

# Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover

Vortrag im Stadtbezirksrat  
Ahlem-Badenstedt-Davenstedt  
19. August 2010

Claus Clausnitzer  
Fachbereich Planen und Stadtentwicklung  
Sachgebiet Flächennutzungsplanung

## Anlass

### Zusammenführung und Aktualisierung bisheriger Konzepte:

- Einkaufsstandorte 1985
- Fachmärkte 1992
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe 1996
- Nahversorgungskonzept 2002
- Leitlinien zur Nahversorgung 2003

### Schaffung eines wirksamen Instruments

- zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
- Stärkung der Innenstadtentwicklung
- Stärkung der Stadtteilzentren

### Anpassung an geänderte rechtliche Rahmenbedingungen

- Novellierung des Baugesetzbuches
- Vorgaben aus Landes- und Regionalplanung
- höchstrichterliche Rechtsprechung

## Verfahren

- Erstellung eines Gutachtens durch das Büro Dr. Acocella Lörrach
- Begleitung des Prozesses durch eine Arbeitsgruppe aus
  - Stadtbaurat
  - Fachbereich 23
  - Fachbereich 61
  - Region Hannover Team Regionalplanung
  - IHK
  - Einzelhandelsverband Hannover -Hildesheim
- Beginn: Februar 2008
- Fertigstellung: April 2010
- Ziel: Erarbeitung eines kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes
- Beschlussfassung des Rates als städtebauliches Entwicklungskonzept (i.S.v. § 1 Abs.6 Nr. 11 BauGB)

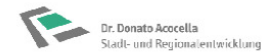
# Gutachten Dr. Acocella



## Neuaufstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Hannover - ENTWURF -



Teichstraße 14 • 79539 Lörrach • T 07621 91550-0 • F 07621 91550-29  
Huckardeer Straße 12 • 44147 Dortmund • T 0231 534555-0 • F 0231 534555-29  
[info@dr-acocella.de](mailto:info@dr-acocella.de) • [www.dr-acocella.de](http://www.dr-acocella.de)



## Neuaufstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Hannover

Band II - Bezirksbeschreibungen  
- ENTWURF -



Teichstraße 14 • 79539 Lörrach • T 07621 91550-0 • F 07621 91550-29  
Huckardeer Straße 12 • 44147 Dortmund • T 0231 534555-0 • F 0231 534555-29  
[info@dr-acocella.de](mailto:info@dr-acocella.de) • [www.dr-acocella.de](http://www.dr-acocella.de)



Einzelhandelsangebot in Hannover  
Betriebe / Verkaufsfläche / Umsatz

**Tab. 1: Einzelhandelsangebot Hannover 2008 und 1993 (HGZ)**

	HGZ 1993 <sup>3)</sup>	2008 <sup>3)</sup>	Änderung
Betriebe	2.808	3.204	+14%
VKF (qm) <sup>1)</sup>	661.150	827.850	+25%
Umsatz (Mio. €) <sup>2)</sup>	3.115,5	3.605,7	+16%

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet

<sup>2)</sup>: in jeweiligen Preisen (nominal)

<sup>3)</sup>: ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken

Tab. 81: Wesentliche Strukturdaten - Bezirk 11 Ahlem-Badenstedt-Davenstedt

Einwohner (01.01.07)	31.449	einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. €)		175,7
	Gesamt	Anteil Zentren	Anteil sonstige integriert	Anteil nicht integriert
Anzahl Betriebe	125	46%	35%	19%
Verkaufsfläche (qm), davon	24.100	24%	29%	47%
kurzfristiger Bedarfsbereich	17.275	23%	31%	46%
mittelfristiger Bedarfsbereich	3.700	31%	23%	46%
langfristiger Bedarfsbereich	3.150	18%	27%	55%
zentrenrelevante Sortimente	21.550	26%	29%	45%
nicht zentrenrelevante Sortimente	2.550	6%	32%	62%
Umsatz (Mio. €)	122,1	28%	32%	40%
	Gesamt	Zentren	sonstige integriert	nicht integriert
Bindungsquote, davon	69%	20%	22%	28%
kurzfristiger Bedarfsbereich	103%	29%	34%	40%
mittelfristiger Bedarfsbereich	35%	13%	9%	13%
langfristiger Bedarfsbereich	31%	7%	8%	15%
zentrenrelevante Sortimente	79%	24%	25%	30%
nicht zentrenrelevante Sortimente	31%	1%	10%	19%
<b>Nahversorgungsanteil</b>	<b>92,2%</b>			

Verkaufsfläche gerundet auf 25 qm (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008, eigene Berechnungen

**Tab. 82: Einzelhandelsangebot: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. € - Bezirk  
11 Ahlem-Badenstedt-Davenstedt**

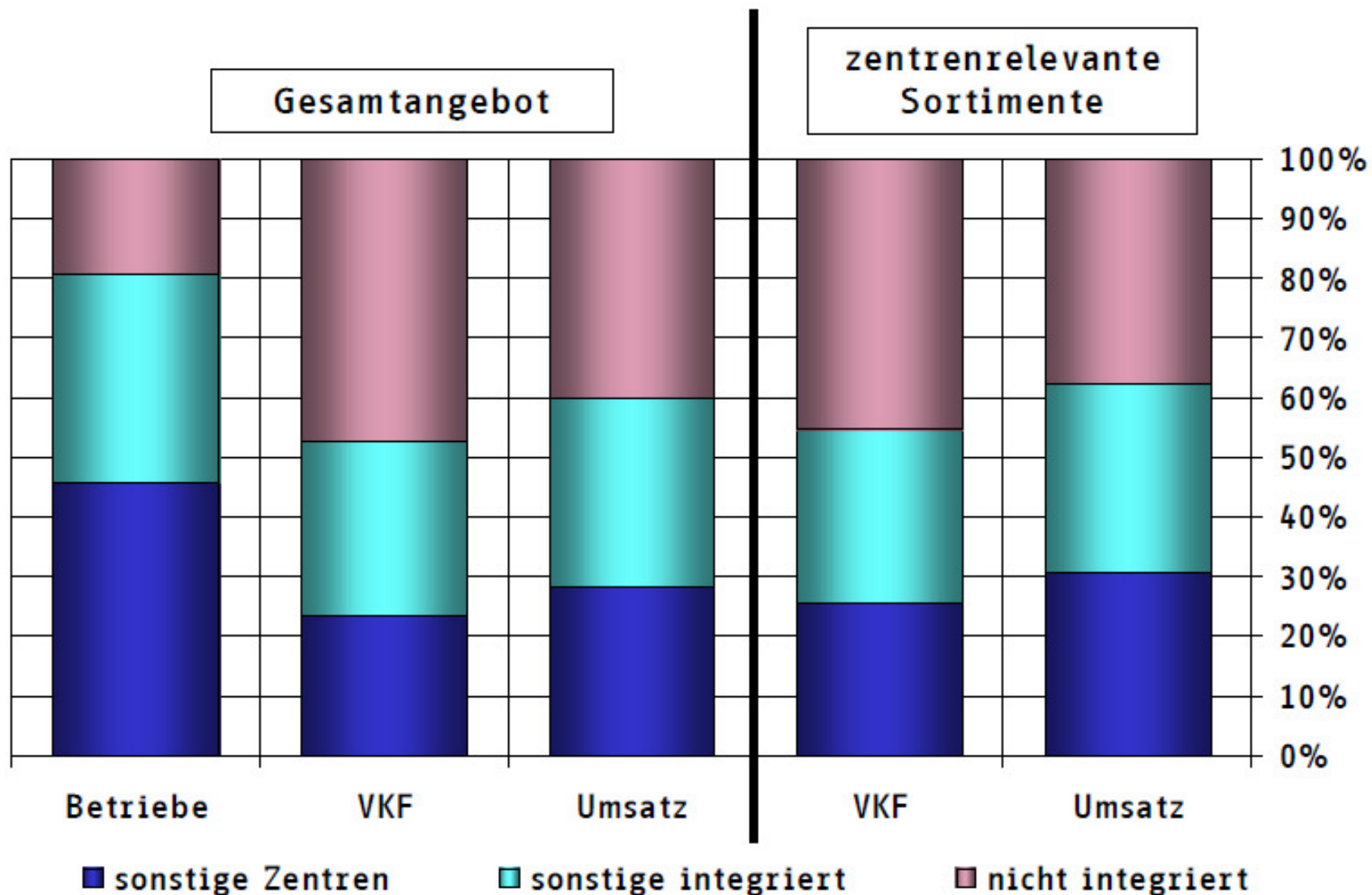
<b>Sortimente</b>	<b>Verkaufsfläche (in qm)</b>	<b>Umsatz (in Mio. €)</b>	<b>Bindungsquote (in %)</b>
Nahrungs-/ Genussmittel	11.975	58,0	104%
Lebensmittelhandwerk	525	4,6	52%
Drogerie/ Parfümerie	3.000	12,7	166%
Apotheke	250	15,3	105%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	600	2,4	84%
Blumen/ Zoo	900	1,9	81%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>17.275</b>	<b>95,0</b>	<b>103%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.525	6,3	38%
Schuhe, Lederwaren	175	0,7	19%
Sport/ Freizeit	400	1,2	46%
Spielwaren	275	0,9	24%
Bücher	225	1,1	32%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	925	1,7	72%
Haus-/ Heimtextilien	175	0,3	15%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>3.700</b>	<b>12,2</b>	<b>35%</b>
Uhren/ Schmuck	75	0,6	35%
Foto/ Optik und Zubehör	250	1,9	65%
Medien	250	1,9	19%
Elektro/ Leuchten	175	0,8	19%
Teppiche/ Bodenbeläge	50	0,1	7%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	900	1,4	11%
Möbel, Antiquitäten	225	0,5	5%
Sonstiges	1.175	7,7	109%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>3.150</b>	<b>14,9</b>	<b>31%</b>
<b>Summe</b>	<b>24.100</b>	<b>122,1</b>	<b>69%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Abb. 21: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttyp - Bezirk 11 Ahlem-Badenstedt-Davenstedt

























Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



LANDESHAUPTSTADT  
HANNOVER  
FLÄCHENNUTZUNGSPLANUNG

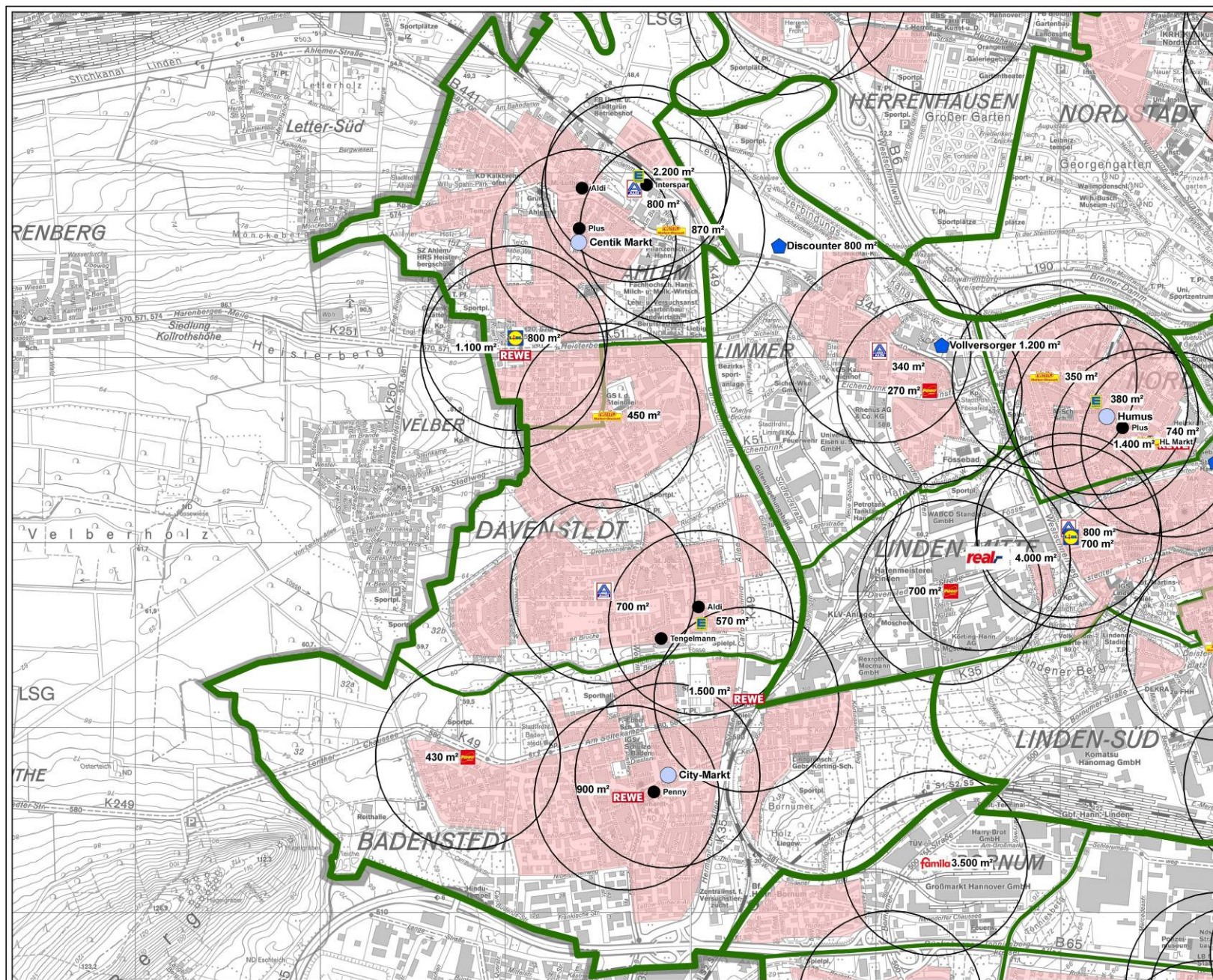
Nahversorger

-  Aldi
-  Mix-Markt
-  Famila
-  Edeka neukauf
-  Edeka aktiv
-  E-center
-  Beki
-  Plus / Netto
-  NP
-  Lidl
-  Jibi
-  Real
-  Rewe
-  Penny
-  Sonstiges Nahversorger
-  Kaufland
-  Marktkauf
-  Geplante zugestimmte Standorte
-  Geschlossene Standorte
-  Wohnbaufläche
-  Stadtgrenze
-  Stadtteilgrenze

Maßstab 1 : 19.000

Diese Karte ist geschützt. Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Genehmigung der LSG Hannover. Fotokopieren, Scannen, Kopieren, Weiterverbreiten ist untersagt.

Flächennutzungsplanung			
Prozessschritt	Name	Zustand	Datum
Freigegeben			17.05.2010
Bearbeitung	Zimmer		17.05.2010
Prüf.			



