Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Esterwegen

Projektleiter: Martin Kremming

Hannover, 04. Juni 2019

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Berlin Hannover
Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Berliner Allee 12 30175 Hannover
T 0511-220079-65
F 0511-220079-99
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung+ Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung+ Management GmbH.

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung+ Management GmbH in Hannover.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung 5

2 Allgemeines 6

2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen 6

Makrostandort Gemeinde Esterwegen 6
Zentralörtliche Funktion 7
Sozioökonomische Strukturdaten 7

2.2 Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Esterwegen 9

2.3 Trends im Einzelhandel 10

Allgemeine Trends 10
Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache 13
Entwicklung der Betriebsformen 18
Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel 20

2.4 Änderungen aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2017) 23

2.5 Darstellung und Berücksichtigung aktueller Rechtsprechungen 24

3 Marktgebiet und Marktpotenziale 26

3.1 Marktgebiet der Gemeinde Esterwegen 26

3.2 Marktpotenzial Gemeinde Esterwegen 26

4 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Esterwegen. 28

4.1 Einzelhandelsstrukturen in Esterwegen 28

4.2 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Esterwegen 30

4.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in Esterwegen 33

5 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Esterwegen 37

5.1 Allgemeines zur Nahversorgung 37

5.2 Nahversorgungsstrukturen in Esterwegen 38

6 Einzelhandelssituation in der Samtgemeinde Nordhümmling 41

7 Zentrenkonzept für die Gemeinde Esterwegen 45

7.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche 45

7.2 Zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde Esterwegen 47

7.3 Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen 47

7.4 Perspektivischer Fachmarktstandort Heidbrücker Straße 49

8 Ableitung der Sortimentsliste Esterwegen 51

8.1 Vorbemerkung 51

8.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen 51

8.3 Zur Ableitung der Sortimentsliste Esterwegen 54

9 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Esterwegen 62

10 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes 66

11 Planvorhaben in der Gemeinde Esterwegen 68

11.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials 70

11.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation 70

11.3 Abgrenzung von Betriebstypen 72

11.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung 73

11.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche 76

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Lage im Raum 6
Abb. 2: Grundzentrale Position der Gemeinde Esterwegen 7
Abb. 3: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Esterwegen 8
Abb. 4: Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Esterwegen im Vergleich 9
Abb. 5: Negative Bevölkerungsentwicklung (und –prognose) in Deutschland. 10
Abb. 6: Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels 10
Abb. 7: Kundenbindung nach Branchen Stationär/Online und Stadtgröße 11
Abb. 8: Umsatzentwicklung 2013 gegenüber 2008 in Mio. Euro 12
Abb. 9: Top 10 der Warengruppen im interaktiven Handel nach Online-Umsatz 2014 12
Abb. 10: Engelbert Strauss Store in Bergkirchen 13
Abb. 11: Warenpräsentation Modehaus „Erlebe Wigner 14
Abb. 12: Online Auftritt und Broschüre Nürnberger Meister Händler 14
Abb. 13: Einrichtung „Das Kochhaus“ 15
Abb. 14: Convenience-Sortiment “Penny to go” 15
Abb. 15: Flag-Ship-Store Ritter Sport Berlin 16
Abb. 16: Modernes Bäckerei-Konzept: Baker D.Chirico, Melbourne 16
Abb. 17: CustomerJourney–Channel-Hopping 17
Abb. 18: Marktanteile nach Vertriebsformen 2002-2013 (nominal in %) 18
Abb. 19: Nachfrage-/Zielgruppenorientierung von Betriebstypen 20
Abb. 20: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Supermärkten 21
Abb. 21: Profile der standardisierten Lebensmittel-Betriebstypen 22
Abb. 22: Marktgebiet Gemeinde Esterwegen 26
Abb. 23: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Gemeinde Esterwegen 27
Abb. 24: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Esterwegen 28
Abb. 25: Anzahl Betriebe, Einwohner, Verkaufsfläche je Einwohner in Esterwegen 30
Abb. 26: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in der Gemeinde Esterwegen 31
Abb. 27: Ranking: Handelszentralität in der Gemeinde Esterwegen 33
Abb. 28: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Esterwegen 33
Abb. 29: Ranking: Kaufkraftzuflüsse in die Gemeinde Esterwegen 34
Abb. 30: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Esterwegen 35
Abb. 31: Datenblatt Gemeinde Esterwegen 36
Abb. 32: Einzelhandel in der Gemeinde Esterwegen 36
Abb. 33: Nahversorgungsstruktur im Ortskern Esterwegen (500 m Nahversorgungsradien) 39
Abb. 34: Lebensmitteleinzelhandel im Ortskern Esterwegen 39
Abb. 35: Teilräumliche Gliederung der Samtgemeinde Nordhümmling 41
Abb. 36: Verteilung des Einzelhandels in der Samtgemeinde Nordhümmling .42
Abb. 37: Handelszentralität in der Samtgemeinde Nordhümmling 43
Abb. 38: Kaufkraftzuflüsse in der Samtgemeinde Nordhümmling 43
Abb. 39: Kaufkraftabflüsse in der Samtgemeinde Nordhümmling 44
Abb. 40: Übersicht Zentrenkonzept Esterwegen 47
Abb. 41: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Esterwegen 48
Abb. 42: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Zentralen Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen 49
Abb. 43: Perspektivischer Fachmarktstandort Heidbrücker Straße 50
Abb. 44: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereiches auf Sortimentsebene: nahversorgungsrelevante Sortimente 55
Abb. 45: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereiches auf Sortimentsebene: zentrenrelevante Sortimente 56
Abb. 46: Sortimentsliste Esterwegen 60
Abb. 47: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen 64
Abb. 48: cima-Warengruppen 71
Abb. 49: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche 75

