

## Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover

–

## Aktualisierung und Fortschreibung 2016

Der Landkreis Nienburg/Weser im Überblick

# STADT+HANDEL

Stadt + Handel

Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB

Hörder Hafenstr. 11	Tibarg 21	Beiertheimer Alle 22	Markt 9
44263 Dortmund	22459 Hamburg	76137 Karlsruhe	04109 Leipzig
fon 0231.8626890	fon 040.53309646	fon 0721.14512262	fon 0341.92723942
fax 0231.8626891	fax 040.53309647	fax 0721.14512263	fax 0341.92723943
info@stadt-handel.de			
www.stadt-handel.de			

Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

Dortmund/Leipzig, März 2018

## Tabellenübersicht

Tabelle 1:	Landkreis Nienburg/Weser im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	4
Tabelle 2:	Die Stadt Nienburg/Weser im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	5
Tabelle 3:	Die Samtgemeinde Grafschaft Hoya im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	6
Tabelle 4:	Die Stadt Hoya im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	7
Tabelle 5:	Die Gemeinde Eystrup im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	8
Tabelle 6:	Die Samtgemeinde Heemsen im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	9
Tabelle 7:	Die Samtgemeinde Liebenau im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	10
Tabelle 8:	Die Samtgemeinde Marklohe im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	11
Tabelle 9:	Die Samtgemeinde Mittelweser im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	12
Tabelle 10:	Die Samtgemeinde Landesbergen im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	13
Tabelle 11:	Die Gemeinde Stolzenau im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	14

Tabelle 12:	Die Stadt Rehburg-Loccum im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	15
Tabelle 13:	Die Samtgemeinde Steimbke im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	16
Tabelle 14:	Der Flecken Steyerberg im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	17
Tabelle 15:	Die Samtgemeinde Uchte im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	18
Tabelle 16:	Der Flecken Uchte im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	19
Tabelle 17:	Der Flecken Diepenau/Lavelsloh im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität _____	20