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover

# Ziele

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover Ziele

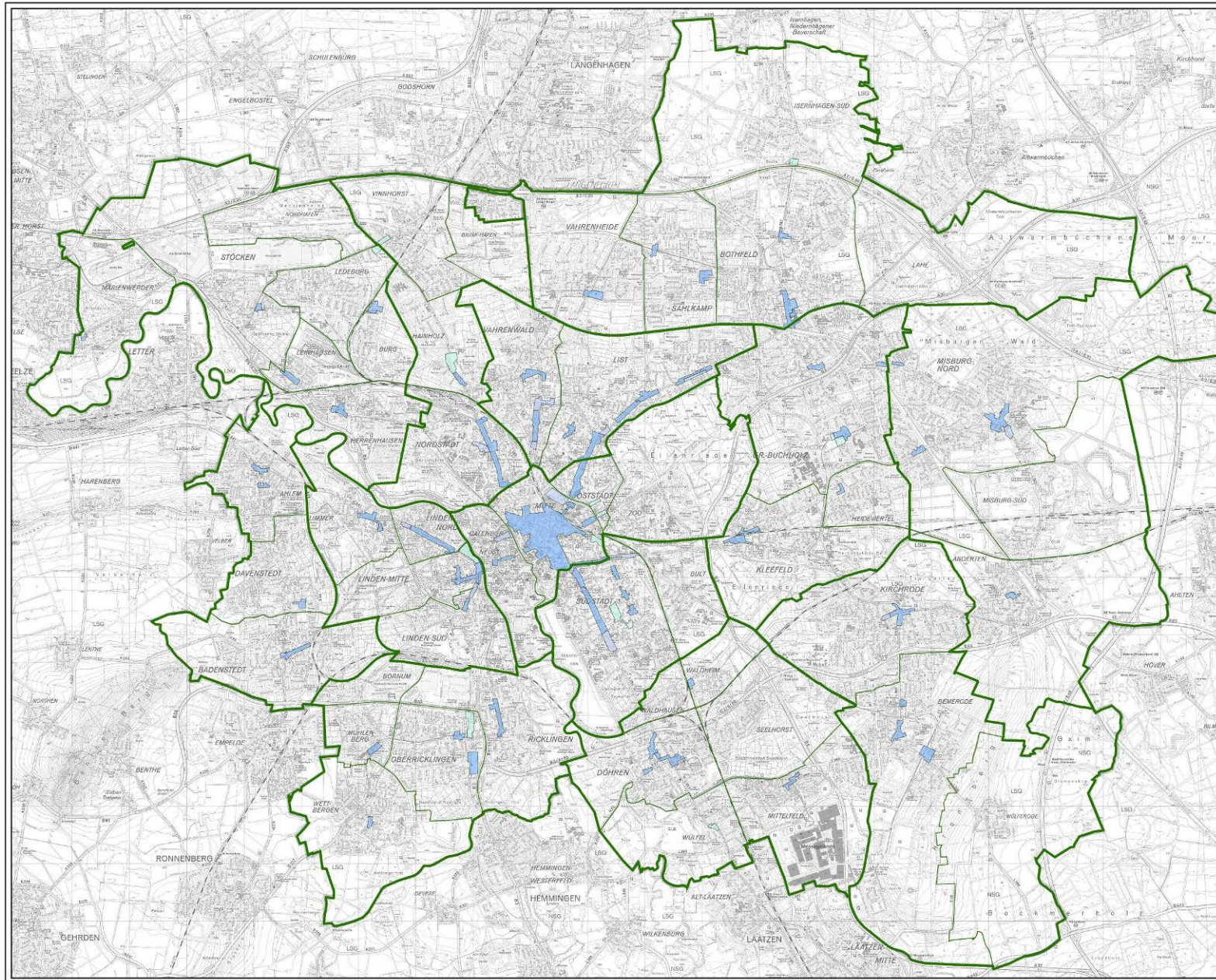
- Erhaltung / Stärkung der Einzelhandels- u. Funktionsvielfalt im A-Zentrum Innenstadt sowie in den sonstigen Zentren
- Erhaltung / Stärkung der Identität des A-Zentrums Innenstadt und der sonstigen Zentren
- Erhaltung kurzer Wege bzw. Verkürzung der Wege
- Erhaltung / Stärkung einer flächendeckenden Nahversorgungsstruktur im Bereich Nahrungs- und Genussmittel
- Erhaltung / Stärkung der polyzentrischen Nahversorgungsstruktur durch die Zentren
- Schaffung von Investitions- und Entscheidungssicherheit
- Erhaltung / Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion
- Sicherung von Gewerbegebieten als Standorte für Handwerk und produzierendes Gewerbe



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover

# Versorgungsbereiche





**LANDESHAUPTSTADT  
HANNOVER  
FLÄCHENNUTZUNGSPLANUNG**

**Zentrale  
Versorgungsbereiche**

- Zentrale Versorgungsbereiche
- Ergänzungsbereiche
- Entwicklungsbereiche

**Maßstab 1 : 62.000**



Dieses Datum ist gesetzlich geschützt. Zuwiderhandlungen sind strafbar. Die Verantwortung für die Richtigkeit der Inhalte liegt bei den Verantwortlichen der Stadt Hannover.

Flächennutzungsplanung			
Prüfung	Nr.	Datum	Ursache
Prüfung	Hannover	22.04.2010	
Bearbeitung	Hannover	22.04.2010	
Plan	Flächennutzungsplanung		



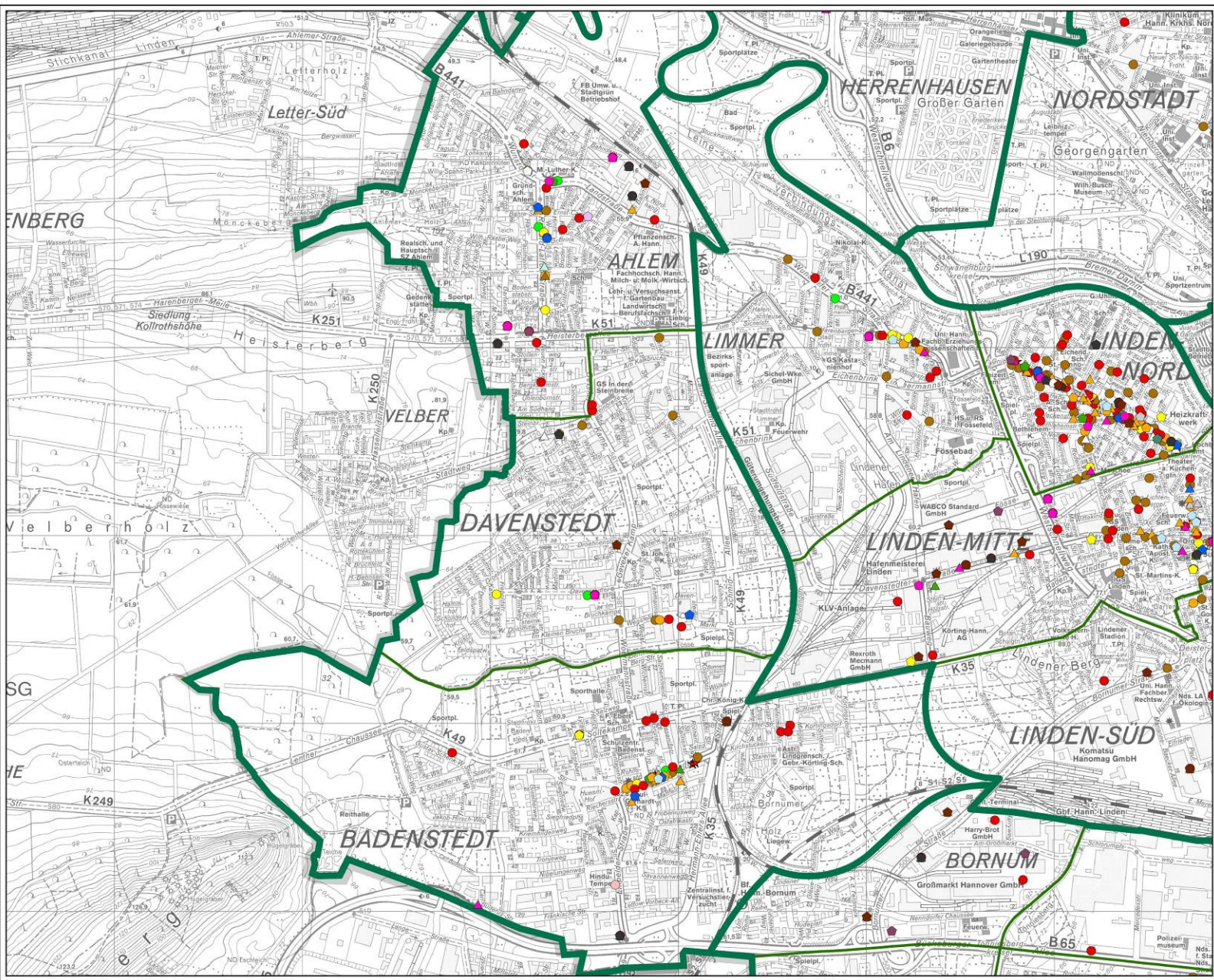
LANDESHAUPTSTADT  
**HANNOVER**  
 FLÄCHENNUTZUNGSPLANUNG  
 Zentrale Versorgungsbereiche

