

# AUSWIRKUNGSANALYSE ZU DEN ERWEITERUNGSABSICHTEN DER NETTO MARKEN-DISCOUNT-FILIALE IN 26215 WIEFELSTEDDE, HAUPTSTRASSE 49 B

## Endbericht für den Auftraggeber



Abbildung: NETTO Marken-Discount, Wiefelstede (Quelle: MR Consultants, 2015)

Neumünster, Stand: 18. September 2015

Redaktionelle Überarbeitung: 25.09.2015

MR Consultants  
Stefan Pöttsch  
Andreas-Schlüter-Straße 23  
24539 Neumünster

Tel.: 04321-52142  
Fax: 04321-52143  
E-Mail: [info@mr-consultants.info](mailto:info@mr-consultants.info)  
Internet: [www.mr-consultants.info](http://www.mr-consultants.info)  
(zzt. unter Konstruktion)

Bearbeitung und Projektleitung:  
Dipl.-Verw.Wirt (FH) Stefan Pöttsch

Bearbeitungszeit:  
29.07.2015 – 25.09.2015

### **Beratung, Entwicklung und Konzeptionierung**

#### **Einzelhandel**

##### **Analysen**

*Konzepte*

*Verträglichkeit*

##### **Flächenmanagement**

*Konzepte*

*Prozess- und Quartiersmanagement*

*Instrumente*

##### **Projektkonzeptionen**

**Immobilienentwicklung**

© **MR Consultants, Stefan Pöttsch**

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage als Druck und Verbreitung für die vorgesehenen Zwecke zur Herbeiführung der Genehmigungsfähigkeit sowie innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche anderweitige - vor allem gewerbliche - Nutzung ist darüber hinaus nicht gestattet.

Dieser Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Er ist dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der MR Consultants, Stefan Pöttsch.

# INHALT

<b>1</b>	<b>AUFTRAG UND ZIELSETZUNG</b>	<b>5</b>	<b>5.3</b>	<b>Ökonomische Wirkungsprognose</b>	<b>27</b>
<b>1.</b>	<b>Aufgabenstellung</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>EINZELHANDELSKONZEPTIONELLE UND RAUMORDNERISCHE EINORDNUNG</b>	<b>32</b>
	Untersuchungsdesign	6	<b>6.1</b>	<b>Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Wiefelstede</b>	<b>32</b>
	Untersuchungszeitraum	8	<b>6.2</b>	<b>Raumordnerische Einordnung (BauNVO)</b>	<b>37</b>
	Methodische Grundlagen	8	<b>7</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT</b>	<b>39</b>
<b>2</b>	<b>DARSTELLUNG DES PLANVORHABENS</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>METHODIK</b>	<b>41</b>
<b>2.1</b>	<b>Modernisierungsvorhaben:</b>	<b>9</b>			
<b>2.2</b>	<b>Unternehmenssteckbrief</b>	<b>12</b>			
	Bestandssituation NETTO Marken-Discount, Hauptstraße 49 b	14			
	Ruhender Verkehr, Warenwirtschaft	15			
	Definition und Berechnung der Verkaufsfläche	15			
<b>3</b>	<b>MARKTANALYTISCHE RAHMENDATEN</b>	<b>16</b>			
<b>3.1</b>	<b>Abgrenzung des Untersuchungsgebiets</b>	<b>16</b>			
<b>3.2</b>	<b>Angebotssituation im Untersuchungsgebiet</b>	<b>18</b>			
	Kurzzusammenfassung der Angebotsanalyse	20			
<b>4</b>	<b>ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM UNTERSUCHUNGSGBIET</b>	<b>21</b>			
	Zentraler Versorgungsbereich nach dem Entwurf des Einzelhandelskonzeptes Wiefelstede	21			
<b>5</b>	<b>WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS</b>	<b>22</b>			
<b>5.1</b>	<b>Vorbemerkungen zur Umsatzumverteilungsquote</b>	<b>22</b>			
<b>5.2</b>	<b>Umsatz- und Flächenstruktur des Planvorhabens</b>	<b>26</b>			

## ABBILDUNGEN

Abb. 1:	Vorhabenstandort NETTO-Erweiterung Hauptstraße 49 b	10
Abb. 2:	Lageplan des Planvorhabens	10
Abb. 3:	Bestandsplan NETTO, Wiefelstede	11
Abb. 4:	Erweiterungsplanung NETTO, Wiefelstede	11
Abb. 5:	Bedientheke in einem modernen NETTO-Markt	13
Abb. 6:	Ladeneinrichtung NETTO-Markt	14 - 15
Abb. 7:	Fahrzeitisochrone in einer 5-10-Minuten-Erreichbarkeit für PKW	17
Abb. 8:	Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum	18
Abb. 9:	Wettbewerbsstandorte in Rastede	19
Abb. 10:	Dokumentation Rastede	20
Abb. 11:	Zentraler Versorgungsbereich nach EHK-Entwurf	21
Abb. 12:	Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens	26
Abb. 13:	Umsatzumverteilung Edeka	28
Abb. 14:	Umsatzumverteilung Markant	28
Abb. 15:	Umsatzumverteilung Aldi / Lidl	29
Abb. 16:	Umsatzumverteilung Rastede, Metjendorf und diffuse Zuflüsse	29
Abb. 17:	Umsatzherkunft des Planvorhabens insgesamt	30
Abb. 18:	Sortimentsgruppen und Branchen	41
Abb. 19:	Definition der Betriebstypen	42

# 1 AUFTRAG UND ZIELSETZUNG

## 1. Aufgabenstellung

Die Firma NETTO Marken-Discount AG & Co. KG betreibt in der Gemeinde Wiefelstede, Hauptstraße 49b einen Lebensmittelfilialmarkt mit einer Verkaufsfläche von derzeit insgesamt rd. 880 qm. In der Verkaufsflächenbilanz enthalten ist ein im Eingangsbereich integriertes Bäckereifachgeschäft mit einer Fläche von rund 50 qm. Außerdem schließt sich dem Markt südlich baulich verbunden eine Komplementärnutzung an, die aufgrund ihrer Nutzung als Dienstleistungsbetrieb jedoch nicht einzelhandelsrelevant ist.

Die derzeitige Gesamtgeschoßfläche beläuft sich nach den Begründungen im geltenden B-Plan Nr. 214 „Verbrauchermarkt Wiefelstede – Hauptstraße“ vom Dezember 2004 auf mehr als 1.200 qm Geschoßfläche und auf mehr als 800 qm Verkaufsfläche.

Mit diesen festgestellten Flächendimensionen von > 1.200 qm Geschoßfläche und > 800 qm Verkaufsfläche handelt es sich nach § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO 1990 um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb, so den Begründungen zum genehmigten B-Plan zu entnehmen. Die entsprechende Änderung des Flächennutzungsplanes ist im Rahmen der 31. Änderung des Flächennutzungsplans durch den Landkreis Ammerland begründet und genehmigt worden.

Einer aktuellen Bauvoranfrage des Bauherrn vom 12.12.2014 zufolge bestehen Absichten, die Verkaufsfläche der Filiale am Standort zu erweitern. Im Zuge einer Auflösung des bestehenden Postzustellbetriebes soll ein Teil der Dienstleistungsflächen künftig dem Verkaufsraum der NETTO Marken-Discount-Filiale zugeschlagen werden.

Durch die Verkaufsflächenerweiterung soll die NETTO-Filiale u.a. an die aktuellen Standards des Unternehmens angepasst werden. Dazu gehört, dass die Gänge verbreitert werden, um ein bequemerer Begegnen bspw. mit Einkaufswagen, Kinderwagen und Rollatoren zu ermöglichen. Niedrigere Regale sollen den Kunden die Erreichbarkeit der Waren und die Orientierung in der Filiale erleichtern. Zur warenwirtschaftlichen und logistischen Optimierung der Betriebsabläufe ermöglicht die Erweiterung u.a. ein leichteres Rangieren mit Hubwagen und das Aufstellen größerer Warenmengen, wodurch der Personalaufwand für das Nachfüllen von Ware reduziert wird.

Durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung auf etwa 1.100 qm (überschlägige Gesamtverkaufsflächenbilanz nach aktuellen gif-Regeln; vgl. Ausführungen zur Methodik) sind nach den Vermutungsregeln des § 11 Abs. 3 BauNVO Umsatzzuwächse zu Lasten anderer Einzelhandelsbetriebe an den Standort des Planvorhabens zu vermuten, welche die Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen in Wiefelstede sowie ein möglicherweise tangiertes, erweitertes Absatzgebiet schädigen könnten.

U.a. im Lebensmitteleinzelhandel sind in den vergangenen Jahren – dies mit wachsender Tendenz - erhebliche Flächenerweiterungen im stationären Einzelhandel zu verzeichnen. Experten der Fachbranchen gehen aktuell davon aus, dass es unerlässlich ist, die Verkaufsräume und die Warenangebote entsprechend den Kundenbedürfnissen altersgerecht, serviceorientiert und zukunftsfähig zu gestalten.

Derzeit werden gemeindliche Leitlinien für den Einzelhandel erarbeitet. Das im Verfahren befindliche gemeindliche Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll durch Festsetzungen von Zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten künftig einen verbindlichen Handlungsrahmen für alle planerischen und baurechtlichen Entscheidungen geben.

Die in diesem Zusammenhang künftig geltende sogenannte „Wiefelsteder Liste“ deklariert solche wie in der NETTO-Filiale schwerpunktmäßig angebotenen Warengruppen (Lebensmittel, Drogeriewaren und andere) als nahversorgungs- und zentrenrelevant.

Der Entwurf des durch das Büro ‚Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Köln‘ erarbeiteten Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist öffentlich zugänglich; es steht auf den Webseiten der Gemeinde Wiefelstede zum Download zur Verfügung. Das Entwurfskonzept wurde für die Zwecke dieser Verträglichkeitsanalyse entsprechend heruntergeladen und ausgewertet.

Nach einem entsprechenden gemeindlichen Beschluss durch den Gemeinderat genießen solche dann im Zentrenkonzept festgesetzten Zentralen Versorgungsbereiche sowie Nahversorgungs- und ggf. Sonderstandorte einen besonderen raumordnerischen Schutz. Die im Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entwickelten Leitlinien wurden dieser Untersuchung – soweit relevant und zutreffend, für diese Analyse herbeigezogen.

Nach den Ansiedlungsregeln des in Aufstellung befindlichen Zentrenkonzeptes der Gemeinde Wiefelstede solle bestehende Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten ihre Verkaufsflächen in städtebaulich begründeten Ausnahmefällen nur dann erweitern können, wenn keine schädlichen Auswirkungen auf (künftige) zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung zu erwarten wäre und ein sortimentsbezogener Ansiedlungsrahmen (Prognosewert bis 2030) nicht überschritten würde.

Die MR Consultants wurde am 17.08.2015 beauftragt, eine Verträglichkeits- und Auswirkungsanalyse für eine Erweiterung der bestehenden Lebensmittelfiliale „NETTO Marken-Discount“ in 26215 Wiefelstede, Hauptstraße 49 b zu erarbeiten.

### **Auftraggeber:**

#### **NETTO Marken-Discount AG & Co. KG**

Lindberghstraße 8,  
29693 Hodenhagen

### **Untersuchungsdesign**

Vor dem Hintergrund der integrierten Ortslage, der Lage im Geltungsbereich eines als Sondergebiet für den großflächigen Einzelhandel ausgewiesenen qualifizierten Bebauungsplanes hat die NETTO-Filiale seit rund 10 Jahren seine Bedeutung für die Nahversorgung unter Beweis gestellt.

Begünstigt durch die Grundstückslage im Süden des Ortsteils Wiefelstede des Grundzentrums Wiefelstede unmittelbar an der vielbefahrenen Landesstraße L 824 von und nach Rastede und Oldenburg sowie in nur 750 m Nähe zum Gemeindezentrum kommt der Lebensmittelmarkt

- für das nordöstliche Wohngebiet,
- die im gegenüberliegenden Gewerbegebiet Beschäftigten
- und nicht zuletzt für die Wohnbevölkerung in den Ortsteilen Nuttel, Bokel und Borbeck (mit Einschränkungen auch Metjendorf)

den im B-Plan und F-Plan beschriebenen Aufgaben nach und hat sich in den vergangenen 10 Jahren erfolgreich in die Nahversorgungsstruktur der aus 19 Ortsteilen bestehenden Gemeinde Wiefelstede integrieren und beweisen können.

Die NETTO-Filiale verfügt einschließlich des integrierten Backshops derzeit über eine Verkaufsfläche von rd. 885 qm und ist als nächster automobil erreichbarer Lebensmittelmarkt für die Wohnbevölkerung in den Ortsteilen Nuttel, Bokel und Borbeck ein wichtiger Versorgungs- und damit Magnetbetrieb.

Im Zuge der geplanten Verkaufsflächenvergrößerung sind von der Gemeinde und dem Landkreis Ammerland raumordnerische Verdachtsmomente geäußert worden, dass die Versorgungsstrukturen in der Gemeinde Wiefelstede und möglicherweise auch darüber hinaus Schaden im Sinne der BauNVO nehmen könnten.

Der gemeindlich derzeit im Aufstellungsverfahren befindliche Entwurf eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Wiefelstede (EHK-Entwurf)) bezeichnet den Standort des NETTO Marken-Discount an der Hauptstraße als städtebaulich untergeordnet. Im Zuge dieser Untersuchung wird die Nahversorgungsbedeutung des NETTO-Marktes dezidiert untersucht.

Darüber hinaus dürfen nach dem EHK-Entwurf neue Ansiedlungen oder Erweiterungen künftig nur in einem sehr begrenzten Rahmen zugelassen werden. Auch – und nach den Vorschriften des BauGB und der BauNVO bereits reglementiert - müssen nennenswerte Schädigungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) ausgeschlossen werden; nur dann ist nach den Ansiedlungsregeln eine Raumverträglichkeit gegeben.

Es ergeben sich in diesem Zusammenhang folgende Fragen und Analyseaufgaben:

- Welche funktionalen Auswirkungen sind im Hinblick auf das EHK der Gemeinde Wiefelstede durch die beabsichtigte Verkaufsflächenerweiterung auf die Versorgungsstrukturen der geschützten Versorgungsbereiche zu erwarten?
- Mit welchen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist in den hier untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen ‚Nahrungs- und Genussmittel‘ sowie ‚Drogerieartikel‘ zu rechnen (Worst-Case-Szenario)?
- Bestehen raumordnerische Zielkonflikte im Sinne des BauGB, der BauNVO und des EHK-Entwurf? Hier bedarf es (neben weiteren planungsrechtlichen Aspekten) insbesondere der Prüfung der Verträglichkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, der Einhaltung des Kongruenzgebotes und einer funktionalen Bewertung des Planvorhabenstandortes.

Im Einzelnen wurden folgende Analyseschritte vorgenommen:

- Bewertung des Mikrostandorts des Planvorhabens unter Berücksichtigung des gemeindlichen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes und des Einzelhandelskonzeptes des Landkreises Ammerland.
- Wettbewerbliche und geografische Untersuchung des Marktgebiets (Reichweite der Auswirkungen des Planvorhabens).
- Analyse der vorhabenrelevanten Angebotssituation in Wiefelstede, insbesondere den künftigen zentralen Versorgungsbereichen in Wiefelstede sowie den Angebotsstrukturen in den Ortsteilen Nuttel, Bokel, Borbeck, Neuenkrüge, Westholtsfelde, Gristede und Metjendorf; dies unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen Reichweite der NETTO-Filiale.
- Umsatzanalyse des Planvorhabens und Ermittlung der Umsatzherkunft des Planvorhabens.
- Analyse und Berechnung der warengruppenspezifischen Umsatzverlagerungen durch Ermittlung der ökonomischen Auswirkungen auf den Einzelhandel (Huff-Modellrechnung).
- Bewertung der modellhaften Huff-Analyseberechnungen und der Auswirkungen auf baurechtlich schützenswerte Einzelhandelsstrukturen im raumplanerischen Kontext.
- Abschließende Abwägung und Feststellung zur planungsrechtlichen Verträglichkeit.

## Untersuchungszeitraum

17.08.2015 – 20.09.2015

## Methodische Grundlagen

Die Ermittlungen der Bestands- und Leistungsdaten des untersuchungsrelevanten Einzelhandels basieren auf einer vollständigen Erhebung und Bewertung des vorhabenrelevanten Einzelhandelbestandes im absatzwirtschaftlichen Marktgebiet des Vorhabenstandortes im September 2015.