Tabelle 1: Landkreis Nienburg/Weser im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Landkreis Nienburg/Weser									
	Einwohner 2006: 125.870 Einwohner 2011: 122.684 Einwohner 2016: 120.632									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>75.640</b>	<b>73.320</b>	<b>79.610</b>	<b>79.297</b>	<b>0,60</b>	<b>0,60</b>	<b>0,66</b>	<b>354,2</b>	<b>356,0</b>	<b>99</b>
Lebensmittel, Reformwaren	60.127	57.825	64.676	64.551	0,48	0,47	0,54	247,7	249,4	99
Gesundheit und Körperpflege	12.713	12.382	11.495	11.495	0,10	0,10	0,10	96,5	96,6	100
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	2.800	3.113	3.439	3.251	0,02	0,03	0,03	9,9	10,0	99
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>140.285</b>	<b>143.386</b>	<b>147.649</b>	<b>133.844</b>	<b>1,11</b>	<b>1,17</b>	<b>1,22</b>	<b>238,0</b>	<b>287,7</b>	<b>83</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>29.732</b>	<b>30.730</b>	<b>30.471</b>	<b>30.275</b>	<b>0,24</b>	<b>0,25</b>	<b>0,25</b>	<b>68,8</b>	<b>80,2</b>	<b>86</b>
Bekleidung, Wäsche	23.638	23.906	23.569	23.418	0,19	0,19	0,20	47,3	52,7	90
Schuhe, Lederwaren	4.355	4.975	5.185	5.140	0,03	0,04	0,04	11,0	14,7	75
Uhren, Schmuck, Optik	1.739	1.849	1.717	1.717	0,01	0,02	0,01	10,5	12,8	82
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>14.824</b>	<b>14.650</b>	<b>9.951</b>	<b>9.951</b>	<b>0,12</b>	<b>0,12</b>	<b>0,08</b>	<b>45,1</b>	<b>61,2</b>	<b>74</b>
Bücher, Schreibwaren	3.206	3.283	2.907	2.907	0,03	0,03	0,02	10,4	12,4	84
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	11.618	11.367	7.044	7.044	0,09	0,09	0,06	34,6	48,8	71
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>9.353</b>	<b>8.679</b>	<b>7.363</b>	<b>7.334</b>	<b>0,07</b>	<b>0,07</b>	<b>0,06</b>	<b>18,4</b>	<b>24,5</b>	<b>75</b>
Sportartikel	2.873	2.726	1.329	1.311	0,02	0,02	0,01	5,2	8,5	61
Spielwaren	2.871	3.151	3.649	3.644	0,02	0,03	0,03	4,2	4,9	85
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	3.609	2.802	2.385	2.379	0,03	0,02	0,02	9,0	11,1	81
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>5.387</b>	<b>11.184</b>	<b>9.103</b>	<b>8.965</b>	<b>0,04</b>	<b>0,09</b>	<b>0,08</b>	<b>5,3</b>	<b>7,8</b>	<b>68</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>26.541</b>	<b>29.660</b>	<b>29.828</b>	<b>29.593</b>	<b>0,21</b>	<b>0,24</b>	<b>0,25</b>	<b>28,7</b>	<b>42,3</b>	<b>68</b>
Möbel, Antiquitäten	21.785	25.005	23.280	23.055	0,17	0,20	0,19	20,5	31,8	64
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	4.756	4.655	6.548	6.538	0,04	0,04	0,05	8,2	10,5	78
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>54.448</b>	<b>48.483</b>	<b>60.933</b>	<b>47.726</b>	<b>0,43</b>	<b>0,40</b>	<b>0,51</b>	<b>71,7</b>	<b>71,7</b>	<b>100</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>215.925</b>	<b>216.706</b>	<b>227.259</b>	<b>213.141</b>	<b>1,72</b>	<b>1,77</b>	<b>1,88</b>	<b>592,1</b>	<b>643,7</b>	<b>92</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	101	100	99
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	84	86	79
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	105	101	89
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>96</b>	<b>95</b>	<b>92</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 2: Die Stadt Nienburg/Weser im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Stadt Nienburg/Weser (MZ)									
	Einwohner 2006: 32.736 Einwohner 2011: 31.996 Einwohner 2016: 31.193									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>27.872</b>	<b>27.108</b>	<b>30.699</b>	<b>30.560</b>	<b>0,85</b>	<b>0,85</b>	<b>0,98</b>	<b>135,5</b>	<b>91,7</b>	<b>148</b>
Lebensmittel, Reformwaren	22.379	21.446	24.242	24.206	0,68	0,67	0,78	88,9	63,4	140
Gesundheit und Körperpflege	4.723	4.717	5.172	5.172	0,14	0,15	0,17	42,9	25,7	167
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	770	945	1.285	1.183	0,02	0,03	0,04	3,7	2,5	149
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>81.772</b>	<b>91.614</b>	<b>77.059</b>	<b>74.200</b>	<b>2,50</b>	<b>2,86</b>	<b>2,47</b>	<b>130,9</b>	<b>72,7</b>	<b>180</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>16.710</b>	<b>19.238</b>	<b>17.287</b>	<b>17.137</b>	<b>0,51</b>	<b>0,60</b>	<b>0,55</b>	<b>41,3</b>	<b>20,8</b>	<b>199</b>
Bekleidung, Wäsche	13.328	14.801	13.149	13.036	0,41	0,46	0,42	27,8	13,6	204
Schuhe, Lederwaren	2.310	3.285	3.216	3.179	0,07	0,10	0,10	6,9	3,8	183
Uhren, Schmuck, Optik	1.072	1.152	922	922	0,03	0,04	0,03	6,6	3,3	197
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>9.069</b>	<b>9.415</b>	<b>5.169</b>	<b>5.169</b>	<b>0,28</b>	<b>0,29</b>	<b>0,17</b>	<b>28,2</b>	<b>15,8</b>	<b>178</b>
Bücher, Schreibwaren	1.271	1.598	1.061	1.061	0,04	0,05	0,03	4,9	3,2	152
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	7.798	7.817	4.108	4.108	0,24	0,24	0,13	23,3	12,6	185
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>5.375</b>	<b>5.263</b>	<b>4.048</b>	<b>4.019</b>	<b>0,16</b>	<b>0,16</b>	<b>0,13</b>	<b>10,7</b>	<b>6,1</b>	<b>175</b>
Sportartikel	1.402	1.620	851	833	0,04	0,05	0,03	3,3	2,1	155
Spielwaren	1.689	1.896	1.647	1.642	0,05	0,06	0,05	2,0	1,2	165
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	2.284	1.747	1.550	1.544	0,07	0,05	0,05	5,4	2,8	194
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>1.807</b>	<b>6.419</b>	<b>5.974</b>	<b>5.852</b>	<b>0,06</b>	<b>0,20</b>	<b>0,19</b>	<b>3,2</b>	<b>1,9</b>	<b>165</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>21.543</b>	<b>24.764</b>	<b>24.179</b>	<b>23.996</b>	<b>0,66</b>	<b>0,77</b>	<b>0,78</b>	<b>21,7</b>	<b>10,8</b>	<b>201</b>
Möbel, Antiquitäten	18.322	21.869	19.444	19.261	0,56	0,68	0,62	16,1	8,1	199
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	3.221	2.895	4.735	4.735	0,10	0,09	0,15	5,6	2,7	206
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>27.268</b>	<b>26.515</b>	<b>20.402</b>	<b>18.027</b>	<b>0,83</b>	<b>0,83</b>	<b>0,65</b>	<b>25,9</b>	<b>17,3</b>	<b>150</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>109.644</b>	<b>118.722</b>	<b>107.758</b>	<b>104.761</b>	<b>3,35</b>	<b>3,71</b>	<b>3,45</b>	<b>266,5</b>	<b>164,4</b>	<b>162</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	143	144	148
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	194	213	188
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	227	247	166
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>172</b>	<b>181</b>	<b>162</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 3: Die Samtgemeinde Grafschaft Hoya im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Grafschaft Hoya** (GZ)									
	Einwohner 2006: 17.355 Einwohner 2011: 17.208 Einwohner 2016: 16.757									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>12.497</b>	<b>11.297</b>	<b>10.170</b>	<b>10.163</b>	<b>0,72</b>	<b>0,66</b>	<b>0,61</b>	<b>42,5</b>	<b>50,6</b>	<b>84</b>
Lebensmittel, Reformwaren	10.242	9.182	8.924	8.917	0,59	0,53	0,53	33,6	35,6	94
Gesundheit und Körperpflege	1.850	1.715	1.028	1.028	0,11	0,10	0,06	8,0	13,5	59
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	405	400	218	218	0,02	0,02	0,01	0,9	1,5	60
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>10.212</b>	<b>9.397</b>	<b>14.843</b>	<b>12.042</b>	<b>0,59</b>	<b>0,55</b>	<b>0,89</b>	<b>22,0</b>	<b>41,4</b>	<b>53</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>2.537</b>	<b>2.192</b>	<b>2.227</b>	<b>2.214</b>	<b>0,15</b>	<b>0,13</b>	<b>0,13</b>	<b>5,3</b>	<b>11,4</b>	<b>47</b>
Bekleidung, Wäsche	1.985	1.580	1.677	1.664	0,11	0,09	0,10	3,2	7,5	42
Schuhe, Lederwaren	320	370	261	261	0,02	0,02	0,02	0,7	2,1	33
Uhren, Schmuck, Optik	232	242	289	289	0,01	0,01	0,02	1,5	1,8	80
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>1.325</b>	<b>1.120</b>	<b>1.043</b>	<b>1.043</b>	<b>0,08</b>	<b>0,07</b>	<b>0,06</b>	<b>3,9</b>	<b>8,7</b>	<b>45</b>
Bücher, Schreibwaren	530	410	301	301	0,03	0,02	0,02	1,2	1,8	67
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	795	710	742	742	0,05	0,04	0,04	2,7	6,9	40
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>835</b>	<b>545</b>	<b>755</b>	<b>755</b>	<b>0,05</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>	<b>1,8</b>	<b>3,5</b>	<b>51</b>
Sportartikel	170	50	42	42	0,01	0,00	0,00	0,2	1,2	13
Spielwaren	335	335	419	419	0,02	0,02	0,03	0,4	0,7	60
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	330	160	294	294	0,02	0,01	0,02	1,2	1,6	77
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>730</b>	<b>975</b>	<b>994</b>	<b>994</b>	<b>0,04</b>	<b>0,06</b>	<b>0,06</b>	<b>0,6</b>	<b>1,1</b>	<b>52</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>295</b>	<b>160</b>	<b>238</b>	<b>238</b>	<b>0,02</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,4</b>	<b>6,1</b>	<b>6</b>
Möbel, Antiquitäten	145	50	102	102	0,01	0,00	0,01	0,2	4,6	3
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	150	110	136	136	0,01	0,01	0,01	0,2	1,5	15
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>4.490</b>	<b>4.405</b>	<b>9.586</b>	<b>6.798</b>	<b>0,26</b>	<b>0,26</b>	<b>0,57</b>	<b>10,0</b>	<b>10,6</b>	<b>94</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>22.709</b>	<b>20.694</b>	<b>25.013</b>	<b>22.205</b>	<b>1,31</b>	<b>1,20</b>	<b>1,49</b>	<b>64,4</b>	<b>91,9</b>	<b>70</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	113	103	84
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	51	44	45
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	50	48	67
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>84</b>	<b>76</b>	<b>70</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

\*\* SG Hoya: Ortsteile Hoya und Eystrup als Grundzentren

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 4: Die Stadt Hoya im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Stadt Hoya (GZ)							
	Einwohner 2011: 3.709							
	Einwohner 2016: 3.872							
	Verkaufsfläche in m²			Verkaufsfläche je Einwohner in m²		Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2011	2016	2016*	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>6.354</b>	<b>6.194</b>	<b>6.194</b>	<b>1,71</b>	<b>1,60</b>	<b>27,6</b>	<b>12,3</b>	<b>225</b>
Lebensmittel, Reformwaren	5.084	5.501	5.501	1,37	1,42	21,8	8,6	252
Gesundheit und Körperpflege	1.100	601	601	0,30	0,16	5,4	3,3	164
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	170	92	92	0,05	0,02	0,4	0,4	111
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>8.070</b>	<b>11.172</b>	<b>9.274</b>	<b>2,18</b>	<b>2,89</b>	<b>16,7</b>	<b>10,0</b>	<b>167</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>1.870</b>	<b>1.914</b>	<b>1.901</b>	<b>0,50</b>	<b>0,49</b>	<b>4,8</b>	<b>2,7</b>	<b>173</b>
Bekleidung, Wäsche	1.390	1.517	1.504	0,37	0,39	3,1	1,8	172
Schuhe, Lederwaren	370	258	258	0,10	0,07	0,8	0,5	154
Uhren, Schmuck, Optik	110	139	139	0,03	0,04	0,9	0,4	201
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>885</b>	<b>862</b>	<b>862</b>	<b>0,24</b>	<b>0,22</b>	<b>3,9</b>	<b>2,1</b>	<b>187</b>
Bücher, Schreibwaren	355	256	256	0,10	0,07	1,2	0,4	284
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	530	606	606	0,14	0,16	2,7	1,7	162
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>345</b>	<b>407</b>	<b>407</b>	<b>0,09</b>	<b>0,11</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>101</b>
Sportartikel	50	3	3	0,01	0,00	0,1	0,3	30
Spielwaren	135	269	269	0,04	0,07	0,4	0,2	228
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	160	135	135	0,04	0,03	0,4	0,4	102
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>840</b>	<b>676</b>	<b>676</b>	<b>0,23</b>	<b>0,17</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>203</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>100</b>	<b>136</b>	<b>136</b>	<b>0,03</b>	<b>0,04</b>	<b>0,2</b>	<b>1,5</b>	<b>16</b>
Möbel, Antiquitäten	50	85	85	0,01	0,02	0,1	1,1	14
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	50	51	51	0,01	0,01	0,1	0,4	25
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>4.030</b>	<b>7.177</b>	<b>5.292</b>	<b>1,09</b>	<b>1,85</b>	<b>6,3</b>	<b>2,6</b>	<b>245</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>14.424</b>	<b>17.366</b>	<b>15.468</b>	<b>3,89</b>	<b>4,49</b>	<b>44,2</b>	<b>22,3</b>	<b>199</b>