- Kurzfristiger Einzelhandel**
- Lebensmittel
  - Reformwaren
  - Apotheken
  - Drogenien, Parfümerien
  - Schnittblumen
  - Kioske, kleine Schreibwarenbetriebe
- Mittelfristiger Einzelhandel**
- ▲ Oberbekleidung
  - ▲ Wäsche, Strümpfe, sonst Bekleidung
  - ▲ Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
  - ▲ Sportartikel
  - ▲ Schuhe
  - ▲ Sanitätshäuser
  - ▲ Bücher
  - ▲ Schreibwaren
  - ▲ Spielwaren
  - ▲ Zoobedarf
- Langfristiger Einzelhandel**
- 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, -einr., Organisationsmittel, PC, EDV
  - Babybedarf
  - Blumen, Pflanzen (Fachgeschäfte)
  - Leerstand

Maßstab 1 : 19.000

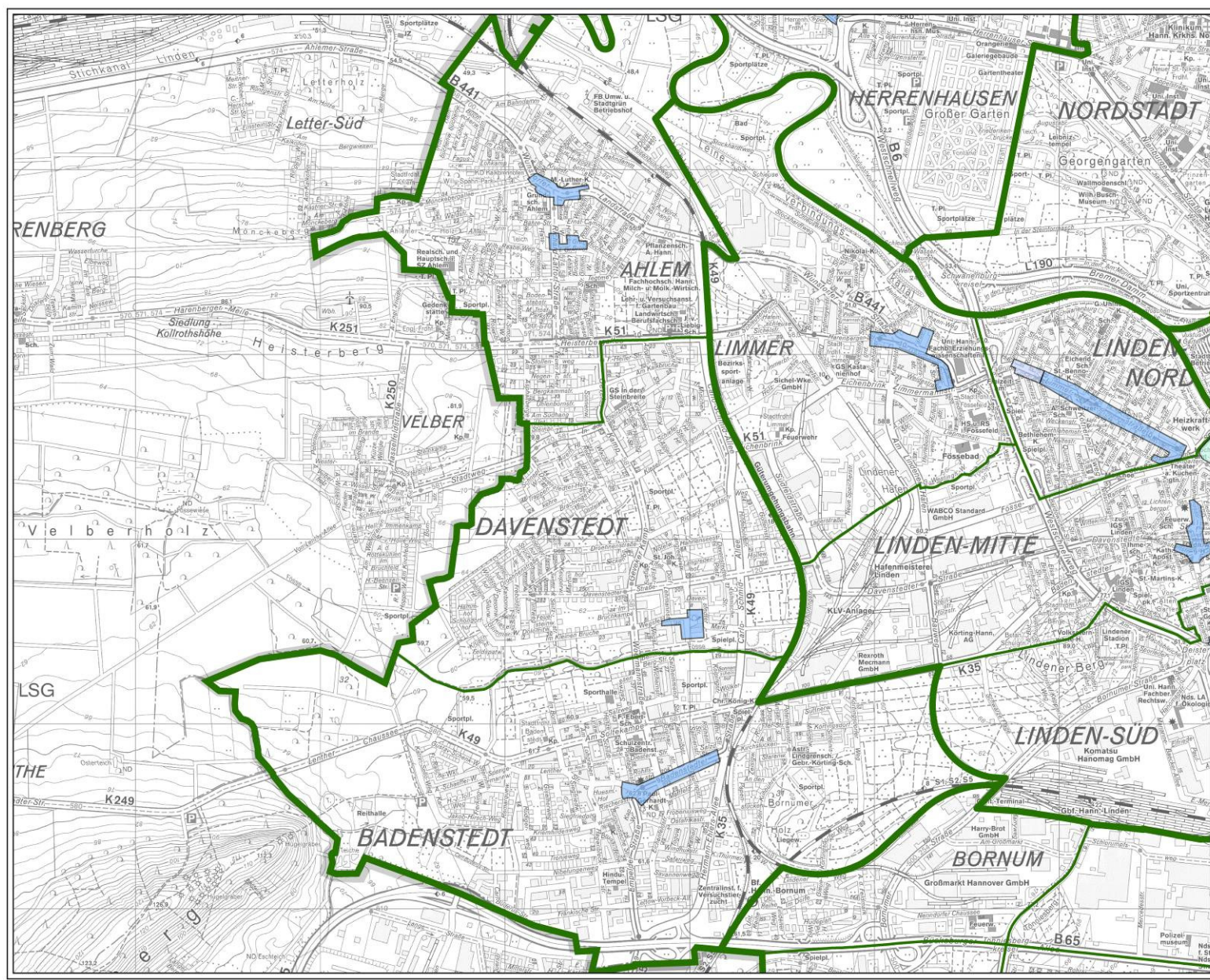
Diese Karte ist gesetzlich geschützt. Vervielfältigung oder Verbreitung, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Genehmigung der Niedersächsischen Landesentwicklungsgesellschaft mbH. Nachdruck, Vervielfältigung, Verbreitung, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Genehmigung der Niedersächsischen Landesentwicklungsgesellschaft mbH.

Flächennutzungsplanung			
Projektierung	Masse	Name	Datum
Bearbeitung	Zusammen		27.11.2009
Platz			27.11.2009





**LANDESHAUPTSTADT  
HANNOVER**  
FLÄCHENNUTZUNGSPLANUNG



- Zentrale Versorgungsbereiche**
- Zentrale Versorgungsbereiche
  - Ergänzungsbereiche
  - Entwicklungsbereiche

Maßstab 1 : 19.000

Diese Karte ist geodätisch genau. Verantwortlich ist die  
Bauhauptstadt Hannover, die die geographischen Daten  
für diese Karte bereitgestellt hat. Die Verantwortung für  
den Inhalt dieser Karte liegt bei der Bauhauptstadt Hannover.

Flächennutzungsplanung			
Truppl. Nr.	Rev.	Zust.	Datum
1	1		22.04.2010
1	2		22.04.2010
1	3		22.04.2010

