warengruppe bei 20,2 %. Herauszustellen ist außerdem der Bereich Möbel/ Antiquitäten mit einem Verkaufsflächenanteil von 16,3 %.
- In diesen vier Warengruppen sowie im Bereich Unterhaltungselektronik/ Elektroartikel werden auch die größten Umsätze erzielt (vgl. Abb. 6, S. 19). Die geringeren Flächenanteile der übrigen Warengruppen sind teilweise auch auf die branchentypische Betriebsgrößenstruktur zurückzuführen.

Vorbemerkung: CIM-Definition zu „Art der Lage“

Die Abgrenzungen der Einkaufslagen des örtlichen Einzelhandels spiegeln die Zentralität und Attraktivität spezifischer Abschnitte einer Stadt wider. Der Stadtgrundriss, die Lage der Einkaufsbereiche im Siedlungsgefüge und die allgemeine zentralörtliche Funktion der Lagen sind die relevanten Kriterien für die Beurteilung von Einkaufslagen und Lagequalitäten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass z.B. an 1a-Lagen in Oberzentren andere Anforderungen zu stellen sind als an 1a-Lagen in Mittel- oder Grundzentren.

Die CIMA GmbH unterscheidet Einkaufslagen, die nach den folgenden Kriterien abgegrenzt werden:

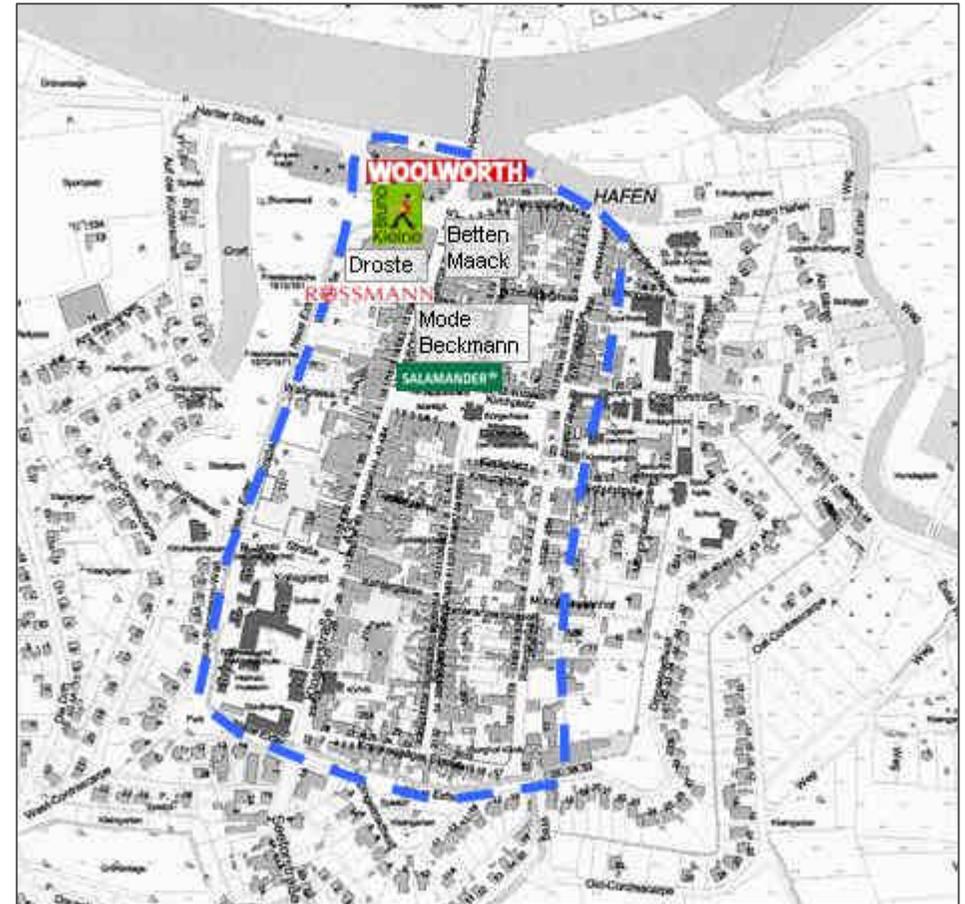
- Passantenfrequenz
- Besatzdichte mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen
- Attraktivität des Besatzes
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Filialisierungsgrad
- Ladenleerstände, gefährdete Standorte und nichtadäquate Nutzungen

Die Innenstadt von Rinteln stellt das Zentrum für den Einzelhandel und für verschiedene Dienstleistungsbetriebe (Gastronomien, Versicherungen, Ärzte etc.) nicht nur für die Rintelner Bevölkerung, sondern auch für den mittelzentralen Verflechtungsbereich dar (vgl. Kap. 2.3.1). Bezogen auf den Einzelhandel besitzt die Innenstadt einen Bedeutungsüberschuss, jedoch ist der gesamtstädtische Verkaufsflächenanteil der Rintelner Innenstadt mit rd. 25,1 % äußerst gering (vgl. Abb. 19). Die Innenstadt profitiert vor allem von den großflächigen Magnetbetrieben Textilhaus Bruno Kleine, Warenhaus Woolworth und Betten Maack sowie von einer Vielzahl inhabergeführter und filialisierter Einzelhandelsbetriebe (vgl. Abb. 18).

Die Innenstadt von Rinteln erstreckt sich im Wesentlichen entlang der folgenden Straßen:

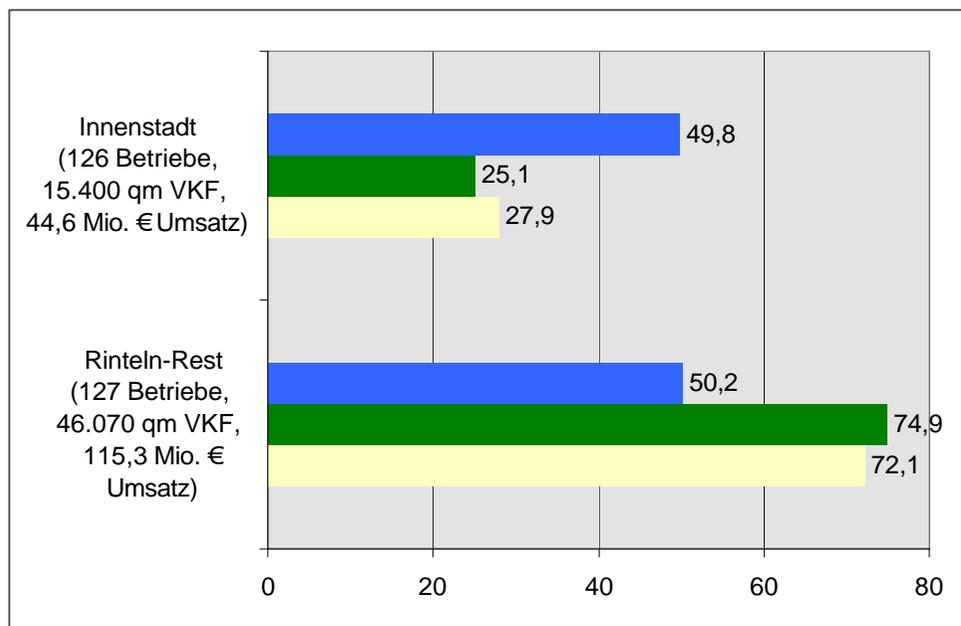
- Weserstraße,
- Klosterstraße,
- Marktplatz,
- Bäckerstraße und
- Enge Straße sowie
- die direkt daran angrenzenden Bereiche.

Abb. 18: Abgrenzung der Rintelner Innenstadt



Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 19: Anteile der Betriebe, Verkaufsflächeanteile und Umsatzanteile der Rintelner Innenstadt



Quelle: CIMA GmbH 2007

Für die Innenstadt von Rinteln lässt sich Folgendes festhalten:

- 126 Einzelhandelsbetriebe (49,8 %) befinden sich in der Innenstadt, diese machen einen Verkaufsflächeanteil von lediglich 25,1 % aus. Dieser geringere Verkaufsflächenanteil ergibt sich aus den - im Vergleich zur Gesamtstadt - kleineren Betriebsgrößen. Diese hängen zum einen mit den vorhandenen Betriebstypen zusammen, zum anderen ergeben sie sich jedoch auch aus der altstädtischen und kleinteiligen städtebaulichen Struktur, die die Ansiedlung größerer Verkaufsflächen erschwert.
- Kleine Geschäftseinheiten haben oftmals auch eine hohe Flächenproduktivität (z.B. Bäcker/ Metzger, Apotheken). Auch wenn die Flächenanteile der Innenstadt unterdurchschnittlich sind, sind doch die Einzelhandelsumsätze - gesamtstädtisch betrachtet - mit einem Anteil von 27,9 % leicht überdurchschnittlich. Letzten Endes profitiert die Innenstadt also auch von der bestehenden städtebaulichen Struktur, die unter anderem auch zum positiven Flair in der Innenstadt beiträgt.

Differenziert nach Warengruppen wird Folgendes deutlich (vgl. Abb. 20):

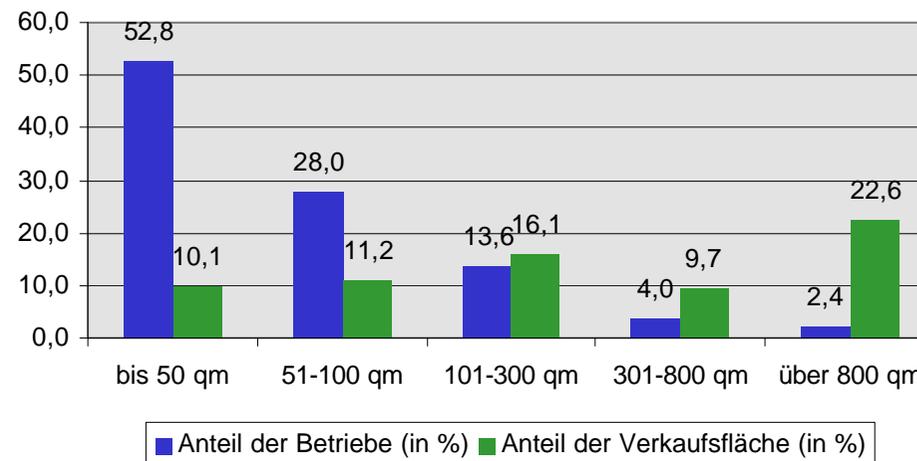
- Die Innenstadt besitzt hohe Umsatzanteile in den Warengruppen des persönlichen Bedarfs (Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Uhren/ Schmuck/ Optik) sowie bei Büchern/ Schreibwaren, Spielwaren und bei Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien. Diese Sortimente werden in der Regel auch als zentrenrelevant eingestuft (vgl. Kap. 5.1).
- Im periodischen Bedarfsbereich ist die Innenstadt unterrepräsentiert, dort liegen die Umsatzanteile bei lediglich rund 18,4 %.
- Der geringe Anteil von 2,7 % bei den baumarktspezifischen Sortimenten ist nicht untypisch. Diese Sortimente benötigen große Flächen und sind häufig schwer zu transportieren. Sie werden in der Regel als nicht-zentrenrelevant eingestuft, der geringe Anteil ist deshalb unproblematisch.

Abb. 20: Anteile der Betriebe, Verkaufsflächeanteile und Umsatzanteile der Rintelner Innenstadt, differenziert nach Warengruppen

CIMA Warengruppe	Anzahl Betriebe Innenstadt	Anzahl Betriebe Innenstadt in %	VKF Innenstadt in qm	VKF Innenstadt in %	Umsatz Innenstadt in Mio. €	Umsatz Innenstadt in %
Periodischer Bedarf insgesamt	39	35,1	2.610	13,9	15,4	18,4
Lebensmittel, Reformwaren	22	28,6	1.010	6,7	5,4	8,7
Gesundheits- und Körperpflege	11	61,1	1.350	42,7	9,1	45,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	6	37,5	250	41,7	0,9	46,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	87	61,3	12.790	29,9	29,2	38,3
Persönlicher Bedarf insgesamt	43	81,1	7.650	75,3	19,9	74,3
Bekleidung, Wäsche	25	83,3	6.005	79,0	13,2	76,3
Schuhe, Lederwaren	6	66,7	960	53,9	2,8	55,6
Uhren, Schmuck, Optik	12	85,7	685	87,8	3,9	87,7
Medien und Technik insgesamt	11	52,4	1.100	24,5	3,9	25,7
Bücher, Schreibwaren	5	83,3	830	75,8	3,0	79,6
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	6	40,0	270	8,0	0,9	8,1
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	11	73,3	1.325	57,4	2,5	55,1
Sportartikel	2	50,0	370	52,5	***	***
Spielwaren	6	85,7	705	68,8	0,9	75,8
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	3	75,0	250	43,1	***	***
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	7	87,5	530	29,2	0,5	32,7
Einrichtungsbedarf	11	57,9	1.860	16,1	2,0	16,8
Möbel, Antiquitäten	5	41,7	825	8,2	0,9	9,4
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	6	85,7	1.035	67,4	1,0	66,1
Baumarktspezifische Sortimente	4	15,4	325	2,6	0,4	2,7
Einzelhandel insgesamt	126	49,8	15.400	25,1	44,6	27,9

* bezogen auf die Gesamtstadt
 *** Umsätze werden aus Datenschutzgründen erst ab einer Anzahl von drei Betrieben ausgewiesen
 Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 21: Ladengeschäfte nach Größenklassen in der Innenstadt von Rinteln



Quelle: CIMA GmbH 2007

Bei der Differenzierung der Ladengeschäfte nach Größenklassen bleibt folgendes herauszustellen:

- Über 80 % der Betriebe (101) in der Innenstadt von Rinteln haben eine Verkaufsfläche von bis zu maximal 100 qm (inkl. Bäcker und Metzger). Die Verkaufsflächenanteile sind mit 21,3 % entsprechend gering.
- Auf der anderen Seite verfügen die drei großen innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe mit über 800 qm Verkaufsfläche insgesamt über einen Flächenanteil von 22,6 %. Dabei handelt es sich um das Textilhaus Bruno Kleine, das Warenhaus Woolworth und Betten Maack (vgl. Abb. 18).

Fazit

Die Rintelner Innenstadt ist durch ihre kleinteilige, altstädtische Struktur geprägt. Trägt diese Struktur auf der einen Seite zum angenehmen Flair in der Innenstadt bei, erschwert sie auf der anderen Seite die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe.

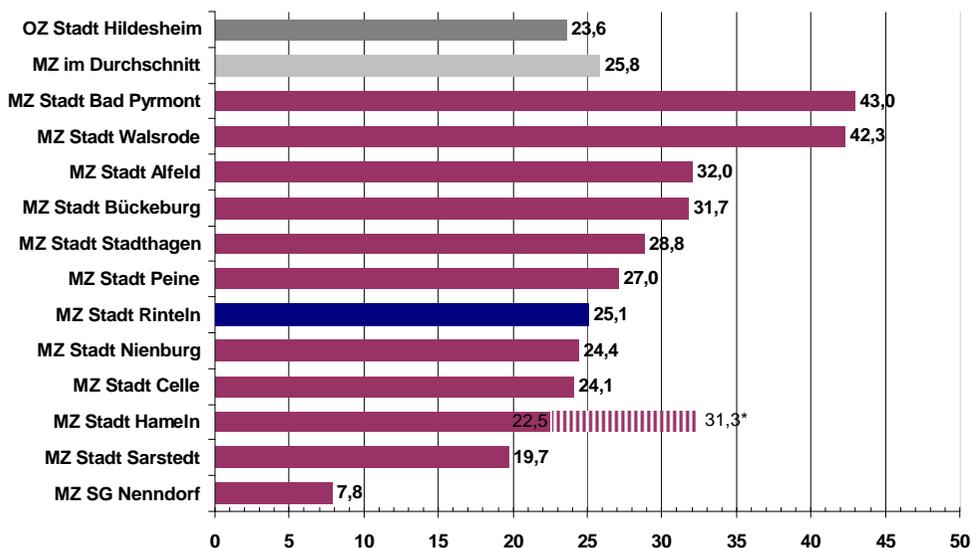
Mit Ausnahme weniger Branchen (z.B. Lebensmittelhandwerk (Bäcker/ Metzger)) ist der relativ hohe Anteil von Betrieben mit weniger als 100 qm Verkaufsfläche als kritisch einzustufen, da diese Betriebsgrößen deutlich unter den allgemeinen betriebswirtschaftlich optimalen Betriebsgrößen (je nach Branche über 300 bis 800 qm) für Facheinzelhandelsgeschäfte liegen.

Daher sollten nach Möglichkeit größere Verkaufsflächen geschaffen werden, die sich aus heutiger Sicht als betriebswirtschaftlich sinnvoller erweisen. Ziel sollte sein, einen gesunden Betriebsgrößenmix in der Innenstadt zu schaffen, bei dem die kleineren Läden von der hohen Passantenfrequenz der größeren Betriebe profitieren können (vgl. Kap. 6.1.4).

Die Strategie, größere Einzelhandelsflächen zu schaffen, schließt auch die Bereitschaft ein, Erweiterungen im Bestand nach Möglichkeit zu forcieren bzw. wohlwollend durch die Stadtverwaltung zu begleiten.

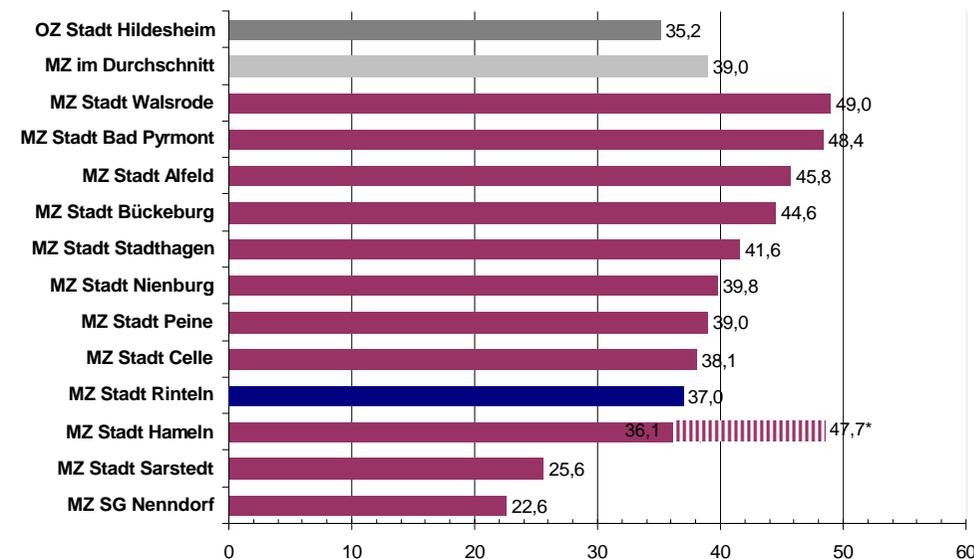
Die nachfolgenden Abbildungen veranschaulichen einen Vergleich der Verkaufsflächenanteile der Rintelner Innenstadt mit vergleichbaren Mittelzentren aus dem Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover:¹²

Abb. 22: Verkaufsflächenanteile in der Rintelner Innenstadt im Vergleich



* Verkaufsflächen inkl. ECE-Center lt. GfK-Gutachten 2003
 ** Durch die Aktualisierung der Daten in Rinteln ergeben sich gegenüber den ursprünglichen Daten für die Stadt Rinteln geringfügige Abweichungen.
 Quelle: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2006/ 2007
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

Abb. 23: Verkaufsflächenanteile der (üblicherweise) zentrenrelevanten Sortimente** in der Rintelner Innenstadt im Vergleich (bezogen auf die Gesamtstadt)



* Verkaufsflächen inkl. ECE-Center lt. GfK-Gutachten 2003
 ** Durch die Aktualisierung der Daten in Rinteln ergeben sich gegenüber den ursprünglichen Daten für die Stadt Rinteln geringfügige Abweichungen.
 *** Die im Rahmen des Konsensprojektes vereinbarten üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente weichen geringfügig von den im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes Rinteln festgelegten zentrenrelevanten Sortimenten ab (vgl. Kap. 5.1).
 Quelle: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2006/ 2007
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

¹² vgl.: Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover, 2006/ 2007.

Der Vergleich der innerstädtischen Verkaufsflächenanteile zeigt die folgenden Ergebnisse:

- Rinteln verfügt mit einem innerstädtischen Verkaufsflächenanteil von 25,1 % über einen leicht unterdurchschnittlichen Wert (im Vergleich zu den übrigen Mittelzentren). Dies unterstreicht, dass in der Rintelner Innenstadt grundsätzlich die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geprüft werden sollte. Zudem fehlt in der Innenstadt ein attraktiver Lebensmittelmarkt, der als zusätzlicher Magnet und/ oder Frequenzbringer dienen könnte.
- Betrachtet man den Anteil der üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente, weist Rinteln mit 37,0 % auch hier einen unterdurchschnittlichen Wert auf (Durchschnittswert: 39,0 %). Lediglich in den Städten Sarstedt und Bad Nenndorf konnten geringere Anteile festgestellt werden.
- Auf der anderen Seite zeigt dies auch, dass in Rinteln bedeutende (teilweise großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt angesiedelt wurden. Zu nennen ist hier vor allem der Expert-Elektrofachmarkt im Gewerbegebiet Süd. Darüber hinaus befinden sich im nördlichen Kernstadtgebiet mehrere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimente, die jedoch aufgrund der integrierten Lage innerhalb des Stadtteilzentrums Rinteln-Nord insgesamt positiv für die Einzelhandelslandschaft in Rinteln zu bewerten sind (vgl. Kap. 4.3.2).

Fazit:

Der Stadt Rinteln ist es in der Vergangenheit nicht immer gelungen, Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten in der Innenstadt anzusiedeln. Auch fehlt in der Innenstadt ein attraktiver, großflächiger Lebensmittelmarkt. Jedoch stellt auch das vorhandene Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Rinteln eine gute Basis für eine zukunftsorientierte, innenstadtfokussierte Einzelhandelsentwicklung dar.