Die Ergebnisse der Arbeiten zum Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch das Büro Dr. Jansen GmbH per Berichtsstand August 2015 wurden berücksichtigt.

Soweit möglich, wurden Expertengespräche mit Betreibern und zur Verfestigung der gutachterlichen Bewertungen sporadisch mit Kunden (nicht repräsentativ) geführt.

Darüber hinaus wurden weitere Einzelhandelsgutachten, soweit aktuell und öffentlich zugänglich, für diese Analyse zugrunde gelegt.

Das Thema Verkaufsflächenberechnungen ist in Deutschland nicht einheitlich geregelt<sup>1</sup>. Definitionen und Abgrenzungen zur Verkaufsfläche werden unterschiedlich verwendet, so im Rahmen volkswirtschaftlicher Statistiken, als Basis für die Berechnung von Kennzahlen, in Mietverträgen sowie in Genehmigungsverfahren im Rahmen der Raumordnung.

Hierzu hat ein ‚Arbeitskreis Einzelhandel‘ der gif (Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V.) im Februar 2014 eine Richtlinie zur Abgrenzung der Verkaufsfläche geschaffen<sup>2</sup>. Mit ihr ist auch einheitlich überprüfbar, ob ein Einzelhandelsbetrieb z.B. eine Grenze zur Großflächigkeit überschreitet, also im Sinne des BVerwG als großflächiges Einzelhandelsgeschäft gilt oder nicht.

Das von der gif aufgestellte Reglement lässt damit erstmals ein einheitliches Verkaufsflächen-Berechnungsverfahren zu, welches geeignet ist, die unterschiedlichen Flächenbegriffe der BauNVO, der DIN 277 und der Rechtsprechung in eine Kompatibilität zu bringen.

Nach dieser Berechnungsmethode zählen folgende Flächen vollumfänglich zur Verkaufsfläche:

- der Verkaufsraum einschl. Bedienbereich der Fleisch- und Käsetheken,
- die Vorkassenzone,
- die Kassenbereiche,
- Packzonen für den Kunden,
- Windfänge
- Leergutannahmeflächen und
- Backshops incl. Cafe.

Einkaufswagenboxen, soweit sie innerhalb oder außerhalb der Bruttogeschosfläche allseitig überdeckt sind, werden zu 50 % der Verkaufsfläche zugerechnet. Nicht allseits überdeckte Flächen zählen zu 25 % zum Verkaufsraum.

Diese Bewertungsmethode ist Gegenstand der Flächenangaben in diesem Gutachten.

<sup>1</sup> Vgl. Müller-Hagedorn, L.; Toporowski, W.; Zielke, S.: Der Handel. Kohlhammer, 2012, 2. Aufl.

<sup>2</sup> Vgl. gif, „Definitionen zur Einzelhandelsanalyse © gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V., 01. Februar 2014“, Arbeitspapier Februar 2014

## 2 DARSTELLUNG DES PLANVORHABENS

### 2.1 Modernisierungsvorhaben:

Mit auslösend durch aktuelle absatzwirtschaftliche Veränderungen im Verkaufsflächenbestand des relevanten Wettbewerbsumfeldes (Edeka Wiefelstede - Erweiterungspläne / Aldi in Wiefelstede - Vergrößerungs- bzw. Verlagerungswunsch / Edeka Husmann in Metjendorf - Vergrößerungsabsicht / Rewe-Markt und Aldi Discounter in Rastede – Umsiedlung bei gleichzeitiger deutlicher Verkaufsflächenvergrößerung) ist beabsichtigt, die Verkaufsflächen des in Wiefelstede als Filialbetrieb der NETTO Marken-Discount AG & Co. KG betriebenen Marktes zu vergrößern.

Es ist vorgesehen, diese von derzeit rund 880 qm am jetzigen Standort auf bis zu knapp 1.100 qm zu vergrößern. Das vorgelagerte Bäckereifachgeschäft (Filiale der Landbäckerei Tönjes) bleibt darin enthalten.

Im Zuge der angestellten Berechnung der Verkaufsflächen nach den Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif) vom Februar 2014 beläuft sich die anzusetzende Verkaufsfläche (Neubewertung u.a. des Windfangs und der Leergutannahme) auf insgesamt rd. 1.069,5 qm zuzüglich der nach den gif-Regeln einzurechnenden Einkaufswagenboxen. Diese wird mit einer Fläche von bis zu 30 qm angenommen, so dass in den weiteren Berechnungen in dieser Analyse von einer Gesamtverkaufsfläche von 1.100 qm ausgegangen wird.

Aufgrund dieser Erweiterungsabsicht auf künftig rund 1.100 qm sind bei diesem Planvorhaben die Vermutungsregeln für einen großflächigen Einzelhandelsbetriebes hinsichtlich der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) zu bewerten.

Es wurden durch den Auftraggeber aktuelle Bestandspläne sowie Umbau- und Erweiterungspläne zur Verfügung gestellt, die dieser Analyse zugrunde gelegt werden. Bei den Plänen handelt es sich um Einrichtungspläne, aus denen die Regalierung, Sortimentsgestaltung und Verkaufsflächengrößen ableitbar sind.

Im Rahmen der Verkaufsflächenvergrößerung und der Neuregalierung wird einleitend festgestellt, dass sich die Sortimentsanzahl und -qualität im NETTO-Markt nicht verändert wird. Die aktuell mit rd. 3.800 Artikeln geführte Sortimentsanzahl behält auch künftig weiter Gültigkeit und eine qualitative Sortimentsuntersuchung im Wettbewerbsgebiet hinsichtlich möglicher Auswirkungen auf andere Lebensmittelvollversorger ist hier entbehrlich.

Die Filiale des Lebensmitteldiscounters NETTO soll umgebaut und der derzeitige Verkaufsraum durch Hinzunahme von Flächen des südlich baulich angegliederten Dienstleistungsbetriebes der Post um rd. 220 qm erweitert werden.

Dabei wird darauf hingewiesen, dass sich Flächenberechnungen, bisher weitestgehend nach DIN 277 festgestellt, nur eingeschränkt für eine künftige, einheitliche Bewertung von Verkaufsflächen in Einzelhandelsanalysen eignen; Packzonen, Kassenbereiche, Leergutannahmen, Windfänge werden heute der Verkaufsfläche zugerechnet. Obgleich sie allein keine Flächenleistungen aufweisen, sind sie im Zusammenhang einer Gesamtbetrachtung der Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben methodisch einzubeziehen (vgl. hierzu: Erläuternde Hinweise zur Methodik).

Das Planvorhaben befindet sich fußläufig 8 Entfernungsminuten (750 m) südlich zum Mittelpunkt des künftigen zentralen Versorgungsbereiches (ZVB) und nur rd. 250 m von dessen südlichen Rand entfernt.

Die südlichen und westlichen Ortsteile der Gemeinde Wiefelstede sind in einer automobilen Entfernungzone von ca. 6 Entfernungsminuten, alle anderen Ortsteile der Gemeinde innerhalb von 10 Autominuten erreichbar.

**Abb. 1: Vorhabenstandort NETTO-Erweiterung Hauptstraße 49 b**



Quelle: MR Consultants, eigene Aufnahmen, September 2015

**Abb. 2: Lageplan des Planvorhabens**



Quelle: © Google Maps; Bearbeitung MR Consultants, 2015

Die Zufahrt zum Standort ist automobil über die Landesstraße 824 komfortabel und gut zu erreichen. Aus den nördlich und östlich angrenzenden Wohngebieten ist der Standort ebenfalls gut erreichbar.

Bedeutsamer Untersuchungsaspekt ist im anstehenden Erweiterungsfall die Beantwortung der Frage, ob und inwieweit die geplante Verkaufsflächenerweiterung außerhalb der künftigen zentralen Versorgungsbereiche in das Einzelhandelskonzept eingebunden ist.

Aus Sicht der MR Consultants erfüllt der Standort Hauptstraße 49 b eine sehr viel bedeutendere Nahversorgungsfunktion als im Entwurf des EHK-Entwurf u.a. auf Seite 97 beschrieben. Der Lebensmittelmarkt ist in Wiefelstede etabliert und wird vom Verbraucher auch fußläufig aus den angrenzenden Wohnbebauungen als integrierter Nahversorger angenommen. Insbesondere nach den zunehmenden Defiziten in den kleinen Ortsteilen von Wiefelstede orientierten sich (bestätigt auch durch Expertengespräch mit der Filialleitung) zunehmend Kunden an den Standort NETTO.

Im Rahmen einer Stabilisierung und Weiterentwicklung der Nahversorgungsfunktion in Wiefelstede ist eine Erweiterung des Marktes auf ein zeitgemäßes Filialkonzept aus gutachterlicher Erwägung städtebaulich ableitbar, wie die folgenden Analysen aufzeigen werden; unabhängig davon müssen sich Lebensmittelmärkte im Rahmen der Verschärfung des Wettbewerbes marktgerecht aufstellen, um wirtschaftlich überleben zu können.

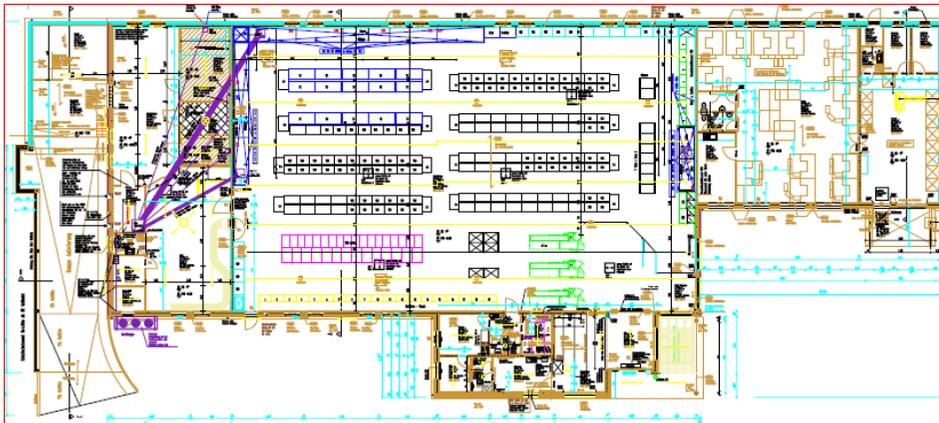
Hierzu bedarf es der Erklärung über die Entwicklungen der Lebensmitteldiscounter. Waren in den 80er und 90er Jahren noch Flächengrößen von 500 – 900 qm ausreichend, führte eine Lockerung des Planungsrechtes zu einem fast schon dramatischen Anstieg der Verkaufsflächen auf eine „799er-Generation“<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Anmerkung: Die bauplanungsrechtliche Definition des großflächigen Einzelhandels führte mit Einführung der BauNVO 1990 zu einer starken Expansion und Verkaufsflächenerweiterung insbesondere bei den Lebensmitteldiscountern.

Aktuell benötigen nahezu alle Discountformate, besonders Aldi, Lidl und Penny zwischenzeitlich Verkaufsflächengrößen zwischen 1.000 – 1.500 qm. Begründet ist dies teilweise durch die Entwicklung („industrielle Revolution“) ständig neuer Lebensmittelangebote und -marken, teils führt jedoch auch ein moderner, demografisch begründbarer Servicegedanke und anspruchsvollere Kundenerwartungen zur Notwendigkeit der Verbreitung von Verkaufsgängen, der Höhenreduzierung der Verkaufsregale und letztlich einer breiteren Sortimentsaufstellung mit Frischegütern (Fleisch, Wurst, Gemüse, Obst etc.).

Mit einem derzeitigen Flächenanteil von rd. 95 Prozent bilden Warenangebote des kurzfristigen Bedarfs aktuell das Schwerpunktangebot der Bestandsnutzung.

**Abb. 3: Bestandsplan NETTO, Wiefelstede**



Quelle: © NETTO Marken-Discount, Einrichtungsplan Bestand

Die in den aktuellen Einrichtungsplänen dokumentierte Beibehaltung von bis zu 3 Kassensystemen manifestiert die Einschätzung der künftigen gutachterlichen Umsatzerwartungen. Die „Leistungsfähigkeit“ moderner Kassensysteme ist ein wichtiges Indiz für die künftigen Umsatzerwartungen.

Da im Rahmen der Verkaufsflächenvergrößerung keine zusätzlichen Kassensysteme geplant sind, ist nicht mit einer höheren Umsatzleistung zu rechnen.

Die Kubatur des Marktes wird nach den Planunterlagen verändert werden. Durch Hinzunahme von Teilflächen der Post und einer Anpassung der Eingangssituation wird die gesamte Verkaufsfläche rechteckig optimiert.

**Abb. 4: Erweiterungsplanung NETTO, Wiefelstede**



Quelle: © NETTO Marken-Discount, Erweiterungsplanung

Die funktionale Einbindung in die städtebaulichen Gegebenheiten ist ein weiterer Untersuchungsaspekt, um die geplante Verkaufsflächenerweiterung begründen und rechtfertigen zu können. Das ergibt sich bereits aus der allgemeinen Ermessenspflicht von Kommunen zur gerechten und verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung (§ 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO).

Die zulässigen Nutzungen des Bestands- und Erweiterungsvorhabens sind nach dem geltenden B-Plan zu bemessen; sie sind auf Warengüter des täglichen Bedarfs beschränkt. Dazu zählen insbesondere die Sortiments- und Warengruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Drogerieartikel“.

## 2.2 Unternehmenssteckbrief

Die BBE Handelsberatung verfolgt die Entwicklung von Betriebstypen (Betriebstypendynamik) seit mehr als 50 Jahren intensiv. Alle Betriebstypen, vom kommunalwirtschaftlich betreuten Dorfladen bis hin zu den SB-Warenhäusern, werden durch die BBE Handelsberatung in ihrer täglichen Arbeit beratend betreut. Darüber hinaus ist die BBE in Arbeitsgruppen engagiert, die sich wissenschaftlich mit diesem Thema befassen. Dazu gehören unter anderem der Arbeitskreis Einzelhandel der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung (gif e.V.), der Arbeitskreis Geographische Handelsforschung im Verband der Geographen an Deutschen Hochschulen (AK GHF) und der Arbeitskreis Einzelhandelsimmobilien des Bundesverbandes freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen e.V.. In einer Einordnung der NETTO Marken-Discount-Märkte hat die BBE Handelsberatung im März 2013 den Betriebstyp definiert:

Aufgrund der Firmierung als „Marken-Discount“ wird NETTO in der Regel als Discounter eingestuft. Tatsächlich weicht das NETTO-Konzept jedoch vom Konzept der in Deutschland bekannten Discounter deutlich ab.

Anders als die Supermärkte stellen die Discounter keine Vollsortimenter dar. Auf einer Verkaufsfläche von 400 bis 1.200 m<sup>2</sup> führen diese ein ausgewähltes, spezialisiertes und schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl. Hierbei ist zwischen den Hard-Discountern wie Aldi bzw. Norma und den Soft- bzw. Markendiscountern wie Lidl oder Penny zu unterscheiden. Hard-Discounters führen 700 bis 900 verschiedene Artikel, wo hingegen die Soft-Discounters 1.300 bis 1.700 Artikeln, mehr als die doppelte Artikelzahl anbieten.

Der Schwerpunkt liegt bei beiden Discounterarten im Trockensortiment, das um Getränke (v.a. in Einweggebinden) ergänzt wird. Seit 2005 ist ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen. Bedienungsabteilungen wie Frischetheken und andere Dienstleistungen sind in Discountern nicht vorzufinden. Charakteristisch für Discounter, insbesondere Hard-Discounters, ist der hohe Anteil an Eigenmarken, die sehr preiswert angeboten werden können. Dieser Betriebstyp weist eine preisaggressive und werbeintensive Unternehmensphilosophie auf. Die Warenpräsentation wird daher in der Regel sehr nüchtern gestaltet, wobei vereinzelt ausgewählte Warengruppen (z.B. Drogerieartikel) wertiger präsentiert werden. Die Soft- bzw. Markendiscounter verfolgen dabei das Discount-Konzept weniger strikt als die Hard-Discounters. Der Nonfood-Bereich setzt sich neben festen Non-food Artikeln (Nonfood I) zu einem Großteil aus wöchentlich wechselnden Aktionsangeboten (Nonfood II) zusammen. Der Umsatzanteil im Bereich Nonfood I beträgt 10 % bis 13 %. Der Umsatzanteil im Bereich Nonfood II schwankt je nach Anbieter und Jahr erheblich. Die Discounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt dasselbe Sortiment vorfindet. Abgeleitete Betriebsformen wie beispielsweise bei den Supermärkten (z.B. City-Supermarkt) sind bei Discountern für gewöhnlich nicht vorzufinden.