	Handelszentralität in %	
	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	271	225
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	158	169
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	179	163
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>222</b>	<b>199</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 5: Die Gemeinde Eystруп im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Gemeinde Eystруп (GZ)							
	Einwohner 2011: 3.386 Einwohner 2016: 3.336							
	Verkaufsfläche in m²			Verkaufsfläche je Einwohner in m²		Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2011	2016	2016*	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>4.183</b>	<b>2.636</b>	<b>2.629</b>	<b>1,24</b>	<b>0,79</b>	<b>9,2</b>	<b>9,6</b>	<b>96</b>
Lebensmittel, Reformwaren	3.578	2.339	2.332	1,06	0,70	7,2	6,7	107
Gesundheit und Körperpflege	530	248	248	0,16	0,07	1,7	2,5	66
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	75	49	49	0,02	0,01	0,3	0,3	102
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.177</b>	<b>1.632</b>	<b>1.495</b>	<b>0,35</b>	<b>0,49</b>	<b>3,1</b>	<b>7,8</b>	<b>39</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>322</b>	<b>307</b>	<b>307</b>	<b>0,10</b>	<b>0,09</b>	<b>1,2</b>	<b>2,1</b>	<b>55</b>
Bekleidung, Wäsche	190	154	154	0,06	0,05	0,2	1,4	17
Schuhe, Lederwaren	0	3	3	0,00	0,00	0,0	0,4	1
Uhren, Schmuck, Optik	132	150	150	0,04	0,04	0,9	0,3	277
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>185</b>	<b>176</b>	<b>176</b>	<b>0,05</b>	<b>0,05</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>46</b>
Bücher, Schreibwaren	55	45	45	0,02	0,01	0,2	0,3	63
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	130	131	131	0,04	0,04	0,6	1,3	42
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>200</b>	<b>258</b>	<b>258</b>	<b>0,06</b>	<b>0,08</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>59</b>
Sportartikel	0	14	14	0,00	0,00	0,0	0,2	16
Spielwaren	200	118	118	0,06	0,04	0,1	0,1	87
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	126	126	0,00	0,04	0,2	0,3	80
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>125</b>	<b>164</b>	<b>164</b>	<b>0,04</b>	<b>0,05</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>59</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>1,1</b>	<b>1</b>
Möbel, Antiquitäten	0	13	13	0,00	0,00	0,0	0,9	1
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	0	0	0	0,00	0,00	0,0	0,3	0
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>345</b>	<b>714</b>	<b>577</b>	<b>0,10</b>	<b>0,21</b>	<b>0,6</b>	<b>2,0</b>	<b>29</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>5.360</b>	<b>4.268</b>	<b>4.124</b>	<b>1,58</b>	<b>1,28</b>	<b>12,3</b>	<b>17,4</b>	<b>70</b>

	Handelszentralität in %	
	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	177	96
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	44	53
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	17	19
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>111</b>	<b>70</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser



Tabelle 6: Die Samtgemeinde Heemsen im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Heemsen** (GZ)									
	Einwohner 2006: 6.141 Einwohner 2011: 6.157 Einwohner 2016: 6.019									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.160</b>	<b>1.055</b>	<b>1.345</b>	<b>1.345</b>	<b>0,19</b>	<b>0,17</b>	<b>0,22</b>	<b>6,1</b>	<b>17,4</b>	<b>35</b>
Lebensmittel, Reformwaren	900	825	942	942	0,15	0,13	0,16	3,8	12,3	31
Gesundheit und Körperpflege	140	140	119	119	0,02	0,02	0,02	1,6	4,6	35
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	120	90	284	284	0,02	0,01	0,05	0,7	0,5	141
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.300</b>	<b>1.285</b>	<b>816</b>	<b>809</b>	<b>0,21</b>	<b>0,21</b>	<b>0,14</b>	<b>1,5</b>	<b>14,5</b>	<b>11</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>4,0</b>	<b>1</b>
Bekleidung, Wäsche	0	0	20	20	0,00	0,00	0,00	0,0	2,6	1
Schuhe, Lederwaren	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,7	0
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,6	0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,3</b>	<b>3,0</b>	<b>9</b>
Bücher, Schreibwaren	20	15	8	8	0,00	0,00	0,00	0,0	0,6	0
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	40	40	50	50	0,01	0,01	0,01	0,3	2,4	12
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>1,3</b>	<b>0</b>
Sportartikel	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,4	0
Spielwaren	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,3	0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,6	0
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0,01</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>-1</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>2,2</b>	<b>0</b>
Möbel, Antiquitäten	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	1,6	0
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,5	0
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>1.200</b>	<b>1.210</b>	<b>732</b>	<b>725</b>	<b>0,20</b>	<b>0,20</b>	<b>0,12</b>	<b>1,2</b>	<b>3,7</b>	<b>33</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>2.460</b>	<b>2.340</b>	<b>2.161</b>	<b>2.154</b>	<b>0,40</b>	<b>0,38</b>	<b>0,36</b>	<b>7,6</b>	<b>31,9</b>	<b>24</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	37	33	35
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	3	2	3
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	31	30	23
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>24</b>

\*

\*\*

Quellen:

Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

SG Heemsen: Heemsen als Grundzentrum im Verbund mit Rohrsen und Drakenburg

Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 7: Die Samtgemeinde Liebenau im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Liebenau (GZ)									
	Einwohner 2006: 6.291 Einwohner 2011: 6.113 Einwohner 2016: 5.950									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>2.895</b>	<b>2.225</b>	<b>2.345</b>	<b>2.312</b>	<b>0,46</b>	<b>0,36</b>	<b>0,39</b>	<b>11,8</b>	<b>16,8</b>	<b>70</b>
Lebensmittel, Reformwaren	2.250	1.725	2.096	2.063	0,36	0,28	0,35	9,2	11,9	78
Gesundheit und Körperpflege	510	425	230	230	0,08	0,07	0,04	2,4	4,5	54
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	135	75	19	19	0,02	0,01	0,00	0,1	0,5	22
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>6.045</b>	<b>2.385</b>	<b>2.264</b>	<b>2.177</b>	<b>0,96</b>	<b>0,39</b>	<b>0,38</b>	<b>3,3</b>	<b>13,5</b>	<b>24</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>300</b>	<b>360</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>0,05</b>	<b>0,06</b>	<b>0,01</b>	<b>0,2</b>	<b>3,8</b>	<b>5</b>
Bekleidung, Wäsche	110	160	17	17	0,02	0,03	0,00	0,1	2,5	4
Schuhe, Lederwaren	110	120	51	51	0,02	0,02	0,01	0,1	0,7	13
Uhren, Schmuck, Optik	80	80	0	0	0,01	0,01	0,00	0,0	0,6	0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>385</b>	<b>310</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>0,06</b>	<b>0,05</b>	<b>0,02</b>	<b>0,6</b>	<b>2,9</b>	<b>21</b>
Bücher, Schreibwaren	85	80	65	65	0,01	0,01	0,01	0,3	0,6	44
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	300	230	55	55	0,05	0,04	0,01	0,3	2,3	15
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>425</b>	<b>330</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>0,07</b>	<b>0,05</b>	<b>0,00</b>	<b>0,1</b>	<b>1,1</b>	<b>5</b>
Sportartikel	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,4	0
Spielwaren	30	30	24	24	0,00	0,00	0,00	0,1	0,2	24
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	395	300	0	0	0,06	0,05	0,00	0,0	0,5	0
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>230</b>	<b>180</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>0,04</b>	<b>0,03</b>	<b>0,00</b>	<b>0,1</b>	<b>0,4</b>	<b>17</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>240</b>	<b>140</b>	<b>141</b>	<b>141</b>	<b>0,04</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>	<b>0,2</b>	<b>2,0</b>	<b>8</b>
Möbel, Antiquitäten	100	0	8	8	0,02	0,00	0,00	0,0	1,5	0
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	140	140	133	133	0,02	0,02	0,02	0,2	0,5	32
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>4.465</b>	<b>1.065</b>	<b>1.890</b>	<b>1.803</b>	<b>0,71</b>	<b>0,17</b>	<b>0,32</b>	<b>2,2</b>	<b>3,4</b>	<b>66</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>8.940</b>	<b>4.610</b>	<b>4.609</b>	<b>4.488</b>	<b>1,42</b>	<b>0,75</b>	<b>0,77</b>	<b>15,1</b>	<b>30,4</b>	<b>50</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	85	76	70
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	36	33	12
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	138	34	46
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>78</b>	<b>56</b>	<b>50</b>

\*

Quellen:

Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)

Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 8: Die Samtgemeinde Marklohe im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Marklohe** (GZ)									
	Einwohner 2006: 8.513 Einwohner 2011: 8.333 Einwohner 2016: 8.349									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>4.545</b>	<b>4.560</b>	<b>4.970</b>	<b>4.926</b>	<b>0,53</b>	<b>0,55</b>	<b>0,60</b>	<b>21,0</b>	<b>25,0</b>	<b>84</b>
Lebensmittel, Reformwaren	3.850	3.510	4.340	4.311	0,45	0,42	0,52	17,3	17,6	98
Gesundheit und Körperpflege	585	515	517	517	0,07	0,06	0,06	3,5	6,7	52
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	110	535	113	98	0,01	0,06	0,01	0,3	0,7	38
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>3.136</b>	<b>3.031</b>	<b>4.495</b>	<b>3.749</b>	<b>0,37</b>	<b>0,36</b>	<b>0,54</b>	<b>6,3</b>	<b>20,5</b>	<b>31</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>560</b>	<b>605</b>	<b>1.040</b>	<b>1.030</b>	<b>0,07</b>	<b>0,07</b>	<b>0,12</b>	<b>1,8</b>	<b>5,6</b>	<b>33</b>
Bekleidung, Wäsche	440	485	886	876	0,05	0,06	0,11	1,6	3,7	44
Schuhe, Lederwaren	120	120	154	154	0,01	0,01	0,02	0,2	1,0	22
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,9	0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>345</b>	<b>295</b>	<b>326</b>	<b>326</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>1,1</b>	<b>4,3</b>	<b>26</b>
Bücher, Schreibwaren	115	90	272	272	0,01	0,01	0,03	0,7	0,9	84
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	230	205	54	54	0,03	0,02	0,01	0,4	3,4	11
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>476</b>	<b>476</b>	<b>340</b>	<b>340</b>	<b>0,06</b>	<b>0,06</b>	<b>0,04</b>	<b>0,5</b>	<b>1,7</b>	<b>28</b>
Sportartikel	96	96	136	136	0,01	0,01	0,02	0,3	0,6	42
Spielwaren	120	120	182	182	0,01	0,01	0,02	0,2	0,4	48
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	260	260	22	22	0,03	0,03	0,00	0,1	0,8	7
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>450</b>	<b>495</b>	<b>153</b>	<b>153</b>	<b>0,05</b>	<b>0,06</b>	<b>0,02</b>	<b>0,1</b>	<b>0,6</b>	<b>14</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>550</b>	<b>490</b>	<b>284</b>	<b>274</b>	<b>0,06</b>	<b>0,06</b>	<b>0,03</b>	<b>0,5</b>	<b>3,0</b>	<b>17</b>
Möbel, Antiquitäten	550	430	9	9	0,06	0,05	0,00	0,2	2,3	7
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	0	60	275	265	0,00	0,01	0,03	0,3	0,7	47
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>755</b>	<b>670</b>	<b>2.352</b>	<b>1.626</b>	<b>0,09</b>	<b>0,08</b>	<b>0,28</b>	<b>2,3</b>	<b>5,2</b>	<b>44</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>7.681</b>	<b>7.591</b>	<b>9.465</b>	<b>8.675</b>	<b>0,90</b>	<b>0,91</b>	<b>1,13</b>	<b>27,4</b>	<b>45,4</b>	<b>60</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	82	82	84
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	32	31	30
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	29	27	33
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>58</b>	<b>58</b>	<b>60</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