2.3.2 Nahversorgungssituation in Rinteln

Die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung im kurzfristigen Bedarfsbereich (Nahversorgung) sollte ein wichtiges Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Rinteln sein. Dabei sollte unnötiger Einkaufsverkehr vermieden werden und die Versorgung der eigenen (nicht mobilen) Bevölkerung gewährleistet sein.

Abb. 24 auf S. 44 gibt einen Überblick über die Nahversorgungssituation in der Stadt Rinteln. Um die nahversorgungsrelevanten Betriebe ab 300 qm Verkaufsfläche wurde ein so genannter Versorgungsradius von 500 Metern gelegt, innerhalb dessen die Bevölkerung, zumindest rein statistisch betrachtet, nahversorgt ist. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass sich die Angebotstiefe und -breite bei unterschiedlichen Betriebstypen enorm unterscheidet. So bieten Verbrauchermärkte (z.B. E-Center) bis zu 27.700 Sortimente an, während Lebensmitteldiscounter je nach Betreiber lediglich rd. 2.400 (Plus, Lidl, Penny) bzw. nur rund 1.300 Sortimente (z.B. Aldi, Norma) anbieten.

Die Stadt Rinteln verfügt insgesamt betrachtet mit einer Handelszentralität im periodischen Bedarfsbereich von 104,8 % über eine stabile Nahversorgungssituation. Das bedeutet, dass Rinteln bereits heute im periodischen Bedarfsbereich per Saldo leichte Kaufkraftzuflüsse aufweist. Rinteln besitzt jedoch noch durchaus Potenzial für weitere Ansiedlungen. Grundsätzlich sollten aus Gutachter-sicht Neuansiedlungen primär zur Verbesserung der Nahversorgung in bislang unterversorgten Gebieten und zur Stärkung der bestehenden Zentren bzw. als Frequenzbringer in der Innenstadt eingesetzt werden (vgl. Kap. 5.2).

Schwerpunkte der Nahversorgung sind vor allem im nördlichen Kernstadtgebiet zu erkennen (SB-Warenhaus Marktkauf, Extra-Verbrauchermarkt, Lidl-Markt, Jibi-Markt, Aldi-Markt). Die übrigen Lebensmittelbetriebe sichern die wohnortnahe Grundversorgung im südlichen Stadtgebiet. In der Innenstadt sowie in den Ortsteilen Deckbergen (878 Einwohner) sowie Steinbergen (1.931 Einwohner)¹³ tragen kleine Lebensmittelmärkte mit jeweils unter 300 qm

Verkaufsfläche dazu bei, zumindest eine wohnortnahe Grundversorgung zu gewährleisten.

Im nördlichen Kernstadtbereich ist die Nahversorgung als zufrieden stellend zu bewerten. Ebenso sind die südlichen Ortsteile weitestgehend ausreichend grundversorgt (südlicher Kernstadtbereich, Krankenhagen und eingeschränkt Exten). Versorgungslücken werden in der Innenstadt und in einem Großteil der peripher gelegenen Ortsteile sichtbar. Jedoch dürfte es in den meisten Ortsteilen aufgrund der geringen Einwohnerzahlen und dem damit zusammen hängenden geringen Kaufkraftpotenzial aus Sicht der CIMA sehr schwierig sein, einen tragfähigen konventionellen Anbieter zu finden. Ortsteile, die über keine bedeutenden Nahversorgungsbetriebe verfügen, sind:

- Ahe (325 Einwohner¹⁴)
- Engern (1.229 Einwohner)
- Exten (1.960 Einwohner)
- Friedrichswald (135 Einwohner)
- Goldbeck (513 Einwohner)
- Hohenrode (691 Einwohner)
- Kohlenstädt (49 Einwohner)
- Möllenbeck (1.295 Einwohner)
- Schaumburg (884 Einwohner)
- Strücken (520 Einwohner)
- Todenmann (1.140 Einwohner)
- Uchtdorf (659 Einwohner)
- Volksen (304 Einwohner)
- Wennenkamp (198 Einwohner)
- Westendorf (302 Einwohner)

¹³ nach Einwohnermeldestatistik der Stadt Rinteln, Stand: 31.12.2006

¹⁴ nach Einwohnermeldestatistik der Stadt Rinteln, Stand: 31.12.2006

Wie dargelegt, ist die Realisierung konventioneller Lebensmittelbetriebe in diesen Ortsteilen aufgrund der geringen Einwohnerzahlen und der teilweise erheblichen Distanz zur Kernstadt als sehr unwahrscheinlich einzuschätzen. Mittel- bis langfristig gilt es deshalb, die Nahversorgung mit alternativen Konzepten zumindest in Teilen zu sichern und auszubauen (vgl. Kap. 7).

Strategisch sollten die bestehenden Betriebe nach Möglichkeit erhalten bleiben und maßvolle, verträgliche Erweiterungen zugelassen werden. Dabei sollte jedoch bedacht werden, dass es nicht gelingen kann, eine lückenlose, flächendeckende Nahversorgung in Rinteln bereit zu stellen. Es sollte sich aus Gutachtersicht auf die Bereiche konzentriert werden, die zum jetzigen Zeitpunkt über ein nicht unerhebliches Kaufkraftpotenzial verfügen und qualitativ unterversorgt sind. Das ist aus Sicht der CIMA vor allem in der Innenstadt der Fall (vgl. Kap. 6.1.4 und Kap. 6.3).

Abb. 24: Nahversorgungssituation in der Stadt Rinteln (schematisch)



Quelle: CIMA GmbH 2007

3. Strategien/ Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Rinteln

Die Stadt Rinteln besitzt zurzeit ein attraktives Einzelhandelsangebot, dass für ein Mittelzentrum jedoch einige Angebotslücken aufweist. Schwerpunkt und Aushängeschild des Rintelner Einzelhandels ist die Innenstadt, die insgesamt betrachtet ein attraktives Einzelhandelsangebot besitzt. Außerhalb der Innenstadt hat sich zum einen im nördlichen Kernstadtgebiet ein kleines Einzelhandelszentrum mit Angeboten aus dem periodischen und aperiodischen Bedarfsbereich etabliert. Zum anderen wurden im Industriegebiet-Süd (an der Braasstraße) u.a. ein Elektrofachmarkt, ein Textilfachmarkt und ein Lebensmittel-discounter angesiedelt. Darüber hinaus werden verschiedene Sortimente des aperiodischen Bedarfsbereiches an meist solitären Standorten angeboten.

Um dieses Einzelhandelsangebot auch in Zukunft erhalten zu können und vor allem an den wohnortnahen Standorten und in den Zentren zu stärken, ist es auch Sicht der CIMA notwendig, ein auf die spezifische Situation in Rinteln angepasstes Zentren- und Standortkonzept zu erarbeiten und umzusetzen. Dieses sollte auf die dargestellte Ist-Situation im Stadtgebiet Bezug nehmen und die Konkurrenzsituation innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes berücksichtigen (vgl. Kap. 2). Der nachfolgende Zielkatalog dient dafür als Grundlage. Die folgenden Kapitel 4 bis 7 bauen darauf auf.

Zielkatalog

Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Rinteln

- Hauptkonkurrenzorte für die Stadt Rinteln als Mittelzentrum sind Bückeburg und Porta Westfalica (vgl. Kap. 2.2.2 und Kap. 4.3). Schon heute sind Kaufkraftabflüsse in diese Orte festzustellen. Insbesondere deshalb empfiehlt die CIMA, den Einzelhandelsstandort Rinteln gegenüber den Konkurrenzorten deutlich zu positionieren. Dabei kann Rinteln von dem bereits bestehenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot profitieren. Darüber hinaus gilt es, sich auch gegenüber den Entwicklungen außerhalb des bestehenden Marktgebietes zu positionieren (Shopping-Center-Entwicklungen in Hameln und Minden).

Sicherung und Stärkung der Handelszentralität der Innenstadt

- Der Einzelhandel übernimmt in der Innenstadt von Rinteln eine Leitfunktion. Diese sollte gesichert und gestärkt werden. Die Rintelner Innenstadt besitzt zurzeit einen Verkaufsflächenanteil von lediglich 25,1 %. Dies ist ein deutlich unterdurchschnittlicher Wert. Die CIMA geht davon aus, dass erst ab einem Verkaufsflächenanteil von ca. 30 % eine kritische innenstädtische Angebotsmasse erreicht wird, die verstärkt dazu beiträgt, dass Kunden aus dem Marktgebiet bewusst bzw. verstärkt die Innenstadt von Rinteln aufsuchen. Von Bedeutung ist dabei vor allem die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente. Die CIMA hat dafür ein Branchenkonzept erarbeitet, dass sich auf die konkrete Einzelhandelssituation in Rinteln bezieht (vgl. Kap. 5 und Kap. 6.1).

Sicherung und Stärkung der qualitativen Funktionsvielfalt der Innenstadt

- Eine gesunde Innenstadt lebt unter anderem von der Funktionsvielfalt. Neben dem Einzelhandel als „Hauptattraktion“ sollten in der Innenstadt Flächen für andere Nutzungen bereitgestellt werden. Dies sind vor allem attraktive Wohnungen, unterschiedliche Dienstleistungsbetriebe wie Gastronomie und handwerkliche Betriebe mit geringen bzw. keinen Emissionen. Darüber hinaus sollte der Stellenwert der Rintelner Innenstadt weiterhin durch unterschiedliche Events und Marketingmaßnahmen positiv nach außen getragen werden.

- Innenstädtische Funktionsmischung trägt dazu bei, dass die Innenstadt über die üblichen Geschäftsöffnungszeiten hinaus als belebter Stadtmittelpunkt wahrgenommen und genutzt wird. Wichtig dabei bleibt jedoch herauszustellen, dass die Leitfunktion des Einzelhandels grundsätzlich gestärkt werden sollte. Nur starker innenstädtischer Einzelhandel kann zur Steigerung der Attraktivität führen. Die anderen Funktionen (Wohnen/ Gastronomie/ Dienstleistungen/ Gewerbe) können diese Leitfunktion der Innenstadt lediglich ergänzen bzw. abrunden.

Sicherung und Stärkung der Zentralen Versorgungsbereiche

- Die CIMA hat im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes verschiedene Zentrale Versorgungsbereiche innerhalb der Stadt Rinteln definiert, die nach § 34, 3 BauGB und § 11, 3 BauNVO unter einen besonderen Schutz gestellt werden. Ziel ist die Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Grundversorgung und die Versorgung mit Sortimenten des aperiodischen Bedarfsbereiches in städtebaulich integrierter Lage (vgl. Kap. 5). Für diese Zentralen Versorgungsbereiche (inkl. der Innenstadt) werden konkrete Entwicklungsvorgaben festgesetzt.

Stadt der kurzen Wege

- Um einer nachhaltigen Stadtentwicklung gerecht zu werden, die sich unter anderem auch aus verschiedenen regionalplanerischen und raumordnerischen Vorgaben ergeben, sollte sich bei zukünftigen Ansiedlungen am Leitbild der Stadt der kurzen Wege orientiert werden. Dazu gehören vor allem die Vermeidung unnötiger Verkehrsströme und die Sicherung der wohnortnahen Versorgung der weniger mobilen Bevölkerung.

Sicherung und Stärkung der Nahversorgung innerhalb der Gesamtstadt

- Die Stadt Rinteln verfügt zurzeit über ein quantitativ und qualitativ zufriedenstellendes Nahversorgungsangebot. Um im Wettbewerb bestehen zu können, sollte auf der einen Seite regelmäßig geprüft werden, in welchen Bereichen Ergänzungen notwendig sind. Auf der anderen Seite sollte das vorhandene, noch bindbare Kaufkraftpotenzial primär zur Verbesserung der Nahversorgung in unterversorgten Gebieten bzw. zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt verwendet werden (vgl. Kap. 6.1.4).

Sicherung und Entwicklung von Flächen für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel in der Gesamtstadt

- Genauso wie für zentrenrelevante Sortimente, sollten auch für nicht-zentrenrelevante Sortimente ausreichend Flächen zur Verfügung gestellt werden. Die Ansprüche dieser Betriebe (Baumärkte, Möbelmärkte etc.) unterscheiden sich in der Regel sehr deutlich von anderen Einzelhandelsbetrieben. Nichtsdestotrotz werden gerade auch in diesen Bereichen erhebliche Umsätze erwirtschaftet. In Rinteln bestehen vor allem in den Gewerbegebieten noch erhebliche Flächenreserven zur Verfügung (vgl. Kap. 6.4). Als Grundlage hierfür ist die Festlegung einer Rintelner Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente notwendig (vgl. Abb. 34, S.63).

Schaffung von Investitionssicherheit

- Um Einzelhandelsbetriebe betriebswirtschaftlich sinnvoll führen zu können, ist es für die Immobilienbesitzer und aus Betreibersicht notwendig, verlässliche Aussagen zu verschiedenen Entwicklungsflächen und Standorten zu bekommen. Aus Sicht der CIMA ist dafür ein konkretes Standort- und Zentrenkonzept notwendig, dass in den zuständigen Gremien der Stadt Rinteln mit Bindungswirkung beschlossen wird (vgl. Kap. 6.6).

4 Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche

4.1 Zur Notwendigkeit der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche nach § 34,3 BauGB

Bislang galt für Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der im Zusammenhang bebauter Ortsteile, dass sich das Vorhaben lediglich „nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche [...] in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist“ (§ 34, 1 BauGB). Demnach war es innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile nicht relevant, ob ein Einzelhandelsvorhaben zentrenrelevante Sortimente angeboten hat oder nicht. Einziger Bewertungsmaßstab war, dass es sich in die nähere Umgebung einfügte. Dies erschwerte jedoch für viele Städte und Gemeinden die nachhaltige Steuerung einer wohnortnahen Einzelhandelsversorgung. Hatte zum Beispiel ein großflächiger Lebensmittelmarkt (über 800 qm Verkaufsfläche) in der Nähe eines Autohauses oder eines Baumarktes im unbeplanten Innenbereich (§ 34-Gebiet) einen Bauantrag gestellt, bestand in der Regel aus bauplanungsrechtlicher Sicht keine Verhinderungsmöglichkeit (vgl.: Geyer“, 2005: Neuregelungen für den Einzelhandel.“ In: PlanerIn 3_05, Dortmund. S. 14.)

Um Vorhaben dieser Art entgegenzutreten zu können, trifft die Neuregelung nach § 34, 3 BauGB nun die Festsetzung, dass von entsprechenden Vorhaben „keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche“ in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen. Eine ähnliche Festsetzung trifft der § 11,3 BauNVO für großflächige Einzelhandelsbetriebe in Sondergebieten, demnach sind Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche auszuschließen. Schutzobjekt sind also ein oder mehrere „Zentrale Versorgungsbereiche“.

Demnach stellen sich zunächst die Fragen:

- Wie definiert man einen „Zentralen Versorgungsbereich?“
- Was ist unter schädlichen Auswirkungen zu verstehen?

Das erste Urteil zum Thema der Zentralen Versorgungsbereiche, das auch Aussagen zur Definition von Zentralen Versorgungsbereichen und „schädlichen Auswirkungen“ enthält, wurde im Dezember 2006 vom Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen verkündet (7 A 964/05).

4.1.1 „Zentrale Versorgungsbereiche“ (ZV)

Zunächst scheint es offensichtlich, wo zentrale Einkaufslagen zu finden sind. Die Innenstadt wird in der Regel als Zentraler Versorgungsbereich eingestuft, ebenso die Stadtteilzentren. Schwieriger wird es indes bei der Einordnung von Nahversorgungsstandorten. Zu betonen bleibt, dass eine Gemeinde mehrere Zentrale Versorgungsbereiche haben kann, etwa stadtteilbezogen (vgl.: Berke- mann, Halama, 2005: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 361).

Demnach handelt es sich bei Zentralen Versorgungsbereichen um „räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen (häufig ergänzt durch Dienstleistungsbetriebe und gastronomische Betriebe) eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt“ (vgl. OVG Münster: 7 A 964/05). Dieser Bereich kann sowohl anhand vorhandener Betriebe als auch anhand planerischer Zielsetzungen der Gemeinde festgesetzt werden.

Somit können sich Zentrale Versorgungsbereiche ergeben aus:

- bestehenden Bauleitplänen, d.h. auf die Darstellung in B-Plänen, insbesondere aber auch auf die Darstellung im Flächennutzungsplan
- Raumordnungsplänen/ Regionalpläne, die als Ziel der Raumordnung im Sinne des § 3, 2 ROG festgelegt werden können.
- der Situation vor Ort (d.h. im Wesentlichen aus dem vorhandenen Einzelhandelsbestand).

Daraus ergibt sich, dass Zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als Zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein müssen, sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, legt die CIMA die folgenden Bewertungsmaßstäbe an:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes/ Umfang der bestehenden Versorgungsfunktion
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur
- Städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit), Nähe zu Wohngebieten

Dem Zentralen Versorgungsbereich muss für die Versorgung der Bevölkerung eine „zentrale Funktion“ zukommen, eine bloße Agglomeration von Betrieben reicht nicht aus. Dabei muss die Gesamtheit der Nutzungen in einem Zentralen Versorgungsbereich die Funktion besitzen, das „gesamte Gemeindegebiet oder einen Teilbereich mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs“ zu versorgen (vgl. OVG Münster: 7 A 964/05).

Als Zentrale Versorgungsbereiche können angesehen werden:

- Innenstadtzentren: Größerer Einzugsbereich, i.d.R. das gesamte Stadtgebiet und ein weiteres Umland, breites Spektrum an Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf.
- Nebenzentren: Mittlerer Einzugsbereich (bestimmte Bezirke oder Stadtteile), ein breites Spektrum an Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch langfristigen Bedarf.
- Grund- und Nahversorgungszentren: Kleinerer Einzugsbereich (bestimmte Quartiere), vorwiegend Waren für den kurzfristigen, ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs.

Um eindeutig zuordnen zu können, ob einzelne Betriebe oder Grundstücke in einem Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit „schützenswert“ sind, ist die grundstücksscharfe Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche notwendig. Kreisförmige Markierungen oder vage Bezeichnung des jeweiligen

Bereiches reichen nicht aus (vgl.: Geyer“, 2005: Neuregelungen für den Einzelhandel.“ In: PlanerIn 3_05, Dortmund, S. 16).

4.1.2 „Schädliche Auswirkungen“

Bisherige Beurteilungen und Gutachten gehen bei der Bewertung von „schädlichen Auswirkungen“ auf die Regelungen nach § 11 BauNVO zurück. Hierunter sind Auswirkungen zu verstehen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“ (vgl. § 11, 3 BauNVO).

Die Rechtsprechung ging bislang bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11,3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass bei etwa 10 % Umsatzverlagerungen Auswirkungen anzunehmen sind. Teilweise wird jedoch bereits bei 7 % Umsatzverlagerungen davon ausgegangen, dass Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche anzunehmen sind. In neueren Urteilen wird vielfach sogar davon ausgegangen, dass erst ein prognostizierter Kaufkraftabfluss von etwa 20% des Einzelhandelsumsatzes schädliche Auswirkungen zur Folge hat (vgl. Berkemann, Halama, 2005: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 363).

Die Abwägung erfolgt in Abhängigkeit vom Standort. Außerdem bleibt bei der Abwägung zu bedenken, dass der Kaufkraftabfluss nur ein Indiz, im Sinne eines „Anfangsverdacht“ ist. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch „Trading-Down-Effekte“ gekennzeichnet sind. Maßgeblich sind bei Bewertungen letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzverlagerungen ab ca. 7 bis um 10 % eintreten können. Diese Funktionsverluste können sich ausdrücken in städtischen Verödungen und zu erwartende „Trading-Down-Effekte“.

„Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können `schädliche` Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein“ (vgl.: Berkemann, Halama, 2005: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 363).

Als Konsequenz hieraus ergibt sich für neue Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche die Notwendigkeit, einen Verträglichkeitsnachweis einzubringen. Für neue Einzelhandelsprojekte in § 34-Gebieten bzw. für großflächige Einzelhandelsansiedlungen (über 800 qm VKF) in Sondergebieten muss demnach objektiv festgestellt werden, dass schädliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten sind. Das macht in der Regel die Einholung eines unabhängigen Verträglichkeitsgutachtens notwendig. Dies bezieht sich auch auf Flächen, die mittelbar oder unmittelbar an die definierten Zentralen Versorgungsbereiche angrenzen.

Als Richtwert für die Verträglichkeit von Neuansiedlungen verwendet die CIMA im Allgemeinen die oben genannte 10 %-Grenze als wesentlichen Bewertungsmaßstab. Je nach der Situation vor Ort sollten dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen grundsätzlich möglich sein. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung.

4.2 Charakteristika zur Eingliederung in die Struktur der Zentralen Versorgungsbereiche (ZV)

Um eine nachvollziehbare Grundlage für die Bewertung der Standorte als Zentrale Versorgungsbereiche vornehmen zu können, hat die CIMA ein auf die Stadt Rinteln angepasstes Bewertungsschema erarbeitet. Demnach sind die folgenden Merkmale herauszustellen:

4.2.1 Innenstadt

- Erhebliche gesamtstädtische und regionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion (Versorgungsfunktion)

Merkmale Einzelhandelsstruktur

periodischer Bedarf

- nach Möglichkeit vorhandener Lebensmittelanbieter
- mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer) vorhanden
- Vielzahl von kleinen Fach- und Spezialgeschäften/ Apotheken

aperiodischer Bedarf

- alle Warengruppen (in Teilen mit sehr tiefem und breitem Angebot) vorhanden
- großflächige Anbieter in den Sortimentsbereichen Bekleidung/ Wäsche vorhanden
- Schwerpunkte in den Bereichen Bekleidung, Wäsche und Schuhe

Merkmale Dienstleistungsstruktur:

- quantitativer und qualitativer Schwerpunkt im Bereich der einzelhandelsnahen Dienstleistungen (Post, Kreditinstitute, Gastronomische Einrichtungen, Reisebüros, Friseure etc.)