Zunächst unabhängig von der Landesplanung ergibt sich für den Betreiber NETTO die Situation, dass sein Betriebstypenkonzept, das zwischen dem der Discounter und dem der Supermärkte angesiedelt ist und bei der Einteilung von Lebensmittelmärkten in Discounter und Supermärkte keine Berücksichtigung findet.

In der Literatur und Fachpresse<sup>4</sup> wird auf die Sonderstellung der NETTO-Märkte und den Betriebstypen „Hybrid-Discounter“ hingewiesen:

- „NETTO hat eine völlig anderer Strategie [als Plus]: Größere Sortimente, mehr Frische und eine erheblich höhere Zahl an Herstellermarken“<sup>5</sup>,
- „NETTO ist ein(e) (...) Mischung aus rationalisiertem Supermarkt und Discounter (...). Markenartikel zu attraktiven Preisen, Mehrweggetränke und ein großes Angebot bei Fleisch/Wurst wie Obst/Gemüse sind die Stärken“<sup>6</sup>.
- „NETTO ist kein reinrassiger Discounter, eher ein Supermarkt, der mit Niedrigpreisen lockt.“<sup>7</sup>,
- Hinter „Direkt Markendiscout“ verbirgt sich „ein Zwitter aus Discounter und REWE-Supermarkt“<sup>8</sup>,
- „Zudem schreiben immer mehr hybride Discounter (...) Erfolgsgeschichten“. (McKinsey (2009).

Auch in den Struktur- und Marktdaten 2010 der BBE vom November 2010, die die Grundlage für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern bilden, wird in der Betriebstypendefinition auf diese Sonderstellung als Supermarkt-Discount-Hybrid verwiesen (vgl. BBE 2010, 35).

NETTO-Märkte existieren in verschiedenen Varianten. In der Variante mit der größten Sortimentsbreite und -tiefe und dort, wo die Verkaufsflächengröße es zulässt, hat NETTO eine eigenbetriebene supermarkttypische Bedientheke in die Verkaufsfläche integriert (vgl. folgende Abbildung).

**Abbildung 5: Bedientheke in einem modernen NETTO-Markt**



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Aufnahme.

Während Discounter dem Kunden also vom Hersteller verpackte Wurst- und Fleischwaren anbieten, besteht in Supermärkten wie in entsprechenden NETTO-Filialen die Wahl zwischen herstellerverpackter Ware und frischer Ware in Fremdbedienung.

NETTO-Märkte haben mit rund 3.800 – 4.200 Artikeln ein weitaus größeres Sortiment als Hard-Discounter oder Soft-Discounter, die in der Regel 900 bis 1.700 Artikel führen. Das hat zur Folge, dass das Sortiment breiter und auch tiefer aufgestellt ist und der Kunde eine umfangreichere Auswahl an Produkten vorfindet. Neben Eigenmarken bietet NETTO eine discount-untypisch hohe Anzahl an Markenartikeln an.

Im Bereich Getränke hebt sich NETTO ebenfalls von den klassischen Discountern ab. Sowohl durch den Betrieb eigener Getränkemärkte, als auch durch das Angebot auf der Fläche seiner NETTO-Lebensmittelmärkte ist ein für Discounter untypisch breites und tiefes Getränkesortiment vorzufinden.

<sup>4</sup> vgl. u. a. Lebensmittelzeitung vom 23.11.2007, 10.12.2010, 09.11.2012 oder Immobilienzeitung vom 26.07.2012

<sup>5</sup> LZ 23.07.2007, Interview mit EDEKA-Manager Alfons Frenk

<sup>6</sup> Lebensmittelzeitung vom 10.12.2010

<sup>7</sup> Lebensmittelzeitung vom 26.07.2012

<sup>8</sup> Lebensmittelzeitung vom 09.11.2012

Aus betriebstypenspezifischer Perspektive ist ein weiterer Aspekt entscheidend: Während Discounter in der Regel ausschließlich oder überwiegend Einweggebinde anbieten, bieten Supermärkte und NETTO Einzelflaschen und Getränkekästen in Mehrweg (und ergänzend in Einweg) an.

Aufgrund des hybriden Konzeptes erfordert ein NETTO-Markt eine im Vergleich zu Discountern erhöhte Personalintensität. Während Discounter pro Filiale im Durchschnitt rund 7 Mitarbeiter beschäftigen, sind es bei NETTO im Durchschnitt rund 12 Mitarbeiter. Supermärkte beschäftigen im Schnitt rund 24 Mitarbeiter pro Filiale (BBE 2011).

Trotz der Tatsache, dass es sich beim Konzept von NETTO um einen zwischen Discounter und Supermarkt anzusiedelnden, hybriden Betriebstyp handelt, firmiert NETTO unter dem Namen „NETTO Marken - Discount AG & Co. KG“, trägt also vermeintlich den Betriebstyp Discounter im Namen.

Der Name dieses Unternehmens ist kein Kriterium, welches faktisch zur Überprüfung raumordnerischer Belange dienen kann. Vielmehr ist der Unternehmensname im Zusammenhang mit der angestrebten Positionierung gegenüber dem Endverbraucher zu sehen. Aus der Firmierung der Firma NETTO lässt sich daher keine Zuordnung zu einem Betriebstypus ableiten.

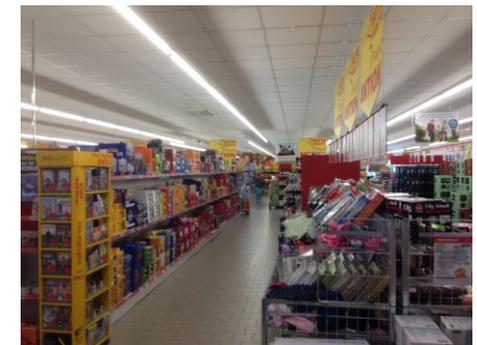
### Bestandssituation NETTO Marken-Discount, Hauptstraße 49 b

Mit einer derzeitigen Verkaufsfläche von knapp unter 800 qm stößt die Belastbarkeit des Verkaufsraumes warenwirtschaftlich und logistisch an Grenzen und kann damit den Ansprüchen der Kunden an die Verfügbarkeit von Personal, übersichtliche und vollständige Sortimentshaltung und kundenfreundliche Erreichbarkeiten der Regalierungen nicht mehr erfüllen.

Dem Kunden ist derzeit ein störungsfreier Zugriff auf das Sortiment nicht möglich; beengte Gangbreiten führen immer häufiger zu Barrieren, wenn Sortimente aufgefüllt werden müssen und der Kunde mit seinem Einkaufswagen dadurch blockiert wird.

Die Lagerhaltung und Leergutverwaltung ist durch gesetzliche Regelungen des Pflichtpfandes in Stoßzeiten und insbesondere zum Wochenende hin völlig überlastet. Nachfolgende Impressionen der Ladeneinrichtung veranschaulichen die Situation deutlich:

Abbildung 6: Ladeneinrichtung NETTO-Markt





Discount ist davon auszugehen, dass die Verkaufsflächenerweiterung kaum nennenswerte zusätzliche LKW-Anlieferungen auslösen wird.

### Definition und Berechnung der Verkaufsfläche

Wir bewerten die maßgeblichen und anzusetzenden Verkaufsflächen nach der gif-Richtlinie (Stand Februar 2014), womit dieser Begriff erstmals systematisch in die unterschiedlichen Flächenbegriffe der BauNVO, der DIN 277 sowie der aktuellen Rechtsprechung eingeordnet und definiert werden kann.

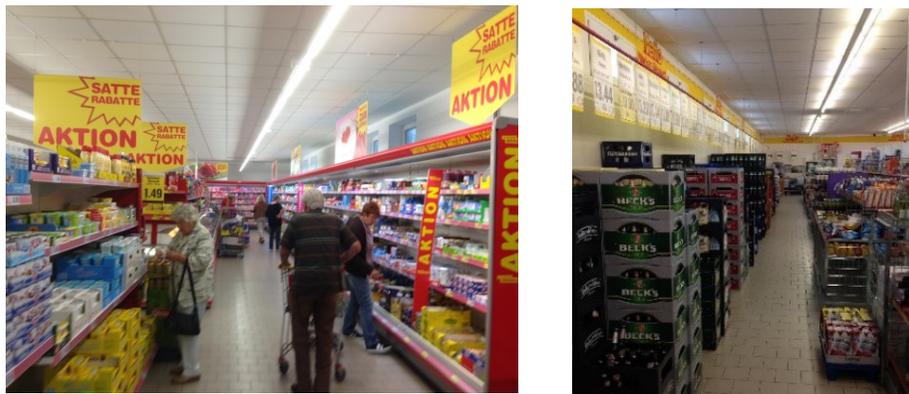
Danach zählen Verkaufsräume, Ausstellungs- und Präsentationsräume, Umkleideräume für Kunden, Aktionsflächen, Kassen- und Packzonen sowie Gastronomie- und Leergutannahmen umfänglich zur Verkaufsfläche, sofern sie innerhalb der BGF überdeckt und allseitig umschlossen sind.

Darüber hinaus können auch Flächen außerhalb der BGF, von denen aus nicht nur vorübergehend Verkäufe getätigt werden (Verkaufsstände, Freiverkaufsflächen) anteilig eingerechnet werden.

Nicht zur Verkaufsfläche zählen zum Beispiel technische Funktionsflächen, Lagerflächen sowie dem Personal dienende Nutzflächen.

Diese strikteren, jedoch Klarheit schaffenden Definitionen weichen von den historischen, je nach Anlass unterschiedlich definierten Verkaufsflächenberechnungen ab und sind in dem addierten Summenwert gegebenenfalls größer als in der bisherigen Betrachtungsweise.

Künftig verfügt der Markt über eine Verkaufsfläche (nach gif) von 1.070 qm. Davon entfallen rd. 981 qm auf den Verkaufsraum, ca. 18 qm auf den Windfang, 12 qm auf die Leergutannahme, rd. 30 qm auf die Einkaufswagenbox und rd. 59 qm auf den Bäckereifachbetrieb (incl. Verzehrereich).



Quelle: MR Consultants, eigene Aufnahmen, September 2015

### Ruhender Verkehr, Warenwirtschaft

Eine Erweiterung der bisherigen Stellplatzanzahl, oftmals Indiz für eine vom Betreiber erwartete Frequenzsteigerung ist nicht beabsichtigt. Unter Berücksichtigung üblicher Lagerumschlagszeiten beim Betriebstyp NETTO Marken-

## 3 MARKTANALYTISCHE RAHMENDATEN

### 3.1 Abgrenzung des Untersuchungsgebiets

Die Ermittlung des Untersuchungsgebiets basiert auf einer detaillierten Analyse der Wettbewerbssituation des vorhabenrelevanten Einzelhandels auf der Grundlage des EZK-Entwurfes der Gemeinde Wiefelstede.

Der im Einzelhandelskonzept dokumentierte Status zur Funktionalität der ansässigen Einzelhandelsbetriebe und Versorgungsbereiche wurde in aktuellen Vor-Ort-Recherchen überprüft und aktualisiert.

Dazu wurden Instrumente und gutachterliche Methoden verwandt, welche letztendlich Einflussfaktoren für die Bestimmung des absatzwirtschaftlichen Untersuchungsgebietes bilden:

- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten,
- Lage und Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- und Sortimentsschwerpunkten sowie
- geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren wie z. B. stadt-räumliche Hindernisse oder Gemeindegrenzen.

Aus der Wettbewerbsuntersuchung der MR Consultants ist bei diesem hybriden Lebensmittelmarkt von einer durchschnittlichen betriebsformatbedingten Attraktivität für den Kunden auszugehen, die in verdichteten innerstädtischen Räumen einer Erreichbarkeit von etwa 6 Autominuten, in ländlich geprägten Regionen wie hier in Wiefelstede etwa 10 Autominuten entspricht.

Ausgehend von diesen maximalen 10-Minuten-Fahrzeitisochronen werden die ökonomischen Umsatzumverteilungsbewertungen in diesem Untersu-

chungsgebiet hinsichtlich des vorhaben- und untersuchungsrelevanten Einzelhandels nach dem ökonomischen HUFF-Simulationsmodell abgegrenzt und berechnet.

Der untersuchungsrelevante Schwerpunkt dieser Verträglichkeitsuntersuchung ist auf Sortiments- und Warengruppen des periodischen (kurzfristigen / täglichen) Bedarfs gerichtet. Dazu zählen die in Lebensmittelmärkten typischerweise geführten Sortimentsgruppen Lebensmittel (einschließlich Reformwaren), Drogerieartikel (einschließlich Parfümerie- und Haushaltsreiniger) sowie als Randsortiment Aktionswaren aus den mittel- bis langfristigen Bedarfsstufen (u.a. Bekleidung, Schuhe, Hausrat, Möbel, Baumarktartikel etc.).

Durch die geplante Verkaufsflächenvergrößerung und die damit verbundene Attraktivitätserhöhung ist nach den Vermutungsregeln der BauNVO zu untersuchen, ob und inwieweit in den untersuchungsrelevanten Sortiments- und Warengruppen Umsätze aus einem weiteren Marktgebiet umgelenkt und an den Planvorhabenstandort fließen kann.

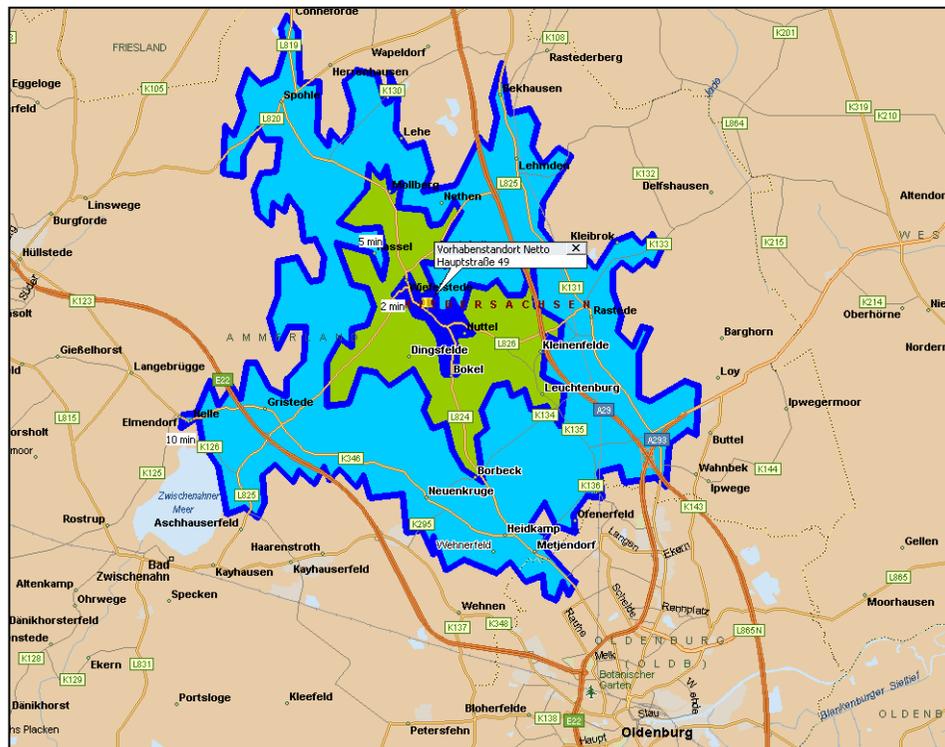
Das Marktgebiet wird als ein vom Kunden, Einwohner oder Nachfrager eines bestimmten Gebrauchs- oder Verbrauchsgutes als „individueller Attraktivitätsraum des Einzelhandels“ definiert, das wettbewerblich und durch Zeit- und Entfernungsparameter begründet wird. Wichtig für den Konsumenten ist der für ihn bestmögliche Einkaufserfolg.

Die voraussichtlichen Kunden- und Kaufkraftströme an den hier untersuchten Vorhabenstandort mit dem Betriebsformat „Lebensmittelhybrid-discounter“ lassen sich durch eine Analyse der wettbewerblichen Attraktivitäten im Raum und durch Kundenherkunftsanalysen genauer bestimmen. Erfahrungsgemäß sind Verbraucher bereit, für einen Einkauf 5 – 6 Minuten Wegezeiten mit dem Auto zu akzeptieren. Größere Reichweiten erzielen generell nur große Lebensmittelmärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (z.B. Real, Kaufland, E-

Center). Fußläufig reduzieren sich die Reichweiten auf 3 – 5 Minuten, das entspricht einer Entfernung von 300 – 600 m.