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover

# Zentrenkonzept

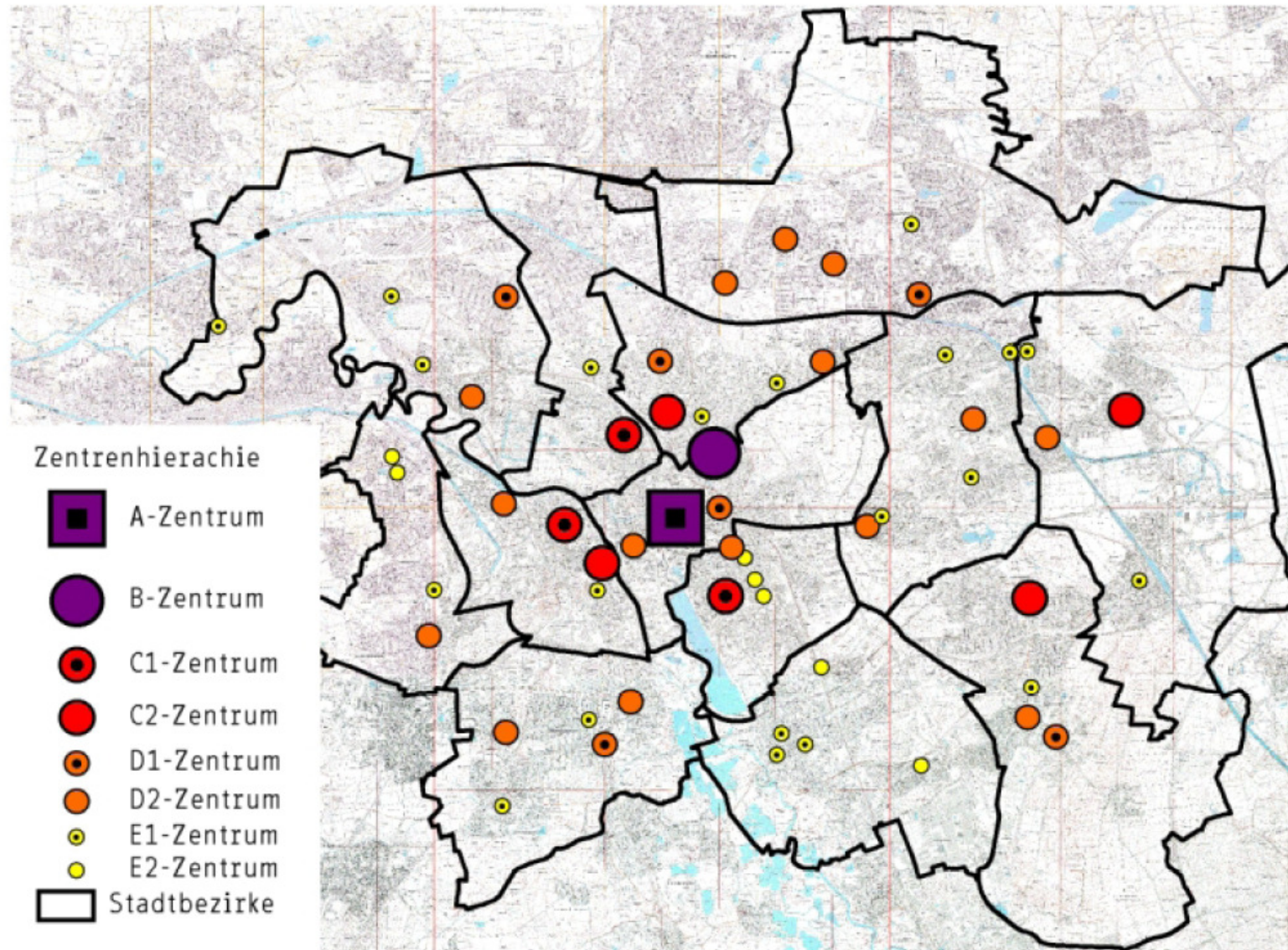
# Die Zentrentypen

Zentrentyp A	Innenstadt
Zentrentyp B	Lister Meile
Zentrentyp C	C1 Südstadt, Linden-Nord/Limmerstraße, Nordstadt C2 Vahrenwalder Str., Meyers Garten, Kirchrode, Linden-Mitte
Zentrentyp D	D1 = 6 Zentren D2 = 15 Zentren
Zentrentyp E	E1 = 21 Zentren E2 = 7 Zentren

Insgesamt 58 Zentren unterschiedlicher Stufe



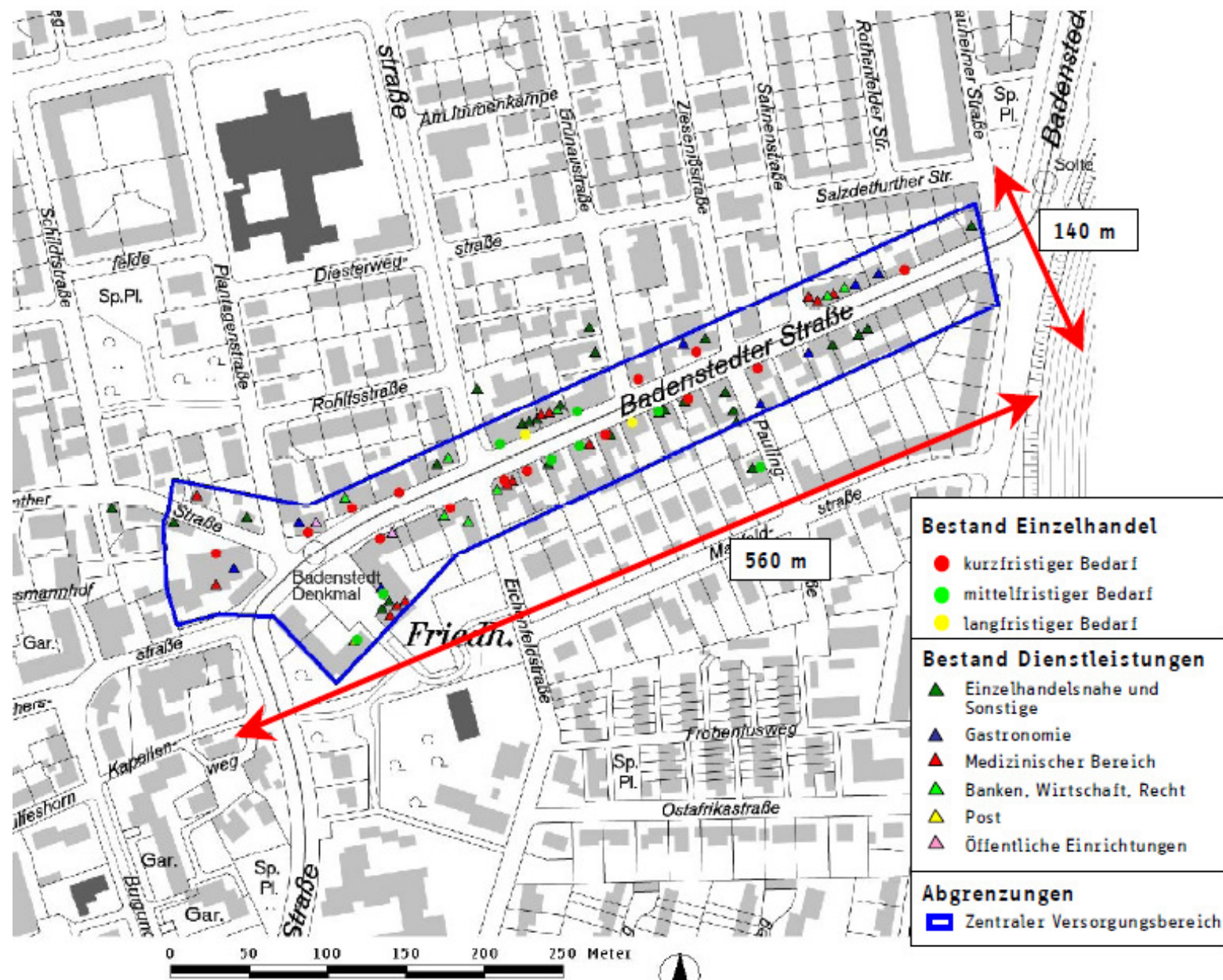
Karte 11: Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Hannover



Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Dienstleistungserhebung; eigene städtebauliche Begehung; eigene Berechnungen



Karte 72: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Badenstedt



Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Dienstleistungserhebung; eigene städtebauliche Begehung