Merkmale städtebauliche Situation:

- weitgehende städtebauliche, räumliche und funktionale Einheit
- gestalterisch hochwertige Struktur (der einzelnen Gebäude und des öffentlichen Raumes) bzw. Potenzial, diesen Raum hochwertig zu gestalten
- städtebaulich integrierte Lage (Funktionsmischung/ unmittelbare Nähe zur Wohnbevölkerung)

4.2.2 Stadtteil- und Nahversorgungszentren

- Lokale Versorgungszentren: Dienen überwiegend der Nahversorgung, darüber hinaus ergänzendes Angebot von Gütern des aperiodischen Bedarfsbereiches.

Merkmale Einzelhandelsstruktur:

periodischer Bedarf

- vorhandener Lebensmittelanbieter (mind. 400 qm VKF)
- Ergänzung durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer)

periodischer Bedarf

- Ergänzung des Angebotes im periodischen Bedarfsbereich durch Angebote im aperiodischen Bedarfsbereich (jedoch in geringer Breite und Tiefe/ deutliche Angebotslücken vorhanden)

Merkmale Dienstleistungsstruktur:

- Ergänzung des vorhandenen Einzelhandelsangebotes durch einige einzelhandelsnahe Dienstleistungen (Kreditinstitute, gastronomische Einrichtungen, Reisebüros, Friseure etc.)

Merkmale städtebauliche Situation:

- städtebauliche, räumliche und funktionale Einheit
- zentraler Platz oder zusammenhängende Struktur als Aufenthaltsraum vorhanden
- städtebaulich integrierte Lage in direkter Nähe zur umgebenden Wohnstruktur (integrierte Lage)

4.3 Zentrale Versorgungsbereiche (ZV) in Rinteln

In den folgenden Abschnitten werden die Abgrenzungen der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Rinteln beschrieben. Außerdem werden die relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in qm, Anzahl der Betriebe) der Zentralen Versorgungsbereiche genannt. Auf diese Weise lässt sich quantitativ die Bedeutung der Zentralen Versorgungsbereiche für die Nahversorgung darstellen. Darauf aufbauend erfolgt die Ableitung von Entwicklungsstrategien.

Aufbauend auf den Ergebnissen der durchgeführten Analyseergebnisse wurde bei der Definition der Zentralen Versorgungsbereiche auf ein zweistufiges Gliederungssystem zurückgegriffen. Dieses umfasst:

- Die Innenstadt als Hauptgeschäftszentrum mit erheblicher gesamtstädtischer und regionaler Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion sowie
- Grund- und Nahversorgungszentren als lokale Versorgungszentren, die überwiegend der Nahversorgung dienen und darüber hinaus Güter des aperiodischen Bedarfsbereiches anbieten.

Die CIMA hat für die Stadt Rinteln insgesamt zwei Zentrale Versorgungsbereiche definiert:

Innenstadt

Abgrenzung: (vgl. Abb. 18, S. 36) (1)

Stadtteil- und Nahversorgungszentrum:

Bahnhofstraße (2)

Die CIMA hat im Rahmen der Bestandserhebung sämtliche bedeutende Nahversorgungsstandorte der Stadt Rinteln bewertet. Die nachfolgenden Standorte wurden jedoch aufgrund der unter Kap. 4.2 genannten Kriterien nicht als Zentrale Versorgungsbereiche eingestuft (vgl. Kap. 4.3.3):

- Aldi-Markt: Stoevesandtstraße
- Jibi-Markt: Unter dem Stiderfeld
- WEZ-Markt: Detmolder Straße
- Aldi-Markt: Braasstraße (Industriegebiet-Süd)
- Jibi-Markt: Extertalstraße (Ortsteil Krankenhagen)

In den folgenden Kapiteln (4.3.1 bis 4.3.2) erfolgt eine kurze Beschreibung der definierten Zentralen Versorgungsbereiche. Daran anschließend werden in Kap. 4.3.3 die Bedeutung der übrigen Standorte dargestellt und Entwicklungsperspektiven aufgezeigt.

In Kap. 4.4 werden die Entwicklungsmöglichkeiten für den Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße dargestellt. Dabei werden auch die aktuellen Planungsabsichten im Bereich südlich der Bahngleise (Sondergebiet Bahnhofstraße, Bebauungsplan 73) in die Betrachtung einbezogen.¹⁵ Die Erarbeitung von Entwicklungsmöglichkeiten für die Innenstadt erfolgt detailliert unter Kap. 6.1.

¹⁵ vgl.: CIMA-Gutachten „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“.

4.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die Innenstadt ist das Handels- und Dienstleistungszentrum von Rinteln. Dies wird insbesondere durch den Bedeutungsüberschuss im aperiodischen Bedarfsbereich deutlich. Wie bereits in Kap. 2.4.1 dargestellt, profitiert die Rintelner Innenstadt vor allem von ihren Magnetbetrieben sowie von ihrer attraktiven städtebaulichen Struktur.

Abb. 25: Innenstadt - Weser Straße



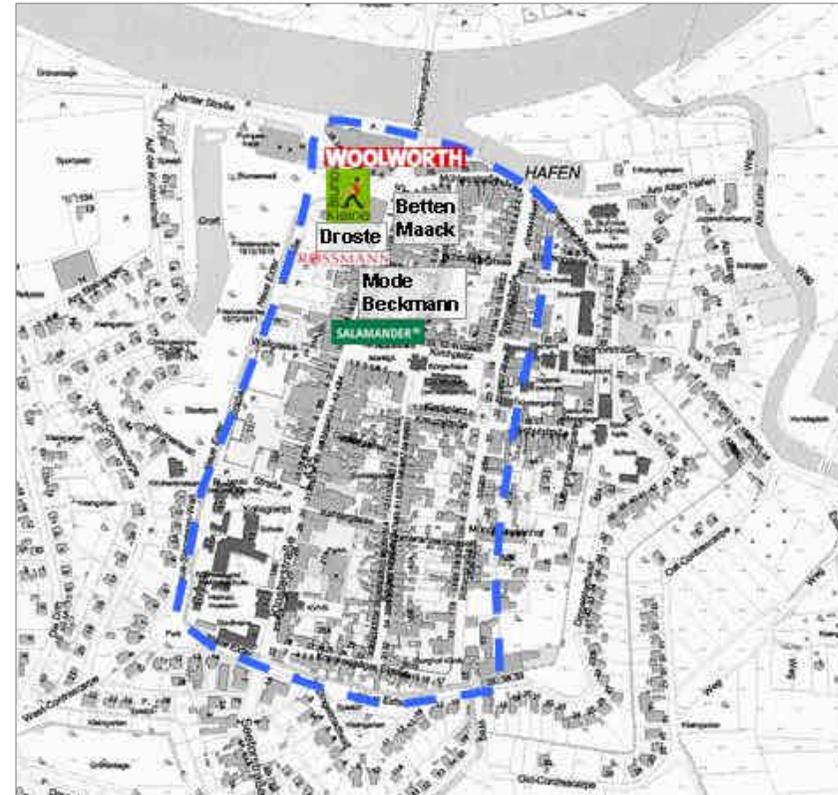
Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 26: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche
periodischer Bedarf (gesamt)	39	2.610
davon Lebensmittel (Hauptsortiment)	22	1.010
aperiodischer Bedarf (gesamt)	87	12.790
gesamt	126	15.400

Quelle: Bestandserhebung CIMA GmbH 2007

Abb. 27: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: CIMA GmbH 2007

Versorgungssituation im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- In der Innenstadt von Rinteln erwirtschaften 49,8 % der Betriebe auf 25,1 % der Verkaufsfläche einen gesamtstädtischen Umsatzanteil von 27,9 %.
- In der Innenstadt von Rinteln gibt es bislang keine bedeutenden großflächigen Nahversorgungsbetriebe. Mit der Realisierung des Kloster-Karrees (vgl. Kap. 6.1.4) würde sich diese Situation nach derzeitiger Plankonzeption entscheidend verbessern. Zurzeit befinden sich in der Innenstadt lediglich kleinflächige Lebensmittelanbieter (u.a. ein Nah-und-Gut-Markt in der Brennerstraße) sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Metzger) und Drogeriemärkte.
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: 5 Bäcker, 5 Fleischer, 10 Lebensmittel-Spezialgeschäfte Lebensmittel (Feinkost, Fisch, Nah-un-Gut-Markt etc.), 2 Reformhäuser/ Naturkostläden, 4 Apotheken, 4 Parfümerien, 2 Drogerien, 1 Sanitätshaus, 3 Blumenläden, 3 Tabakläden/ Kioske
- Handelsschwerpunkt im aperiodischen Bedarfsbereich: 25 Bekleidungsgeschäfte (inkl. Wäsche), 6 Fachgeschäfte Heimtextilien, 2 Sportfachgeschäfte, 4 Schuhläden, 5 Buch-/ Schreibwarenläden, 6 Spielwarengeschäfte, 5 Möbelhäuser/ Antiquitäten, 2 Sonderpostenmärkte, 1 Sanitärhandel, 1 Betrieb für Türschilder, 7 Geschenkartikelläden, 2 Elektrofachgeschäfte, 2 Fotoläden, 5 Optiker, 6 Uhren-/ Schmuckgeschäfte, 2 Lederwarengeschäfte, 1 Fahrradladen, 2 Telefonläden, 1 Computerladen, 2 Spezialgeschäfte Babyartikel
- gesamtstädtischer Schwerpunkt im Bereich einzelhandelsnaher Dienstleistungen (Post, Kreditinstitute, Gastronomie etc.)
- gewachsener, innerstädtischer Altstadtkern mit besonderen städtebaulichen Qualitäten

Die Innenstadt besitzt für die Stadt Rinteln eine besondere Bedeutung. Die Strategien und Entwicklungsziele für die Innenstadt werden unter Kap. 6.1 detailliert beschrieben.

4.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße (Grund- und Nahversorgungszentrum)

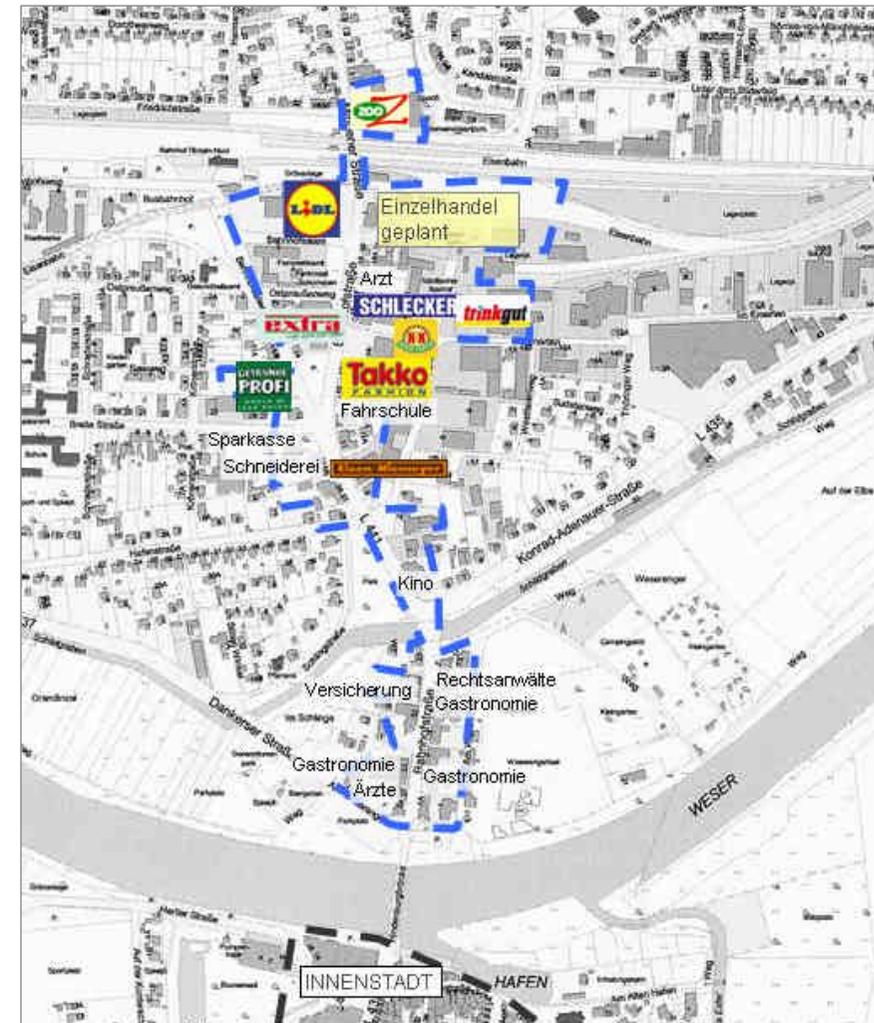
Nördlich an die Innenstadt angrenzend hat sich ein ergänzender Einzelhandelschwerpunkt entlang der Bahnhofstraße etabliert. Magneten sind die bestehenden Nahversorgungsbetriebe Extra (vgl. Abb. 28) und Lidl,¹⁶ das Angebot wird durch mehrere kleinflächige Betriebe (auch aus dem aperiodischen Bedarfsbereich) ergänzt.

Abb. 28: Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße



Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 29: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße



Quelle: CIMA GmbH 2007

¹⁶ Außerdem ist die Neuplanung eines WEZ-Marktes und die Verlagerung des Aldi-Marktes von der Stoevesandstraße in die Bahnhofstraße geplant (vgl. CIMA-Gutachten: „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“)

Abb. 30: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe im Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße

	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche
periodischer Bedarf (gesamt)	15	4.540
davon Lebensmittel (Hauptsortiment)	8	3.890
aperiodischer Bedarf (gesamt)	11	2.125
gesamt	26	6.665

Quelle: Bestandserhebung CIMA GmbH 2007

Versorgungssituation im Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße

- bedeutende Nahversorger: Extra-Verbrauchermarkt, Lidl-Lebensmitteldiscounter
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Lebensmittelvollsortimenter, 1 Lebensmitteldiscounter, 1 Lebensmittel-Spezialgeschäft, 2 Bäcker, 2 Getränkemärkte, 1 Tankstellenshop, 3 Apotheken, 1 Drogeriemarkt, 1 Sanitätshaus, 1 Blumenladen, 1 Tabakladen/ Kiosk
- Handelsschwerpunkt im periodischen Bedarfsbereich mit umfangreichen Ergänzungen im aperiodischen Bedarfsbereich
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 3 Bekleidungsgeschäfte, 1 Schuhgeschäft, 1 Geschäft für Bastelbedarf, 1 Zoofachmarkt, 1 Geschäft für Campingbedarf, 1 Eisenwarengeschäft, 1 Optiker, 1 Fahrradgeschäft, 1 Telefonladen
- ergänzende Dienstleistungen (u.a. Kreditinstitute, Gastronomie, Kino)
- städtebauliche und funktionale Einheit in integrierter Lage

4.3.3 Sonstige Standorte

Neben den Zentralen Versorgungsbereichen besitzt Rinteln weitere Nahversorgungsstandorte. Diese Standorte besitzen zwar eine erhebliche Bedeutung, sollten nach Möglichkeit erhalten bleiben und gestärkt werden, wurden jedoch aufgrund des Bestandes, der Lage und/ oder der städtebaulichen Struktur nicht als Zentrale Versorgungsbereiche klassifiziert. Sie fallen demnach nicht unter den besonderen Schutz nach § 34, 3 BauGB bzw. § 11,3 BauNVO. Im Folgenden werden die Standorte kurz beschrieben.

- **Marktkauf-SB-Warenhaus (Konrad-Adenauer-Straße):** Das Marktkauf-SB-Warenhaus an der Konrad-Adenauer-Straße besitzt erhebliche Versorgungsfunktion im periodischen Bedarfsbereich für die Bewohner der Stadt Rinteln. Durch die Ansiedlung des Marktkaufs konnten die bis dahin bestehenden Kaufkraftabflüsse im periodischen Bedarfsbereich ausgeglichen werden. Darüber hinaus befinden sich entlang der Konrad-Adenauer-Straße vereinzelt weitere Einzelhandelsbetriebe (z.B. Heimtextilien und Heimwerkerfachmarkt Lambrecht) bzw. gewerblich genutzte Flächen (Pkw-Verkauf)¹⁷. Dieser Standort ist jedoch räumlich und funktional deutlich vom Zentralen Versorgungsbereich getrennt. Darüber hinaus befindet sich der Marktkauf allenfalls in teil-integrierter Lage, das direkte Umfeld ist gewerblich geprägt. Somit erfüllt dieser Standort nicht die Kriterien, die für einen Zentralen Versorgungsbereich festgelegt wurden (vgl. Kap. 4.2.2). Dennoch besitzt das Marktkauf-SB-Warenhaus große Bedeutung für die Stadt Rinteln, die Einzelhandelsstrukturen sollten folglich erhalten werden. Die einzelhandelspezifische Entwicklung sollte sich in diesem Bereich jedoch auf den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel fokussieren. Dazu hat die CIMA im Branchenkonzept genauere Aussagen getroffen (vgl. Kap. 5).
- **Aldi-Markt (Stoevesandtstraße):** Der Aldi-Markt in der Stoevesandtstraße übernimmt zwar für einen Teil des nördlichen Kernstadtgebietes erhebliche Nahversorgungsfunktion, jedoch handelt es sich auch bei diesem Standort um einen solitären Standort, der den formulierten Mindestanforderungen für

Zentrale Versorgungsbereiche nicht genügt. Außerdem ist geplant, dass der Aldi-Markt seinen Standort in das projektierte Vorhaben Bahnhofstraße verlagert.

- **Jibi-Märkte im nördlichen Kernstadtbereich (Unter dem Stidefeld) und in Krankenhagen sowie der WEZ-Markt an der Detmolder Straße (südlich der Innenstadt):** Diese Märkte besitzen zwar eine erhebliche Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohngebiete bzw. teilweise sogar für den gesamten Ortsteil. Sie sollten aus Gutachtersicht deshalb nach Möglichkeit am Standort erhalten bleiben und gestärkt werden (vgl. Kap. 6.3). Da es sich auch bei diesen Märkten jedoch um solitäre Standorte handelt, wurden diese Betriebe keinem Zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Dies bezieht sich auch auf den Markt „Unter der Stidefeld“, der aufgrund der Gleisanlagen und der Straßenführung unter anderem vom Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße räumlich und funktional deutlich getrennt ist.
- **Aldi-Markt im Industriegebiet-Süd an der Braasstraße:** Der Aldi-Markt befindet sich in städtebaulich nicht-integrierter Lage. Auch wenn sich in direktem Umfeld, u.a. mit dem Expert-Elektrofachmarkt und Kik-Textilfachmarkt, weitere Einzelhandelsbetriebe angesiedelt haben, ist dieser Standort fast ausschließlich auf den Pkw-Verkehr ausgerichtet. Auch dieser Standort genügt somit nicht den Mindestanforderungen für einen Zentralen Versorgungsbereich.

¹⁷ Der Pkw-Verkauf gehört (im Unterschied zu Autozubehör) nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne und ist deshalb nicht Inhalt des Einzelhandelskonzeptes.

4.4 Entwicklungsstrategie für den Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße

Der abgegrenzte Zentrale Versorgungsbereich Bahnhofstraße wird als Stadtteil- und Nahversorgungszentrum unter einen besonderen Schutz gestellt. Das heißt, dass nach § 34, 3 BauGB und § 11, 3 BauNVO von Neuansiedlungen im unbeplanten Innenbereich (§-34-Gebiet) und großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 qm VKF) in Sondergebieten keine schädlichen Auswirkungen auf diese Zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sein dürfen (vgl. Kap. 4.1).

Um die Versorgungsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und im Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße auch mittel- bis langfristig sicherzustellen, reicht es aus Gutachtersicht nicht aus, die Zentralen Versorgungsbereiche lediglich in ihrem Bestand zu schützen. Um den sich geänderten und gewachsenen Ansprüchen an Einkaufsorte gerecht zu werden, sollten diese Bereiche mittel- bis langfristig weiterentwickelt und gestärkt werden.

Auf die Entwicklungsstrategien für die Innenstadt von Rinteln wird unter Kap. 6.1 genauer eingegangen. Die nachfolgenden Strategieansätze beschränken sich somit ausschließlich auf den Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße, die Auflistung der branchenspezifischen Potenziale erfolgt unter Kap. 5.2. Aus Sicht der CIMA sind folgende Punkte von besonderer Bedeutung:

- **Entwicklung/ Stärkung des Zentralen Versorgungsbereichs Bahnhofstraße als Grund- und Nahversorgungszentren durch gezielte Ansiedlungen im periodischen und aperiodischen Bedarfsbereich:** Der Zentrale Versorgungsbereich Bahnhofstraße besitzt als Stadtteil- und Nahversorgungszentrum eine wichtige Versorgungsfunktion, insbesondere für den nördlichen Kernstadtbereich und die nördlich gelegenen Ortsteile. Die bestehenden Einzelhandelsbetriebe besitzen eine erhebliche Magnetfunktion. Neben dem periodischen Bedarfsbereich haben sich entlang der Bahnhofstraße auch vermehrt Einzelhandelsbetriebe mit Angeboten aus dem aperiodischen Bedarfsbereich angesiedelt. Strategisch sollte deshalb versucht werden, dieses Zentrum auch durch weitere Ansiedlungen gezielt zu stärken, ohne dabei den innenstädtischen Einzelhandel zu schwächen.