Im anstehenden Untersuchungsszenario wird den weiteren Berechnungen im Hinblick auf die Versorgungsintensität zu den südlich gelegenen Ortsteilen und Bauernschaften eine absatzwirtschaftliche Attraktivität von maximal 10 Autominuten zugrunde gelegt.

**Abb. 7: Fahrzeitisochrone in einer 5-10-Minuten-Erreichbarkeit für PKW**



Karte: © Microsoft MapPoint 2013; Bearbeitung: MR Consultants, 2015

Aus gutachterlicher Sicht und gestützt durch ökonomische Berechnungen nach dem HUFF-Modell wirken sich Umsatzumverteilungen infolge der Verkaufsflächenvergrößerung am Planstandort durch eine Verschiebung (Umverteilung) von Kaufkraftströmen zum Standort des NETTO Marken-Discount in Abhängigkeit zur Attraktivität der Einkaufsstätten, Barrieren und Entfernungen innerhalb des Marktgebietes aus.

Diese sind in der vorstehenden Abbildung 7 als Fahrzeitisochrone grafisch dargestellt.

Innerhalb der so vorgenommenen absatzwirtschaftlichen Reichweite und des so festzulegenden Untersuchungsgebietes wurden sämtliche untersuchungsrelevanten Wettbewerbsstandorte aufgesucht, dokumentiert und bewertet.

Das modellhaft bemessene absatzwirtschaftliche Wettbewerbsgebiet, hier kartografisch definiert durch die Erreichbarkeitszone, wurde durch Echtzeitmessungen über eigene Messungen, darüber hinaus über den Google-Maps-Dienst Routenplaner überprüft. Es bildet so die Grundlage für die Untersuchung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen des Wettbewerbs im absatzwirtschaftlichen, städtebaulichen und zentralörtlichen Sinn.

Von baulichen Vorhaben dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und wichtige Versorgungsstrukturen ausgehen. Die Rechtsprechung hat hierzu in den vergangenen Jahren verschiedene Feststellungen getroffen.

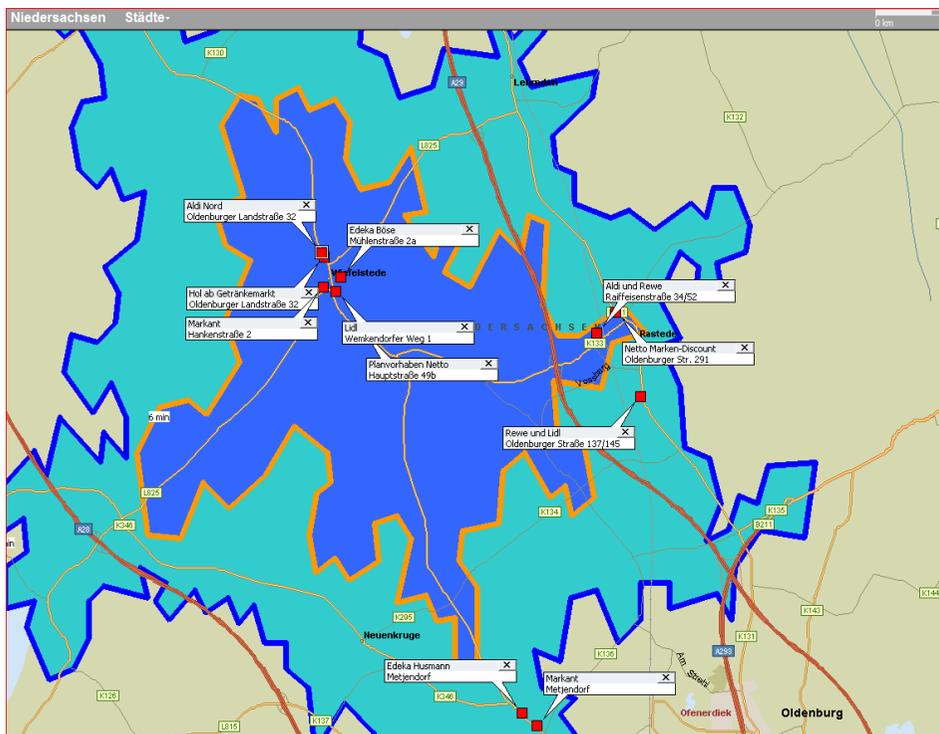
Aufgrund der unmittelbaren und auch fußläufigen Nähe zu den Lebensmittelmärkten in Wiefelstede und deren geringsten Entfernungsparametern zum Vorhabenstandort ist zunächst zu prüfen, ob und in welchem Maße die angesiedelten Einzelhandelsgeschäfte durch das Planvorhaben geschädigt bzw. betroffen werden.

Die einzelnen Wettbewerbsstandorte werden im Folgenden einzeln dokumentiert, funktionell und absatzwirtschaftlich beschrieben und bewertet.

### 3.2 Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Das gesamte Einzelhandelsangebot innerhalb des Gemeindegebietes Wiefelstede und darüber hinaus in dem Untersuchungsgebiet wurde hinsichtlich Verkaufsflächengrößen, Umsatzleistungen, Stellplatzangebot, Waren- und Sortimentsangebot, Koppelungen mit anderen Betrieben und nicht zuletzt hinsichtlich der Gesamtattraktivität bewertet.

**Abb. 8: Wesentliche Wettbewerber im Untersuchungsraum**



Karte: © Microsoft MapPoint 2013; Bearbeitung: MR Consultants, 2015

Neben dem untersuchungsrelevanten Einzelhandelsbesatz in Wiefelstede wurde auch Rastede vollständig sowie der Ortsteil Metjendorf als eigenständiges Grundzentrum der Gemeinde Wiefelstede in die Gesamtanalyse einbezogen.

Die im Gemeindegebiet ansässigen Einkaufsstätten sind bereits einer ausführlichen Bestandsanalyse durch das Büro Dr. Jansen unterzogen worden. Soweit im Folgenden nicht dezidiert dazu Stellung genommen wird, kann dem vollinhaltlich gefolgt werden; in dem Fall werden die untersuchungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe hier nicht erneut dargestellt.

Alle weiteren in Rastede verorteten Standorte innerhalb des Untersuchungsgebietes werden nachfolgend bezüglich der Angebotssituation einer Darstellung unterzogen. Dabei wird auch auf die Ausführungen der Teilaktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes Rastede vom 07.05.2015 Bezug genommen das vom Gutachterbüro CIMA Beratung + Management GmbH, Lübeck erarbeitet wurde.

Das Gutachten der CIMA ist im Entwurfsstadium auf der Webseite *Rastede.de* öffentlich einsehbar und wurde zur Beurteilung der Auswirkungen für die Zwecke dieser Analyse herbeigezogen.

#### Gesamtüberblick Nahversorgungssituation Rastede

Die CIMA stellt dazu fest:

*„Während der Kernort Rastede als Mittelzentrum auch eine Versorgungsfunktion für die Bevölkerung in der Gemeinde und im Verflechtungsbereich mit Gütern des gehobenen Bedarfs übernimmt, sind die beiden Ortsteile Hahn-Lehmdehlen und Wahnbek gemäß RROP als Grundzentren definiert. Der Versorgungsauftrag der Grundzentren ist gemäß REHK auf das Gebiet der jeweiligen Gemeinden begrenzt, die über ein standortgebundenes Eigenpotenzial an Bevölkerung, Arbeitsplätzen, Geschäften etc. verfügen sollen (Quellen: Regionales*

*Raumordnungsprogramm für den Landkreis Ammerland, 1996 und Regionales Einzelhandelskonzept für den Landkreis Ammerland, 2010).*

*Die Nahversorgung konzentriert sich insgesamt stark auf den Kernort Rastede.*

*Lücken in der wohnortnahen Versorgung finden sich nordöstlich und südwestlich der Rasteder Innenstadt. Innerhalb der Innenstadt übernimmt im nördlichen Randbereich der ansässige NETTO-Discountmarkt die Nahversorgungsfunktion. Der NETTO- Markt ist damit der einzige Lebensmittelmarkt im ZV Innenstadt. Durch seine Lage an dessen äußersten nördlichem Ende wie auch unter Einbeziehung der Kundenattraktivität von NETTO allgemein, ist von eher moderaten Frequenzeffekten für den ZV Innenstadt auszugehen.*

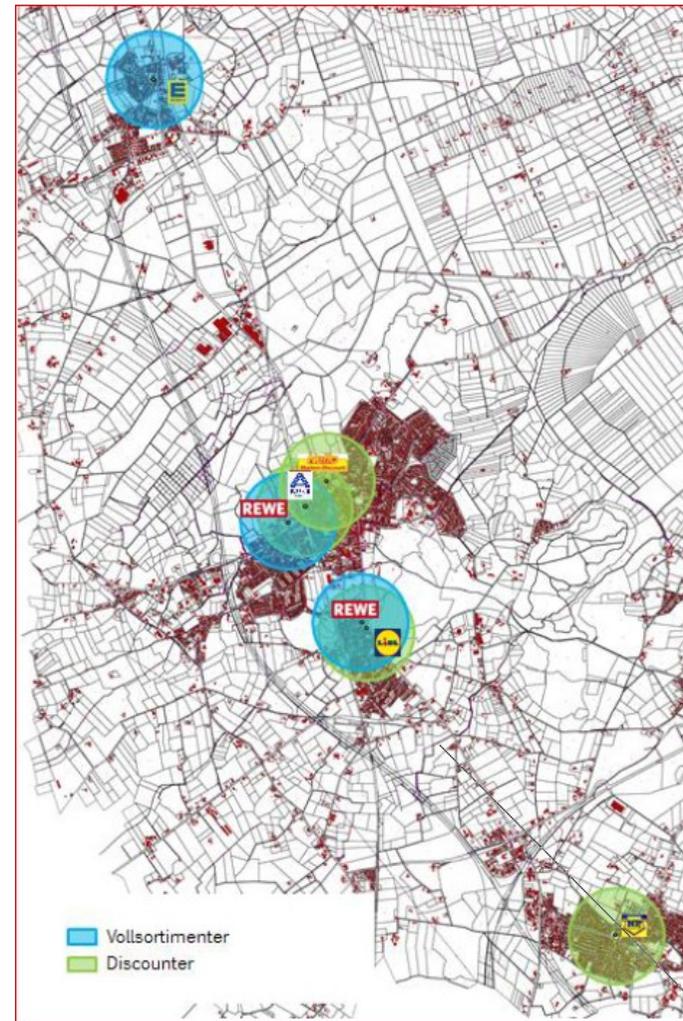
*Insgesamt liegt der Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten periodischen Bedarf innerhalb des Kernortes jedoch außerhalb des Zentrums. Prägend sind hier zwei Nahversorgungsagglomerationen im Bereich Raiffeisenstraße und südliche Oldenburger Straße.*

*In den Ortsteilen Hahn-Lehmden und Wahnbek übernimmt jeweils ein ansässiger Nahversorger die grundzentrale Versorgungsfunktion.*

*Im Kernort Rastede wie im gesamten Rasteder Gemeindegebiet agiert kein Verbrauchermarkt mit mehr als 2.000 qm und kein SB-Warenhaus. Dies bedeutet ein Standortnachteil z. B. gegenüber Brake, Varel, Bad Zwischenahn und Westerstede. Die Aufwertung des Rewe Marktes an der Oldenburger Straße trägt zur Verbesserung der Nahversorgungssituation bei. Mit den Anbietern Aldi, Lidl und NETTO besteht gutes, mit den Wettbewerbsstandorten vergleichbares, Angebot an Lebensmittel-Discountmärkten.*

*Der Rewe Markt in der Raiffeisenstraße weist Modernisierungsbedarf auf und entspricht nicht den heute zeitgemäßen Standards moderner Märkte. Es existiert im Kernort außerdem kein alternatives Angebot im Segment Verbrauchermarkt durch andere Betreiber.“*

**Abb. 9: Wettbewerbsstandorte in Rastede**



Quelle: cima 2015 (Darstellung ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Bearbeitung MR Consultants, 2015)

Abb. 10: Dokumentation Rastede



Fotos: Rewe, Oldenburger Str. und Rossmann / Rewe, Raiffeisenstraße / Rewe, Raiffeisenstraße

### NETTO Marken-Discount, Wiefelstede

Der Lebensmittelmarkt NETTO stellt nach den Feststellungen des gültigen Bebauungsplanes einen wichtigen Nahversorgungsstandort dar. Die anders lautenden Annahmen des Gutachters Dr. Jansen GmbH aus deren Analyse werden unter Abschnitt 6 dieses Gutachtens eingehend behandelt und begründet.

### Kurzzusammenfassung der Angebotsanalyse

Insgesamt weist das Untersuchungsgebiet ein qualitativ und quantitativ breit gefächertes Angebot mit einem ausgewogenen Betriebsformat-Mix von Discount- und Vollsortimentsformaten auf.

Die Bedarfsdeckung des täglichen (periodischen) Bedarfs an Lebensmitteln, Drogerieartikeln und weiteren Dingen des täglichen Lebens, ist in unterschiedlicher Ausprägung und Qualität vorhanden. Den raumplanerischen Ansprüchen und damit den Kundenansprüchen an eine wohnortnahe, fußläufige und gute automobiler Erreichbarkeit wird in den Gemeindekernen weitestgehend Genüge getan; in den vielen Ortsteilen jedoch ist faktisch nur eine automobiler Vollversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs gegeben.

Im Spezialsegment „Drogeriefachmarkt“ ist lediglich ein Vollsortimenter, Rossmann in Rastede, vertreten. Das Sortimentsangebot wird – insbesondere nach dem Marktabgang von Schlecker – von den Lebensmittelversorgern mit übernommen bzw. wahrgenommen.

## 4 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

### Zentraler Versorgungsbereich nach dem Entwurf des Einzelhandelskonzeptes Wiefelstede

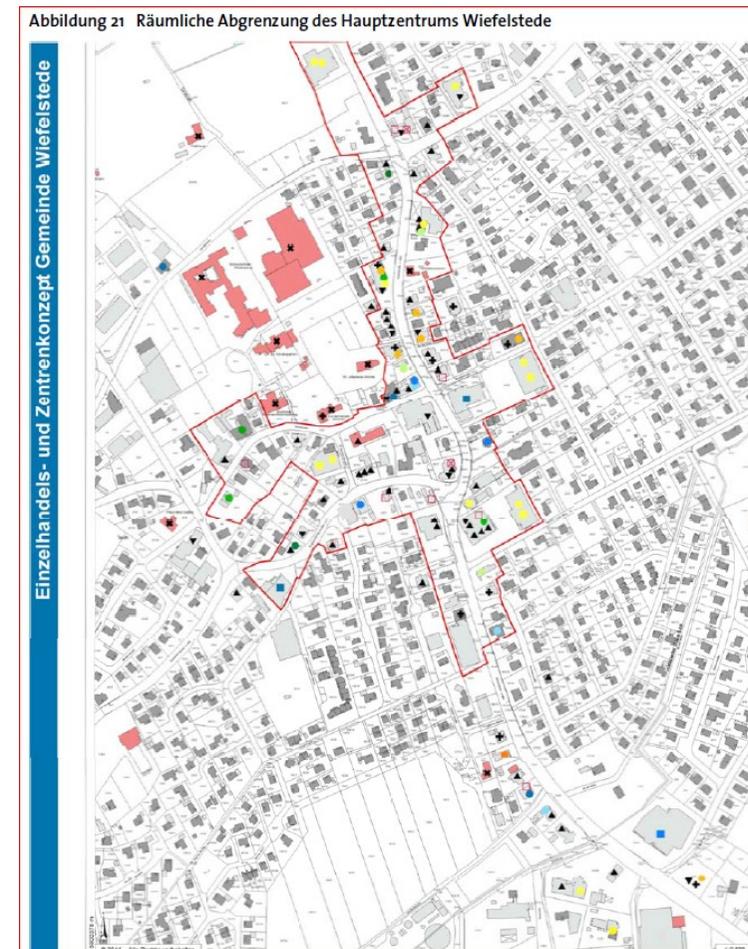
Der zentrale Versorgungsbereich soll nach den Vorschlägen des Gutachterbüros Dr. Jansen GmbH wie folgt kartografisch definiert werden:

Die Versorgungspole sollen danach in einer abweichenden Empfehlung zum Regionalen Einzelhandelskonzept nördlich durch den jetzigen Aldi-Markt und südlich durch eine Grenzziehung der Hausnummern 40 bzw. 41 (gemeint ist die Hauptstraße) unter Ausschluss des rd. 150 m entfernten NETTO-Marktes begrenzt werden.