\*\* SG Marklohe: Marklohe als Grundzentrum im Verbund mit Lemke

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 9: Die Samtgemeinde Mittelweser im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Mittelweser** (GZ)									
	Einwohner 2006: 16.333 Einwohner 2011: 15.657 Einwohner 2016: 15.830									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>8.485</b>	<b>8.535</b>	<b>9.913</b>	<b>9.838</b>	<b>0,52</b>	<b>0,55</b>	<b>0,63</b>	<b>47,5</b>	<b>46,0</b>	<b>103</b>
Lebensmittel, Reformwaren	6.242	6.832	7.723	7.718	0,38	0,44	0,49	31,9	32,3	99
Gesundheit und Körperpflege	1.775	1.555	1.422	1.422	0,11	0,10	0,09	14,0	12,4	114
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	468	148	768	698	0,03	0,01	0,05	1,5	1,3	116
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>14.517</b>	<b>13.050</b>	<b>20.111</b>	<b>16.736</b>	<b>0,89</b>	<b>0,83</b>	<b>1,27</b>	<b>29,3</b>	<b>37,4</b>	<b>78</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>2.450</b>	<b>2.085</b>	<b>2.340</b>	<b>2.340</b>	<b>0,15</b>	<b>0,13</b>	<b>0,15</b>	<b>5,1</b>	<b>10,3</b>	<b>50</b>
Bekleidung, Wäsche	1.810	1.505	1.637	1.637	0,11	0,10	0,10	2,9	6,8	43
Schuhe, Lederwaren	460	400	441	441	0,03	0,03	0,03	1,0	1,9	52
Uhren, Schmuck, Optik	180	180	262	262	0,01	0,01	0,02	1,2	1,6	73
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>1.075</b>	<b>1.100</b>	<b>994</b>	<b>994</b>	<b>0,07</b>	<b>0,07</b>	<b>0,06</b>	<b>4,0</b>	<b>7,9</b>	<b>50</b>
Bücher, Schreibwaren	365	320	301	301	0,02	0,02	0,02	1,0	1,6	64
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	710	780	693	693	0,04	0,05	0,04	3,0	6,3	47
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>412</b>	<b>480</b>	<b>717</b>	<b>717</b>	<b>0,03</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>	<b>1,3</b>	<b>3,2</b>	<b>39</b>
Sportartikel	135	225	56	56	0,01	0,01	0,00	0,3	1,1	25
Spielwaren	277	255	475	475	0,02	0,02	0,03	0,5	0,7	72
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	186	186	0,00	0,00	0,01	0,5	1,5	36
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>760</b>	<b>610</b>	<b>1.067</b>	<b>1.067</b>	<b>0,05</b>	<b>0,04</b>	<b>0,07</b>	<b>0,7</b>	<b>1,0</b>	<b>66</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>3.100</b>	<b>3.125</b>	<b>3.189</b>	<b>3.147</b>	<b>0,19</b>	<b>0,20</b>	<b>0,20</b>	<b>4,0</b>	<b>5,4</b>	<b>73</b>
Möbel, Antiquitäten	2.170	2.170	2.583	2.541	0,13	0,14	0,16	3,0	4,1	74
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	930	955	606	606	0,06	0,06	0,04	1,0	1,4	71
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>6.720</b>	<b>5.650</b>	<b>11.804</b>	<b>8.471</b>	<b>0,41</b>	<b>0,36</b>	<b>0,75</b>	<b>14,3</b>	<b>9,5</b>	<b>151</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>23.002</b>	<b>21.585</b>	<b>30.024</b>	<b>26.574</b>	<b>1,41</b>	<b>1,38</b>	<b>1,90</b>	<b>76,7</b>	<b>83,4</b>	<b>92</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	90	94	103
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	57	50	50
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	108	99	127
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>82</b>	<b>81</b>	<b>92</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

\*\* SG Mittelweser: Zusammenschluss der SG Landesbergen sowie der Gemeinde Stolzenau am 01.11.2011 (eigene Berechnungen der Werte für 2006/2011 aus Daten der CIMA); Ortsteile Landesbergen und Stolzenau als Grundzentren

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 10: Die Samtgemeinde Landesbergen im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Landesbergen (GZ)									
	Einwohner 2006: 8.727									
	Einwohner 2011: 8.316									
	Einwohner 2016: 8.374									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>2.710</b>	<b>2.260</b>	<b>3.035</b>	<b>2.960</b>	<b>0,31</b>	<b>0,27</b>	<b>0,36</b>	<b>12,7</b>	<b>24,3</b>	<b>52</b>
Lebensmittel, Reformwaren	1.937	1.797	2.591	2.586	0,22	0,22	0,31	10,7	17,1	63
Gesundheit und Körperpflege	545	405	146	146	0,06	0,05	0,02	1,4	6,5	22
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	228	58	298	228	0,03	0,01	0,04	0,6	0,7	85
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>8.622</b>	<b>8.100</b>	<b>12.424</b>	<b>9.744</b>	<b>0,99</b>	<b>0,97</b>	<b>1,48</b>	<b>15,9</b>	<b>19,8</b>	<b>80</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>180</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0,02</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>5,5</b>	<b>0</b>
Bekleidung, Wäsche	140	30	8	8	0,02	0,00	0,00	0,0	3,6	0
Schuhe, Lederwaren	40	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	1,0	0
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,9	0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>350</b>	<b>340</b>	<b>382</b>	<b>382</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>0,05</b>	<b>1,6</b>	<b>4,2</b>	<b>37</b>
Bücher, Schreibwaren	140	100	95	95	0,02	0,01	0,01	0,3	0,8	38
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	210	240	287	287	0,02	0,03	0,03	1,2	3,3	37
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>112</b>	<b>170</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>0,01</b>	<b>0,02</b>	<b>0,00</b>	<b>0,1</b>	<b>1,7</b>	<b>6</b>
Sportartikel	0	70	11	11	0,00	0,01	0,00	0,1	0,6	9
Spielwaren	112	100	10	10	0,01	0,01	0,00	0,0	0,3	3
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	12	12	0,00	0,00	0,00	0,0	0,8	4
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>480</b>	<b>110</b>	<b>408</b>	<b>408</b>	<b>0,06</b>	<b>0,01</b>	<b>0,05</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>48</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>2.700</b>	<b>2.700</b>	<b>2.849</b>	<b>2.807</b>	<b>0,31</b>	<b>0,32</b>	<b>0,34</b>	<b>3,4</b>	<b>2,9</b>	<b>119</b>
Möbel, Antiquitäten	1.980	1.980	2.572	2.530	0,23	0,24	0,31	3,0	2,2	139
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	720	720	277	277	0,08	0,09	0,03	0,4	0,7	61
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>4.800</b>	<b>4.750</b>	<b>8.744</b>	<b>6.106</b>	<b>0,55</b>	<b>0,57</b>	<b>1,04</b>	<b>10,6</b>	<b>5,0</b>	<b>211</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>11.332</b>	<b>10.360</b>	<b>15.459</b>	<b>12.704</b>	<b>1,30</b>	<b>1,25</b>	<b>1,85</b>	<b>28,6</b>	<b>44,1</b>	<b>65</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	51	47	52
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	27	22	19
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	153	156	189
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>59</b>	<b>54</b>	<b>65</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 11: Die Gemeinde Stolzenau im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Gemeinde Stolzenau (GZ)									
	Einwohner 2006: 7.510 Einwohner 2011: 7.341 Einwohner 2016: 7.456									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>5.775</b>	<b>6.275</b>	<b>6.878</b>	<b>6.878</b>	<b>0,77</b>	<b>0,85</b>	<b>0,92</b>	<b>34,7</b>	<b>21,7</b>	<b>160</b>
Lebensmittel, Reformwaren	4.305	5.035	5.132	5.132	0,57	0,69	0,69	21,2	15,2	139
Gesundheit und Körperpflege	1.230	1.150	1.276	1.276	0,16	0,16	0,17	12,6	5,8	216
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	240	90	470	470	0,03	0,01	0,06	0,9	0,6	150
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>5.895</b>	<b>4.950</b>	<b>7.687</b>	<b>6.992</b>	<b>0,78</b>	<b>0,67</b>	<b>1,03</b>	<b>13,4</b>	<b>17,6</b>	<b>76</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>2.270</b>	<b>2.055</b>	<b>2.332</b>	<b>2.332</b>	<b>0,30</b>	<b>0,28</b>	<b>0,31</b>	<b>5,1</b>	<b>4,9</b>	<b>105</b>
Bekleidung, Wäsche	1.670	1.475	1.629	1.629	0,22	0,20	0,22	2,9	3,2	92
Schuhe, Lederwaren	420	400	441	441	0,06	0,05	0,06	1,0	0,9	111
Uhren, Schmuck, Optik	180	180	262	262	0,02	0,02	0,04	1,2	0,8	155
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>725</b>	<b>760</b>	<b>612</b>	<b>612</b>	<b>0,10</b>	<b>0,10</b>	<b>0,08</b>	<b>2,4</b>	<b>3,7</b>	<b>65</b>
Bücher, Schreibwaren	225	220	206	206	0,03	0,03	0,03	0,7	0,8	93
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	500	540	406	406	0,07	0,07	0,05	1,7	3,0	58
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>300</b>	<b>310</b>	<b>684</b>	<b>684</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>0,09</b>	<b>1,2</b>	<b>1,5</b>	<b>77</b>
Sportartikel	135	155	45	45	0,02	0,02	0,01	0,2	0,5	43
Spielwaren	165	155	465	465	0,02	0,02	0,06	0,5	0,3	150
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	174	174	0,00	0,00	0,02	0,5	0,7	71
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>280</b>	<b>500</b>	<b>659</b>	<b>659</b>	<b>0,04</b>	<b>0,07</b>	<b>0,09</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>86</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>400</b>	<b>425</b>	<b>340</b>	<b>340</b>	<b>0,05</b>	<b>0,06</b>	<b>0,05</b>	<b>0,5</b>	<b>2,6</b>	<b>21</b>
Möbel, Antiquitäten	190	190	11	11	0,03	0,03	0,00	0,0	1,9	1
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	210	235	329	329	0,03	0,03	0,04	0,5	0,6	81
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>1.920</b>	<b>900</b>	<b>3.060</b>	<b>2.365</b>	<b>0,26</b>	<b>0,12</b>	<b>0,41</b>	<b>3,7</b>	<b>4,5</b>	<b>83</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>11.670</b>	<b>11.225</b>	<b>14.565</b>	<b>13.870</b>	<b>1,55</b>	<b>1,53</b>	<b>1,95</b>	<b>48,1</b>	<b>39,3</b>	<b>122</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	139	150	160
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	93	84	86
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	53	30	58
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>112</b>	<b>112</b>	<b>122</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 12: Die Stadt Rehburg-Loccum im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Stadt Rehburg-Loccum** (GZ)									
	Einwohner 2006: 10.937 Einwohner 2011: 10.352 Einwohner 2016: 10.154									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>7.541</b>	<b>6.080</b>	<b>7.511</b>	<b>7.511</b>	<b>0,69</b>	<b>0,59</b>	<b>0,74</b>	<b>36,2</b>	<b>30,2</b>	<b>120</b>
Lebensmittel, Reformwaren	6.004	4.845	6.011	6.011	0,55	0,47	0,59	24,6	21,1	117
Gesundheit und Körperpflege	1.390	945	1.211	1.211	0,13	0,09	0,12	10,4	8,3	126
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	147	290	289	289	0,01	0,03	0,03	1,2	0,8	143
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>6.468</b>	<b>6.064</b>	<b>8.951</b>	<b>7.658</b>	<b>0,59</b>	<b>0,59</b>	<b>0,88</b>	<b>14,3</b>	<b>24,1</b>	<b>59</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>975</b>	<b>880</b>	<b>1.566</b>	<b>1.566</b>	<b>0,09</b>	<b>0,09</b>	<b>0,15</b>	<b>3,5</b>	<b>6,8</b>	<b>52</b>
Bekleidung, Wäsche	735	640	1.349	1.349	0,07	0,06	0,13	2,6	4,5	57
Schuhe, Lederwaren	140	140	74	74	0,01	0,01	0,01	0,2	1,2	16
Uhren, Schmuck, Optik	100	100	143	143	0,01	0,01	0,01	0,8	1,1	70
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>1.045</b>	<b>990</b>	<b>582</b>	<b>582</b>	<b>0,10</b>	<b>0,10</b>	<b>0,06</b>	<b>2,2</b>	<b>5,2</b>	<b>42</b>
Bücher, Schreibwaren	420	350	245	245	0,04	0,03	0,02	0,6	1,1	60
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	625	640	337	337	0,06	0,06	0,03	1,5	4,1	37
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>895</b>	<b>480</b>	<b>511</b>	<b>511</b>	<b>0,08</b>	<b>0,05</b>	<b>0,05</b>	<b>1,4</b>	<b>2,0</b>	<b>69</b>
Sportartikel	530	220	19	19	0,05	0,02	0,00	0,3	0,7	40
Spielwaren	160	135	328	328	0,01	0,01	0,03	0,4	0,4	106
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	205	125	164	164	0,02	0,01	0,02	0,7	0,9	76
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>505</b>	<b>690</b>	<b>259</b>	<b>259</b>	<b>0,05</b>	<b>0,07</b>	<b>0,03</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>46</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>108</b>	<b>111</b>	<b>534</b>	<b>534</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,05</b>	<b>0,4</b>	<b>3,6</b>	<b>11</b>
Möbel, Antiquitäten	98	86	512	512	0,01	0,01	0,05	0,4	2,7	16
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	10	25	22	22	0,00	0,00	0,00	0,0	0,9	-1
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>2.940</b>	<b>2.913</b>	<b>5.499</b>	<b>4.206</b>	<b>0,27</b>	<b>0,28</b>	<b>0,54</b>	<b>6,5</b>	<b>5,9</b>	<b>110</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>14.009</b>	<b>12.144</b>	<b>16.462</b>	<b>15.169</b>	<b>1,28</b>	<b>1,17</b>	<b>1,62</b>	<b>50,5</b>	<b>54,3</b>	<b>93</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	117	109	120
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	50	49	47
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	58	60	81
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>87</b>	<b>83</b>	<b>93</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