### 11.2.1.2 Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 83: Erhebungsdaten D-Zentrum Badenstedt

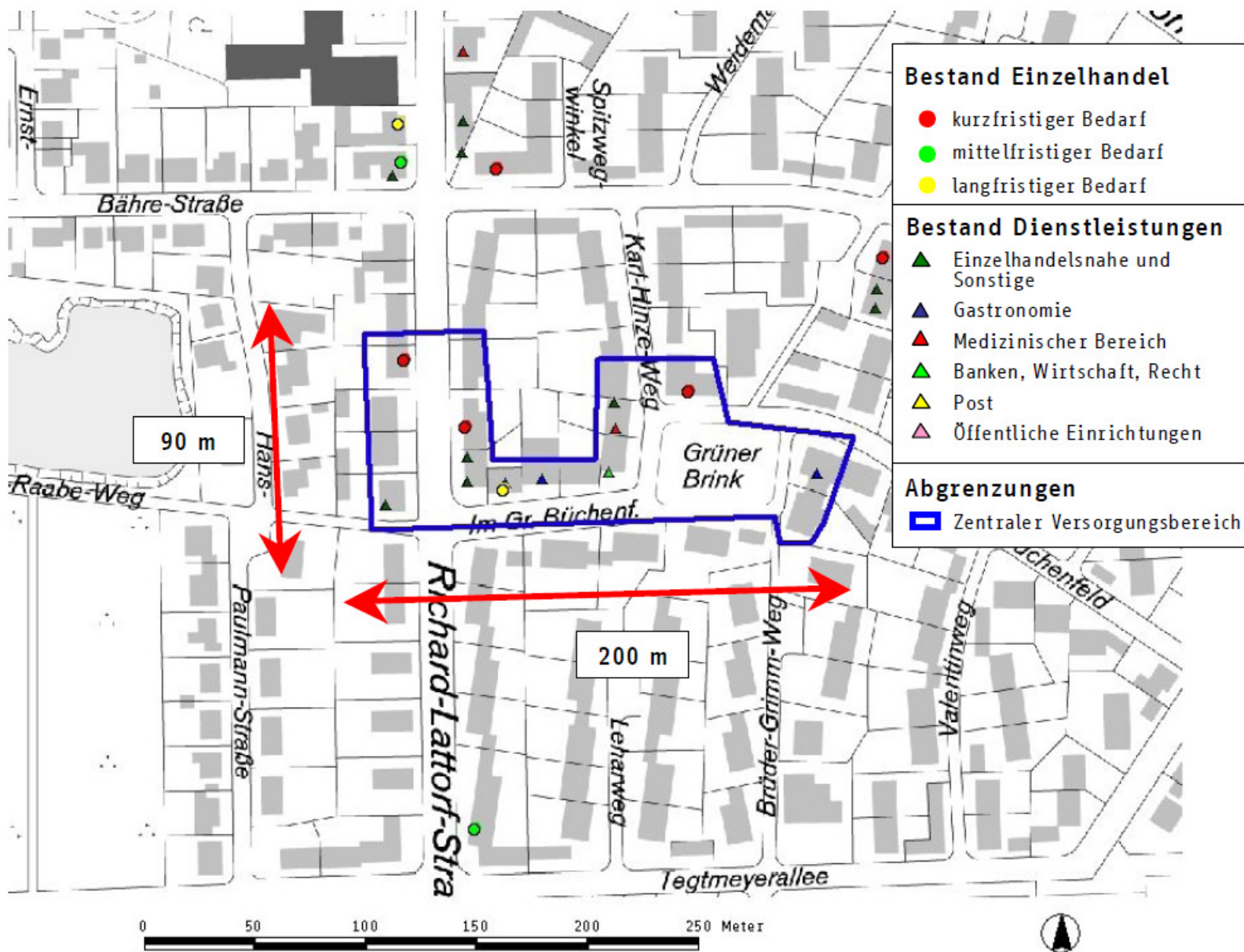
D-Zentrum Badenstedt		Sortimente	Verkaufsfläche in qm <sup>1)</sup>
Betriebe insgesamt	31	nahversorgungsrelevant	2.150
Großflächige Betriebe	1	sonstige zentrenrelevant	1.175
Gesamtverkaufsfläche in qm <sup>1)</sup>	3.475	nicht zentrenrelevant	150

<sup>1)</sup> Verkaufsfläche gerundet auf 25 qm (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Berechnungen



Karte 73: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Richard-Lattorf-Straße



Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Dienstleistungserhebung; eigene städtebauliche Begehung

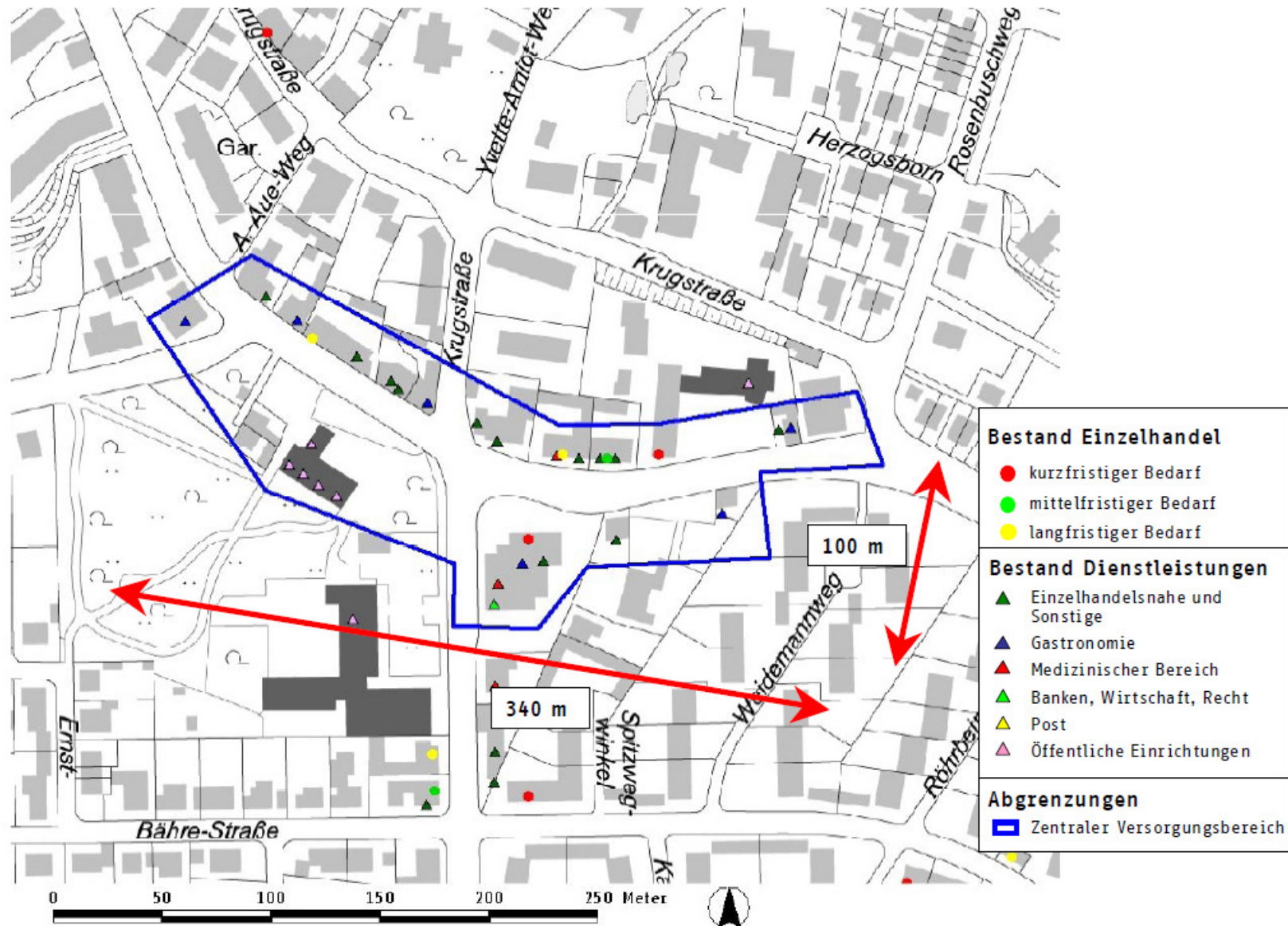
Tab. 84: Erhebungsdaten E-Zentrum Richard-Lattorf-Straße