Die Endpunkte - bipolar zueinander betrachtet – stellen aus hiesiger Sicht keine Magnetfunktionen dar. Der nördlich gelegene Aldi-Markt plant eine Verlagerung bei gleichzeitiger Vergrößerung seiner Verkaufsflächen; der südliche Endpunkt ist ein Handwerksbetrieb Siems ‚Fenster + Türen‘.

Die Grundgedanken der Bipolarität sind daraus u.E. nicht ableitbar und überzeugend, da die städtebaulich wünschenswerte bipolare Funktion durch Verlagerung von Aldi absehbar und kalkulierbar abbricht.

Abb. 11: Vorschlag Zentraler Versorgungsbereich nach EHK-Entwurf



Quelle: Dr. Jansen GmbH, Zentrenkonzept (Entwurf), Seite 70

## 5 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

### 5.1 Vorbemerkungen zur Umsatzumverteilungsquote

Eine Verkaufsflächenveränderung eines Einzelhandelsobjektes löst Veränderungen der Kaufkraftströme im Raum aus. Solche nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu vermutenden Umsatzzuwächse des zu vergrößernden NETTO-Marktes können zu mehr oder weniger starken Umsatzrückgängen bei anderen Betrieben führen; bei Koppelungsstandorten kann sich bei anderen Betrieben aber daraus auch eine Umsatzsteigerung ergeben, die dann einen weiteren Raum tangiert.

Die kleinste von solchen Umsatzverlagerungen betroffene Einheit ist immer der Einzelbetrieb (Makrostandort); wirtschaftliche Auswirkungen ergeben sich darüber hinaus gegebenenfalls aber auch für weitere absatzwirtschaftlich erreichbare Räume (Meso- und Mikrostandorte).

Die Umsatzumverteilungsquote ist in der Raumordnung und im Planungsrecht ein maßgebliches Beurteilungskriterium für die Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben. Dabei führt nicht jeder Kaufkraftabfluss zwangsläufig zu einer wesentlichen Auswirkung; allein die Veränderung der bestehenden Wettbewerbssituation auf das eigene Kommunalgebiet sowie mittelbar und unmittelbar angrenzende Kommunen ist baurechtlich relevant.<sup>9</sup>

Die Prüfung einer Raumverträglichkeit oder Raumunverträglichkeit eines Planvorhabens ist ausführlich und abwägungsfehlerfrei an der Wirkungsintensität des Planvorhabens und den daraus resultierenden Folgen, welche wiederum

„städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von strukturprägenden Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.), zu bemessen.<sup>10</sup>

Bei der raumordnerischen Prüfung eines Planvorhabens müssen Verträglichkeitsanalysen grundsätzlich neben der Analyse der Umsatzumverteilungsquoten auch absolute Umsatzgrößen sowie die Relation von bestehender Verkaufsfläche zu denen des Planvorhabens beinhalten. Diese Umsatzumverteilungsanalysen dienen letztlich den kommunalen Planungsbehörden als Grundlage für eine sach- und fachgerechte Abwägungsentscheidung im Rahmen des Raumordnungs- und Planungsrechts.

Das OVG Koblenz und das OVG Lüneburg haben unmittelbare Auswirkungen gewichtiger Art angenommen (=„Abstimmungsschwellenwert“), wenn ein Planvorhaben der Standortgemeinde zu Lasten der Nachbargemeinde eine Umsatzumverteilung von wenigstens 10 % erwarten lassen.<sup>11</sup> Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsbetriebe im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojekts in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.<sup>12</sup>

Lt. Urteil des OVG Münster vom 7.12.2000 werden Umsatzverlagerungen zwischen 7 und 11 % bereits als abwägungsrelevant eingeordnet. Das heißt, sollten Umsatzverlagerungen dieser Größenordnung für ein Projektvorhaben nicht dokumentiert werden, wird von einem Abwägungsfehler in der baurechtlichen Beurteilung ausgegangen. Bei der Beurteilung der Umsatzverlagerungen ist

<sup>9</sup> Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

<sup>10</sup> OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6. 2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentRO)

<sup>11</sup> OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, BauR 2002, 577 = NVwZ-RR 2001, 638; OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 309 = BRS 59, Nr. 70; OVG

Lüneburg, E. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01, BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 03,76; B. v. 30.10.2000, 1 M 3407/00, NStN 2001, 159 = NdsRPfl. 2001, 277

<sup>12</sup> Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offen gelassen.<sup>13</sup>

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojekts haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.<sup>14</sup>

Eine Abwägung zur Raumverträglichkeit erfolgt immer individuell in Abhängigkeit vom jeweiligen Standort. Die Standortbetrachtung und -analyse wurde nach dem Mikro-, Meso- und Makrobereich (Standort in der Kommune, Standort innerhalb der gesamtkommunalen Wettbewerbsstrukturen, Standort im regionalen Wettbewerb) vorgenommen.

Bei der Bewertung von Vorhaben ist eine reine Berechnung der Umsatzzumlenkungsquote nicht allein ausschlaggebend für oder gegen das Planvorhaben. Vielmehr muss die Attraktivität des Planvorhabens zweifelsfrei Aufschluss über die räumliche Relevanz geben. Prüfparameter sind u.a., welche Einflüsse (positiv und negativ) auf die weitere Entwicklung der Versorgungsstrukturen im Marktgebiet dadurch entstehen sowie welche quantitativen und qualitativen Veränderungen in der bestehenden Versorgung des tangierten Raumes ausgelöst werden.

Es ist - nach geltender Auffassung der Rechtsprechung - bei der Abwägung zu bedenken, dass der prognostizierte Umsatzabfluss nur ein Indiz im Sinne eines „Anfangsverdacht“ ist. So sind z.B. stabile Einzelhandelsstrukturen bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits vorgeschädigt

sind. Maßgeblich sind bei den anzustellenden Bewertungen letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei geringeren Umsatzumverteilungen eintreten können. Solche Funktionsverluste können sich ausdrücken im Zusammenbruch wichtiger kommunaler und regionaler Versorgungsstrukturen.

Ungleichgewichte in der Quantität und Qualität der Versorgung der eigenen Einwohner müssen erkannt werden. Insoweit ist der Gemeinde Wiefelstede eine sachgerechte Abwägungsvorlage mittels einer Verträglichkeitsuntersuchung durch den Betreiber vorzulegen. Darin ist der Frage nachzugehen, ob und in welchem Maße die bestehende Grundversorgung schützenswerter zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde Wiefelstede durch die hier vorgesehene Erweiterungsabsicht tangiert bzw. beeinträchtigt wird.

Mittels dieser Analyse werden die höchstmöglichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen hinsichtlich der hier untersuchungsrelevanten nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptwarengruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ (folgend auch „NuG“ oder „Lebensmittel“ genannt) und „Gesundheits- und Körperpflegemittel“ (folgend auch „GuK“ oder „Drogeriewaren“ genannt) aufgezeigt und der Gemeinde Wiefelstede eine abwägungssichere Entscheidungsgrundlage für die Erweiterung des Lebensmittelmarktes aus planungsrechtlicher, städtebaulicher und raumordnerischer Sicht anhand gegeben.

Auf der Ebene der Raumordnung und Landesplanung sind nur Auswirkungen zu betrachten, welche für die Ziele und Grundsätze der Raumordnung relevant sind. Dies betrifft vor allem

- das Verbot der Beeinträchtigung
- der Funktionen zentraler Orte sowie

<sup>13</sup> BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BVerwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mühlheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01

<sup>14</sup> OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201;

OVG Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01 BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76.

- der verbrauchernahen Versorgung (Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot).

Die Ermittlung städtebaulicher und/oder raumordnerisch relevanter Auswirkungen erfolgt auf der Grundlage von Modellrechnungen, welche die Umsatzumverteilungseffekte eines Einzelhandelsvorhabens simulieren. Dieses Verfahren wurde vom Bundesverwaltungsgericht grundsätzlich bestätigt (vgl. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C 7.07). Aber auch andere Kriterien, wie Entfernung und Verkaufsfläche des Vorhabens im Vergleich zu schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen, können herangezogen werden.

Die Gerichte gehen überwiegend davon aus, dass bei einer Umsatzumlenkung von weniger als 10 % eine Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche regelmäßig nicht vorliegt, sofern der Versorgungsbereich nicht bereits vorgeschädigt ist. Diese 10-Prozent-Marke ist allerdings nur ein grober Orientierungswert. Es darf damit nicht pauschal festgestellt werden, dass bis zu 10 % keine städtebaulich/raumordnerisch relevanten Auswirkungen oder bei mehr als 10 % solche zu erwarten wären. Das hat auch das Bundesverwaltungsgericht in seiner Rechtsprechung (BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C. 7.07) festgestellt.

Notwendig ist eine Einzelfallbetrachtung, bei der insbesondere folgende Aspekte zu berücksichtigen sind:

- die Kundenattraktivität und Leistungsfähigkeit des Planobjektes,
- die Leistungsfähigkeit betroffener zentraler Versorgungsbereiche,
- etwaige Schädigungen betroffener zentraler Versorgungsbereiche,
- das Sortiment des Vorhabens und dessen Relevanz auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche,
- die Gesamtstruktur des Einzelhandelsbesatzes und die Gefährdung vorhandener Magnetbetriebe,
- die Einordnung der betroffenen Gemeinde in die Hierarchie der Raumordnung,
- die Berücksichtigung laufender städtebaulicher Planungen.

Zuletzt hat auch das OVG Münster klargestellt, dass es sich bei dem Wert von 10 % Kaufkraftabfluss um eine (bloße) Faustformel handelt und dass der Wert im Sinne einer „wertenden Gesamtbetrachtung“ auch überschritten werden darf (OVG Münster, Beschluss 28.10.2011–2 B 1049/11).

§ 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung stellt weiterhin die Vermutungsregel auf, dass sich großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Geschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> nicht nur unwesentlich auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung usw. die städtebauliche Entwicklung und Ordnung auswirken können.

Die Arbeitsgruppe "Strukturwandel im Lebensmittelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO" geht in ihrem Bericht vom 30. April 2002 (ZfBR 2002,598) davon aus, dass auch oberhalb der Vermutungsregel von 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche Anhaltspunkte dafür bestehen können, dass die in § 11 Abs. 3 S. 2 BauNVO bezeichneten Auswirkungen *nicht* vorliegen. Insbesondere hebt die Arbeitsgruppe hervor, dass dem Lebensmittelhandel im Hinblick auf die Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung eine besondere Bedeutung zukommt.

Dem ist das BVerwG in seinem Urteil vom 24.11.2005 – 4C.10.04 – Rd.-Nr. 13 gefolgt, indem es folgendes festgelegt hat:

*„Der Begriff der Großflächigkeit dient dem Gesetzgeber dazu, in typisierender Weise unabhängig von regionalen oder lokalen Besonderheiten bundesweit den Betriebstyp festzuschreiben, der von den in den §§ 2 bis 9 BauNVO bezeichneten Baugebieten ferngehalten werden soll. Dies bedeutet entgegen der Auffassung der Klägerin allerdings nicht, dass die nähere Umschreibung der Auswirkungen in § 11 Abs. 3 BauNVO nicht auch für die Auslegung des Begriffs der Großflächigkeit herangezogen werden könnte. Insbesondere bietet § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO, wonach Auswirkungen in der Regel anzunehmen sind, wenn die Geschossfläche 1 200 m<sup>2</sup> überschreitet, einen wichtigen Anhaltspunkt für die Bestimmung der Großflächigkeit. Nach der gesetzgeberischen Konzeption verbietet sich die Annahme, dass diese Grenze auch den Übergang zur Großflächigkeit markiert.*

Wie sich aus § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO ergibt, ist die Vermutungsregel des Satzes 3 widerleglich. Abweichungen kommen nicht nur nach oben, sondern auch nach unten in Betracht‘.

Eine durch den Handelsverband Deutschland (HDE) sowie durch den Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL) in Auftrag gegebene Studie "Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmittelhandel" vom Dezember 2012 ergab, dass weder die von der Rechtsprechung als Schwelle der "großflächig" definierten Größenangabe von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, noch ein anderer empirisch zu ermittelnder Grenzwert einen Hinweis darauf liefern, ab wann sich generell wesentliche Auswirkungen auf den Raum ergeben.

Hinsichtlich der Definition von Lebensmittelmärkten hat das Bundesverwaltungsgericht in diesem Zusammenhang im vorstehenden Urteil (a.a.O., Rd. Nr. 19) auch definiert, dass sich Vollsortimenter von Discountern auch durch ihre Angebotsvielfalt unterscheiden lassen. 7.500 – 11.500 Artikeln bei Vollsortimentern stehen lediglich 1.000 – 1.400 Artikel bei Discountern gegenüber.

Wenngleich diese gerichtlich vorliegende Unterscheidungsdefinition aus dem Jahre 2005 zwischenzeitlichen Sortimentserweiterungen bei allen Betriebstypen unterlegen ist, wird hier ein rechtssicheres Maß zur Unterscheidung von Betriebstypen im Lebensmittelmarkt angelegt.

Aktuell werden in Lebensmittelsuper- und -Verbrauchermärkten zwischen 7.500 – 15.000 Artikel angeboten; bei den Discountern reicht die Sortimentsausweitung der letzten Jahre auf ein Maß zwischen 1.200 (z.B. Aldi) – 2.500 (z.B. Lidl).

Der untersuchte Betriebstyp NETTO Marken-Discount ist in dieser Definition des BVerwG weder dem Betriebstyp des Lebensmittelvollsortiments noch dem des Lebensmitteldiscounts zuzuordnen. Mit einer regelmäßigen aktuellen Sortimentsbreite von ca. 3.800 Artikeln ist dieser Betriebstyp mit einem Alleinstellungsmerkmal als ‚Hybriddiscounter‘ in bau- und planungsrechtlichen Begründungen und insbesondere in städtebaulichen Einzelhandelskonzepten und -untersuchungen besonders abzuwägen.

---

**Im Rahmen der Abwägung ist entscheidend, dass es sich im anstehenden Fall nicht um den Übergang eines Einzelhandelsbetriebes von einer unter der Vermutungsregel der BauNVO befindlichen Schwellenwertgröße von 800 qm handelt, sondern die Vermutungsregel zur Großflächigkeit bereits mit der Baugenehmigung, der darauf erfolgten Änderung des B-Planes und letztlich der Änderung des entsprechenden Flächennutzungsplanes dahingehend als überschritten definiert wurde, dass es sich bereits um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handelt.**

---

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden nachstehend ausführlich analysiert und berechnet:

## 5.2 Umsatz- und Flächenstruktur des Planvorhabens

Im Zuge der Erweiterung soll die Gesamtverkaufsfläche des NETTO-Marktes um insgesamt 220 m<sup>2</sup> von rd. 880 m<sup>2</sup> auf rd. 1.100 m<sup>2</sup> (jeweils inkl. des Backshops) erweitert werden. Diese Angaben zur Größe der Erweiterungsfläche basieren auf den Planunterlagen des Auftraggebers und wurden gutachterlich nach den Regeln der gif berechnet. Die Größen der Sortimentsteilflächen belegen sich aus dem Einrichtungsplan des NETTO-Marktes.

Zur Berechnung der vorhabenrelevanten Umsatzerwartung werden Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt, die sich an einer oberen (Worst Case) und standortspezifischen Wettbewerbssituation in Wiefelstede orientieren. Darüber hinaus begründen sich die Flächenleistungen nach den aktuellen Flächenproduktivitäten, die NETTO Marken-Discount im Durchschnitt in Deutschland zu leisten imstande ist.

Nach aktuellen Unternehmensveröffentlichungen und Berechnungen des Instituts für Handelsforschung e.V., Köln (IFH) hat das Unternehmen NETTO Marken-Discount AG & Co. KG im Jahr 2013 einen bundesweiten Umsatz von rd. 12,9 Mrd. Euro, davon 12,3 Mrd. Euro im Food Bereich, ausgewiesen<sup>15</sup>. Bei einem Bestand von 4.070 Filialen und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3,1 Mio. qm errechnen sich daraus bundesdurchschnittliche Raumleistungen von 4.150 Euro je qm und Jahr.