\*\* Stadt Rehburg-Loccum: Ortsteil Rehburg als Grundzentrum und Ortsteil Loccum mit ergänzenden Funktionen für das Grundzentrum

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 13: Die Samtgemeinde Steimbke im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Steimbke** (GZ)									
	Einwohner 2006: 7.604 Einwohner 2011: 7.464 Einwohner 2016: 7.186									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>2.885</b>	<b>3.085</b>	<b>2.767</b>	<b>2.752</b>	<b>0,38</b>	<b>0,41</b>	<b>0,39</b>	<b>12,2</b>	<b>21,6</b>	<b>57</b>
Lebensmittel, Reformwaren	2.270	2.610	2.398	2.383	0,30	0,35	0,33	9,0	15,2	59
Gesundheit und Körperpflege	330	335	265	265	0,04	0,04	0,04	2,9	5,8	50
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	285	140	104	104	0,04	0,02	0,01	0,3	0,6	54
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.820</b>	<b>1.895</b>	<b>2.467</b>	<b>2.019</b>	<b>0,24</b>	<b>0,25</b>	<b>0,34</b>	<b>3,5</b>	<b>17,6</b>	<b>20</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>140</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>0,02</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,1</b>	<b>4,8</b>	<b>2</b>
Bekleidung, Wäsche	100	40	10	10	0,01	0,01	0,00	0,0	3,2	1
Schuhe, Lederwaren	40	0	29	29	0,01	0,00	0,00	0,0	0,9	5
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,0	0,8	0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>320</b>	<b>315</b>	<b>214</b>	<b>214</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>0,03</b>	<b>0,7</b>	<b>3,7</b>	<b>18</b>
Bücher, Schreibwaren	20	15	26	26	0,00	0,00	0,00	0,0	0,8	3
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	300	300	188	188	0,04	0,04	0,03	0,7	3,0	22
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>405</b>	<b>420</b>	<b>230</b>	<b>230</b>	<b>0,05</b>	<b>0,06</b>	<b>0,03</b>	<b>0,7</b>	<b>1,5</b>	<b>49</b>
Sportartikel	240	240	140	140	0,03	0,03	0,02	0,4	0,5	68
Spielwaren	95	110	25	25	0,01	0,01	0,00	0,1	0,3	17
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	70	70	65	65	0,01	0,01	0,01	0,3	0,7	49
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>50</b>	<b>80</b>	<b>129</b>	<b>119</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,02</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>11</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>200</b>	<b>170</b>	<b>220</b>	<b>220</b>	<b>0,03</b>	<b>0,02</b>	<b>0,03</b>	<b>0,2</b>	<b>2,6</b>	<b>9</b>
Möbel, Antiquitäten	200	150	120	120	0,03	0,02	0,02	0,1	1,9	7
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	0	20	100	100	0,00	0,00	0,01	0,1	0,6	15
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>705</b>	<b>870</b>	<b>1.635</b>	<b>1.197</b>	<b>0,09</b>	<b>0,12</b>	<b>0,23</b>	<b>1,7</b>	<b>4,5</b>	<b>37</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>4.705</b>	<b>4.980</b>	<b>5.234</b>	<b>4.771</b>	<b>0,62</b>	<b>0,67</b>	<b>0,73</b>	<b>15,7</b>	<b>39,3</b>	<b>40</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	51	63	57
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	18	15	15
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	23	24	28
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>36</b>	<b>42</b>	<b>40</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