E-Zentrum Richard-Lattorf-Straße		Sortimente	Verkaufsfläche in qm <sup>1)</sup>
Betriebe insgesamt	6	nahversorgungsrelevant	450 qm
Großflächige Betriebe	0	zentrenrelevant	25 qm
Gesamtverkaufsfläche in qm <sup>1)</sup>	475	nicht zentrenrelevant	0 qm

<sup>1)</sup> Verkaufsfläche gerundet auf 25 qm (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Berechnungen

Karte 74: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Wunstorfer Landstraße



Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Dienstleistungserhebung; eigene städtebauliche Begehung

Tab. 85: Erhebungsdaten E-Zentrum Wunstorfer Landstraße

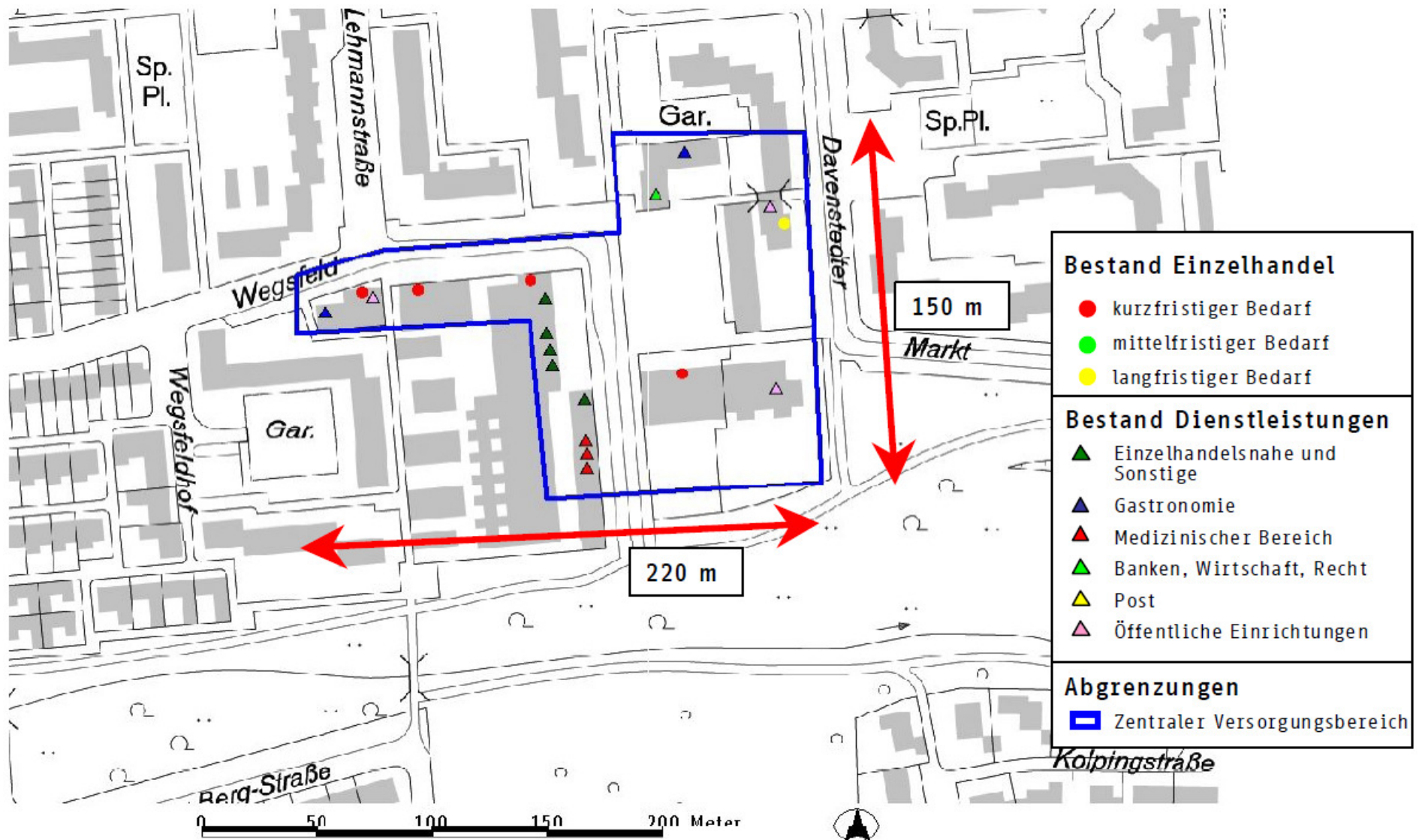
E-Zentrum Wunstorfer Landstraße		Sortimente	Verkaufsfläche in qm <sup>1)</sup>
Betriebe insgesamt	11	nahversorgungsrelevant	225 qm
Großflächige Betriebe	0	zentrenrelevant	275 qm
Gesamtverkaufsfläche in qm <sup>1)</sup>	500	nicht zentrenrelevant	0 qm

<sup>1)</sup> Verkaufsfläche gerundet auf 25 qm (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Berechnungen



# Karte 75: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Davenstedt



Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Dienstleistungserhebung; eigene städtebauliche Begehung

**Tab. 86: Erhebungsdaten E-Zentrum Davenstedt**

<b>E-Zentrum Davenstedt</b>		<b>Sortimente</b>	<b>Verkaufsfläche in qm<sup>1)</sup></b>
Betriebe insgesamt	9	nahversorgungsrelevant	1.125 qm
Großflächige Betriebe	0	zentrenrelevant	75 qm
Gesamtverkaufsfläche in qm <sup>1)</sup>	1.225	nicht zentrenrelevant	0 qm

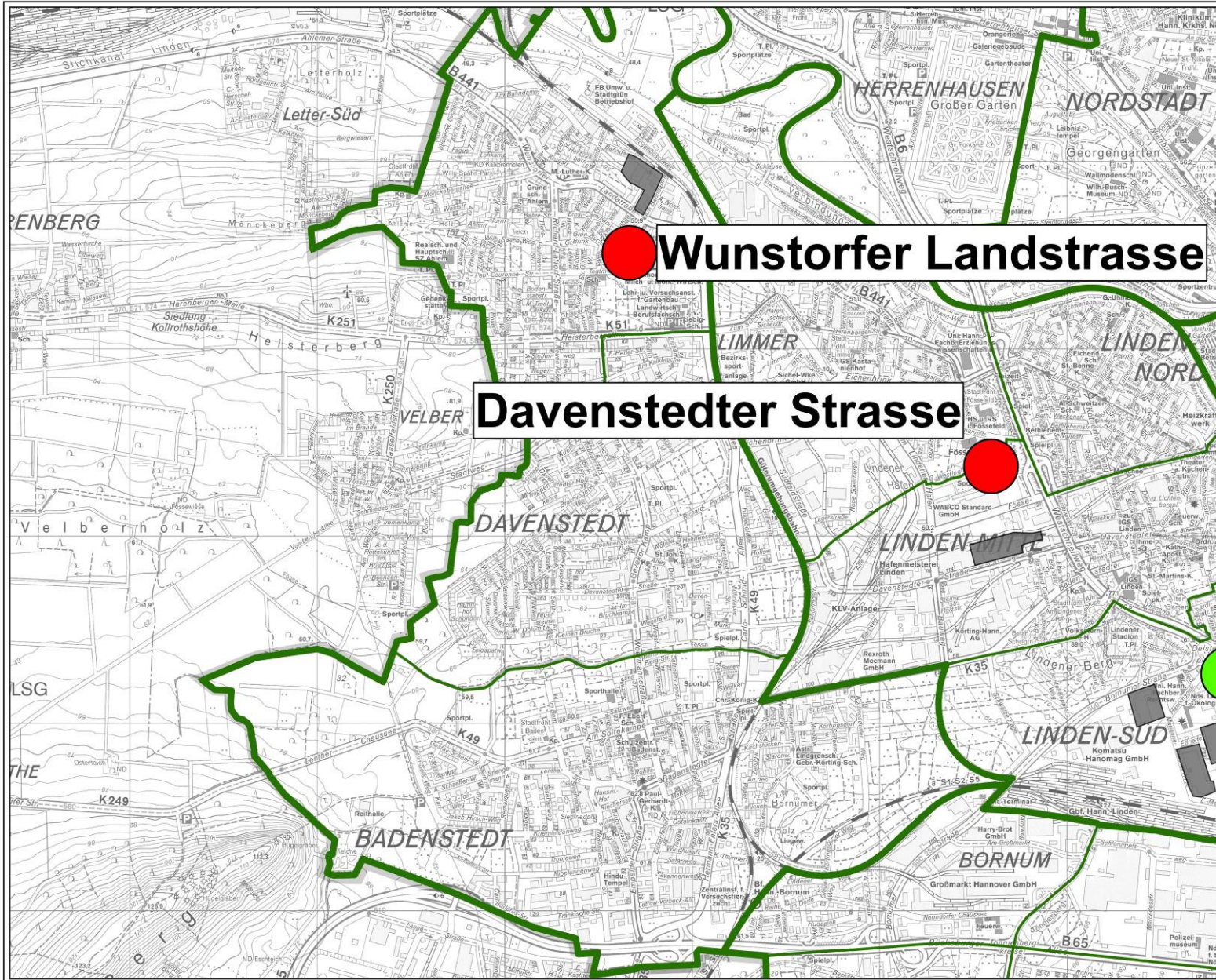
<sup>1)</sup> Verkaufsfläche gerundet auf 25 qm (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juni 2008; eigene Berechnungen