Da die hier angesetzte zusätzliche Verkaufsfläche *nicht* mit einer Ausweitung der Artikelzahl verbunden ist, die methodisch nach gif erstmals berücksichtigten Verkaufsflächen der Einkaufswagenbox, des Windfangs und der Leergutannahme umsatz erhöhend nicht zum Tragen kommen, fällt der zu erwartende Mehrumsatz nur bedingt ins Gewicht. Im Hinblick auf die Standortlage wird

sich ‚eine faktisch auseinanderggezogene Regalierung bei gleichbleibender Sortimentsqualität und -quantität‘ auf die vergrößerte Verkaufsfläche bei Weitem nicht mit der bundesdurchschnittlichen Raumleistung auswirken.

Realistisch wird ein 50- bis 60-prozentiger Raumleistungswert erreicht werden (2.100 – 2.200 Euro je qm Verkaufsfläche), so dass **unter Ansatz einer Worst-Case-Betrachtung für die zusätzliche Verkaufsfläche ein Mehrumsatz von 0,45 Mio. € je Jahr anzusetzen ist.**

Darauf basierend ist für das Planvorhaben ein maximal zu erwartender **Einzelhandelsmehrumsatz** von ca. 0,45 Mio. € pro Jahr ansetzbar, von denen **0,42 Mio. € untersuchungsrelevant** sind.

**Abb. 12: Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens**

Vorhabenrelevante Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> Bestand <sup>16</sup>	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> Planung <sup>17</sup>	Ist-Umsatz in Mio. €	Mehrumsatz in Mio. €
<b>untersuchungsrelevante Kernsortimente</b>	<b>850</b>	<b>210</b>	<b>3,77</b>	<b>0,42</b>
./.. Lebensmittel, Reformwaren einschl. Bäcker	730	170	3,06	0,36
./.. Drogerie- und Parfümeriewaren	120	40	0,60	0,06
<b>Nicht untersuchungsrelevante Randsortimente</b>	<b>30</b>	<b>10</b>	<b>0,11</b>	<b>0,03</b>
<b>Vorhabenrelevant insgesamt</b>	<b>880</b>	<b>220</b>	<b>3,88</b>	<b>0,45</b>

Quelle: Umsatzberechnung Prognosewert, MR Consultants, 2015

Anmerkungen: Geschätzter Bruttoumsatz / Jahr, Rundungsdifferenzen möglich.

<sup>15</sup> Quelle: Lebensmittelzeitung vom 16.01.2015 in „Top 30 Lebensmittelhandel Deutschland 2014 - Rankings“

<sup>16</sup> Nach der bisherigen Definition gem. DIN 277

<sup>17</sup> Modifizierung nach den gif-Regeln

Die vorhabenrelevanten, jedoch nicht untersuchungsrelevanten Randsortimente setzen sich über das Jahr betrachtet aus nahezu sämtlichen Sortimentsgruppen des aperiodischen Bedarfsbereichs zusammen:

- Bekleidung, Wäsche
- Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Unterhaltungselektronik
- Zoobedarf/ Tierfutter

Dabei handelt es sich um Sortimente, die als wechselnde Aktionswaren auf gesonderten Flächen innerhalb des Verkaufsraums angeboten werden. Im Zuge der Erweiterung werden diese Flächen insgesamt leicht vergrößert. Da sich der Verkaufsflächenzuwachs von 10 m<sup>2</sup> auf verschiedene Sortimente aufteilt, bleiben die Umsatzumverteilungen je Sortiment unterhalb der Nachweisgrenze und in den folgenden Ausführungen daher unberücksichtigt.

Die berechneten Mehrumsätze des NETTO Lebensmittelmarktes bilden die infolge der Erweiterung entstehenden höchstmöglichen absatzwirtschaftlichen Effekte des Planvorhabens in seiner Gesamtheit ab.

Es wurde berücksichtigt, dass als Folge der Erweiterung die Gesamtattraktivität des Marktes für den Kunden steigen wird.

**Der umverteilungsrelevante Umsatz beträgt insgesamt rd. 0,45 Mio. €, davon sind ca. 0,42 Mio. € untersuchungsrelevant.**

### 5.3 Ökonomische Wirkungsprognose

Die derzeitige Flächenproduktivität im Bestandsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von rd. 880 qm (incl. Backshop) am Untersuchungsstandort beläuft sich bei einem Ist-Umsatz von 3,88 Mio. Euro p.a. auf gerundet 4.400 Euro je qm Verkaufsfläche und Jahr.

Die höchstmögliche Raumleistung für die Erweiterungsfläche (rd. 220 qm) wurde im Worst-Case-Szenario mit 2.045 Euro angesetzt, so dass daraus ein nach Realisierung des Vergrößerungsvorhabens relevanter Jahresumsatz von 4,33 Mio. zu erwarten ist.

Der im Worst-Case-Szenario nach Huff anzusetzende Modellumsatz für die Verkaufsflächenvergrößerung von rd. 220 qm beträgt 0,45 Mio. Euro p.a.; abzüglich der Umsätze für die hier nicht untersuchungsrelevanten – kaum messbaren - Randsortimente (ca. 0,03 Mio. Euro) wirken damit rd. 0,42 Mio. Euro umverteilungsrelevant.

Bei dem Gefährdungspotenzial, das § 11 Abs. 3 BauNVO beschreibt, handelt es sich um eine widerlegbare Vermutungsregel, die es zu überprüfen gilt, wenn es sich nämlich um einen Einzelhandelsgroßbetrieb handelt, der negative Rückkoppelungen auf die Versorgungsstrukturen im Raum auslösen würde. Die Ermittlung städtebaulicher und/oder raumordnerisch relevanter Auswirkungen erfolgt auf der Grundlage von Modellrechnungen, welche die Umsatzumverteilungseffekte eines Einzelhandelsvorhabens simulieren. Dieses Verfahren wurde vom Bundesverwaltungsgericht grundsätzlich bestätigt<sup>18</sup>.

Einganggröße für die modellierten Berechnungen bildet der errechnete untersuchungsrelevante Zielumsatz des Planvorhabens mit einem Mehrumsatz von 0,42 Mio. Euro p.a., der sich wie folgt in den einzelnen Teilräumen auswirkt:

<sup>18</sup> BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C 7.07

**Edeka Wiefelstede**

Die untersuchungsrelevanten Sortimente Lebensmittel und Drogeriewaren werden im Lebensmittelmarkt Edeka angeboten. Das Ladengeschäft befindet sich im Ortskern und ist für die Versorgungsstrukturen in Wiefelstede bedeutsam.

Die Angebotsqualität ist im qualitativ und quantitativ breiten Sortimentsniveau angesetzt. Diese werden durch die Verkaufsflächenerweiterung am Untersuchungsstandort der NETTO-Filiale in der Qualität gar nicht und im mittleren Preissegment nicht in größerem Maße als bisher angeboten.

Die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte bewegen sich nach den Modellrechnungen auf folgendem Niveau.

**Abb. 13: Umsatzumverteilung Edeka**

Sortiment	Edeka Wiefelstede		
	Umsatz aktuell	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4,68	0,08	1,71
Gesundheits- und Körperpflege	0,90	0,01	1,11
<b>Vorhabenrelevanter Umsatz</b>	<b>4,58</b>	<b>0,09</b>	<b>1,97</b>

Quelle: MR Consultants, 2015, \* nicht ausweisbar; Rundungsdifferenzen möglich

Eine Gefährdung kann für diesen mit einer Umsatzumverteilungsquote von unter 2 Prozent Lebensmittelmarkt gänzlich ausgeschlossen werden.

**Markant Wiefelstede**

Ähnlich gelagert wie bei dem Vollsortimenter Edeka werden sich für den zentral gelegenen und fußläufig gut erreichbaren Markant-Markt nur unwesentliche Umsatzverlagerungen ergeben.

Der Markant-Markt verfügt darüber hinaus über eine Frischfleischtheke, die anerkannt ist.

**Abb. 14: Umsatzumverteilung Markant**

Sortiment	Markant Wiefelstede		
	Umsatz aktuell	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2,35	0,04	1,70
Gesundheits- und Körperpflege	0,38	*	*
<b>Vorhabenrelevanter Umsatz</b>	<b>2,73</b>	<b>0,04</b>	<b>1,47</b>

Quelle: MR Consultants, 2015, \* nicht ausweisbar; Rundungsdifferenzen möglich

Eine Gefährdung für dieses Geschäft ist aus dem hier untersuchten Planvorhaben heraus völlig ausgeschlossen. Die Nachweiswerte eines im Worst-Case-bemessenen höchsten Umsatzverlustes belaufen sich auf solche für den Markt kaum spürbare und raumordnerisch unbedenkliche Werte.

**Lidl und Aldi**

Im Zuge überschneidender Sortimentsangebote bei den Lebensmitteldiscountern ist davon auszugehen, dass aufgrund deren Discountlastigkeit eine dadurch bedingt größere Wechselwirkung zum NETTO-Markt mit entsprechend höherer Umsatzumverteilungsrelevanz auftritt.

Der Verdrängungsumsatz beläuft sich nach den HUFF-Berechnungen mit einer Quote von knapp über 3,5 Prozent deutlich unter den Werten der Unverträglichkeit.

**Abb. 15: Umsatzumverteilung Aldi / Lidl**

Sortiment	Aldi, Lidl		
	Umsatz aktuell	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6,19	0,22	3,55
Gesundheits- und Körperpflege	0,94	0,03	3,19
<b>Vorhabenrelevanter Umsatz</b>	<b>7,13</b>	<b>0,25</b>	<b>3,51</b>

Quelle: MR Consultants, 2015, \* nicht ausweisbar; Rundungsdifferenzen möglich

Im Hinblick auf den Aldi-Markt und die beabsichtigte Erweiterung kann davon ausgegangen werden, dass die Umsätze vollständig und vielmehr in einem deutlich höheren Umfang zurückgewonnen werden.

Nach einer überschlägigen Umsatzumverteilung unter Annahme einer existenten NETTO-Erweiterung und dem Eintritt eines um 250 qm größeren modernen Aldi-Marktes würden rd. 0,25 – 0,35 Mio. Euro zurück verteilt werden.

**Marktgebiete Rastede, Metjendorf und sporadische Zuflüsse**

**Abb. 16: Umsatzumverteilung Rastede, Metjendorf und diffuse Zuflüsse**

In den Sortimentsgruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ werden insgesamt kaum nachweisbar Umsatzumlenkungen verursacht. Gleiches gilt für die Sortimentschwerpunkte „Gesundheits- und Körperpflegemittel“.

Sortiment	Rastede, Metjendorf, andere Zuflüsse		
	Umsatz aktuell	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Rastede	39,2	0,02	*
Metjendorf	10,1	*	*
Diffuse Zuflüsse	---	*	*
<b>Vorhabenrelevanter Umsatz</b>	<b>2,25</b>	<b>0,02</b>	<b>*</b>

Quelle: MR Consultants, 2015, \* nicht ausweisbar; Rundungsdifferenzen möglich

Eine strukturegefährdende Umsatzumlenkung und damit eine Gefährdung wichtiger Versorgungsstrukturen ist sowohl in Rastede als auch in Metjendorf ausgeschlossen.

Im Zuge von bekannten Erweiterungs- / Verlagerungsabsichten des Rewe-Marktes in Rastede, dies in Koppelung mit dem Aldi-Markt sowie die in Metjendorf vorgesehene Verkaufsflächenvergrößerung des Edeka-Marktes Husmann werden im Realisierungsfall deutlichere Umsätze aus Wiefelstede insgesamt und hier vom bestehenden NETTO-Markt abgezogen werden.

**Gesamtumsatzherkunft des Erweiterungsvorhabens NETTO Marken-Discount**

Basis der vorstehenden Prognose ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet des Planvorhabens. Die Attraktivität der Einkaufsstandorte wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen abgeschätzt. In diesem Zusammenhang wurden auch die Einschätzungen zur verkehrlichen Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts und der Wettbewerbsstandorte überprüft.

Wichtige Informationen über die Bindungsquoten werden aus Echtzahlen der Anbieter gewonnen, die i.d.R. aus ähnlich gelagerten Analysen, aus der direkten Betriebsberatung der relevanten Märkte und aus den offiziellen Veröffentlichungen bezogen werden. Diese Erkenntnisse werden dann an die regionale Situation angepasst. Insbesondere die Lage, Entfernung und Größe der Wettbewerber ist dabei von großer Relevanz. Außerdem wurde die individuelle Wettbewerbssituation in den einzelnen Branchen.

Die Herkunft des Vorhabenumsatzes wurde auf Basis dieser Recherchen mittels des ökonomischen HUFF-Simulationsmodells<sup>19</sup> berechnet werden. Dieses quantifiziert die durch das Planvorhaben entstehenden Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum für den betroffenen Einzelhandel. Das Verfahren basiert auf den Untersuchungen von Huff (Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“). Einflussgrößen sind u. a.:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,
- Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes im Bereich des Vorhabenstandorts sowie Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkten.

<sup>19</sup> Das HUFF-Modell wird als ein Denkmodell interpretiert, das keine schlussendlichen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, inwieweit damit tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird.

Bei der Bewertung des Vorhabens und der Berechnung der Umsatzverdrängungswirkung wird von einem „**Worst-Case-Ansatz**“ ausgegangen. Die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten entsprechen demnach der **maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkung auf den vorhandenen Einzelhandel**. Es wird angenommen, dass sich das Planvorhaben erfolgreich am Markt positionieren kann.

Die Gesamtumsatzherkunft des per Huff-Modell berechneten Prognoseumsatzes von bis zu rd. 0,42 Mio. Euro stellt sich zusammenfassend wie folgt dar:

**Abb. 17: Umsatzherkunft des Planvorhabens im Rahmen der Verkaufsflächenvergrößerung und der Attraktivitätssteigerung**

<b>Gesamtvorhaben Erweiterung NETTO-Markt, Wiefelstede</b>	
<b>Umsatzherkunft durch Umverteilung aus ...</b>	<b>in Mio. € *</b>
<b>... im Untersuchungsgebiet insgesamt</b>	<b>0,42</b>
davon: Edeka Wiefelstede	0,09
davon: Markant Wiefelstede	0,04
davon: Aldi und Lidl, Wiefelstede	0,25
davon: Rastede, Metjendorf und diffuse Zuflüsse	0,04
<b>Gesamtsumme Planvorhaben</b>	<b>0,42</b>

Quelle: MR Consultants 2015; \* Rundungsdifferenzen möglich

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt, dass durch das Planvorhaben zur Verkaufsflächenvergrößerung des NETTO Lebensmittel-Discounters Umsatzumverteilungen ausgelöst werden.

Diese befinden sich jedoch sämtlichst in allen Sortimentsbereichen deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes (= 10 % Umsatzumverteilung).

#### **Lebensmittel, Reformwaren:**

In der Warengruppe Lebensmittel und Reformwaren, auf das insgesamt 170 qm des Erweiterungsvorhabens entfallen, wurde mit 3,55 % die höchste Umsatzumverteilungsquote für die Standorte Lidl und Aldi in Wiefelstede prognostiziert.

Eine noch geringere Umsatzumverteilungsquote wurde mit jeweils rd. 1,7 % für die Lebensmittelmärkte **Edeka und Markant** errechnet. Bei den hier tangierten Hauptwettbewerbern handelt es sich im Falle Lidl um einen modern positionierten, gut frequentierten Markt im Gemeindekern mit einer dementsprechend guten Leistungsfähigkeit. Es werden dort durch die prognostizierten Umsatzumverteilungseffekte keinerlei gefährdende oder sonstige absatzwirtschaftlich bedenkliche Effekte auftreten. Gleichwohl generiert NETTO von diesen Standorten zusammengefasst die in absoluten Zahlen betrachtete höchste Umsatzumverteilung.

**Bei allen weiteren untersuchten Standorten** im Untersuchungsgebiet liegen die Umsatzumverteilungsquoten in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren teilweise deutlich unterhalb der rechnerischen Nachweisgrenze. Hier ist allenfalls mit unwesentlichen Auswirkungen zu rechnen. Negative städtebauliche Effekte können daher für diese Standorte insgesamt und im Einzelnen ausgeschlossen werden.

#### **Gesundheit und Körperpflege:**

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege umfasst das Erweiterungsvorhaben lediglich rd. 40 qm Verkaufsfläche mit einer Umsatzannahme von unter 0,1 Mio. €.

Dabei handelt es sich bereits augenscheinlich um einen minimalen Wert, der dennoch in die Umverteilungsrechnungen dieser Analyse der Vollständigkeit

halber eingeflossen ist. Die prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten liegen, mit Ausnahme von Lidl und Aldi, an allen Standorten deutlich unterhalb von 2 % und im Übrigen unter der rechnerischen Nachweisgrenze. Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind daher auch in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege nicht zu erwarten. Negative städtebauliche Folgen können ausgeschlossen werden.