- Eine Attraktivitätssteigerung des Zentralen Versorgungsbereichs Bahnhofstraße wird aus Sicht der CIMA durch die projektierten Einzelhandelsbetriebe südlich der Bahnlinie erreicht. Darüber hinaus ist bei den vorliegenden Planungen die Verträglichkeit für die Innenstadt gewährleistet. Nach aktueller Planung ist in diesem Bereich die Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes (max. 2.000 qm VKF, zzgl. Vorkassenbereich), die Umsiedlung des Aldi-Marktes von der Stoevesandtstraße auf 950 qm VKF, die Umsiedlung des Schuhfachmarktes von der Stoevesandtstraße (450 qm VKF), die Umsiedlung des Textilfachmarktes (Takko) von der Bahnhofstraße (450 qm VKF), die Neuansiedlung eines Drogeriefachmarktes (auf max. 1.000 qm VKF) sowie die Umsiedlung eines Blumen- und Pflanzenmarktes (410 qm VKF) vorgesehen.¹⁸ Mit diesen Ansiedlungen ist aus Sicht der CIMA zunächst eine Konsolidierung der Einzelhandelsituation erreicht. Jedoch sollte den bestehenden Betrieben die Möglichkeit zur Marktanpassung und Modernisierung gegeben werden.
- Perspektivisch sollten deshalb Erweiterungen im periodischen Bedarfsbereich (auch großflächig) und bei zentrenrelevanten Sortimenten im aperiodischen Bedarfsbereich (bis 400 qm Verkaufsfläche) erfolgen (vgl. Kap. 5.4). Dies kann durch neue, kleinflächige Einzelhandelsbetriebe innerhalb der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche geschehen.
- **Nach Möglichkeit Ansiedlung weiterer einzelhandelsnaher Dienstleistungsbetriebe:** Der Zentrale Versorgungsbereich Bahnhofstraße hat sich über den Einzelhandel hinaus als Dienstleistungszentrum in Rinteln etabliert. Vor allem einzelhandelsnahen Dienstleistungen, die zur Attraktivität des Standortes beitragen, sollte deshalb auch in Zukunft die Möglichkeit zur Ansiedlung gegeben werden. Unter einzelhandelsnahen Dienstleistungen versteht die CIMA diejenigen Dienstleistungen, die in der Regel von einer gewissen Kundenfrequenz abhängig sind, relativ häufig aufgesucht werden und demnach häufig in der Nähe bestehender Einzelhandelsbetriebe zu finden sind. Dies sind vor allem gastronomische Einrichtungen, Kreditinstitute, Post, Reisebüros, Friseure, Reinigungen/ Wäschereien, Schuhrepara-

¹⁸ Optional zum Drogeriefachmarkt auf 1.000 qm Verkaufsfläche ist die Ansiedlung eines kleineren Drogeriemarktes (600 qm VKF) in Kombination entweder mit einem Zoofachmarkt oder mit einem Betten- und Heimtextilienfachmarktes geplant. Vgl.: CIMA-Gutachten „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“.

turen/ Schlüsseldienste/ Änderungsschneidereien sowie eingeschränkt auch Videotheken.

- Außerdem sollte die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche in regelmäßigen Abständen überprüft¹⁹ und ggf. um weitere Standorte ergänzt werden. Grundlage für die Einordnung der CIMA war die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

¹⁹ Die CIMA empfiehlt einen Turnus zwischen 6 und 8 Jahren, in dem auch das vorgelegte Einzelhandelskonzept fortgeschrieben und aktualisiert werden sollte. Dabei können dann auch die festgelegten Entwicklungsperspektiven im Sinne eines Monitoring überprüft und ggf. weiter entwickelt werden. Darüber hinaus kann die Kommune auch an städtebaulich sinnvollen und planerisch gewünschten Standorte perspektivisch als Zentrale Versorgungsbereiche festlegen (vgl. (vgl. Berke-
mann, Halama, 2005: „Erstkommentierung zum BauGB 2004“, S. 363).

5. Branchenkonzept

Das Branchenkonzept für die Stadt Rinteln soll aufzeigen, in welchen Branchen noch Ansiedlungspotenziale, bzw. Ansiedlungschancen bestehen. Das Ziel soll dabei die Steigerung der Kaufkraftbindung der eigenen Einwohner sowie eine Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland des Mittelzentrums sein.

5.1 Sortimentslisten

5.1.1 Notwendigkeit von Sortimentslisten

Laut aktueller Rechtsprechung (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 - 7a D 142/02.NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen. Der Ausschluss kann alle Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in der Innenstadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die Innenstadt von erheblicher Bedeutung ist. Laut Oberverwaltungsgericht müssen für einen solchen Ausschluss städtebauliche Gründe vorliegen. Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung vom den Oberverwaltungsgerichten gestellt werden, bedeuten jedoch auch, dass eine Begründung ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept nicht rechtssicher denkbar ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf den jeweiligen Ort angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.

Auch das VGH Mannheim unterstreicht in dem Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05) noch einmal die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt eine Gemeinde mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelsortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausge-

schlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“²⁰

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung bedeute dies, dass der bloße Übertrag einer allgemeinen Sortimentsliste - Beispiel „Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover“ - auf die spezifische Situation innerhalb einer Kommune nicht zu empfehlen ist. Das macht aus Sicht der CIMA die Aufstellung einer auf die jeweilige Stadt angepassten kommunalen Sortimentsliste notwendig.

Eine solche Liste muss dann, soll sie in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden, politisch bestätigt werden. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzer, vorhandene Einzelhandelsbetriebe), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

5.1.2 Rintelner Sortimentsliste

Die „Rintelner Liste“ der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente baut auf den in den vorherigen Kapiteln dargestellten Bestandsdaten und Analyseergebnissen auf. Bei der Erstellung der Rintelner Sortimentsliste hat die CIMA die folgenden Grundsätze zur Beurteilung der einzelnen Sortimente herangezogen:

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf).

²⁰ Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE: „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als ‚zentrenrelevant‘ erweist. Ebenso wenig legt der für das Land Nordrhein-Westfalen ergangene Einzelhandelserlass 1996 (MBI NRW 1996 S. 922) verbindlich fest, dass bestimmte Sortimentsgruppen ‚zentrenrelevant‘ sind; Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente.“

Als **zentrenrelevant** werden die Sortimente bezeichnet, die darüber hinaus

- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend in der Innenstadt oder in Zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

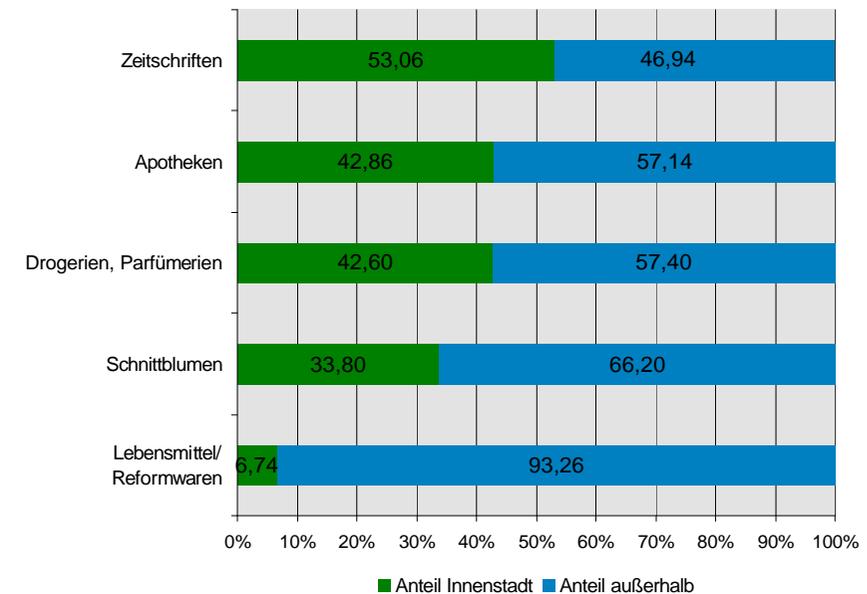
Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind hingegen vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen und
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden.
- Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu den anderen Sortimenten (siehe oben) geringe Flächenproduktivität.

Von Bedeutung ist darüber hinaus, welche Sortimente vorwiegend in der Innenstadt von Rinteln angeboten werden und welche Sortimente in der Regel an nicht-integrierten Standorten angeboten werden.

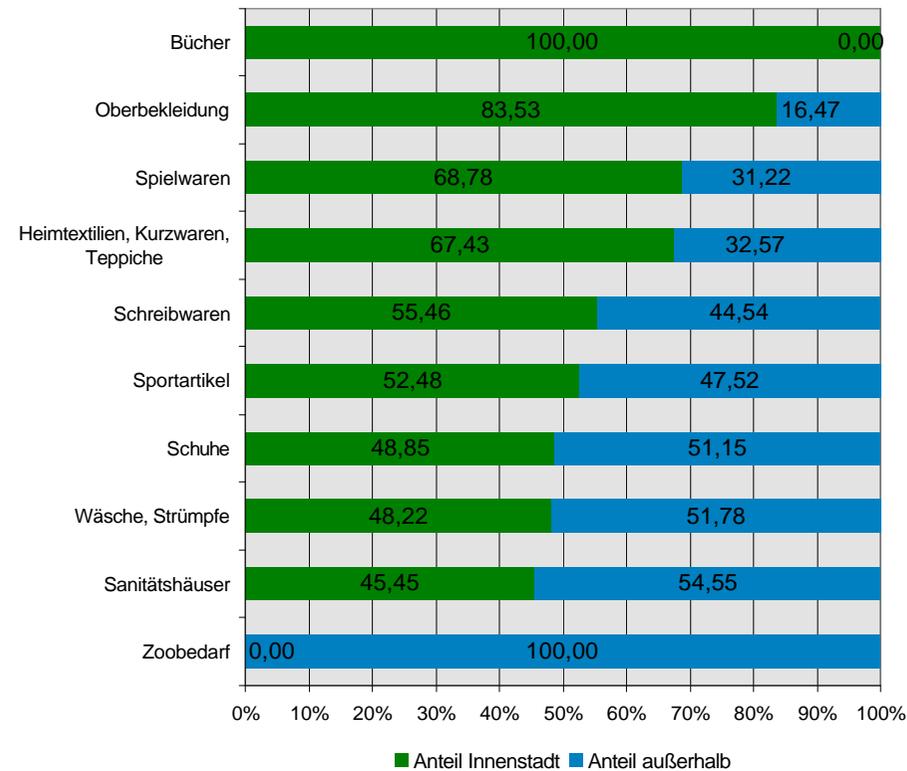
Die nachfolgenden Abbildungen geben einen Überblick, welche Sortimente in der Innenstadt angeboten werden.

Abb. 31: Anteile der Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rinteln (periodischer Bedarfsbereich)



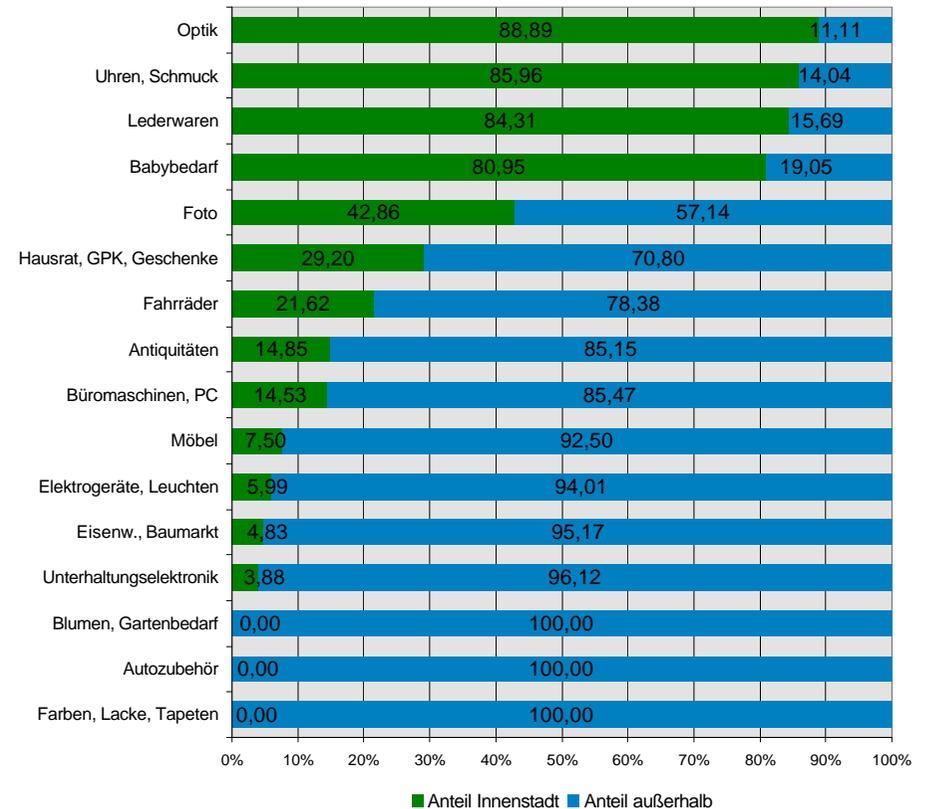
Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 32: Anteile der Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rinteln (mittelfristiger Bedarfsbereich)



Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 33: Anteile der Verkaufsflächen in der Innenstadt von Rinteln (langfristiger Bedarfsbereich)



Quelle: CIMA GmbH 2007

Die „Rintelner Liste“ der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente (vgl. Abb. 34, S. 63) baut auf diesen Untersuchungsergebnissen auf.

Abb. 34: „Rintelner Liste“

zentrenrelevante Sortimente	nicht-zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ■ Bekleidung (Damen, Herren, Kinder) ■ Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung ■ Schuhe ■ Lederwaren, Kürschnerwaren (inkl. Pelze, Taschen, Koffer, Schulranzen) ■ Sportartikel (inkl. Sportschuhe) ■ Bücher ■ Schreibwaren (Fachhandel, Supermärkte, Verbrauchermärkte) ■ Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln) ■ Musikinstrumente ■ Hausrat ■ Glas/ Porzellan/ Keramik ■ Geschenkartikel ■ Foto, Film ■ Optik ■ Unterhaltungselektronik (Braune Ware: TV, Video, HiFi, Ton-, Datenträger) ■ Elektroartikel (Elektrokleingeräte) ■ Beleuchtung ■ Computer, Telekommunikation ■ Uhren und Schmuck ■ Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Teppiche (Stapelware) ■ Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen) ■ Sanitärwaren 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Möbel (inkl. Matratzen) ■ Antiquitäten ■ Großelektro (weiße Ware) ■ Tapeten ■ Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen, Laminat) ■ Farben, Lacke ■ Baustoffe, Baumarktartikel ■ Campingartikel ■ Sanitärwaren ■ Werkzeuge, Eisenwaren ■ Kfz-Zubehör ■ Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisation ■ Zoobedarf ■ Fahrräder (inkl. Zubehör) ■ Gartenbedarf (inkl. Pflanzen) ■ Babybedarf (Kinderwagen, Kindermöbel)
<p>davon sind differenziert zu betrachten: nahversorgungsrelevante Sortimente</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel (inkl. Getränke) ■ Reformwaren ■ Drogerieartikel/ Parfümerieartikel/ Friseurartikel ■ Schnittblumen ■ Zeitschriften/ Schreibwaren (Kiosksortiment) 	

Quelle: CIMA GmbH 2007

Im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2006) wird ebenfalls eine Liste zentrenrelevanter Sortimente aufgeführt, gleichzeitig jedoch darauf hingewiesen, dass die aufgeführte Liste keine abschließende und landesweit dauerhaft gültige sein kann. Es werden daher lediglich als „in der Regel“ zentrenrelevante Sortimente festgelegt. Bei den überwiegenden Sortimenten ist eine Übereinstimmung mit der erarbeiteten Rintelner Liste festzustellen. Wesentliche Abweichungen werden in den Sortimenten Campingartikel, Fahrräder (und Zubehör) sowie Zoobedarf deutlich (Begründung zur Einordnung s.u.).

Auch ein Vergleich zur Sortimentliste, wie sie im Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel für den Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover festgelegt wurde, zeigt für Rinteln in den überwiegenden Sortimenten Übereinstimmungen.

Erklärungen zu den einzelnen Sortimenten

Mit der steigenden Mobilität der Kunden und sich verändernden Betriebstypen hat sich auch das Einkaufsverhalten der Kunden in den letzten Jahren deutlich geändert. **Lebensmittel** und **Drogeriewaren (periodischer Bedarf)** werden heute sehr häufig in größeren Mengen z.B. ein Mal in der Woche mit dem (eigenen) Pkw eingekauft. Dabei spielt die unmittelbare Entfernung zum Wohnort („Nah-“versorgung) nur noch eine untergeordnete Rolle. Gleichzeitig ist es stadtplanerisch wünschenswert, für die weniger mobilen Bevölkerungsschichten (Stichwort: Demographischer Wandel) eine wohnortnahe Grundversorgung sicherzustellen. Von daher ist es zu empfehlen, weiterhin städtebaulich integrierte Standorte als Nahversorgungsstandorte zu entwickeln. Die CIMA sieht die Sortimente des periodischen Bedarfsbereichs deshalb weiterhin als zentrenrelevant an. Um eine wohnortnahe Grundversorgung zu gewährleisten, sind aus Gutachtersicht unter Umständen jedoch auch Standorte außerhalb bestehender Zentren geeignet. Dabei sollte sich an folgenden Standortkriterien orientiert werden (integrierte Lage, Nähe zu bestehenden Wohngebieten, ÖPNV-Anbindung). Deshalb differenziert die CIMA von den zentrenrelevanten Sortimenten zusätzlich die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Die Zuordnung der Sortimentsgruppe **Heimtextilien, Kurzwaren, Teppiche (Stapelware)** bedarf einer detaillierten Abwägung. Unter anderem aufgrund des großflächigen Anbieters in der Innenstadt (Betten Maack), sind rd. 67,4 % der Verkaufsfläche dieser Sortimentsgruppe in der Innenstadt zu finden. Da sich

außerdem von den 7 Betrieben, die dieses Sortiment als Hauptsortiment führen, 6 in der Innenstadt von Rinteln befinden, wurden **Heimtextilien, Kurzwaren, Teppiche (Stapelware)** den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Diese Sortimente besitzen darüber hinaus auch eher die Eigenschaften, die zentrenrelevanten Sortimenten zugeschrieben werden (z.B. sind sie leicht zu transportieren; vgl. Ausführungen auf den Seiten 59 und 60).

Der Bereich Medien und Technik ist ebenfalls differenziert zu betrachten. Die Einordnung des Sortiments **Großelektro (weiße Ware)** dürfte in Rinteln, insbesondere auch wegen der Bestandssituation und der Schwierigkeiten beim Transport, unbestritten sein. Dieses Sortiment wurde deshalb den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Anders ist die Situation bei den Sortimenten **Elektroartikel/ Leuchten** und **Unterhaltungselektronik** zu beurteilen. Diese Sortimentsgruppe befindet sich zu einem erheblichen Teil außerhalb der Innenstadt. Um aber für diese Sortimentsgruppen in Zukunft planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten zu haben, wenn es um die Flächenbeschränkungen einzelner Sortimente zum Beispiel in Baumärkten geht, empfiehlt die CIMA, diese Sortimente in Rinteln als zentrenrelevant einzustufen. Die Sortimentsgruppe **Computer/ Telekommunikation** ist aus Gutachtersicht ähnlich zu bewerten.

Gemessen an der Gesamtbedeutung des Einzelhandels in der Rintelner Innenstadt mit rd. 15.400 qm Verkaufsfläche spielt das Sortiment **Fahrräder** (und Fahrradzubehör) mit rd. 80 qm eine deutlich untergeordnete Rolle. Aus der aktuellen Angebotsstruktur lässt sich deshalb keine Zentrenrelevanz ableiten. Ebenso werden Fahrräder aufgrund ihrer Eigenschaften selbst nicht als zentrenrelevant eingestuft (vgl. Ausführungen zu zentrenrelevanten Sortimenten auf den Seiten 59 und 60). Aus diesen Gründen wurden **Fahrräder** den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Campingartikel werden in der Innenstadt von Rinteln nur mit Kleinartikeln vorrangig untergeordnet (teilweise auch nur saisonal) angeboten. Es ist nicht erkennbar, dass diese Warengruppe eine Bedeutung für die Innenstadt von Rinteln besitzt. Auf der anderen Seite werden **Campingartikel** mittlerweile verstärkt in Baumärkten in nicht-integrierter Lage angeboten, sie wurden folglich den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Zoobedarf wird mittlerweile vor allem in Fachmärkten angeboten. Das ist auch in Rinteln der Fall. In einigen Innenstädten ist ein verhältnismäßig hoher Anteil des Sortiments **spezialisierte Zoobedarf** vorhanden. Diese innenstädtischen Zoohandlungen sind dann vor allem durch Handel mit lebendigen Tieren, die Erstausrüstung für einen Tierliebhaber, den Erwerb von Spezialbedarf sowie vor allem durch Beratungen verschiedener Art geprägt. Dafür ist der Warentransport mit dem eigenen Pkw nicht zwangsläufig erforderlich. **Tiernahrung** und **Heimtierbedarf** werden jedoch mittlerweile verstärkt in nicht-integrierten Lagen (neben Baumärkten auch Tierbedarf-Abholmärkte) angeboten. Der Kunde kauft diese Artikel zwecks Bevorratung i.d.R. in größeren Mengen mit dem eigenen Pkw ein. Da aus Sicht der CIMA bei dieser Entwicklung (bezüglich der Standorte und Betriebstypen) zurzeit keine Umkehr zu erkennen ist, wurden **Tiernahrung** und **Heimtierbedarf** den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Hierunter sind i.d.R. schwer zu transportierende (sperrige) Artikel zu verstehen, d.h. Tiernahrung, Käfige, Hundehütten und Hygieneartikel (z.B. Katzenstreu). Da eine Differenzierung zwischen **Zoobedarf** und **Tiernahrung/Heimtierbedarf** in der Praxis eher schwierig sein dürfte, empfiehlt die CIMA, auf eine detaillierte Trennung dieser Sortimentsteilbereiche zu verzichten und die Sortimentsgruppe **Zoobedarf** generell als nicht-zentrenrelevant einzuordnen.

Die CIMA hat darauf aufbauend ein standortspezifisches Branchenkonzept entwickelt (vgl. Kap. 5.2 bis Kap. 5.5).

5.2 Ansiedlungspotenziale

Die Analyse der Einzelhandelsituation in Rinteln hat gezeigt, in welchen Branchen es der Stadt Rinteln heute nicht gelingt, die Kaufkraft der Bewohner im Stadtgebiet zu binden. Von Bedeutung sind vor diesem Hintergrund Kaufkraftabflüsse insbesondere in die benachbarten Mittelzentren.