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover

# Sonderstandorte





**LANDESHAUPTSTADT  
HANNOVER  
FLÄCHENNUTZUNGSPLANUNG**

**Sonderstandorte für Einzelhandel**

- Eignung für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel
- nachrangige Eignung für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel
- Bestandssicherung kein weiterer Einzelhandel
- Sonderstandorte für Einzelhandel

Maßstab 1 : 19.000

Flächennutzungsplanung			
Projektitel	Name	Datum	Status
Projektitel	Mues	12.04.2010	
Bauzeichnung	Königsberg-Platz	12.04.2010	
Plan			

Das Karte ist geodätisch genau, unverändert und ist  
Eigentum der Stadt Hannover, alle Rechte vorbehalten.  
Es werden keine Gewährleistungen übernommen.  
Sonder: keine Gewährleistung auf Datengenauigkeit!



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover

# Grundsätze

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover Grundsätze

### Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur in Zentren
- Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel nur im A-Zentrum, im B-Zentrum und in den C-Zentren
- Zentrenrelevanter Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit auch in den D- und E-Zentren

### Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

- Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel in den Zentren und außerhalb (Sonderstandorte)
- Ausnahme: Randsortimente an nicht integrierten Standorten
- „Leerstandsdomino“ vermeiden

### Räumliche Entwicklungsoptionen

- Innen- vor Außenentwicklung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover

# Hannoversche Liste

## - Sortimentsliste -

**Tab. 6: Vorschlag für eine Sortimentsliste**

<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antiquitäten/ Kunst</li> <li>• Arzneimittel</li> <li>• Babyausstattung</li> <li>• Bastel- und Geschenkartikel</li> <li>• Bekleidung aller Art</li> <li>• (Schnitt-)Blumen</li> <li>• Briefmarken, Münzen</li> <li>• Bücher</li> <li>• Computer, Kommunikationselektronik</li> <li>• Drogeriewaren</li> <li>• Elektroklein-/ Haushalts- und großgeräte</li> <li>• Foto/ Film</li> <li>• Gardinen und Zubehör</li> <li>• Glas, Porzellan, Keramik</li> <li>• Haus-, Heimtextilien, Stoffe</li> <li>• Haushaltswaren/ Bestecke</li> <li>• Hörgeräte</li> <li>• Kosmetika und Parfümerieartikel</li> <li>• Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen</li> <li>• Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle</li> <li>• Leder- und Kürschnerwaren</li> <li>• Musikinstrumente</li> <li>• Nähmaschinen</li> <li>• Genuss- und Lebensmittel (inkl. Getränke)</li> <li>• Optik und Akustik</li> <li>• Papier-, Schreibwaren, Büroorganisation</li> <li>• Reformwaren</li> <li>• Sanitätswaren</li> <li>• Schuhe und Zubehör</li> <li>• Spielwaren</li> <li>• Sportartikel einschl. Sportgeräte</li> <li>• Tonträger</li> <li>• Uhren/ Schmuck</li> <li>• Unterhaltungselektronik und Zubehör</li> <li>• Waffen, Jagdbedarf</li> <li>• Zeitungen/ Zeitschriften</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör</li> <li>• Bauelemente, Baustoffe</li> <li>• Lampen, Leuchten</li> <li>• Beschläge, Eisenwaren</li> <li>• Bodenbeläge (inkl. Teppichböden)</li> <li>• Büromaschinen (ohne Computer)</li> <li>• Campingartikel</li> <li>• Erde, Torf</li> <li>• Fahrräder und Zubehör</li> <li>• motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör</li> <li>• Farben, Lacke</li> <li>• Fliesen</li> <li>• Gartenhäuser, -geräte, sonst. Gartenbedarf</li> <li>• Herde/ Öfen</li> <li>• Holz</li> <li>• Installationsmaterial</li> <li>• Kinderwagen, -sitze</li> <li>• Küchen (inkl. Einbaugeräte)</li> <li>• Möbel (inkl. Büromöbel)</li> <li>• Pflanzen und -gefäße</li> <li>• Rollläden und Markisen</li> <li>• Tapeten</li> <li>• Teppiche</li> <li>• Werkzeuge</li> <li>• Tiernahrung und Zoobedarf</li> </ul>

Quelle: Einzelhandelsdatenbank Hannover, Stand Juli 2008

# Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover Handlungsleitfaden

Abb. 19: Handlungsleitfaden Bewertung Planvorhaben

Standorttyp	zentrenrelevanter Einzelhandel		Lebensmitteleinzelhandel		nicht zentrenrelevanter Einzelhandel		
	grund-sätzlich	Dimensionierung	grund-sätzlich	Dimensionierung	grund-sätzlich	Dimensionierung	
A-Zentrum	+	Funktionsfähigkeit A-Zentrum, großflächig	+	großflächig, nahversorgungs- und zentrenstrukturbezogen	+	Beachtung prognostizierter Entwicklungsspielraum	
B-Zentrum	+	großflächig, A-Zentrum-bezogen	+				
C-Zentrum	+	großflächig, stadtbezirksbezogen	+				
D-Zentrum	+	nicht großflächig	+		auch großflächig, nahversorgungs- und zentrenstrukturbezogen		+
E-Zentrum	+		+		+		
sonstige integriert	-		+	auch großflächig, nahversorgungs- und zentrenstrukturbezogen	+	Beachtung prognostizierter Entwicklungsspielraum	
zentrenrelevant geprägter, nicht integrierter Sonderstandort	-		-		-		
nicht zentrenrelev. geprägter, nicht integrierter Sonderstandort	-		-		+	Beachtung prognostizierter Entwicklungsspielraum	
sonstige nicht integriert	-		-		+		

Quelle: eigene Darstellung

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Hannover Terminplanung

1. Beratung der Beschlussdrucksache Nr. 1160/2010
  - Stadtbezirksräte 02.06.2010 – 30.09.2010
  - ABau 06.10.2010 / 03.11.2010
  - AWL 08.10.2010 / 12.11.2010
  - VA 25.11.2010
  
2. Bekanntmachung 01.12.2010
  
3. Auslegung 09.12.2010 bis 10.01.2011
  
4. Auswertung der Stellungnahmen und Erstellung der Beschlussdrucksache im Januar 2011
  
5. Beschlussfassung im I. Quartal 2011