---

**Die ökonomische Wirkungsprognose hat keinerlei Hinweise auf schädliche Auswirkungen des Planvorhabens auf die Nahversorgungsstrukturen oder auf die zukünftige Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Wiefelstede und dem Untersuchungsgebiet aufgezeigt.**

**Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt auf, dass durch das Planvorhaben zur Vergrößerung des Lebensmittelmarktes NETTO an der Hauptstraße 49 b in der Gemeinde Wiefelstede nur unmaßgebliche und unbedenkliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen eintreten werden.**

**Schädliche Auswirkungen auf künftige zentrale Versorgungsbereiche i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB oder auf schützenswerte Versorgungsstrukturen werden im gesamten Untersuchungsgebiet gutachterlich definitiv ausgeschlossen.**

**Das Vorhaben passt sich raumordnerisch ohne Gefährdung schützenswerter Versorgungsbereiche oder wesentlicher städtebaulicher Versorgungsstrukturen in den Raum und ist aus gutachterlicher Sicht zulässig und genehmigungsfähig (§ 6 BauNVO i.V.m. § 34 Abs. 2 BauGB).**

**Die Erweiterung ist damit u.E. baurechtlich als qualifizierte Nutzungsänderung im Rahmen des bestehenden B-Plans Nr. 214 und dem F-Plan zulässig und ohne Auswirkung auf die Raumordnung genehmigungsfähig.**

---

## 6 EINZELHANDELSKONZEPTIONELLE UND RAUMORDNERISCHE EINORDNUNG

### 6.1 Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Wiefelstede

Einleitend darf festgestellt werden, dass die Umsatzerweiterung des um rund 220 m<sup>2</sup> vergrößerten Einzelhandelsbetriebes im Sinne der BauNVO nicht zu schädigenden oder ruinösen Umsatzrückgängen bei anderen Betrieben, das ist vorstehend bereits ausführlich analysiert führt.

Die entsprechende Bauvoranfrage datiert vom 12.12.2014; eine Beschlussfassung der Gemeinde Wiefelstede zur Aufstellung eines Zentrenkonzeptes wurde im Januar 2015 vom Gemeinderat beschlossen.

Die in der Auswirkungs- und Verträglichkeitsanalyse getroffenen Empfehlungen und Schlussfolgerungen zur Versorgungssituation wurden bereits unter Berücksichtigung der vom Büro Dr. Jansen GmbH entworfenen Leitlinien für die Fortentwicklung des Einzelhandels getroffen.

Die in diesen Leitlinien getroffenen Ansiedlungs- und Erweiterungsregeln werden im Hinblick auf das anstehende Planvorhaben zur Erweiterung der Verkaufsflächen des NETTO-Marktes folgend überprüft<sup>20</sup>:

#### **Zu Ausgangssituation und Ziele (Seite 1, Absatz 2):**

*Neben den bundes- und landesrechtlichen Vorgaben wurde jedoch das Regionale Einzelhandelskonzept des Landkreises Ammerland 2010 berücksichtigt. Dieses legt den Fokus auf die Darstellung integrierter Ortslagen/zentraler Versorgungsbereiche und eine ausgewogene Angebotsituation mit Lebensmitteln im Kreisgebiet, um unverträgliche Konkurrenzsituationen zu vermeiden.*

Die im Zuge der Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 124 erfolgte Änderung des Flächennutzungsplanes wurde in diesem Gutachten zusätzlich gewertet.

#### **Zu 1.2 Methodische Vorgehensweise (Seite 2, Absatz 1):**

*...da die aktuelle Bestandsstruktur eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die Überprüfung der Zentrenabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche darstellt.*

Im Zuge der baurechtlichen Überprüfung wurden die Begründungen zum B-Plan sowie F-Plan berücksichtigt und grundlegend festgestellt, dass der hier untersuchte NETTO-Markt eine wesentlich Bedeutung im Rahmen der Nahversorgung darstellt.

#### **Zu 1.2 Entwicklungen auf der Angebotsseite (Seite 7, Absatz 1):**

Die statische Darstellung der Verkaufsflächenentwicklung in Deutschland leidet unter den Insolvenzen u.a. von Schlecker, Praktiker sowie vielen weiteren Handelsketten.

Die real in Deutschland vorhandene Verkaufsfläche beläuft sich – ohne Betrachtung der Leerstände – richtigerweise auf den Wert der Datengrundlagen. Einschließlich der Leerstände stehen aktuell in Deutschland zwischen 2 – 3 Mio. qm mehr Flächen zur Verfügung, so dass aktuell ein Verkaufsflächenbestand zwischen 125 – 126 Mio. qm in Deutschland zu konstatieren ist.

Statistisch können dadurch undifferenzierte Werte geschaffen und in weiteren Analysen, die darauf zurückgreifen (z.B. Verkaufsflächen je Einwohner) unwissenschaftlich werden.

<sup>20</sup> Anmerkung: Alle kursiv dargestellten Texte entsprechen dem Entwurf des EHK, Dr. Jansen GmbH, Stand: August 2015

### Zu 1.2 Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung (Seite 19, Absatz 1):

*Mehr als die Hälfte der in Wiefelstede wohnhaften Erwerbstätigen hat einen auswärtigen Arbeitsstandort, deutlich weniger auswärtig wohnhafte Erwerbstätige weisen einen Arbeitsort im Gemeindegebiet auf.*

Die Pendlerströme in Richtung Metjendorf und Oldenburg zählen in besonderem Maße zu den Kunden am Vorhabenstandort. Insbesondere auf dem Heimweg werden notwendige Einkäufe für den täglichen Bedarf – zumeist allerdings nur in geringen Mengen – hier getätigt.

Dadurch liegt ein weiteres Indiz für die bedeutende Nahversorgungsfunktion des NETTO-Marktes vor.

### Zu 3.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots (Seite 25):

*In den weiteren Bauerschaften Wiefelstedes wird nur eine untergeordnete Versorgungsfunktion durch Einzelhandel übernommen: In Spohle sind vier Betriebe, in Neuenkrüge drei, in Gristede jeweils zwei Betriebe und in Bokel, Westerholtsfelde sowie Heidkamp jeweils ein Betrieb ansässig. In den übrigen Bauerschaften wird derzeit kein Betrieb verortet.*

Insbesondere diese Situation ist bereits aus der Begründung zum B-Plan Nr. 124 und zur Änderung des F-Planes bekannt; dem Vorhabenstandort wurde dadurch bereits eine wesentliche Nahversorgungsbedeutung zugesprochen.

### Zu 4.6.1 Übergeordnete Entwicklungen (Seite 49)

*Die derzeitige Einzelhandelsausstattung sowie insbesondere die Zentralität und die Kaufkraftbewegungen in der Gemeinde Wiefelstede zeigen auf, dass einige Einzelhandelsbranchen vor dem Hintergrund der grundzentralen Versorgungsfunktion bereits heute eine leistungsfähige Versorgung übernehmen. Auf einige der bereits starken Segmente konzentrieren sich auch die Entwicklungspotenziale.*

Nach der auf Seite 38 dargestellten – von auswärtigen Kunden bereinigte - Kaufkraftbindung - stellt sich die bereinigte Zahl für die Branche Nahrungs- und Genussmittel mit lediglich 79,0 % für ein Grundzentrum als deutlich ausbaufähig dar.

### Zu 4.6.2 Umsatzentwicklung und Verkaufsflächenpotenzial bis zum Jahre 2030 (Seite 49)

*Der Einzelhandelsstandort Wiefelstede steht in intensivem Wettbewerb mit den benachbarten Mittelzentren Rastede, Bad Zwischenahn und Westerstede sowie insbesondere mit dem Oberzentrum Oldenburg.*

Die Intensität des Wettbewerbs bezieht sich hinsichtlich Oldenburg, Westerstede und Bad Zwischenahn insbesondere auf aperiodische Warengüter.

Im periodischen Bedarf ist Rastede für die Wiefelsteder nur gering bedeutsam; umgekehrt kaufen derzeit noch viele Rastereder in Wiefelstede. In der Folge der in Rastede geplanten strukturellen Stärkung auch in der Lebensmittelversorgung wird eine Stärkung der grundzentralen Versorgungsausstattung in Wiefelstede noch bedeutsamer.

Weiter heißt es auf Seite 51:

*Im Rahmen einer Modellrechnung werden Orientierungswerte für die Verkaufsflächenentwicklung in den nächsten 15 Jahren ermittelt. Sie basieren auf einem Ausbau der Marktposition, die sich je nach Branche und derzeitiger Einzelhandelsausstattung unterscheidet. ...*

*.... Tabelle 12 zeigt die Zielzentralitäten, den damit verbundenen zusätzlichen Umsatz und die daraus abzuleitenden tragfähigen Verkaufsflächengrößen auf.*

Auf die Ausführungen zu 4.6.1 wird verwiesen. Bei einer Kaufkraftbindung von lediglich 79 Prozent entstehen allein im Warensortiment Nahrungs- und Genussmittel, dies bei der in Tabelle 12 dargestellten Zielzentralität bis 2030 Verkaufsflächenpotenziale zwischen 1.150 – 1.370 qm. Die vorstehenden Angaben

basieren auf einer derzeit in Wiefelstede errechneten Ist-Raumleistung von 4.538 € je qm und Jahr.

Gleiches gilt sinngemäß für die Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege-mittel. Die Aussagen auf Seite 52, Spiegelstriche 1 und 2 sind demnach nicht plausibel.

- *Die Marktanteile im Bereich Nahrungs- und Genussmittel lassen sich auch für ein Grundzentrum nicht weiter ausbauen. Entwicklungspotenziale beruhen nur auf einem Anstieg der Kaufkraft und verfolgen die Zielsetzung, die hohen Marktanteile auch zukünftig zu halten. Die Größenordnung von bis zu 400 qm ermöglicht kleinteilige Veränderungen.*
- *Dagegen ergeben sich für die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege rechnerische Entwicklungsperspektiven, die sowohl auf der Bevölkerungsprognose als auch auf einer maßstäblichen Steigerung der Marktanteile resultieren. Mit bis zu 400 qm Verkaufsfläche ergeben sich Ansiedlungsmöglichkeiten für einen kleineren Fachmarkt.*

Die Größenordnung der Verkaufsflächenpotenziale ist aus hiesiger Sicht nicht angemessen und im Hinblick auf eine noch 15-jährige Zielfeststellung – dies vor dem Hintergrund eines Strukturumbruches im Einzelhandel - unzutreffend.

#### **Zu 4.6.3 Aktuelle Planungen in der Gemeinde Wiefelstede (Seite 53)**

*In Wiefelstede sind für die Betriebe Aldi Nord, Netto und Edeka Erweiterungsabsichten bekannt und liegen in unterschiedlichen planerischen Stadien vor. In Metjendorf möchte der ansässige Lebensmitteldiscounter erweitern und befindet sich diesbezüglich in Gesprächen mit den Genehmigungsbehörden.*

*Für die Vorhaben ergeben sich folgende Bewertungsmaßstäbe:*

- *Lage des Planstandorts bzw. seine Zuordnung zu einem zentralen Versorgungsbereich*
- *Die oben dargestellten eingeschränkten Entwicklungspotenziale im Lebensmitteleinzelhandel*
- *Der Abgleich mit den in Kapitel 5.1.4 dargestellten Orientierungswerten für eine interkommunal verträgliche Verkaufsflächenausstattung mit*

*Nahrungs- und Genussmitteln im Regionalen Einzelhandelskonzept des Landkreises Ammerland.*

Die parallelen Entwicklungen in Wiefelstede, Metjendorf und Rastede lassen erkennen, dass die betrieblichen Modernisierungserfordernisse – das gilt zumindest für Edeka Wiefelstede und Aldi Wiefelstede - in allen wesentlichen Magnetbetrieben erfolgen soll, woraus letztlich gutachterlich ein Geben und Nehmen entsteht, das weder den einen noch den anderen bevorteilt oder benachteiligt.

Sollten die Bewertungsmaßstäbe für die Größenordnung der Entwicklungsflächen aufrechterhalten werden, ist bei der „Verteilung der Verkaufsflächen“ die Bedeutung des NETTO-Marktes (vgl. Ausführungen zum B-Plan) als wichtiger Nahversorger beachtlich.

#### **Zu 5.1.1 Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument (Seite 55)**

*... Der Status setzt zudem eine „integrierte Lage“ voraus. Der zentrale Versorgungsbereich sollte auch ohne Pkw-Nutzung für die zu versorgende Bevölkerung erreichbar sein.*

*Je nach Versorgungsfunktion sind idealtypisch drei Stufen zentraler Versorgungsbereiche zu unterscheiden:*

- *Hauptzentren*
- *Nebenzentren*
- *Nahversorgungszentren*

*Dabei versorgen die Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) die gesamte Kommune bzw. bei einer mittel- oder oberzentralen Funktion ggf. zusätzlich umliegende Städte und Gemeinden. Nebenzentren sind zuständig für die Versorgung funktional zugeordneter Orts-/Stadtteile, während die Versorgungsaufgaben von Nahversorgungszentren auf die unmittelbar umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sind. Die Einstufung erfolgt nach quantitativen (z. B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl und Struktur der Dienstleistungsbetriebe) Aspekten.*

Den Ausführungen wird inhaltlich gefolgt. Im Hinblick auf die Festsetzungen im B-Plan und im F-Plan lässt sich daraus aus unserer Sicht unbedingt das Erfordernis ableiten, den Versorgungsstandort des NETTO-Marktes, wenn nicht als Nahversorgungszentrum, dann zumindest als „Sonderstandort“ für die Nahversorgung zu bedenken.

Das wäre auch zielführend im Hinblick auf die in diesem Zusammenhang - 2 Absätze weiter – vom Gutachter bemerkte Erfordernis.

*So sollte ein Zentren- und Einzelhandelskonzept auch Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren treffen.*

#### **Zu 5.1.4 Übergeordnete Vorgaben (Seite 59 ff.)**

*Für die räumliche Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten sieht das Landes-Raumordnungsprogramm unter Ziffer 2.3. im Veränderungsentwurf folgende (für die Gemeinde Wiefelstede als Grundzentrum relevante) Regelungen vor:*

*Das sogenannte Kongruenzgebot sieht vor, dass*

- *das Einzugsgebiet neuer Einzelhandelsgroßprojekte in Grundzentren den grundzentralen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreiten darf (Z 2.3.03 Satz 2).*
- *eine wesentliche Überschreitung dann angenommen wird, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Verflechtungsbereichs erzielt würde (Z 2.3.03 Satz 6).*
- *die Regelungen sowohl für neue Einzelhandelsgroßprojekte insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten sind (Z 2.3.03 Satz 7).*

Dem wird vollinhaltlich gefolgt.

Im Zuge der Erweiterungsabsichten des NETTO-Marktes handelt es sich nicht um neue Kaufkraftzuflüsse, sondern um eine ausschließliche Umverteilung der bestehenden Umsätze im relativ absolut gleichwertigen Maße wie bisher. Da die Kaufkraftströme im Wesentlichen in Wiefelstede selbst nachgewiesen sind,

findet das Kongruenzgebot, das hier als „Ziel in Aufstellung“ abzuwägen ist, vollständige Beachtung.

Ebenso wird das Konzentrations- und Integrationsgebot eingehalten: Der Standort des NETTO-Marktes befindet sich innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes der Gemeinde, festgestellt bereits durch den B-Plan.

IM Hinblick auf die für eine wohnungsnah Versorgung regionalplanerisch einzuhaltende Verkaufsflächenausstattung von 0,5 qm je Einwohner – bezogen auf die Lebensmittelversorgung – ist zu konstatieren, dass der NETTO-Markt ergänzend auch zu den Lebensmittelversorgern in Metjendorf die südlichen Ortsteile der Gemeinde Wiefelstede mitversorgt.

Insoweit ist das Maß der Ausstattungskennziffer im anstehenden Fall unter Anlegung der gesamtgemeindlichen sozioökonomischen und absatzwirtschaftlichen zu bemessen.