Abb. 35 auf Seite 67 zeigt die Branchen, die eine Zentralität (Umsatz/ Kaufkraftrelation) unter 100 % aufweisen und somit Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen haben. Das sind die Warengruppen (zentrenrelevante Sortimente):

- Bücher/ Schreibwaren.
- Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC + Zubehör/ Neue Medien,
- Sportartikel und
- Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien

Um einen guten Wert für eine „abgesicherte“ Handelszentralität zu erreichen, sollte eine Handelszentralität von rund 120 % in den Branchen des aperiodischen Bedarfsbereiches angestrebt werden. Dieser Wert würde sich unter Berücksichtigung der spezifischen, starken Konkurrenzsituation zu den benachbarten Mittelzentren dann auch in etwa dem Durchschnittswert vergleichbarer Mittelzentren im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover annähern (vgl. Abb. 9, S. 25 bis Abb. 11, S. 26).

Dieser Wert ist jedoch als ambitionierter Zielwert zu verstehen, der eine Richtung vorgeben soll und nicht zwangsläufig durch ein Einzelvorhaben erreicht werden muss/ kann.

Ansiedlungspotenziale bestehen somit zusätzlich in den Branchen des aperiodischen Bedarfsbereiches, die unterhalb der „abgesicherten“ Handelszentralität von 120 % liegen. Das sind:

Zentrenrelevante Sortimente:

- Spielwaren und
- Hobbybedarf (Musikalien, Bastelbedarf etc.)

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

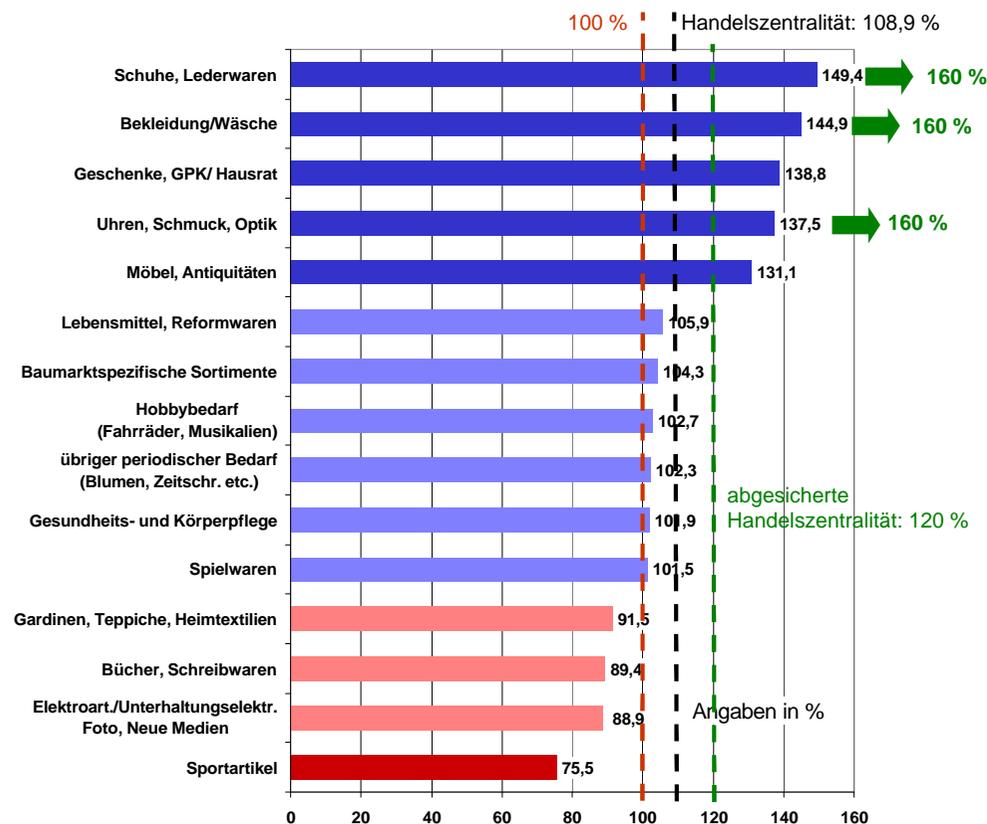
- Baumarktspezifische Sortimente

Darüber hinaus sind in einzelnen Branchen auch durchaus höhere Zentralitätswerte möglich, die CIMA sieht vor allem bei den Leitsortimenten der Innenstadt Potenzial, die Handelszentralität auf 160 % zu steigern. Das bezieht sich insbesondere auf die Sortimente des persönlichen Bedarfsbereich, d.h.:

- Bekleidung/ Wäsche,
- Schuhe/ Lederwaren und
- Uhren/ Schmuck/ Optik²¹ (vgl. Kap. 5.3).

²¹ Das Steigerungspotenzial kann sich in Abhängigkeit der Einzelsortimente deutlich voneinander unterscheiden. In der Warengruppe Uhren/ Schmuck/ Optik dürften die größten Potenziale in den Sortimentsgruppen Uhren/ Schmuck liegen.

Abb. 35: Zentralitätslücken als Hinweis für Ansiedlungspotenziale



Quelle: CIMA GmbH 2007

Bezogen auf das in Rinteln aktuell vorhandene Kaufkraftpotenzial ergeben sich in den einzelnen zentrenrelevanten Sortimenten die folgenden Potenziale, die bei einer Handelszentralität von 120 % bzw. 160 % zusätzlich gebunden werden könnten bzw. müssten. Die CIMA geht dabei überschlägig davon aus, dass 1/2 bis 2/3 der neu hinzu kommenden Verkaufsflächen zu Umsatzumverteilungen innerhalb des Stadtgebietes führen würden. Folglich würden 1/2 bis 1/3 der neu hinzukommenden Einzelhandelsumsätze durch Umsatzumverteilungen außerhalb der Stadtgrenzen von Rinteln generiert werden. Diese würden dann letzten Endes zur Zentralitätssteigerung führen:

Abb. 36: Mögliche Ansiedlungspotenziale bei zentrenrelevanten Sortimenten

Warengruppe	Umsatzpotenzial*	zusätzliche Verkaufsfläche**
Persönlicher Bedarf	2,6 Mio. € bis 3,2 Mio. €	2.470 qm bis 3.020 qm
Bekleidung/ Wäsche	1,6 Mio. € bis 2,0 Mio. €	1.800 qm bis 2.200 qm
Schuhe/ Lederwaren	0,3 Mio. € bis 0,4 Mio. €	330 qm bis 400 qm
Uhren/ Schmuck/ Optik	0,7 Mio. € bis 0,8 Mio. €	340 qm bis 420 qm
Medien und Technik	4,8 Mio. € bis 5,8 Mio. €	2.730 qm bis 3.320 qm
Bücher/ Schreibwaren	1,2 Mio. € bis 1,4 Mio. €	660 qm bis 800 qm
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik etc.	3,6 Mio. € bis 4,4 Mio. €	2.070 qm bis 2.520 qm
Spiel, Sport, Hobby	1,4 Mio. € bis 1,7 Mio. €	1.120 qm bis 1.370 qm
Sportartikel	1,0 Mio. € bis 1,2 Mio. €	640 qm bis 780 qm
Spielwaren	rd. 0,2 Mio. €	310 qm bis 380 qm
Hobbybedarf (Fahrräder/ Musikalien)	0,2 Mio. € bis 0,3 Mio. €	170 qm bis 210 qm
Einrichtungsbedarf	0,4 Mio. € bis 0,5 Mio. €	850 qm bis 1.040 qm
Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien	0,4 Mio. € bis 0,5 Mio. €	850 qm bis 1.040 qm
gesamt	9,2 Mio. € bis 11,2 Mio. €	7.170 qm bis 8.750 qm

* zusätzliches Umsatzpotenzial durch höhere Kaufkraftbindung von außerhalb der Stadtgrenzen

** sich aus dem Umsatzpotenzial ergebende zusätzliche Verkaufsfläche bei angenommener innerstädtischer Kaufkraftumverteilung zwischen 1/2 und 2/3 am Gesamtumsatz.

Quelle: CIMA GmbH 2007

Bezogen auf die **Nahversorgung** ergeben sich die folgenden Potenziale:

Bei einer Handelszentralität von 104,8 % ist die Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich als grundsätzlich zufrieden stellend zu beurteilen. Dies bedeutet, dass Rinteln schon heute die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung sicherstellen kann. Als bedeutende Standorte sind vor allem der Zentrale Versorgungsbereich Bahnhofstraße, das Marktkauf SB-Warenhaus an der Konrad-Adenauer-Straße sowie die solitären Standort im Süden der Kernstadt zu nennen. Daraus ergeben sich die folgenden Zielvorgaben:

- Das Potenzial für weitere Einzelhandelsansiedlungen im periodischen Bedarf ist in der Stadt Rinteln begrenzt, in einem gewissen Rahmen aber durchaus vorhanden.
- Aus Gutachtersicht sollte das (begrenzte) Potenzial deshalb genutzt werden, um die bestehenden Nahversorgungsstandorte zu erhalten und Modernisierungen sowie Vergrößerungen, die für die bestehenden Strukturen verträglich sind, positiv zu begleiten. Dies bezieht auch die Planungen im Bereich des Zentralen Versorgungsbereichs Bahnhofstraße mit ein.²²
- Zusätzlich kann ein attraktiver Lebensmittel-Vollsortimenter als zusätzlicher Magnet in der Innenstadt fungieren, der zusätzlich Kaufkraft in die Innenstadt von Rinteln zieht.

²² vgl. : CIMA-Gutachten: „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“.

5.3 Branchenkonzept Innenstadt

Die Innenstadt stellt den Schwerpunkt der Entwicklung im Einzelhandel bei den zentrenrelevanten Sortimenten dar (vgl. Kap. 5.3). Ziel ist, die im Vergleich unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenanteile insgesamt und vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Abb. 22 und Abb. 23, S. 40) zu stärken. Dabei sollte auch angestrebt werden, die leer stehenden Verkaufsflächen in der Innenstadt wieder mit attraktiven Einzelhandelsbetrieben zu besetzen. Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sollte ausschließlich in der Innenstadt von Rinteln erfolgen. Aufbauend auf den Untersuchungsergebnissen ergibt sich für die Innenstadt das folgende Branchenkonzept:

Entwicklungsschwerpunkte

Folgende Sortimente sollten - je nach Betriebstyp und Konzept auch großflächig über 800 qm VKF - vor allem in der Hauptfrequenzlage (1a- Lage) angeboten werden (vgl. Kap. 6.1):

Periodischer Bedarfsbereich

- Lebensmittel, Reformwaren
- Gesundheits- und Körperpflege
- übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)

Aperiodischer Bedarfsbereich

- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Uhren, Schmuck, Optik

Medien und Technik

- Bücher/ Schreibwaren
- Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien

Spiel, Sport, Hobby

- Sportartikel
- Spielwaren
- Hobbybedarf (Musikalien, Bastelbedarf etc.)

Grundsätzlich sollte versucht werden, zusätzliche Magneten in der Innenstadt zu etablieren. Von besonderer Bedeutung ist dabei insbesondere die einzelhandelsspezifische Aufwertung der bestehenden 1a-Lage (vgl. Kap. 6.1.4).

Ergänzende Schwerpunkte

Grundsätzlich können (und sollten) die aufgeführten Sortimentsgruppen natürlich auch kleinflächig in der Innenstadt von Rinteln angeboten werden. Dabei sind die bestehenden Bestandsstrukturen zu berücksichtigen, insbesondere in den Sortimenten, in denen bereits eine hohe Zentralität vorhanden ist (z.B. persönlicher Bedarfsbereich). Die Ansiedlung sollte sowohl in 1a- als auch in 1b-Lage möglich sein.

Neue kleinflächige Ansiedlungen können dazu beitragen, das vorhandene, gute Angebot zu ergänzen und vorhandene Leerstände wieder zu besetzen. Neben den bereits aufgeführten Warengruppen bleibt einzig die Warengruppe

Geschenke, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenke

für kleinflächige Erweiterungsmöglichkeiten (bis zu 800 qm VKF) zu ergänzen.

Genauere Angaben zu den aus Sicht der CIMA zusätzlichen Verkaufsflächenpotenzialen für die zentrenrelevanten Sortimente sind dem vorangehenden Kap. 5.2 zu entnehmen.

5.4 Branchenkonzept Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße

Der Zentrale Versorgungsbereich Bahnhofstraße nimmt insbesondere bei der Nahversorgung eine erhebliche wohnortnahe Versorgungsfunktion wahr. Diese gilt es zu sichern und auszubauen. Wie bereits in Kap. 4.4 dargelegt, sollte sich auf eine Ergänzung des vorhandenen Angebots konzentriert werden. Dies trifft vor allem nahversorgungsrelevante Sortimente zu, hier sind auch großflächige Ansiedlungen (über 800 qm VKF) oder Erweiterungen aus Gutachtersicht durchaus zu empfehlen.

Das Nahversorgungsangebot wird außerdem durch mehrere Angebote mit aperiodischen Gütern ergänzt. Diese gilt es in ihrem Bestand zu sichern und ggf. verträgliche Marktanpassungen positiv zu begleiten.

Die projektierten Planungen im Bereich Bahnhofstraße südlich der Gleisanlagen sind grundsätzlich positiv zu beurteilen, da sie zur Stabilisierung der bestehenden Strukturen beitragen, und gleichzeitig verträglich für den Innenstadteinzelhandel sind. Gleichzeitig ergibt sich u.a. aus dem geplanten Umzug des Textilfachmarktes von der Bahnhofstraße in das projektierte Vorhaben eine weitere Potenzialfläche innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Bahnhofstraße.

Da durch das neue Planvorhaben bereits bedeutende Flächen mit zentrenrelevanten Sortimenten innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches geschaffen werden, sollten bei weiteren Neuansiedlungen zentrenrelevante Sortimente auf maximal 400 qm Verkaufsfläche bzw. auf Randsortimente beschränkt werden. Die Entwicklung der zentrenrelevanten Sortimente sollte sich grundsätzlich auf die Innenstadt von Rinteln fokussieren.

Darüber hinaus ist selbstverständlich auch die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente möglich.

5.5 Branchenkonzept (großflächiger) Einzelhandel außerhalb der Innenstadt und des Zentralen Versorgungsbereiches Bahnhofstraße

Für zentrenrelevante Sortimente ergibt sich, dass deren Ansiedlung im Hauptsortiment ausschließlich in der Innenstadt und eingeschränkt (bis 400 qm VKF) im Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße erfolgen sollte. Daraus lässt sich für großflächige Einzelhandelsansiedlungen außerhalb dieser Bereiche eine Fokussierung auf nicht-zentrenrelevante Sortimente ableiten.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Bereiche bieten in der Regel neben nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auch so genannte (zentrenrelevante) Randsortimente an. Um die Kaufkraftabflüsse aus der Innenstadt in diese Bereiche zu reduzieren, sollten zentrenrelevante Randsortimente in den jeweiligen Bebauungsplänen auf 10% der Gesamtfläche beschränkt werden.

Da damit jedoch keine ausreichende Obergrenze festgelegt wird und bei größeren Einzelhandelsbetrieben Randsortimente auf 10% der Gesamtfläche erhebliche Kaufkraftabflüsse aus der Innenstadt induzieren können, empfiehlt die CIMA, eine zusätzliche Beschränkung der zentrenrelevanten Einzelsortimente auf maximal 100 qm Verkaufsfläche. Im Fall einer Neuansiedlung von rund 3.000 qm Verkaufsfläche bedeutet dies eine zulässige Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente von 300 qm. Diese Fläche könnte dann zum Beispiel in 100 qm für Bekleidung, 100 qm für Schuhe und 100 qm für Geschenke/ GPK/ Hausrat aufgeteilt werden.

Diese Beschränkungen betreffen vor allem die Einzelhandelsansiedlungen in den Gewerbegebieten entlang der Konrad-Adenauer Straße, dem Bereich Stoevesandtstraße/ Breite Straße und dem Industriegebiet-Süd (vgl. Kap. 6.4 und Kap. 6.5).

Entwicklungsschwerpunkte

Folgende nicht-zentrenrelevante Sortimente sollten - je nach Betriebstyp und Konzept auch großflächig über 800 qm VKF - vor allem in Gewerbe- und Sondergebieten, die bereits über Einzelhandelsbesatz verfügen, angesiedelt werden:

Medien und Technik

- Großelektro (Weiße Ware)

Spiel, Sport, Hobby

- Hobbybedarf (Fahrräder)

baumarktspezifische Sortimente

- Eisenwaren, Baumarktsortimente
- Gartenbedarf (Pflanzen, Blumen etc.)
- Autozubehör

Die Ansiedlung weiterer nicht-zentrenrelevanter Sortimente (auch auf großflächigen Einzelhandelflächen) ist dabei grundsätzlich möglich, bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Prüfung und Abwägung.

Für den Bereich Konrad-Adenauer-Straße ergibt sich daraus ein gewisser Spielraum für die Ansiedlung von nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben. Zentrenrelevante Sortimente (auch als Randsortiment) sollten jedoch nur nach vorheriger Prüfung und in Abwägung zur Entwicklung anderer Standorte zugelassen werden (vgl. Kap. 6.4).

6. Zentrenkonzept/ Standortkonzept

Basis des nachfolgenden Zentren- und Standortkonzeptes sind die folgenden konzeptionellen Grundaussagen, die sich aus den dargestellten Analyseergebnissen (vgl. Kap. 2), den erarbeiteten Strategien und Zielen (vgl. Kap. 3) und dem Branchenkonzept (vgl. Kap. 5) ergeben:

- Qualitative und quantitative Entwicklung/ Stärkung der Innenstadt (vgl. Kap. 6.1)
- Fokussierung der weiteren Entwicklung auf den Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße (vgl. Kap. 6.2)
- sinnvoller Ausbau der Nahversorgung (vgl. Kap. 6.3)
- verträgliche Entwicklung des großflächigen Einzelhandels außerhalb der Innenstadt und der Zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 6.4)

Insgesamt wurden von der CIMA drei Standorte einer einzelhandelsspezifischen Bewertung unterzogen. Die Darstellung und Bewertung der Standorte erfolgt in den nachfolgenden Kapiteln. Die Reihenfolge der Standorte richtet sich nach den Bausteinen des Zentren- und Standortkonzeptes.

Die Bewertung der Standorte erfolgte darüber hinaus anhand der folgenden Kriterien:

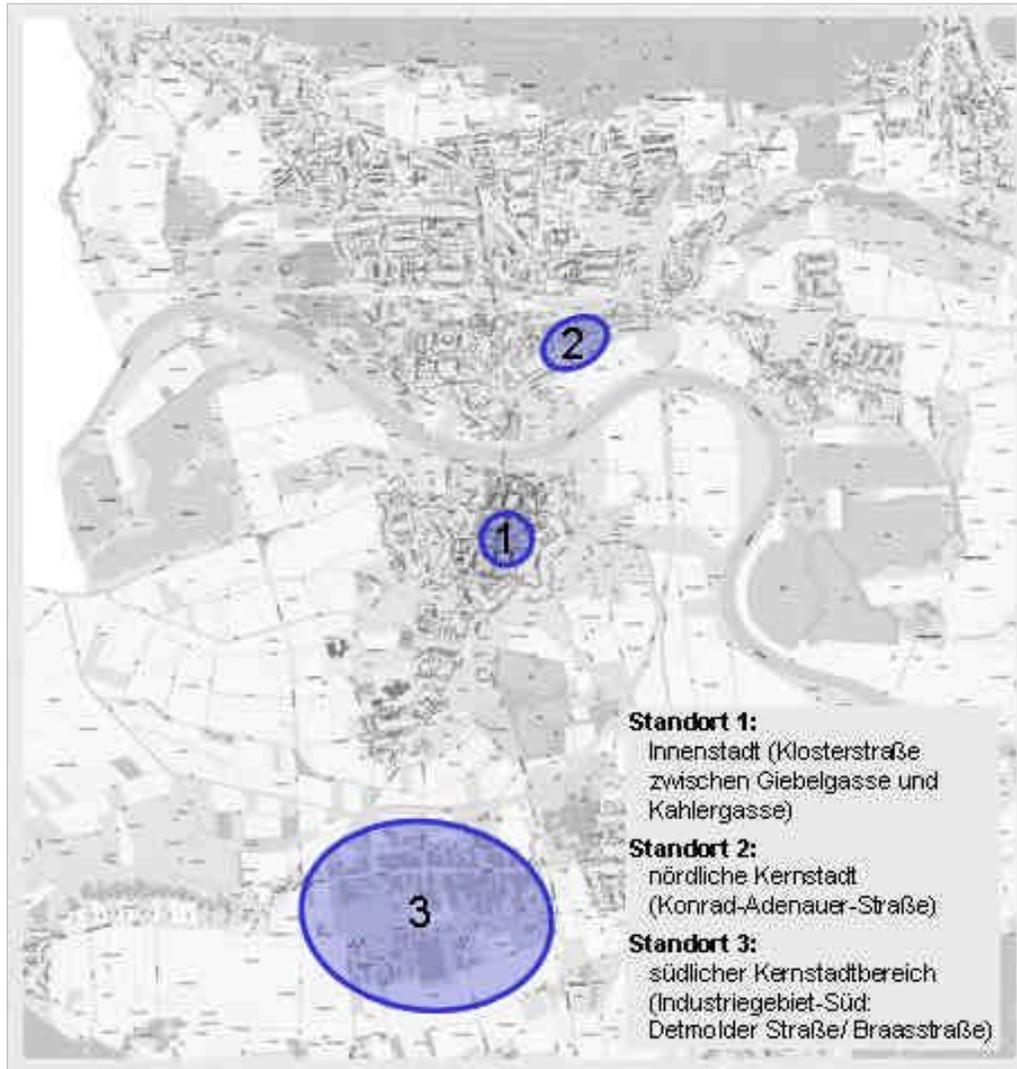
- Lage innerhalb der Stadt (Innenstadt/ Innenstadtrand/ Lage zum Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße/ Wohngebiet/ Einfallstraße/ sonstige Standorte)
- Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz)
- Erreichbarkeit
- Zusammenhang zu bestehenden (auch solitären) Versorgungslagen
- Städtebaulich und funktional integriert/ nicht-integrierte Lage

Die nachfolgende Abb. 37 auf Seite 73 zeigt die bewerteten Standorte in der Übersicht. Demnach

- liegt der Standort 1 in der Innenstadt,
- befinden sich die Standorte 2 und 3 in einem Gewerbe- oder Sondergebiet.