\*\* SG Steimbke: Ortsteil Steimbke als Grundzentrum und Ortsteil Rodewald mit ergänzenden Funktionen für das Grundzentrum

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser



Tabelle 14: Der Flecken Steyerberg im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Flecken Steyerberg (GZ)									
	Einwohner 2006: 5.347 Einwohner 2011: 5.258 Einwohner 2016: 5.262									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>2.445</b>	<b>2.240</b>	<b>2.203</b>	<b>2.203</b>	<b>0,46</b>	<b>0,43</b>	<b>0,42</b>	<b>9,8</b>	<b>15,5</b>	<b>63</b>
Lebensmittel, Reformwaren	1.845	1.655	1.909	1.909	0,35	0,31	0,36	7,4	10,8	69
Gesundheit und Körperpflege	460	420	231	231	0,09	0,08	0,04	2,2	4,2	52
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	140	165	63	63	0,03	0,03	0,01	0,2	0,4	38
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.350</b>	<b>1.025</b>	<b>2.710</b>	<b>2.185</b>	<b>0,25</b>	<b>0,19</b>	<b>0,52</b>	<b>3,1</b>	<b>12,5</b>	<b>25</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>275</b>	<b>150</b>	<b>271</b>	<b>271</b>	<b>0,05</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>	<b>0,4</b>	<b>3,5</b>	<b>10</b>
Bekleidung, Wäsche	230	105	192	192	0,04	0,02	0,04	0,3	2,3	11
Schuhe, Lederwaren	15	15	79	79	0,00	0,00	0,02	0,1	0,6	17
Uhren, Schmuck, Optik	30	30	0	0	0,01	0,01	0,00	0,0	0,6	0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>150</b>	<b>220</b>	<b>308</b>	<b>308</b>	<b>0,03</b>	<b>0,04</b>	<b>0,06</b>	<b>0,9</b>	<b>2,6</b>	<b>32</b>
Bücher, Schreibwaren	80	75	114	114	0,01	0,01	0,02	0,3	0,5	48
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	70	145	194	194	0,01	0,03	0,04	0,6	2,1	28
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,02</b>	<b>0,3</b>	<b>1,1</b>	<b>31</b>
Sportartikel	0	0	14	14	0,00	0,00	0,00	0,0	0,4	7
Spielwaren	0	0	27	27	0,00	0,00	0,01	0,0	0,2	11
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	30	30	50	50	0,01	0,01	0,01	0,3	0,5	60
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>50</b>	<b>165</b>	<b>130</b>	<b>130</b>	<b>0,01</b>	<b>0,03</b>	<b>0,02</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>19</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>135</b>	<b>135</b>	<b>218</b>	<b>218</b>	<b>0,03</b>	<b>0,03</b>	<b>0,04</b>	<b>0,2</b>	<b>1,8</b>	<b>8</b>
Möbel, Antiquitäten	50	50	143	143	0,01	0,01	0,03	0,1	1,4	5
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	85	85	75	75	0,02	0,02	0,01	0,1	0,5	20
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>710</b>	<b>325</b>	<b>1.692</b>	<b>1.167</b>	<b>0,13</b>	<b>0,06</b>	<b>0,32</b>	<b>1,3</b>	<b>3,1</b>	<b>42</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>3.795</b>	<b>3.265</b>	<b>4.913</b>	<b>4.388</b>	<b>0,71</b>	<b>0,62</b>	<b>0,93</b>	<b>12,9</b>	<b>28,0</b>	<b>46</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	70	71	63
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	18	16	21
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	28	13	30
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>48</b>	<b>45</b>	<b>46</b>

\*

Quellen:

Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)

Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 15: Die Samtgemeinde Uchte im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Samtgemeinde Uchte** (GZ)									
	Einwohner 2006: 14.613 Einwohner 2011: 14.146 Einwohner 2016: 13.932									
	Verkaufsfläche in m²				Verkaufsfläche je Einwohner in m²			Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2006	2011	2016	2016*	2006	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>5.315</b>	<b>7.135</b>	<b>7.687</b>	<b>7.687</b>	<b>0,36</b>	<b>0,50</b>	<b>0,55</b>	<b>32,3</b>	<b>41,3</b>	<b>78</b>
Lebensmittel, Reformwaren	4.145	5.195	6.091	6.091	0,28	0,37	0,44	21,7	29,2	75
Gesundheit und Körperpflege	950	1.615	1.300	1.300	0,07	0,11	0,09	9,6	11,0	87
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	220	325	296	296	0,02	0,02	0,02	1,0	1,2	86
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>13.665</b>	<b>13.640</b>	<b>13.933</b>	<b>12.270</b>	<b>0,94</b>	<b>0,96</b>	<b>1,00</b>	<b>23,1</b>	<b>33,5</b>	<b>69</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>5.785</b>	<b>5.180</b>	<b>5.613</b>	<b>5.591</b>	<b>0,40</b>	<b>0,37</b>	<b>0,40</b>	<b>11,4</b>	<b>9,2</b>	<b>124</b>
Bekleidung, Wäsche	4.900	4.590	4.632	4.617	0,34	0,32	0,33	9,1	6,1	149
Schuhe, Lederwaren	840	525	880	873	0,06	0,04	0,06	1,7	1,7	102
Uhren, Schmuck, Optik	45	65	101	101	0,00	0,00	0,01	0,6	1,5	41
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>1.020</b>	<b>830</b>	<b>1.137</b>	<b>1.137</b>	<b>0,07</b>	<b>0,06</b>	<b>0,08</b>	<b>3,6</b>	<b>7,1</b>	<b>50</b>
Bücher, Schreibwaren	300	330	514	514	0,02	0,02	0,04	1,5	1,4	103
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	720	500	623	623	0,05	0,04	0,04	2,1	5,6	37
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>545</b>	<b>655</b>	<b>647</b>	<b>647</b>	<b>0,04</b>	<b>0,05</b>	<b>0,05</b>	<b>1,3</b>	<b>2,9</b>	<b>47</b>
Sportartikel	300	275	71	71	0,02	0,02	0,01	0,5	1,0	50
Spielwaren	165	270	522	522	0,01	0,02	0,04	0,5	0,6	88
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	80	110	54	54	0,01	0,01	0,00	0,3	1,3	27
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>765</b>	<b>1.550</b>	<b>370</b>	<b>363</b>	<b>0,05</b>	<b>0,11</b>	<b>0,03</b>	<b>0,2</b>	<b>0,9</b>	<b>25</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>370</b>	<b>565</b>	<b>825</b>	<b>825</b>	<b>0,03</b>	<b>0,04</b>	<b>0,06</b>	<b>1,1</b>	<b>4,9</b>	<b>22</b>
Möbel, Antiquitäten	150	200	359	359	0,01	0,01	0,03	0,3	3,7	8
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	220	365	466	466	0,02	0,03	0,03	0,8	1,2	65
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>5.180</b>	<b>4.860</b>	<b>5.341</b>	<b>3.707</b>	<b>0,35</b>	<b>0,34</b>	<b>0,38</b>	<b>5,5</b>	<b>8,5</b>	<b>65</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>18.980</b>	<b>20.775</b>	<b>21.620</b>	<b>19.957</b>	<b>1,30</b>	<b>1,47</b>	<b>1,55</b>	<b>55,5</b>	<b>74,8</b>	<b>74</b>