Die Berechnungswerte dazu wurden vom Büro Dr. Jansen GmbH wie folgt zu Grunde gelegt:

*Bei einer Einwohnerzahl von rund 8.787 zum 1.1.2015 in Wiefelstede und einer Gesamtverkaufsfläche der fünf Lebensmittel-SB-Betriebe von rund 4.550 qm errechnet sich eine Ausstattungskennziffer von ca. 0,52 qm Verkaufsfläche in Lebensmittel-SB-Betrieben je Einwohner. Bei einer Betrachtung der bereinigten Verkaufsfläche von Nahrungs- und Genussmitteln ergibt sich eine Ausstattung von 0,44 qm Verkaufsfläche mit Lebensmitteln je Einwohner.*

*In Metjendorf ergeben eine Zahl von ca. 7.428 Einwohnern und eine Lebensmittel-Verkaufsfläche von ca. 2.260 qm (vorgehalten in zwei Lebensmittel-SB-Betrieben) eine Ausstattungskennziffer von ca. 0,30 qm Verkaufsfläche in Lebensmittel-SB-Betrieben je Einwohner. Der bereinigte Wert liegt bei 0,26 qm Verkaufsfläche mit Lebensmitteln je Einwohner.*

Einer moderaten Verkaufsflächenausstattung des NETTO-Marktes stehen dementsprechend keine Gründe entgegen, die eine Überschreitung dieser Maßzahlen bedeuten würde.

Rechtlich nicht ganz zweifelsfrei sind die Hinweise des Gutachters auf Seite 64 als Empfehlung beschrieben:

*Innerhalb des Ortskerns Wiefelstede wird die Abgrenzung eines Hauptzentrums mit einer gemeindeweiten Versorgungsfunktion, in Metjendorf die eines Nahversorgungszentrums mit einer Versorgungsfunktion für die zugeordneten Bauerschaften empfohlen.*

Die für das Grundzentrum Metjendorf ausgesprochene Empfehlung kann nach den rechtlichen Vorgaben des F-Planes und des B-Planes und nach unserem Rechtsverständnis nur in „Arbeitsteilung mit dem bestehenden NETTO-Markt“ umgesetzt werden, ansonsten ein Bedeutungsverlust des regional Gewollten zu Ansprüchen Dritter führen könnte.

### **Zu 6.1 Übergeordnete Rahmenbedingungen (Seite 97 ff.)**

*Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Wiefelstede und Metjendorf befindet sich nur ein weiterer Lebensmittel-SB-Betrieb. Am südlichen Ortsrand Wiefelstedes situiert, übernimmt der Lebensmitteldiscounter Netto jedoch nur eine untergeordnete Nahversorgungsfunktion.*

*Im Vergleich zu den übrigen Lebensmittel-SB-Betrieben in der Gemeinde Wiefelstede weist er mit 1.530 Einwohnern nur ein geringes Nachfragepotenzial innerhalb des 700 Meter-Radius auf. An der Bundesstraße gelegen, profitiert er insbesondere von den dortigen Pkw-Frequenzen.*

Unter Hinweis auf die Versorgungsbedeutung des NETTO-Marktes für die südlichen Ortsteile / Bauerschaften stellt sich das Nachfragepotenzial in diesem Falle atypisch anders dar. In ländlichen Orten ist ein 700-m-Radius weder praktikabel noch anwendbar.

Der Netto profitiert – dies in analytischer Betrachtung - nicht, vielmehr sollte die Begrifflichkeit „versorgt“ zu wählen sein, denn er hat Versorgungsbedeutung für rund 3.600 Einwohner. Die auf Seite 99 enthaltene Tabelle gibt dazu falsche Grundannahmen wieder.

Das wurde letztlich vom Büro Dr. Jansen auch etwas später, Seite 98, 4. Absatz dokumentiert, indem er ausführt:

*Es wird deutlich, dass in nahezu allen Bauerschaften der Gemeinde Wiefelstede derzeit keine fußläufige Versorgung gewährleistet wird, sondern die Bewohnerschaft im Regelfall nur mittels MIV oder ÖPNV Einkäufe zur Deckung der Grundversorgung in den Ortskernen von Wiefelstede und Metjendorf durchführen kann.*

Letztlich verletzen die vom Gutachter Dr. Jansen GmbH getroffenen Feststellungen auf Seite 104, 4. Absatz die tatsächlichen Verhältnisse in Wiefelstede und diskriminieren den NETTO-Markt zur Bedeutungslosigkeit, da dieser in Randlage des Ortskern nach Darlegung des Gutachters betriebswirtschaftlich verkümmern muss, hingegen seine Versorgungsfunktion für Wiefelstede dadurch absehbar nicht mehr ausüben kann.

## 6.2 Raumordnerische Einordnung (BauNVO)

Auf der Ebene der Raumordnung und Landesplanung sind Auswirkungen zu betrachten, die für die Ziele und Grundsätze der Raumordnung relevant sind. Dies betrifft vor allem das Verbot der Beeinträchtigung

- der Funktionen zentraler Orte sowie
- der verbrauchernahen Versorgung (Beeinträchtigungsverbot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot).

§ 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung stellt die Vermutungsregel auf, dass sich großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Geschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> nicht nur unwesentlich auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie die städtebauliche Entwicklung und Ordnung auswirken können.

Die Ermittlung städtebaulicher und/oder raumordnerisch relevanter Auswirkungen erfolgte auf der Grundlage von Modellrechnungen nach dem ökonomischen Verfahren HUFF, welche die Umsatzumverteilungseffekte des Einzelhandelsvorhabens simulieren. Dieses Verfahren ist vom Bundesverwaltungsgericht grundsätzlich bestätigt (vgl. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C 7.07). Andere Kriterien, wie Entfernung und Verkaufsfläche des Vorhabens im Vergleich zu schützenswerten Zentralen Versorgungsbereichen, wurden herangezogen.

Die Gerichtsbarkeit geht davon aus, dass bei einer Umsatzumlenkung von weniger als 10 % eine Gefährdung Zentraler Versorgungsbereiche regelmäßig nicht vorliegt, sofern der Versorgungsbereich nicht bereits vorgeschädigt ist. Da diese 10- Prozent-Marke nur ein grober Orientierungswert ist, war zu untersuchen, dass auch unterhalb der 10 %-Prozent-Marke keine städtebaulich/raumordnerisch relevanten Auswirkungen zu erwarten stellen.

Diesem Aspekt wurde durch einzelbetriebliche Analysen in diesem Gutachten Rechnung getragen.

### Kongruenzgebot

*„Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.*

Das Kongruenzgebot zielt auf neue Einzelhandelsgroßprojekte, die sich schädlich auf die Versorgungsstrukturen auswirken. Im anstehenden Fall handelt es sich um einen existenziellen Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche, die bereits oberhalb der sog. Großflächigkeit bewertet ist. Mit der Erweiterung um geplante 220 qm Verkaufsfläche entsteht nunmehr definitiv unter Zugrundelegung der „Dann-Verkaufsfläche“ ein Einzelhandelsgroßprojekt.

Ein generelles Vergrößerungsverbot von bestehenden Einzelhandelsbetrieben ist weder im Baurecht, noch im Planungsrecht vorgesehen: eine solche Regelung käme einem unlauteren Wettbewerbseingriff für Bestandsbetriebe gleich.

Das Planvorhaben entspricht dem Kongruenzgebot, da das Planvorhaben sich funktional als Nahversorgungsergänzungsstandort in die bestehende Versorgungsstruktur einbindet, ohne dabei andere wichtige Strukturen wesentlich zu tangieren.

Es verfügt über die im Bebauungsplan Nr. 124 „Verbrauchermarkt, Wiefelstede, Hauptstraße“ festgelegte Begründung erforderlich wesentliche Versorgungsbedeutung, die sich seit 2004 nicht negativ verändert hat.

### Konzentrationsgebot

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um eine Ergänzung der Verkaufsflächen auf eine heute übliche und den Ansprüchen des Verbrauchers gerecht werdende Verkaufseinrichtung überwiegend für Güter des täglichen Bedarfs. Der Standort befindet sich innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes im Grundzentrum Wiefelstede.

### Integrationsgebot

Das am kleinteiligsten und auf die Sicherung und Entwicklung der Handelsfunktionen von Innenstädten, Stadtteilzentren und Ortsmitten gezielte raumordnerische Instrument verknüpft die raumordnerischen mit den städtebaulichen Gestaltungsmitteln zur zentralörtlichen Standortentwicklung.

Bei dem Erweiterungsvorhaben des NETTO Lebensmittelmarktes handelt es sich um ein Projekt mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment; es handelt sich weiterhin um einen Standort innerhalb einer städtebaulich integrierten Lage und ist bereits durch die abgeschlossene Bauleitplanung und anschließende Festsetzung als großflächiges Einzelhandelsprojekt legitim.

### Abstimmungsgebot

Die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten muss im Sinne einer umfassenden Betrachtung in den Kontext der kommunalen Einzelhandelsentwicklung gestellt werden. Der Nahversorgungsstandort übernimmt bereits heute wesentliche Aufgaben der Nahversorgung für sein unmittelbares Wohnumfeld.

Dem Abstimmungsgebot wurde bereits im Rahmen der B-Plan-Änderung 2004 Rechnung getragen. Gutachterlich kann darüber hinaus die Empfehlung ausgesprochen werden, die Funktion des Nahversorgungsstandortes als solchen auch im Zentrenkonzept zu würdigen und dem Standort perspektivisch einen Verkaufsflächenrahmen von bis ca. 1.200 qm zuzusprechen.

Die erheblichen Erweiterungsaktivitäten werden den hier begutachteten Lebensmittelmarkt absehbar erheblich einschränken und in seiner Existenz gefährden.

### Beeinträchtungsverbot

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

Das Beeinträchtungsverbot wird auf Grundlage der genannten rechtlichen Rahmenbedingungen nicht tangiert. Mit kaum messbaren und ansonsten geringsten Umsatzumlenkungsquoten liegen in keinem Falle Beeinträchtigungen anderer Versorgungsstandorte oder solcher für die Versorgung wichtigen Einzelhandelsgeschäfte vor.

Das Beeinträchtungsverbot wirkt mit seinen Tatbestandsmerkmalen darüber hinaus als Maßstab und Regulativ bei der Beurteilung der Auswirkungen von Warensortiment und Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte auf die einzelnen Komponenten ausgeglichener Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung. Eine wesentliche Komponente ausgeglichener Versorgungsstrukturen ist dabei auch die wohnortbezogene Nahversorgung.

Wichtige Versorgungsstrukturen und -zentren werden, wie vorstehend dokumentiert, in keinem der untersuchten Kommunen maßgeblich beeinträchtigt.

---

**Sämtliche Regulative (Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Abstimmungsgebot und Beeinträchtungsverbot) werden unter Maßgabe der vorstehenden Ausführungen und gutachterlichen Abwägungsergebnisse eingehalten.**

---

## 7 ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

---

In diesem Gutachten wurde die Verträglichkeit der **Vergrößerung eines bestehenden Lebensmittelmarktes** am Standort Hauptstraße 49 b in der Gemeinde Wiefelstede untersucht. Das Planvorhaben umfasst eine **Vergrößerung der Verkaufsfläche um 220 m<sup>2</sup>** auf zukünftig rd. 1.100 m<sup>2</sup>.

Gegenstand des Unternehmensneuauftritts und der Verkaufsflächenvergrößerung soll nach Darstellung der Unternehmensleitung und gleichzeitig des Betreibers in erster Linie die Anpassung der Verkaufsräume an moderne und kundenfreundliche Ansprüche sein. Gleichzeitig werden auch warenwirtschaftliche und innerbetriebliche Abläufe gestrafft, um die Personalintensität mehr auf den Fokus Kundenservice richten zu können.

Aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation und der Tatsache, dass das Planvorhaben auf Einkäufe des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet ist, passt sich der Lebensmittelmarkt funktionell in den Entwurf des Zentrenkonzeptes der Gemeinde Wiefelstede ein, soweit eine angemessene Würdigung seiner Bedeutungsfunktion Aufnahme findet.

Für das Planvorhaben wurde ein untersuchungsrelevanter **Jahresmehrumsatz von 0,42 Mio. € (brutto)** prognostiziert. Dieser Mehrumsatz wird die Strukturen aller davon absatzwirtschaftlich betroffenen Versorgungsstrukturen weder innerhalb der Gemeinde Wiefelstede noch in angrenzenden Kommunen wesentlich beeinträchtigen.

In der ökonomischen Wirkungsanalyse konnte dargelegt werden, dass sich die geplante Vergrößerung der Verkaufsflächen als **verträglich für alle bestehenden Einzelhandelsstrukturen und geschützten Zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO** darstellt.

Negative städtebauliche und strukturschädigende Auswirkungen im Untersuchungsgebiet sind im bau- und planungsrechtlichen Sinne weder für die Gemeinde noch für die im Untersuchungsgebiet tangierten Versorgungsstrukturen zu erwarten.

---

### Fazit

**Das Planvorhaben stellt sich für die bestehenden raumordnerisch schützenswerten Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Wiefelstede im Sinne des § 11 (3) BauNVO als verträglich dar. Negative Auswirkungen städtebaulicher Art können ausgeschlossen werden.**

**Gutachterlich wird eine Empfehlung für die Realisierung des Vergrößerungsvorhabens ausgesprochen.**

**Für die hier untersuchungsrelevanten Einzelhandelswarengruppen „Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Reformwaren“ und „Gesundheits- und Körperpflegemittel“ wurden alle abwägungsrelevanten Verdrängungseffekte untersucht. Es handelt sich zusammenfassend um eine maßvolle betriebliche Erweiterung eines langjährig bereits bestehenden Einzelhandelsbetriebes.**

**Die Umsatzumlenkung und damit -verdrängung aus anderen Marktgebieten stellt sich vor dem Hintergrund der Einzelhandelsentwicklungen im Untersuchungsgebiet und aufgrund der betrieblichen Gesamtausrichtung als maßvoll und angemessen dar.**

---

Vor dem Hintergrund einer expansiven Weiterentwicklung großflächiger Einzelhandelsgeschäfte im Untersuchungsgebiet wäre eine Verkaufsflächenerweiterung auf bis zu 1.200 qm zur langfristigen Erhaltung der zugesprochenen Versorgungsfunktion ohne wesentliche Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen gutachterlich empfehlenswert.

---

**Eine Vereinbarkeit mit den Vorgaben des im Entwurf befindlichen Einzelhandelskonzepts der Gemeinde Wiefelstede ist aus gutachterlicher Sicht sachlich erkennbar und dann gegeben, wenn die tatsächliche Bedeutung der Versorgungsfunktion dieses Marktes für die südlichen Ortsteile und Bauerschaften im Einzelhandelskonzept ergänzt wird.**

**Eine Umsetzung des Planvorhabens wird gutachterlich empfohlen.**

---

## 8 METHODIK

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

Die Ermittlung der Daten auf der **Angebotsseite** basiert auf einer Überprüfung der Einzelhandelsbestandsdaten aus dem Zentren- und Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Wiefelstede aus September 2015. Der untersuchungsrelevante Einzelhandelsbestand wurde im September 2015 von der MR Consultants auf Veränderungen im Bestand überprüft und aktualisiert.

Bei der Bestanderhebung wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Bestandserhebung aller vorhabenrelevanten Einzelhandelsflächen
- Erfassung von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Branchenmix (33 Sortimente, Zusammenfassung auf 16 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 sowie Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 16 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente nach Qualitäten, Markenangeboten und Preissegmentierung

**Abb. 18: Sortimenten und Branchen**

kurzfristig	Lebensmittel
	Reformwaren
	Arzneimittel (Apotheken)
	Drogerie- und Parfümeriewaren
	Schnittblumen, Floristik
	Zeitschriften, Zeitungen
mittelfristig	Oberbekleidung
	Wäsche, sonst. Bekleidung
	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
	Sportartikel
	Schuhe
	Sanitätswaren
	Bücher
	Schreibwaren
	Spielwaren
	Zoobedarf
langfristig	Möbel
	Antiquitäten, Kunstgegenstände
	Eisenwaren, Baumarktartikel
	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat, Geschenkartikel
	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
	Elektrogeräte, Leuchten
	Unterhaltungselektronik
	Foto
	Optik, Hörgeräteakustik
	Uhren, Schmuck
	Lederwaren
	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
	Fahrräder (inkl. Zubehör)
	Kfz-Zubehör
	Computer, Büro-/ Telekommunikation
Pflanzen, Gartenbedarf	

Quelle: MR Consultants in Anlehnung an cima und gif

**Abb. 19: Definition der 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 (Lebensmittel-Vollsortimenter)**

Ca. 400 bis 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

#### **Lebensmittel-Discounter**

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 800 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienstungen.

#### **Fachmarktzentrum**

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, periphere Lage, viele Parkplätze.

#### **Verbrauchermarkt**

Verkaufsfläche ab ca. 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

#### **SB-Warenhaus**

Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

#### **Warenhaus**

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m<sup>2</sup>, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

#### **Kaufhaus**

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m<sup>2</sup>, breites und 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 Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.