Im Anschluss an die Bewertung der einzelnen Standorte erfolgen unter Kap. 6.5 Hinweise zur bauleitplanerischen Umsetzung.

Abb. 37: Übersicht Planvorhaben/ Standortbewertungen



Quelle: CIMA GmbH 2007

6.1 Qualitative und quantitative Entwicklung/ Stärkung der Innenstadt

Wesentlicher Ansatzpunkt zur Entwicklung und Stärkung der Rintelner Innenstadt sollte eine deutliche Positionierung gegenüber nicht-integrierten Einkaufslagen und den konkurrierenden Mittelzentren in der Region sein. Wie bereits dargelegt, sollte das Ziel darin bestehen, die Werte bei den Verkaufsflächenanteilen insgesamt und vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Abb. 22 und Abb. 23, S. 40) zumindest an ein durchschnittliches Niveau anzuheben.

Grundsätzlich sollte sich an folgenden Entwicklungsgrundsätzen orientiert werden:

- Schaffung von großflächigen Entwicklungsmöglichkeiten (auch für den Bestand)
- Ansiedlung geeigneter Branchen (vgl. Kap. 6 „Branchenkonzept“)
- Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten nur noch in der Innenstadt

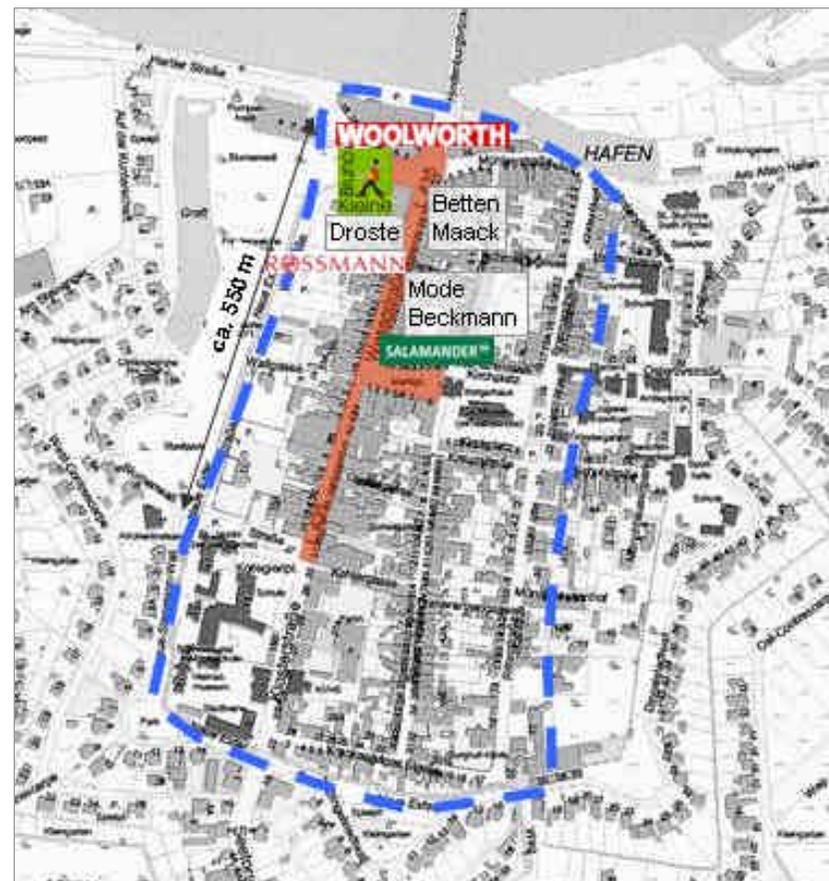
Wie bereits dargelegt, stellt die Innenstadt von Rinteln den wesentlichen Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Stadt Rinteln dar.

Die Hauptfrequenzlage der Rintelner Innenstadt erstreckt sich entlang der Weserstraße und der Klosterstraße sowie im Bereich des Marktplatzes. Bedeutende Einzelhandelsmagneten befinden sich jedoch ausschließlich im nördlichen Innenstadtbereich in der Weserstraße. Im südlichen Bereich haben sich vermehrt Sonderpostenmärkte und Anbieter mit niedrig preisigem Angebot angesiedelt (z.B. NKD, T€di und Mäc Geiz). Bei der Ansiedlung zusätzlichen Einzelhandelsflächen bietet sich deshalb vor allem dieser südliche Bereich an. Ein zusätzlicher Magnetbetrieb könnte belebend für die gesamte Innenstadt wirken, da sich die Kundenströme dann zwischen den Magnetbetrieben im Norden und Süden der Innenstadt konzentrieren könnten.

Die Hauptfrequenzlage erstreckt sich zurzeit über rd. 550 Meter. Aus Gutachtersicht ist dies eine für die Größe Rinteln angemessene Größe. Erweiterungen oder zusätzliche Begrenzungen des innenstädtischen Einzelhandels sind nicht offensichtlich und aus diesem Grund auch nicht zu empfehlen.

In den angrenzenden Straßenzügen nimmt der Einzelhandelsbesatz sehr schnell ab. Neben vereinzelt Einzelhandelsbetrieben und Dienstleistungseinrichtungen dienen diese Bereiche vor allem dem Wohnen.

Abb. 38: Städtebauliche und funktionale Situation der Innenstadt



Quelle: CIMA GmbH 2007

Die Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt ist durch die topographische Lage und den altstädtischen Straßengrundriss weitestgehend auf die nördliche Zufahrt über die Bahnhofstraße beschränkt. Insbesondere in den Morgen- und Abendstunden ist an der Bahnhofstraße doch ein erhebliches Verkehrsaufkommen festzustellen, nicht selten kommt es zu Staus. Insbesondere auch deshalb haben sich im nördlichen Kernstadtbereich verschiedene Einzelhandelsstrukturen etabliert, die das innenstädtische Angebot in der Innenstadt ergänzen (vgl. Kap. 6.2). Aufgrund der kompakten städtebaulichen Struktur im Kernstadtbereich ist darüber hinaus die gute fußläufige Erreichbarkeit der Innenstadt jedoch als positives Merkmal herauszustellen.

In Kap. 6.1.4 wird der Standort 1 in der Klosterstraße zwischen Giebelgasse und Kahlergasse bewertet.

6.1.1 Qualität/ Quantität des Einzelhandelsangebotes

Um die Qualität und Quantität des Einzelhandelsangebotes nachhaltig zu stärken, sind aus Sicht der CIMA die folgenden Aspekte von besonderer Bedeutung:

- Erhöhung der Kaufkraftbindung/ Verminderung des Kaufkraftabflusses (im Wettbewerb zu den Konkurrenzstandorten)
- Erhöhung des Verkaufsflächenanteils von derzeit 25,1 % in der Innenstadt auf 30 %. Dieser rechnerisch ermittelte Wert bezieht sich nicht zwangsläufig auf die Neuschaffung einer einzigen großen Einzelhandelsfläche. Dies ist jedoch ein Wert, den Mittelzentren von der Größe Rintelns durchaus erreichen können.
- Schaffung von großflächigen, innenstädtischen Entwicklungsmöglichkeiten
 - Prüfung: Schaffung großflächiger Einzelhandelsflächen (über 800 qm VKF) in der 1a- und 1b-Lage
 - Prüfung: Zusammenlegung kleiner Verkaufsflächen (1a- und 1b-Lage)

Die Schaffung großflächiger Einzelhandelsflächen führt zwangsläufig zur Erhöhung der Passantenfrequenz in den Hauptgeschäftslagen und erhöht - abhängig von der Gesamtkonzeption und Attraktivität - auch die Wahrscheinlichkeit von Neubesetzungen in den Randbereichen.

6.1.2 Funktionale/ städtebauliche Aufwertungen

Die Innenstadt ist nicht nur Einzelhandels- sondern auch Dienstleistungszentrum einer Stadt und lebt unter anderem von außergewöhnlichen Events. Zur funktionalen und städtebaulichen Entwicklung der Innenstadt empfiehlt die CIMA deshalb:

- Sicherung/ Entwicklung attraktiver Dienstleistungs- und Freizeiteinrichtungen (u.a. Gastronomie, Events)
- gestalterische Aufwertung der Zugänge zum Hauptgeschäftszentrum durch Tore/ gestaltete Eingänge (vgl. Abb. 39)
- Vermeidung: Verlängerung der Haupteinkaufslagen (im Sinne einer Ausdehnung)
- weitestgehende Vereinheitlichung der Öffnungszeiten
- Konzeption weiterer, gemeinsamer Serviceangebote.

Abb. 39: Beispiel für Eingangstore



Quelle: CIMA GmbH 2007

6.1.3 Standort 1: Innenstadt (Klosterstraße zwischen Giebelgasse und Kahlergasse)

Auf der Fläche Klosterstraße zwischen Giebelgasse und Kahlergasse wird in Rinteln zurzeit die Errichtung eines neuen innenstädtischen Einzelhandelsmagneten diskutiert. Unter Beibehaltung der historischen Fassade soll auf einer Grundfläche von rd. 5.750 qm rd. 12.440 qm neue Geschossfläche entstehen.²³ Daraus ergibt sich eine neue Einzelhandelsfläche von rd. 6.730 qm (7.550 qm inkl. Kleinflächen und Nebenräumen). Als Ankermieter ist ein Lebensmittelmarkt im Erdgeschoss und im Kellergeschoss vorgesehen. Im Erdgeschoss sowie im 1. und 2. Obergeschoss sind neben Textilfachgeschäften u.a. ein Schuhgeschäft und ein Elektrofachmarkt geplant. Abb. 40 gibt einen Überblick über die neu entstehenden Verkaufsflächen.

Abb. 40: Standort 1: geplante Einzelhandelsflächen

Sortiment	voraussichtliche VKF in qm
periodischer Bedarfsbereich	2.090
Lebensmittelmarkt (inkl. Getränkemarkt, Bäcker, Fleischer)	1.840
Parfümerie	100
Zeitungskiosk	150
aperiodischer Bedarf	4.640
persönlicher Bedarf	2.580
Bekleidung/ Wäsche	2.130
Schuhe	250
Optik	200
Medien und Technik	960
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ neue Medien	960
Spiel, Sport, Hobby	700
Sportartikel	700
Geschenkartikel	400
gesamt	6.730

* Zusammenfassung: Angaben können sich im Detail ändern.

Quelle: Bauwerk Rinteln GmbH
 Bearbeitung: Cima GmbH 2007

²³ Der CIMA liegen zur grundsätzlichen Beurteilung dieses Vorhabens konkrete Planungsabsichten der Bauwerk Rinteln gmbH & Co. KG. Vor (Stand: 25. Sept. 2007) vor.

Zusätzlich zu den Einzelhandelsbetrieben sind innerhalb des „Kloster-Karrees“ gastronomische Betriebe, Büros, Wohnungen und ein Hotel vorgesehen.

Abb. 41: Ist-Situation Standort 1: Klosterstraße zw. Giebel- und Kahlergasse

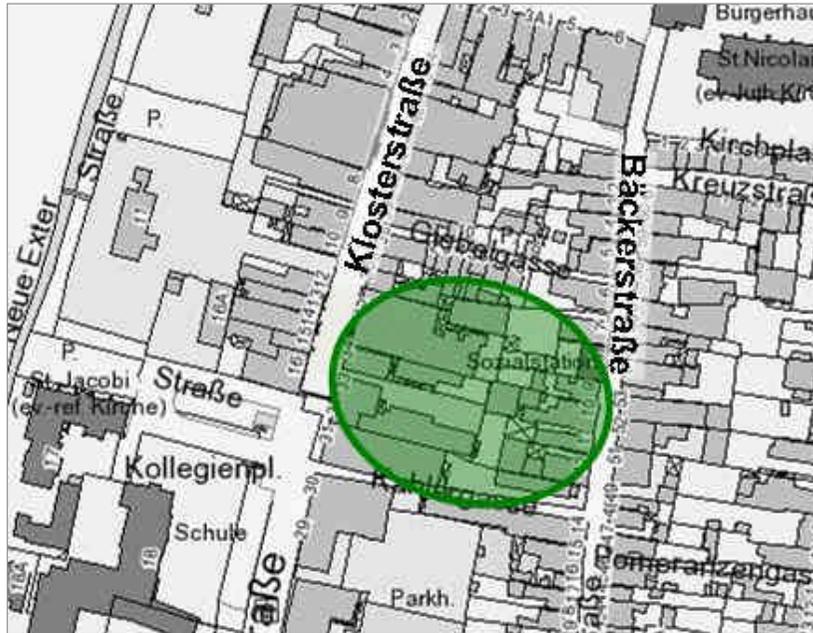


Quelle: CIMA GmbH 2007

Bewertungskriterien

- Lage innerhalb der Innenstadt (1a-Lage)
- umfangreiches Einzelhandelsangebot in direkter Umgebung
- umfangreiches Dienstleistungsangebot in direkter Umgebung
- Pkw-Erreichbarkeit über die Klosterstraße ggf. über die Bäckerstraße gewährleistet
- gute fußläufige Erreichbarkeit gewährleistet
- städtebaulich integrierte Lage
- zurzeit Nutzung durch unterschiedliche Einzelhandelsbetriebe

Abb. 42: Übersichtskarte Standort 1: Klosterstr. zw. Giebel- und Kahlergasse



Quelle: CIMA GmbH 2007

Bewertung

Mit der Etablierung attraktiver Magneten im Bereich Lebensmittel, Bekleidung und Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik kann es aus Sicht der CIMA gelingen, die Innenstadt als Einzelhandelsstandort deutlich zu stärken und die Attraktivität zu steigern. Das dargestellte Vorhaben „Kloster-Karree“ erfüllt aus Gutachtersicht alle Voraussetzungen, um nachhaltig vermehrt Kaufkraft aus dem Marktgebiet an die Stadt Rinteln zu binden und zusätzlich die Kaufkraftabflüsse aus dem eigenen Stadtgebiet zu minimieren. Besonders positiv wird die Etablierung eines attraktiven Lebensmittelmarktes in der Rintelner Innenstadt bewertet, der neben der Versorgung der Innenstadtbewohner zusätzlich als Frequenzbringer für die Innenstadt fungieren kann. Ähnlich ist die Neuansiedlung in den Bereichen Bekleidung/ Wäsche und Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik zu bewerten. Das vorhandene Textilangebot würde durch die neuen Anbieter im „Kloster-Karree“ ergänzt werden, zusätzlich entstünde ein Elektrofachmarkt in der Innenstadt, der die bestehende innenstädtische Versorgungslücke in diesem Sortimentsbereich schließen würde. Die übrigen vorgesehenen Einzelhandelsbetriebe runden das Angebot innerhalb des Karrees ab. Außerdem würde durch die Konzentration des Einzelhandels der bestehende Innenstadtbereich verdichtet und ein weiterer Magnetbetrieb im südlichen Innenstadtbereich etabliert.

Ein Vergleich mit den unter Kap. 5.2 aufgeführten Entwicklungspotenzialen (vgl. Abb. 36, S. 67) und dem Branchenkonzept (vgl. Kap. 5.3) macht deutlich, dass die neu entstehenden Verkaufsflächen den formulierten Entwicklungsstrategien voll entsprechen.

Somit ist Standort 1 generell für großflächigen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel geeignet.

Aufgrund der zu erwartenden **positiven Effekte** für die gesamte Innenstadt sollte dieser Standort mit **Priorität** entwickelt werden.²⁴

²⁴ Da es sich bei dem geplanten Vorhaben um ein großflächiges Vorhaben nach handelt, ist aus Gutachtersicht die Erarbeitung einer Verträglichkeitsuntersuchung zu empfehlen, die sich detailliert mit den zu erwartenden Umsatzumverteilungen innerhalb der Innenstadt und (relevant für die raumordnerische Beurteilung) auch mit den zu erwartenden Auswirkungen für die Kommunen und Zentren außerhalb der Stadtgrenzen Rinteln auseinandersetzt.

6.2 Fokussierung der Entwicklung auf die bestehenden Zentralen Versorgungsbereiche

Strategie zur Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche

Unter anderem aufgrund der teilweise eingeschränkten Pkw-Erreichbarkeit der Rintelner Innenstadt (vgl. Kap. 6.1) und des Bevölkerungsschwerpunktes im nördlichen Stadtgebiet von Rinteln, hat sich entlang der Bahnhofstraße ein Stadtteilzentrum etabliert, das im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen als Zentraler Versorgungsbereich festgelegt wurde. Entwicklungspotenzial ergibt sich neben dem Vorhaben im Bereich Sondergebiet Bahnhofstraße südlich der Bahngleise (vgl. CIMA-Gutachten) unter anderem auch durch den Standort des jetzigen Textilfachmarktes (Takko), der dann in eben diesen Bereich umsiedeln wird.

Wie bereits dargestellt, sollte der Zentrale Versorgungsbereich Bahnhofstraße nicht nur unter einen besonderen Schutz gestellt, sondern auch angemessen weiterentwickelt werden. Ähnlich wie in Kap. 4.4 und 5.4 beschrieben, sollte sich aus Gutachtersicht an folgenden Leitlinien orientiert werden:

- Zentrenrelevanter Einzelhandel ist nur in der Innenstadt (im ZV Innenstadt auch großflächig) und eingeschränkt in den Zentralen Versorgungsbereichen auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche zulässig (max. 400 qm Verkaufsfläche).
- Für neue Einzelhandelsprojekte in § 34-Gebieten bzw. für großflächige Einzelhandelsansiedlungen (über 800 qm VKF) in Sondergebieten muss gutachterlich festgestellt werden, dass schädliche Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße nicht zu erwarten sind. Dies bezieht sich auch auf Flächen, die mittelbar oder unmittelbar an die definierten Zentralen Versorgungsbereiche angrenzen.
- Ausweisung neuer Zentraler Versorgungsbereiche nur nach vorheriger Prüfung (vgl. Kap. 6.4)

Mit der Entwicklung des Standortes südlich der Bahngleise und einer Wiedernutzung der dann leer stehenden Fläche des Textilfachmarktes an der Bahnhofstraße wäre aus Gutachtersicht zunächst eine Konsolidierung erreicht, die eine Erweiterung des Stadtteilzentrums nicht notwendig macht. Erweiterungen im Bestand sollten aus Gutachtersicht jedoch positiv begleitet werden.

6.3 Sinnvoller Ausbau der Nahversorgung

In Kap. 3.4.2 wurde die Nahversorgungssituation innerhalb der Stadt Rinteln dargestellt. Zur Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung sollten die folgenden Strategien verfolgt werden:

- Sicherung bestehender Nahversorger (vgl. Abb. 24, S.44)
- Verbesserung der Nahversorgung in den unterversorgten Gebieten (Innenstadt, Ortsteile)
- Priorität bei Neuansiedlungen:
 - integrierte Lage,
 - Nähe zu bestehenden Wohngebieten,
 - Versorgungsfunktion für das nähere Umland

Aus einer grundsätzlich zufrieden stellenden Versorgungssituation im periodischen Bedarfsbereich ergeben sich die bereits unter Kap. 5.2 formulierten Zielvorgaben:

- Das Potenzial für weitere Einzelhandelsansiedlungen im periodischen Bedarf ist in der Stadt Rinteln begrenzt, in einem gewissen Rahmen aber durchaus vorhanden.
- Aus Gutachtersicht sollte das (begrenzte) Potenzial deshalb genutzt werden, um die bestehenden Nahversorgungsstandorte zu erhalten und Modernisierungen sowie Vergrößerungen, die für die bestehenden Strukturen verträglich sind, positiv zu begleiten.
- Zusätzlich kann ein attraktiver Lebensmittel-Markt als zusätzlicher Magnet in der Innenstadt fungieren, der zusätzlich Kaufkraft in die Innenstadt von Rinteln zieht.
- Ebenfalls positiv ist der geplante Lebensmittel-Verbrauchermarkt an der Bahnhofstraße (im Zentralen Versorgungsbereich) zu beurteilen (vgl. Kap. 5.4 und Kap. 6.2).

In der Vergangenheit wurde in vielen Städten versucht, Einzelhandelsbetriebe entlang so genannter Entwicklungsachsen (also an Ein- oder Ausfallstraßen) anzuordnen. Dieses Prinzip der Längenausdehnung hat sich jedoch als nicht

tragfähig erwiesen. Die Wege, die von einem zum anderen Betrieb zurückgelegt werden müssen, sind häufig zu lang, es besteht keine als Einheit empfundene städtebauliche Struktur, zudem sind die Standorte häufig nicht oder nur teil-integriert. Folglich gehen von den einzelnen Betrieben keine positiven Agglomerationseffekte aus. Aufgrund des begrenzten Potenzials in Rinteln ist aus Gutachtersicht für Nahversorgungsbetriebe von einer Aufreihung entlang der Ein- bzw. Ausfallstraßen nach Möglichkeit abzusehen. Einzelne Standorte sind ggf. gesondert zu prüfen und machen u.U. eine auf den jeweiligen Standort und das Planvorhaben bezogene Verträglichkeitsuntersuchung notwendig. Wichtig ist aus Sicht der CIMA dabei immer, die oben formulierten Prioritäten bei Neuansiedlungen sowie die Verträglichkeit für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen sicherzustellen.

Die einzelnen Ortsteile verfügen nur über sehr gering ausgebildete bzw. gar keine Nahversorgungsstrukturen (vgl. Kap. 2.3.2). Aus Sicht der CIMA wird es auch in Zukunft vermutlich nicht gelingen, in den peripher gelegenen, bevölkerungsarmen Ortsteilen konventionelle Lebensmittelbetriebe (Aldi, Plus, Edeka etc.) zu etablieren. Die Mindestanforderungen konventioneller Anbieter sind in der Regel:

- Orte/ Städte ab 5.000 Einwohner
- Einzugsgebiet ab 5.000 bis 10.000 Einwohner
- Lage an frequentierten Straßen, ggf. an Wohngebiete oder bestehende Einzelhandelsbetriebe angrenzend

Diese Anforderungen treffen in Rinteln auf keine der in Kap. 2.3.2 aufgeführten Ortsteile zu. Aus diesem Grund sollte die Realisierung sog. „alternativer“ Nahversorgungsstrukturen geprüft werden. Dabei ist zwischen Lebensmittelketten auf dem Land (vgl. Kap. 7.1), Nachbarschaftsläden (vgl. Kap. 7.2) und mobilen Verkaufsständen (vgl. Kap. 7.3) zu unterscheiden.