	Handelszentralität in %		
	2006	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	73	85	78
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	86	88	81
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	67	63	48
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>76</b>	<b>83</b>	<b>74</b>

\*

Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

\*\*

SG Uchte: Ortsteile Uchte und Diepenau/Lavelsloh als Grundzentren

Quellen:

Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 16: Der Flecken Uchte im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Flecken Uchte (GZ)							
	Einwohner 2011: 4.742 Einwohner 2016: 4.722							
	Verkaufsfläche in m²			Verkaufsfläche je Einwohner in m²		Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2011	2016	2016*	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>3.915</b>	<b>4.354</b>	<b>4.354</b>	<b>0,83</b>	<b>0,92</b>	<b>19,9</b>	<b>13,9</b>	<b>143</b>
Lebensmittel, Reformwaren	2.505	3.212	3.212	0,53	0,68	11,7	9,8	120
Gesundheit und Körperpflege	1.200	1.044	1.044	0,25	0,22	7,8	3,7	211
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	210	98	98	0,04	0,02	0,4	0,4	98
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>8.370</b>	<b>8.817</b>	<b>7.540</b>	<b>1,77</b>	<b>1,87</b>	<b>14,4</b>	<b>11,1</b>	<b>130</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>2.205</b>	<b>2.428</b>	<b>2.406</b>	<b>0,46</b>	<b>0,51</b>	<b>5,5</b>	<b>3,1</b>	<b>179</b>
Bekleidung, Wäsche	1.860	1.867	1.852	0,39	0,40	3,8	2,0	188
Schuhe, Lederwaren	300	460	453	0,06	0,10	1,0	0,6	173
Uhren, Schmuck, Optik	45	101	101	0,01	0,02	0,7	0,5	146
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>590</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>0,12</b>	<b>0,17</b>	<b>3,2</b>	<b>2,4</b>	<b>135</b>
Bücher, Schreibwaren	225	337	337	0,05	0,07	1,3	0,5	263
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	365	463	463	0,08	0,10	1,9	1,9	102
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>540</b>	<b>587</b>	<b>587</b>	<b>0,11</b>	<b>0,12</b>	<b>1,5</b>	<b>0,9</b>	<b>158</b>
Sportartikel	250	71	71	0,05	0,02	0,7	0,3	214
Spielwaren	210	472	472	0,04	0,10	0,6	0,2	319
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	80	44	44	0,02	0,01	0,2	0,4	46
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>945</b>	<b>285</b>	<b>285</b>	<b>0,20</b>	<b>0,06</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>80</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>160</b>	<b>225</b>	<b>225</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>	<b>0,2</b>	<b>1,6</b>	<b>15</b>
Möbel, Antiquitäten	50	159	159	0,01	0,03	0,1	1,2	11
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	110	66	66	0,02	0,01	0,1	0,4	26
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>3.930</b>	<b>4.492</b>	<b>3.238</b>	<b>0,83</b>	<b>0,95</b>	<b>3,7</b>	<b>2,8</b>	<b>133</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>12.285</b>	<b>13.171</b>	<b>11.894</b>	<b>2,59</b>	<b>2,79</b>	<b>34,3</b>	<b>25,0</b>	<b>137</b>

	Handelszentralität in %	
	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	158	143
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	139	156
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	138	89
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>149</b>	<b>137</b>

\* Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Quellen: Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser

Tabelle 17: Der Flecken Diepenau/Lavelsloh im Überblick: Verkaufsfläche, Verkaufsfläche je Einwohner, Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität

	Flecken Diepenau/Lavelsloh (GZ)							
	Einwohner 2011: 3.973							
	Einwohner 2016: 3.909							
	Verkaufsfläche in m²			Verkaufsfläche je Einwohner in m²		Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
	2011	2016	2016*	2011	2016	2016	2016	2016
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.210</b>	<b>2.743</b>	<b>2.743</b>	<b>0,30</b>	<b>0,70</b>	<b>11,1</b>	<b>11,8</b>	<b>94</b>
Lebensmittel, Reformwaren	940	2.423	2.423	0,24	0,62	8,7	8,4	104
Gesundheit und Körperpflege	225	231	231	0,06	0,06	2,0	3,1	66
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	45	89	89	0,01	0,02	0,4	0,3	112
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>3.545</b>	<b>4.115</b>	<b>3.890</b>	<b>0,89</b>	<b>1,05</b>	<b>7,9</b>	<b>9,7</b>	<b>81</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>2.265</b>	<b>2.769</b>	<b>2.769</b>	<b>0,57</b>	<b>0,71</b>	<b>6,1</b>	<b>2,6</b>	<b>231</b>
Bekleidung, Wäsche	2.020	2.369	2.369	0,51	0,61	5,2	1,7	301
Schuhe, Lederwaren	225	400	400	0,06	0,10	0,9	0,5	184
Uhren, Schmuck, Optik	20	0	0	0,01	0,00	0,0	0,4	0
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>110</b>	<b>197</b>	<b>197</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>	<b>0,6</b>	<b>2,0</b>	<b>31</b>
Bücher, Schreibwaren	40	97	97	0,01	0,02	0,2	0,4	61
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	70	100	100	0,02	0,03	0,4	1,6	23
<b>Spiele, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>35</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,0</b>	<b>0,8</b>	<b>4</b>
Sportartikel	25	0	0	0,01	0,00	0,0	0,3	0
Spielwaren	0	30	30	0,00	0,01	0,0	0,2	20
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	10	0	0	0,00	0,00	0,0	0,4	0
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>475</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>0,12</b>	<b>0,01</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>	<b>16</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>355</b>	<b>600</b>	<b>600</b>	<b>0,09</b>	<b>0,15</b>	<b>0,8</b>	<b>1,4</b>	<b>53</b>
Möbel, Antiquitäten	150	200	200	0,04	0,05	0,2	1,1	16
Gardinen, Heimtextilien, Kurzwaren	205	400	400	0,05	0,10	0,6	0,4	165
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>305</b>	<b>496</b>	<b>271</b>	<b>0,08</b>	<b>0,13</b>	<b>0,3</b>	<b>2,5</b>	<b>12</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>4.755</b>	<b>6.858</b>	<b>6.633</b>	<b>1,20</b>	<b>1,75</b>	<b>19,0</b>	<b>21,5</b>	<b>88</b>

	Handelszentralität in %	
	2011	2016
überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente	51	94
überwiegend zentrenrelevante Sortimente	109	118
überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente	30	27
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>66</b>	<b>88</b>

\*

Quellen:

Kalthalle zur Hälfte und Außenverkaufsfläche zu einem Drittel berechnet (in Analogie zur Methodik 2006/2011)

Daten für 2016: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2016; Eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen MB-Research; Einwohner: Statistisches Landesamt Niedersachsen (Stand: 31.12.2015)  
Daten für 2006 und 2011: CIMA (2012): Konsensprojekt Großflächiger Einzelhandel im Erweiterten Wirtschaftsraum Hannover - Analysebericht Landkreis Nienburg/Weser