6.4 Verträgliche Entwicklung des großflächigen Einzelhandels außerhalb der Innenstadt/ außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche

Neben der Sicherstellung von Flächen für den periodischen Bedarfsbereich und insbesondere der Konzentration zentrenrelevanter Sortimente auf die Innenstadt von Rinteln, besitzen auch Einzelhandelsflächen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine nicht zu vernachlässigende Bedeutung für eine ausgewogene Einzelhandelslandschaft. Zum Beispiel entfallen auf Baumarktsortimente in Rinteln zurzeit rd. 10 % des Umsatzes im Einzelhandel (vgl. Abb. 6, S. 19). Für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel hat die CIMA deshalb die nachfolgenden Strategien entwickelt:

- Einzelhandelsflächen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (auch unterhalb der Großflächigkeit von 800 qm) sollten sich mit Priorität an bereits bestehenden Einzelhandelsstandorten („Führungsvorteile“, „Verkehrsvermeidung“) ansiedeln, vorwiegend in städtebaulich integrierter oder teil-integrierter Lage. Für Rinteln bedeutet dies, dass sich (insbesondere der großflächige nicht-zentrenrelevante Einzelhandel) auf die Sonder- bzw. Gewerbegebiete an der Stoevesandtstraße/ Breite Straße und das Industriegebiet-Süd im Bereich Detmolder Straße/ Braasstraße beschränken sollte (vgl. Kap. 6.4.1 und Kap. 6.4.2).²⁵
- An den übrigen teil- und nicht-integrierten Standorten (Gewerbe- oder Sondergebiete) sollte Einzelhandel nach Möglichkeit ausgeschlossen werden. Dadurch gelingt es zum einen, einer ungewünschte Schwerpunktverlagerung entgegen zu wirken, zum anderen würden an diesen Standorten dadurch Flächen für Gewerbe gesichert werden. Ggf. macht dies jedoch eine Einzelfallprüfung notwendig.²⁶
- Um Kaufkraftabflüsse aus der Innenstadt an nicht-integrierte Standorte zu reduzieren, sollten zentrenrelevante Randsortimente in den jeweiligen Bebauungsplänen auf 10% der Gesamtverkaufsfläche beschränkt werden. Da damit jedoch keine ausreichende Obergrenze festgelegt wird und bei größeren Einzelhandelsbetrieben Randsortimente auf 10% der Gesamtfläche

erhebliche Kaufkraftabflüsse aus der Innenstadt induzieren können, empfiehlt die CIMA, eine zusätzliche Beschränkung der zentrenrelevanten Einzelsortimente auf maximal 100 qm Verkaufsfläche (vgl. Kap. 5.5).

Die folgenden Standorte werden in diesem thematischen Zusammenhang bewertet:

- Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße)
- Standort 3: südlicher Kernstadtbereich (Industriegebiet-Süd: Detmolder Straße/ Braasstraße)

²⁵ Das würde ggf. eine Überarbeitung der bestehenden Bebauungspläne notwendig machen.

²⁶ Abweichungen hiervon machen aus Gutachtersicht eine einzelfallbezogene Verträglichkeitsuntersuchung nach § 11,3 BauNVO bzw. § 34, 3 BauGB notwendig.

6.4.1 Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße)

Standort 2 liegt im nördlichen Kernstadtgebiet an der Konrad-Adenauer-Straße. In direkter Nähe befindet sich das Marktkauf-SB-Warenhaus, außerdem haben sich entlang der Konrad-Adenauer-Straßen zwei Tankstellen und ein Heimwerker- und Heimtextilfachmarkt (Lambrecht: wohnen & sparen) angesiedelt. Für die Entwicklung der Flächen liegt der Stadt Rinteln eine Anfrage bzw. Bauvoranfrage zur Errichtung eines Möbel- und Heimtextilfachmarktes (2a) sowie eines Tierfuttermarktes (2b) vor. Die beiden Anfragen beziehen sich auf zwei verschiedene Standorte, die jedoch lediglich durch das SB-Warenhaus Marktkauf voneinander getrennt sind und deshalb in einem Zusammenhang bewertet werden (vgl. Abb. 45). Auf der Fläche des projektierten Möbel- und Heimtextilfachmarktes befinden sich zurzeit Wohngebäude (inkl. Grünflächen). Die Fläche, auf dem ein Tierfuttermarkt realisiert werden soll, wird zurzeit durch einen Autohändler genutzt.

Abb. 43: Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße), Fläche Tierfuttermarkt



Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 44: Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße), Fläche Möbel- und Heimtextilfachmarkt

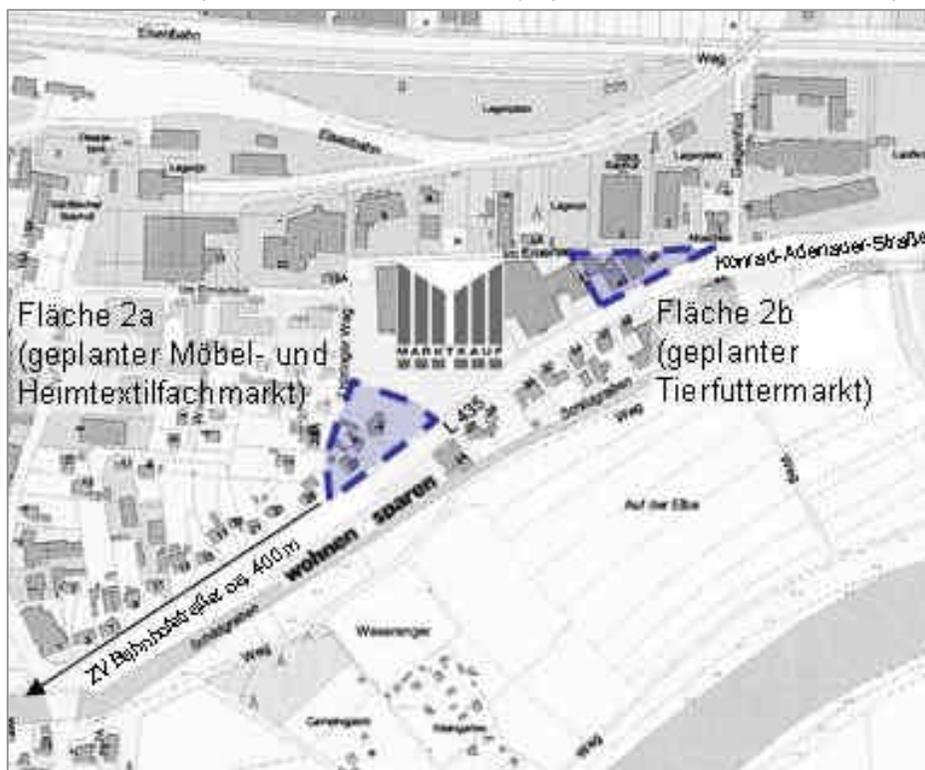


Quelle: CIMA GmbH 2007

Bewertungskriterien

- Lage an der Konrad-Adenauer-Straße innerhalb des Gewerbe- und Sondergebietes Konrad-Adenauer-Straße (2a) bzw. daran angrenzend (2b)
- SB-Warenhaus Marktkauf direkt angrenzend, außerdem 2 Tankstellen, ein Heimwerker- und Heimtextilienfachmarkt (Lambrecht wohnen & sparen) sowie ein Autoteilehandel in der näheren Umgebung vorhanden
- zahlreiche gewerbliche Betriebe sowie Pkw-Handel in der näheren Umgebung vorhanden
- Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße in rd. 400 Meter Entfernung in westlicher Richtung
- sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über die Konrad-Adenauer-Straße gegeben
- kleines Wohngebiet in direkter Umgebung
- eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit
- städtebaulich teil-integrierte Lage

Abb. 45: Übersichtskarte Standort 2: nördliche Kernstadt (Konrad-Adenauer-Straße), Möbel-/ Heimtextilmarkt (2a) und Fläche Tierfuttermarkt (2b)



Quelle: CIMA GmbH 2007

Bewertung

Im Gewerbe- und Sondergebiet Konrad-Adenauer-Straße sollten gemäß Branchen- und Standortkonzept in Zukunft ausschließlich **nicht-zentrenrelevante Sortimente (nach Prüfung auch großflächig) angesiedelt werden**, die zentrenrelevanten Sortimente sind zusätzlich auf 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken.

Folglich sind die Standort 2a und 2b für zentrenrelevante und weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (über die Flächen des bestehenden Marktkauf-Marktes hinausgehend) nicht geeignet.

Fläche 2a:

Möbel- und Heimtextilfachmärkte (Dänisches Bettenlager) bieten in etwa zu jeweils 50 % Flächenanteil Möbel und Heimtextilien an. Der projektierte Markt soll dabei eine Verkaufsfläche besitzen, die deutlich unterhalb der Großflächigkeit (800 qm Verkaufsfläche) liegt. Nach dem vorgelegten Branchen- und Standortkonzept ist die **Fläche 2a zwar nicht ideal für einen Möbel- und Heimtextilfachmarkt geeignet, bei der vorgesehenen kleinflächigen Ansiedlung ist jedoch davon auszugehen, dass sich keine bedeutenden Angebotsverschiebungen in den Zentren ergeben werden**. Die Gefahr, dass durch die zusätzliche Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente (Heimtextilien) das zzt. funktionierende Stadtteilzentrum Bahnhofstraße mittelfristig an Bedeutung verliert, ist bei der vorgesehenen kleinflächigen Ansiedlung als gering einzustufen. Zudem befinden sich entlang der Konrad-Adenauer-Straße bereits zahlreiche Einzelhandelsbetriebe. Aufgrund der bestehenden verkehrlichen Situation empfiehlt die CIMA eine verkehrliche Erschließung des Möbel- und Heimtextilfachmarktes über die Stellplätze des Marktkauf-SB-Warenhauses zu prüfen.

Grundsätzlich sollte jedoch geprüft werden, den Möbel- und Heimtextilfachmarkt im Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße anzusiedeln, dort können sich ggf. positive Agglomerationseffekte ergeben. Außerdem ist auf der Entwicklungsfläche an der Bahnhofstraße südlich der Gleisanlagen (vgl. CIMA-Gutachten) als Option bereits die Ansiedlung eines Möbel- und Heimtextilfachmarktes vorgesehen. Die Ansiedlung eines Möbel- und Heimtextilfachmarktes an der Konrad-Adenauer-Straße sollte deshalb in Abstimmung mit den Planungen an der Bahnhofstraße geschehen. **Aus Sicht der CIMA ist die Fläche 2a somit grundsätzlich für die Ansiedlung eines kleinflächigen Möbel- und Heimtextilfachmarktes geeignet, auch wenn aus Gutachtersicht die Ansiedlung dieses Marktes im Zentralen Versorgungsbereich als optimaler anzusehen ist.**

Fläche 2b:

Da Tiernahrung und Heimtierbedarf als nicht-zentrenrelevant eingestuft wurden, ist aus Gutachtersicht die **Anfrage für einen Zoofachmarkt positiv zu beurteilen**. Auswirkungen für die bestehenden Zentren in Rinteln sind durch den projektierten Zoofachmarkt grundsätzlich nicht zu befürchten, jedoch sollte bedacht werden, dass auf der Entwicklungsfläche Bahnhofstraße (vgl. CIMA-Gutachten) ebenfalls als Option die Realisierung eines Zoofachmarktes vorgesehen ist. Unter Berücksichtigung des Bestandes in Rinteln (bestehender Zoofachmarkt an der Mindener Straße) **sollte die Fläche 2b deshalb lediglich als Alternative zum Planvorhaben an der Bahnhofstraße entwickelt werden**. Die Ansiedlung von drei Tierfutterfachmärkten würde aus Sicht der CIMA zu einer Überversorgung in dieser Bedarfsgruppe sorgen, die mittel- bis langfristig die Aufgabe eines der drei Standort wahrscheinlich machen würde. Die Folge wäre ein Leerstand in einer verkehrlich gut erschlossenen Lage.

6.4.2 Standort 3: südlicher Kernstadtbereich (Industriegebiet-Süd, Detmolder Straße/ Braasstraße)

Standort 3 liegt im Sonder- und Gewerbegebiet Rinteln-Süd. Der überwiegende Teil dieses Gebietes wird durch gewerbliche und industrielle Betriebe genutzt. Im Bereich Detmolder Straße/ Braasstraße wurden in den letzten Jahren vermehrt Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Zurzeit befinden sich dort u.a. ein Aldi-Markt, ein Expert-Elektrofachmarkt sowie ein Kik-Textilfachmarkt. Innerhalb der Stadtverwaltung und der Politik in Rinteln steht der Ausbau dieses Einzelhandelsstandortes immer wieder in der Diskussion. Vorgesehen ist unter anderem die Ansiedlung von großflächigen Nahversorgungsbetrieben in direkter Nähe zu den bestehenden Einzelhandelsstrukturen im Bereich Detmolder Straße/ Braasstraße. Auch die Ansiedlung weiterer Fachmärkte wird in Rinteln thematisiert.

Abb. 46: Standort 3: südlicher Kernstadtbereich (Industriegebiet-Süd)



Quelle: CIMA GmbH 2007

Bewertungskriterien

- Lage innerhalb eines Sonder- und Gewerbegebietes
- zahlreicher Einzelhandel in der näheren Umgebung vorhanden
- Entfernung zur Innenstadt rd. 2 km
- Entfernung zu relevanten Lebensmittelbetrieben: WEZ 1,2 km; Jibi:4,5 km
- gewerbliche und industrielle Betriebe in direkter Umgebung vorhanden
- gute Pkw-Erreichbarkeit über die Detmolder Straße
- keine Wohngebiet in unmittelbarer Entfernung
- schlechte fußläufige Erreichbarkeit
- städtebaulich nicht-integrierte Lage

Abb. 47: Übersichtskarte Standort 3: südliche Kernstadt (Industriegebiet-Süd)



Quelle: CIMA GmbH 2007

Bewertung

Gemäß Branchen- und Standortkonzept sind zukünftig im Sonder- und Gewerbegebiet (Industriegebiet-Süd) ausschließlich **nicht-zentrenrelevante Sortimente zulässig**, die **zentrenrelevanten Sortimente sind auf 10 % der Verkaufsfläche** zu beschränken. Somit ist Standort 3 für weitere **zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente nicht geeignet**.

Die Ansiedlung weiterer Nahversorgungsbetriebe im Industriegebiet-Süd würde die qualitative Nahversorgung im Stadtgebiet nur unwesentlich verbessern. Vielmehr bestünde aus Gutachtersicht die Gefahr, dass die bestehenden Lebensmittelvollsortimenter WEZ und Jibi in den angrenzenden Ortsteilen nicht mehr konkurrenzfähig sind und ihre Standorte verlassen. Dies hätte eine Verschlechterung der Nahversorgungssituation in den angrenzenden Wohngebieten zur Folge. Um die Konkurrenzfähigkeit der bestehenden Betriebe im Industriegebiet-Süd jedoch zu gewährleisten, sollten Modernisierungen und moderate Flächenerweiterungen der bestehenden Anbieter im periodischen Bedarfsbereich grundsätzlich ermöglicht werden. Aus Sicht der CIMA würden Flächenerweiterungen jedoch eine auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchung notwendig machen.

Die Ansiedlung weiterer zentrenrelevanter Sortimente würde die ohnehin bereits bestehende Konkurrenzsituation zur Innenstadt zusätzlich verstärken. Dies trifft insbesondere auch aufgrund des bestehenden, starken Stadtteilzentrums im Norden der Stadt (Bahnhofstraße) zu.

Auf der anderen Seite ist Standort 3 jedoch sehr **für die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente geeignet**. Verstärkte Konkurrenz für die bestehenden Zentren ist bei der einzelhandelsspezifischen Entwicklung mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nicht zu erwarten, außerdem ist die Pkw-Erreichbarkeit als positives Kriterium hervorzuheben. Gemäß konzeptionellen Aussagen sollten zentrenrelevante Randsortimente jedoch auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche und zusätzlich mit einer absoluten Verkaufsflächenobergrenze (je nach Größe des Betriebs) eingeschränkt werden.

6.5 Übersicht Standortkonzept

Die Stadt Rinteln besitzt in der Gesamtbetrachtung ein attraktives Einzelhandelsangebot, das jedoch noch erhebliches Potenzial für Neuansiedlungen offen hält. Die CIMA hat dafür ein Strategiegerüst erarbeitet, das die Sicherung und Stärkung der Rintelner Einzelhandelslandschaft gewährleistet. Als wesentliche Entwicklungsschwerpunkte bzw. anzustrebende Planungen sieht die CIMA das Kloster-Karree in der Innenstadt und die Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches Bahnhofstraße an.²⁷

Das Strategiegerüst besteht im Einzelnen aus den Bausteinen:

- Erarbeitung von Strategien und Zielen (vgl. Kap. 3)
- Festlegung der Zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 4)
- Erarbeitung eines Branchenkonzeptes für die Innenstadt, den Zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße, die Nahversorgung und den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (vgl. Kap. 5)
- Zentren- und Standortkonzept für die Innenstadt, den Zentralen Versorgungsbereich, die Nahversorgung und den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (vgl. Kap. 6)

Das Zentren- und Standortkonzept beantwortet aktuelle Standortfragen und bildet eine verlässliche Grundlage für die weitere Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rinteln. Die nachfolgende Abb. 48 auf S. 89 gibt einen Überblick über die untersuchten Standorte.

Der Standort der **Kategorie A** ist generell für großflächigen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel geeignet. Darüber hinaus ist für diesen Standort generell auch nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel denkbar. Aufgrund der überregionalen Bedeutung des projektierten Kloster-Karrees und der zu

²⁷ Die Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches Bahnhofstraße wird aus Gutachtersicht vor allem durch die geplante Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe an der Bahnhofstraße südlich der Gleisanlagen erreicht (vgl. CIMA-Gutachten: „Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Sondergebiet Bahnhofstraße (Bebauungsplan 73) in der Stadt Rinteln“).

erwartenden positiven Effekte für die Innenstadt ist dieser Standort bzw. dieses Vorhaben mit Priorität voranzutreiben.

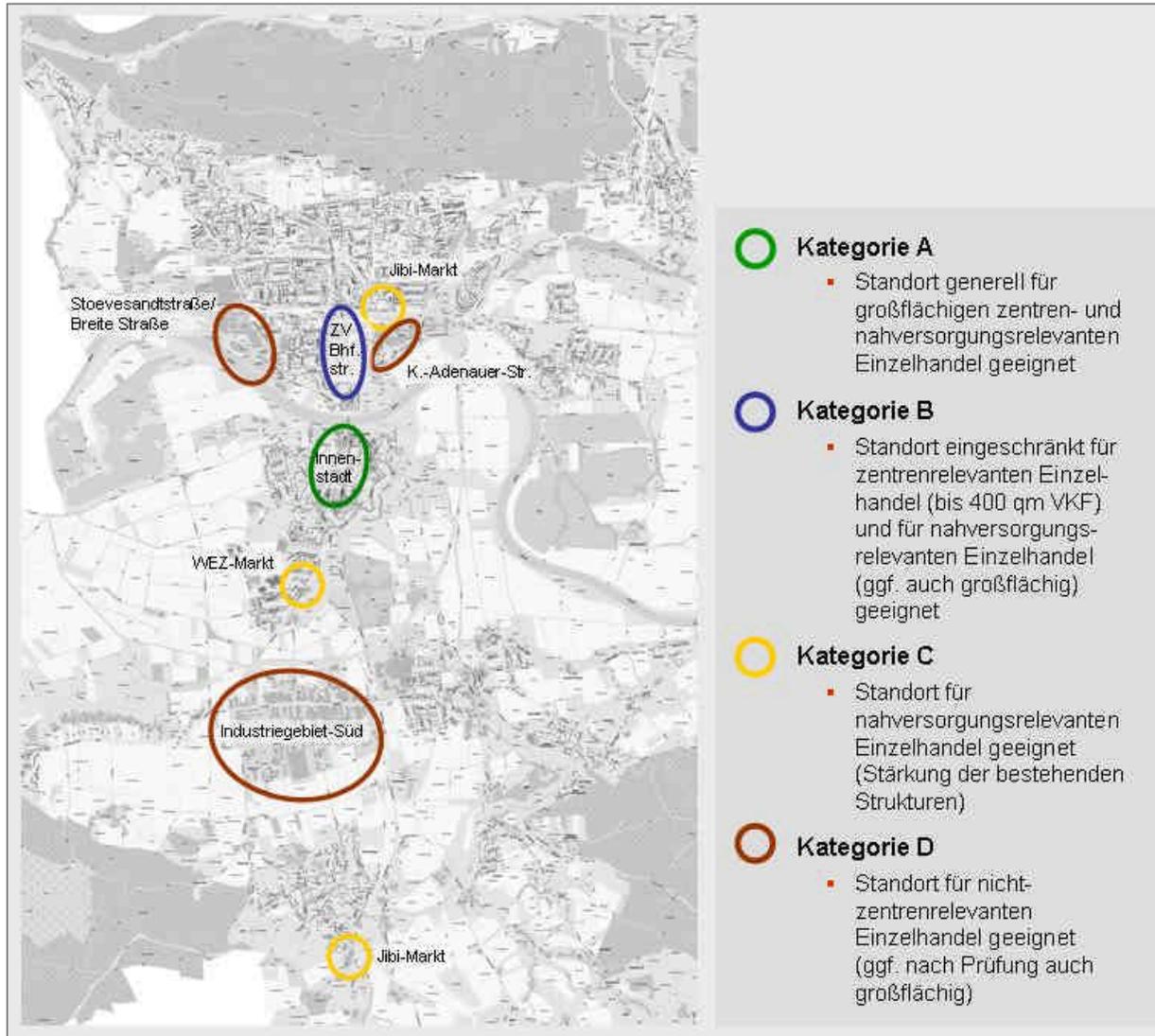
Die Standorte der **Kategorie B** (Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße) sind zukünftig - nach Abschluss der aktuellen Planungen im Bereich Bahnhofstraße/ südlich der Gleisanlagen - für zentrenrelevanten Einzelhandel bis zu 400 qm Verkaufsfläche geeignet. Den bestehenden Nahversorgungsbetrieben sollte die Möglichkeit der Modernisierung gegeben werden, das schließt u. U. auch verträgliche Erweiterungen mit ein. Die Stärkung dieses Bereichs trägt aus Gutachtersicht zur Stabilisierung der Versorgungsstrukturen im nördlichen Kernstadtbereich bei. Grundsätzlich ist auch die Ansiedlung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel möglich.

Kategorie C bezeichnet all die Standorte, die erhebliche Nahversorgungsfunktion besitzen und deshalb perspektivisch erhalten bleiben bzw. als Nahversorgungsstandort entwickelt werden sollten. Dies schließt auch die Modernisierung der bestehenden Standorte und Flächenerweiterungen (nach Prüfung auch großflächig) ein.

Die Standorte der **Kategorie D** sind primär für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (auch großflächig) geeignet. Um zusätzliche innerstädtische Konkurrenz zu vermeiden, die vor allem zu innerstädtischer Verdrängung führen würde, ist die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Sortimente an diesen Standorten einzuschränken. Neben den untersuchten Standorten an der Konrad-Adenauer-Straße (Standort 2) und im Industriegebiet-Süd (Standort 3), beziehen sich diese konzeptionellen Aussagen auch auf den Standort Stoevsandstraße/ Breite Straße.

In allen übrigen Gebieten sind kleinflächige nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen möglich, grundsätzlich sollte jedoch versucht werden, auch diese auf die bestehenden Einzelhandelsstrukturen (Kategorien B bis D) zu konzentrieren. Kleinflächiger zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel sollte nach Möglichkeit auf die Zentren (Kategorie A und B) bzw. auf die bestehenden Nahversorgungsstandorte (Kategorie C) beschränkt bleiben.

Abb. 48: Übersicht Standortkonzept für die Stadt Rinteln



Quelle: CIMA GmbH 2007

6.6 Umsetzung der standortbezogenen Vorgaben aus dem Einzelhandelskonzept

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rinteln mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der CIMA notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien der Stadt Rinteln zu beschließen. Darüber hinaus sollten die Flächen, die für eine einzelhandelspezifische Nutzung geeignet sind, aktiv vermarktet und entwickelt werden.

Die Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen macht gegebenenfalls eine Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne notwendig. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Rintelner Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Abb. 34, S. 63) bezogen werden.

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen.²⁸ Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Rintelner Liste, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplanes sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die CIMA darüber hinaus auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchungen (nach § 11,3 BauNVO).

²⁸ Der empfohlene Ausschluss von Einzelhandel bezieht sich nicht auf den Handel mit Kfz. Der Handel mit Kfz ist nicht dem Einzelhandel „im engeren Sinne“ zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Handwerksbetrieben (z.B. Installateure) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind.

7. Alternative Nahversorgungsmöglichkeiten

Insgesamt betrachtet ist die Nahversorgung in der Kernstadt Rinteln weitestgehend als gut zu bezeichnen. Lediglich in einzelnen Ortsteilen werden aufgrund der peripheren Lage und der geringen Einwohnerzahlen Nahversorgungsdefizite sichtbar. Insgesamt besitzen die Ortsteile von Rinteln, in denen sich kein relevanter Nahversorgungsbetrieb befindet 10.204 Einwohner,²⁹ dies stellt in der Summe ein nicht zu vernachlässigendes Kaufkraftpotenzial dar.

Die unzureichende Versorgung der Bevölkerung in peripher gelegenen Ortsteilen und insbesondere in Gemeinden und Städten mit einer großen Flächenausdehnung ist kein alleiniges Problem der Stadt Rinteln.

Viele kleinere Geschäfte, die so genannten „Tante-Emma-Läden“, dürften in ihrer Fortführung nicht mehr rentabel sein. Dies führt in der Folge häufig zur Aufgabe des Betriebes. Die großen Discounter und Verbrauchermärkte in den umliegenden größeren Kommunen lassen den kleinen dörflichen Nahversorgern keine wirtschaftliche Überlebenschance. Doch besonders für Senioren und Menschen ohne Auto wird diese Situation zum Problem.

Neben der fehlenden Versorgung treten auch soziale Probleme auf. Der Lebensmittelladen hat oft den Charakter eines Treffpunktes der Dorfgemeinschaft. Diese zusätzliche Funktion, die Nachbarschaft durch ein Treffen beim Einkaufen zusammenzuführen und -zuhalten, geht verloren. An diesem Punkt der Nachbarschaft und Gemeinschaft setzen diverse Projekte und Ideen zur Zukunft der Nahversorger an. Zentren mit Dienstleistungen und Einzelhändlern des täglichen Bedarfs werden bewusst gebündelt.

Ein kleiner Nahversorger in Verbindung mit verschiedenen Dienstleistern kann so die Konkurrenzsituation mit den Supermärkten aufnehmen und versuchen, eine kommunale Magnetwirkung zu erzielen. Somit wird nicht nur die Versorgung wieder gesichert, sondern die sozialen und kommunikativen Aspekte wer-

den zugleich verstärkt. Waren aus der Region können eine weitere Bindung der Kunden bewirken.

Weitere Konzepte wie „rollende Läden“ oder „Bringbusse“ werden in einigen Gemeinden schon seit einiger Zeit praktiziert. Auch die so genannten Hofläden können einen Teil der Versorgung anbieten. Das Sortiment ist jedoch stets beschränkt auf eigene Produkte oder Bioprodukte. Weitere Mängel der Hofläden sind die eingeschränkten Öffnungszeiten, auf die sich der Kunde einstellen muss.

Ebenso gibt es sozial ausgerichtete Projekte, welche die Versorgung im ländlichen Raum gewährleisten sollen. Die CAP-Märkte werden als Nahversorger von gemeinnützigen Trägerschaften finanziert und bieten Behinderten einen Arbeitsplatz. Ähnliche Ideen werden von anderen Wohltätigkeitsverbänden wie der Diakonie umgesetzt.

Als weitere Einkaufsmöglichkeit im ländlichen Raum zählen auch die Tankstellenshops, deren Verkaufsfläche und Sortimentsauswahl teilweise denen eines kleinen Nahversorgers entsprechen. Ein Tankstellenshop erzielt 50 % seines Gewinnes durch den Verkauf von Getränken, Tiefkühlpizzen, Brötchen und anderen Artikeln des täglichen Bedarfs. Die Sortimentsauswahl kann bis zu 2.300 Artikel umfassen. Dazu kommen saisonabhängige Angebotsaktionen wie Grills, Fahrräder oder auch Elektrogeräte.

Darüber hinaus führt der Mangel an Einzelhandel im ländlichen Raum zur vermehrten Nutzung des Internet in diesen Gebieten. Die Nachfrage bei den klassischen Versandhändlern liegt in sehr starkem Maß in der Bekleidungsbranche, bei Büchern und Unterhaltungselektronik.

E-Commerce für lokale Einzelhändler gewinnt so zunehmend an Bedeutung. Lieferungen von Artikeln des periodischen Bedarfs, insbesondere bei Frischwaren, bereiten jedoch logistische Probleme.

²⁹ Laut Stadt Rinteln, Stand: 31.12.2006.

Einige Nahversorger und einzelne Fachmärkte haben einen Bringservice. Per Internet, Fax oder direkt im Laden können Lebensmittel und andere Waren eines Nahversorgersortiments bestellt werden.

Unterschiede bestehen bei den Lieferbedingungen. Die zu beliefernden Gebiete können regional begrenzt sein oder sich auf das ganze Bundesgebiet erstrecken. Teilweise sind die Lieferungen kostenpflichtig oder ab einem Mindestbestellwert kostenlos.

Nähere Informationen finden sich u.a. auf den Internetseiten der jeweiligen Lebensmittelanbieter.

7.1 Lebensmittelketten auf dem Land

In weiten Teilen des ländlichen Raumes ist nicht einmal mehr die Grundversorgung gesichert, was besonders den älteren und nicht mobilen Menschen ein Problem bereitet. Die Agglomerationen von Discountern und Verbrauchermärkten an den Peripherien von Großstädten und mittlerweile auch Kleinstädten geben den kleinen Betrieben kaum Überlebenschancen.

Die Markant-Nordwest Handels-GmbH mit Sitz in Leer hat die Unterversorgung im ländlichen Raum als Chance begriffen und geht mit unterschiedlichen, speziell für den ländlichen Raum angepassten Konzepten an den Markt. Für Rinteln interessante Konzepte dürften insbesondere die Vertriebstypen „Ihre Kette“ mit rd. 300 qm VKF als Nachbarschaftsgeschäft und „IK – Ihr Kaufmann“ mit 100 bis 300 qm VKF als convenienceorientiertes Nachbarschaftsgeschäft sein. Die Betriebe werden i.d.R. durch selbstständige Einzelhändler geführt. Als mögliche Standorte gibt die Markant-Gruppe Ortschaften oder Gemeinden an, die bislang über keinen Lebensmittelbetrieb verfügen (zur genaueren Recherche siehe: www.nahversorgeroffensive.de). Darüber hinaus werden die folgenden Standortfaktoren genannt:

- Einwohnerzahl 1.000 bis 1.500 im Einzugsgebiet
- freie Kaufkraft von 1 bis 2 Mio. Euro
- gute Erreichbarkeit (zu Fuß, Pkw)
- Haltestelle des ÖPNV in der Nähe
- andere Dienstleistungsbetriebe
- geringe Anzahl an Stellplätzen

Die Vertriebskonzepte „Ihre Kette“ und „IK – Ihr Kaufmann“ sind dabei stark serviceorientiert. Konzeptionell kann sich das Angebot sowohl auf ein breites Nahversorgungssortiment als auch auf spezialisierte Sortimentsgruppen beziehen (z. B. Frischeprodukte (Lebensmittel), Trockensortiment (Lebensmittel), Drogerie/ Non-Food-Artikel, Kassenartikel, Frische Convenience (Lebensmittel)).

Abb. 49: Nachbarschaftsgeschäfte „Ihre Kette“ und „IK – Ihr Kaufmann“



Quelle: www.nahversorgeroffensive.de
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

7.2 Nachbarschaftsladen

Die Funktion des früheren „Tante Emma“ Ladens wird heute durch den „Nachbarschaftsladen“ übernommen. Diese kleinen Läden sind nicht nur Nahversorger, sondern oft auch der zentrale Platz der dörflichen Gemeinschaft und Mittelpunkt der Kommunikation.

Der Laden ist zum einen Grundversorger mit Lebensmitteln, zum anderen einer der wichtigsten Treffpunkte am Ort. Neben den Waren des täglichen Bedarfs werden verschiedene Dienstleistungen angeboten, um das Projekt finanzierbar zu machen.

Die Errichtung eines Nachbarschaftsladens wird oftmals öffentlich unterstützt, langfristig muss der Betrieb sich jedoch selbst finanzieren.

Die Größe der Nachbarschaftsläden liegt zwischen 80 und 120 qm. Wesentliche Unterschiede zwischen den Nachbarschaftsläden bestehen in der wirtschaftlichen Organisation des Betriebes. Dabei gibt es privat betriebene Läden und solche, die von einer Bürgerinitiative getragen werden. Ein oder mehrere Bürger übernehmen ehrenamtlich oder gegen eine geringe Bezahlung die Geschäftsführung.

Das Warenangebot zeichnet sich durch ein breites, aber sehr flaches Sortiment aus. In der Regel müssen höhere Preise in Kauf genommen werden. Je nach Bedarf beherbergt der Nachbarschaftsladen Dienstleistungsangebote wie eine Post, Lotto/Toto- Annahmestelle, Reinigungsannahme, Fotoservice und Stehcafe. Je mehr Angebote unter einem Dach sind, desto größer wird die Attraktivität für den Kunden.

Nachbarschaftsladen: Beispiel Duderstadt, Ortsteil Fuhrbach

In der Gemeinde Fuhrbach, einem Ortsteil von Duderstadt, gibt es seit 2002 den „Fuhrbacher Dorfladen“. Der Betrieb wird von der Bürgerschaft (GbR) getragen, die sich mittlerweile aus 50 Mitgliedern zusammensetzt. Jedes Mitglied ist gleichzeitig Anteilinhaber des Dorfladens. Die kleineren Entscheidungen werden von drei Geschäftsführern getroffen. Jeder der Anteilseigner ist jedoch entscheidungsbefugt. Eine Eigentümerversammlung unterstreicht den gemeinschaftlichen Charakter der Bürgerinitiative in regelmäßigen Abständen.

Das Gebäude wurde privat vom Bürgermeister Fuhrbachs gekauft, um als Dorfladen umfunktioniert zu werden.

Acht Frauen arbeiten in Schichten im Laden. Dabei beginnt der Arbeitstag um 5.30 Uhr, denn bereits um 6 Uhr wird das Geschäft geöffnet.

Auf einer Verkaufsfläche von ungefähr 20 qm sind Lebensmittel und ein Bäckerverkauf untergebracht. Zusätzlich ist im Keller ein Getränkeverkauf angeschlossen. Für ältere Dorfbewohner werden die Getränkekisten nach Hause geliefert.

Besondere regionale Angebote wie der Eichsfelder Schmand, der einmal in der Woche frisch angeliefert wird und die Eichsfelder Wurstspezialitäten werden direkt vom Bauern aus einem Nachbardorf bezogen.

Der Dorfladen wird von allen beteiligten Seiten als sehr positiv bewertet und gut angenommen. Nach Angaben einer Dorfbewohnerin war es bis zur Eröffnung des Ladens nicht möglich eine Zeitung in Fuhrbach zu kaufen, heute kommen sogar Bewohner der umliegenden Dörfer zum Einkaufen nach Fuhrbach.

Abb. 50: Fuhrbacher Dorfladen



Quelle: www.Fuhrbach.de
Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

7.3 Der rollende Dorfladen

Abb. 51: Der rollende Dorfladen von Günther Kropp



Quelle: Günther Kropp, Kropp GmbH
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2007

Die Idee ist einfach, sie fahren dorthin, wo heute keine Nahversorgung mehr am Ort ist. Sie bieten nicht alles, aber eine Grundversorgung an Lebensmitteln. Der gute Service und persönliche Gespräche mit den Kunden machen die kleinen Läden so beliebt. Hauptkunden sind ältere oder immobile Menschen, die sich nicht mehr selbst versorgen können und auf den rollenden Dorfladen angewiesen sind, da er die Lebensmittel direkt vor die Haustür liefert. Die Preise sind etwas höher als im festen Supermarkt. Anstatt der Mietkosten für Verkaufsräume müssen hier Zusatzkosten wie Benzin Fahrzeughaltungskosten mitgetragen werden.

Anhand von drei Beispielen aus Norddeutschland soll das Konzept des rollenden Dorfladens vorgestellt werden:

Das Konzept, das Ulrich Griener mit seinem rollenden Dorfladen verfolgt heißt: "Bioprodukte Freihaus". Etwa 700 verschiedene biologische Artikel, sogar Frischwaren in einem Kühlregal, bietet Ulrich Griener in seinem kleinen Geschäft an. Der Wagen ist 8 m lang und 2,20 m breit und hat eine Verkaufsfläche von ca. 12 qm. Der durchschnittliche Tagesumsatz, den der rollende Bioladen erzielt, liegt bei 1.000 €. Um diesen Umsatz zu erwirtschaften, fährt Ulrich Griener

zirka 50 Stationen am Tag an. Jeden Morgen startet er seine Tour in Öderquart und beliefert Gebiete im Alten Land bis in die Stader Geest. Drei bis vier Kunden warten an jeder Station auf den fahrenden Biomarkt.

Bereits seit 50 Jahren fährt Herr Kropp „täglich im Dienste der Hausfrau“ mit seinem rollenden Dorfladen übers Land. Auf nur 15 qm sind eine Tiefkühltheke und ein Kühlregal mit Frischeprodukten untergebracht. Insgesamt schätzt Herr Kropp die Anzahl seiner Artikel auf 2.600. Morgens früh um 6 Uhr wird der Wagen frisch mit Obst und Gemüse beladen. Etwa 100 Stationen mit einem überwiegend festen Kundenstamm fährt er mit seinem rollenden Vollsortimenter an, in einem Umkreis von 50 km rund um Reinfeld in Schleswig-Holstein. Einen Nachfolger für seinen rollenden Dorfladen hat Herr Kropp noch nicht.

Bereits seit mittlerweile 16 Jahren fährt Ingo Freese einen rollenden Dorfladen durch Ostfriesland. Seit nun 8 Jahren führt er zusammen mit seiner Frau sein eigenes kleines Unternehmen mit sogar drei Verkaufswagen. Der durchschnittliche Tagesumsatz jedes Wagens liegt bei 1.000 Euro. Der Einzelhändler hat in seinem Vollsortiment etwa 1400 verschiedene Artikel, die er auf einer Verkaufsfläche von rd. 12 qm anbietet. Frischwaren wie Joghurt und Wurst befinden sich in einem Kühlregal. Herr Freese bringt seinen Kunden die Waren bis an die Haustür, da er seine Kunden gezielt anfährt.

Experten schätzen, dass ein „rollender Supermarkt“ bei guter Führung und guter Kommunikation mit der Bevölkerung evtl. 2 - 3 % Marktanteil vom Lebensmittelpotenzial eines ländlichen Einsatzgebietes als Bruttoumsatz abschöpfen kann.

Die Firma Eismann fährt mit insgesamt 1.500 rollenden Wagen durch Deutschland. Der Umsatz eines Wagens liegt bei ca. 950 € am Tag.

8. Methodik

Die Analyse des Einzelhandels in der Stadt Rinteln wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich meistens auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Die Ermittlung der Daten auf der **Angebotsseite** erfolgt über die Bestandserhebung im Einzelhandel:

- Vollständige Bestandserhebung der Einzelhandelsflächen in der Stadt Rinteln
- Erfassung von einzelnen Sortimenten im Geschäft
- Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe („im engeren Sinne“) und Leerstände
- Branchenmix (33 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 CIMA Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt & Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 15 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen Bedarf (Lebensmittel, Gesundheits- und Drogeriewaren) und den aperiodischen Bedarf (mittel- und langfristiger Bedarfsbereich)

Abb. 52: Die 33 CIMA-Branchen

kurzfristig	Lebensmittel
	Reformwaren
	Apotheken
	Drogerien, Parfümerien
	Schnittblumen
	Zeitschriften
mittelfristig	Oberbekleidung
	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
	Sportartikel
	Schuhe
	Sanitätshäuser
	Bücher
	Schreibwaren
	Spielwaren
	Zoobedarf
langfristig	Möbel
	Antiquitäten, Kunstgegenstände
	Eisenwaren, Hausrat, Baumarktartikel
	Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
	Farben, Lacke, Tapeten
	Elektrogeräte, Leuchten
	Unterhaltungselektronik
	Foto
	Optik
	Uhren, Schmuck
	Lederwaren
	Musikinstrumente, Musikalien
	Fahrräder
	Kfz-Zubehör
	Büromaschinen, PC, Büroeinrichtung
	Babybedarf
	Blumen, Pflanzen Fachgeschäfte

Quelle: CIMA GmbH 2007

Abb. 53: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen

Fachgeschäft

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

Fachmarkt

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

Supermarkt

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

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 und 900 m² Verkaufsfläche, zunehmend zwischen 1.000 und 1.400 m². Ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² Verkaufsfläche, periphere Lage, hohe Anzahl an Stellplätzen.

Verbrauchermarkt

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

SB-Warenhaus

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

Warenhaus

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

Kaufhaus

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

Shopping-Center

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

Quelle: CIMA GmbH 2007

Die Berechnung der Kennzahlen der **Nachfrageseite** erfolgt mit der folgenden Methodik und unter Berücksichtigung der folgenden Quellen:

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in % (Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2007)
- Periodischer Bedarf: 2.843 €/Einwohner p. a.
- Aperiodischer Bedarf: 2.454 €/Einwohner p. a.
- Ausgabesatz gesamt: 5.297 €/Einwohner p. a.

- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)

Die Nachfragebindung ist der Anteil des Nachfragepotenzials, der von den Einwohnern im lokalen Einzelhandel ausgegeben wird. Sie wird in % oder in Mio. € ausgewiesen. Der Rest des Nachfragepotenzials fließt in andere Einkaufsorte und z.B. in den Versand ab.

Die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage erfolgt mittels der **Handelszentralität**. Dort wird die Höhe des Umsatzes im Einzelhandel (in Mio. €) zum Nachfragepotenzial (in Mio. €) ins Verhältnis gesetzt und in % ausgedrückt.

- $\text{Umsatz} / \text{Nachfrage} * 100 = \text{Handelszentralität}$

Die Handelszentralität wird für

- die Gesamtstadt,
- die Sammelbranchen und
- den periodischen / aperiodischen Bedarf

ausgewiesen.

Folgende Kennzahlen werden weiterhin ausgewiesen:

Versorgungsgrad/Flächendichte

- Wird in Verkaufsfläche je Einwohner (in qm) dargestellt. Der Bundesdurchschnitt beträgt hier 1,4 qm VK je Einwohner

Flächenproduktivität

- Umsatz je qm Verkaufsfläche (brutto p.a.) dargestellt in Euro je qm

Kaufkraftstromanalyse

- Nachfragepotenzial abzüglich Kaufkraftabflüsse zuzüglich Kaufkraftzuflüsse ergibt Umsatz im EH dargestellt in Mio. Euro

Kaufkraftsaldo

- Saldo aus Abflüssen und Zuflüssen in Mio. Euro, dargestellt über alle Branchen und ausgewählte Einzelbranchen.