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag und Zielsetzung

- Die Gemeinde Esterwegen mit gut 5.300 Einwohnern übernimmt innerhalb der Samtgemeinde Nordhümmling (rd. 12.000 Einwohner) die Funktion eines Grundzentrums. Esterwegen hat somit die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung der eigenen Gemeinde, sowie der übrigen Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs. Für die Gemeinde Esterwegen stellt sich somit die planerische Aufgabe, die Rahmenbedingungen für eine attraktive Nahversorgung im gesamten Samtgemeindegebiet zu schaffen. Das hier vorgelegte Einzelhandelskonzept dient dabei als ein Orientierungsleitfaden und ein Handlungsprogramm für die zünftige Entwicklung des Einzelhandels in Esterwegen. Es ist die Frage zu beantworten, welche Entwicklungsmöglichkeiten und Entwicklungsspielräume im Einzelhandel insgesamt und im Speziellen in der Nahversorgung bestehen.
- Darüber hinaus liefert das Einzelhandelskonzept die planungsrechtlichen Grundlagen für die strategische Steuerung des gesamten Einzelhandels in der Gemeinde Esterwegen, sowie den weiteren Gemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling auf Basis der aktuellen landesplanerischen Rahmenbedingungen.
- Wesentliche Bestandteile des Einzelhandelskonzeptes sind die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in der Gemeinde Esterwegen und die Ableitung der Esterwegener Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

Auftraggeber

- Gemeinde Esterwegen

Zeitraum

- Juli 2017 bis Juni 2019

Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung in der Gemeinde Esterwegen und den weiteren Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in der Gemeinde Esterwegen und Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage der Gemeinde
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde Esterwegen
- Ableitung der Esterwegener Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung
- Aufzeigen branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig an Esterwegen zu binden

Vorbemerkung zur Methodik

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels der Samtgemeinde Nordhümmling basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im August 2017.
- Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weiterer Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Gemeinde Esterwegen beziehen sich auf das Jahr 2017.

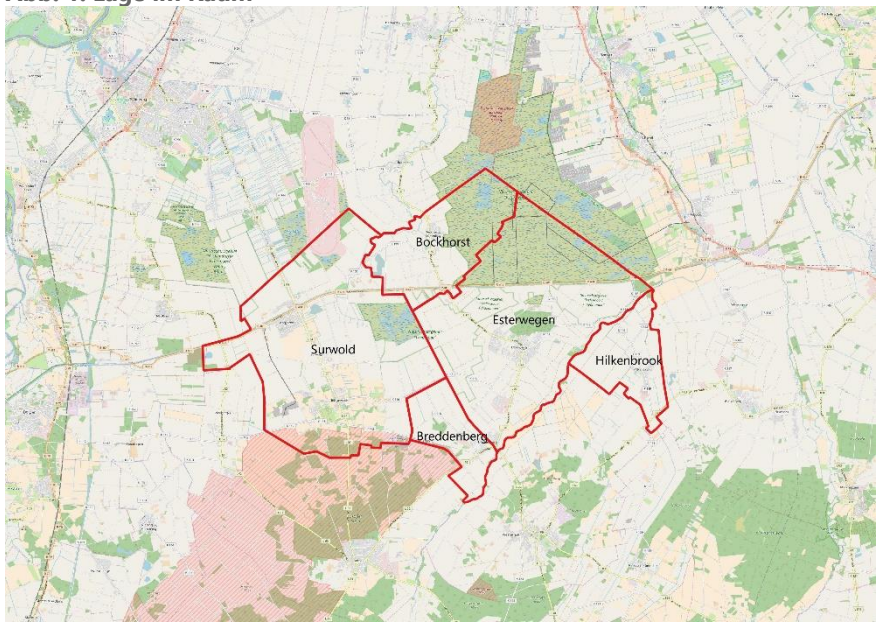
2 Allgemeines

2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Makrostandort Gemeinde Esterwegen

- In der Gemeinde Esterwegen leben rd. 5.569 Einwohner[1] und das Gemeindegebiet erstreckt sich über eine Fläche von ca. 50 qkm.
- Die Samtgemeinde Nordhümmling hat insgesamt 12.572 Einwohner und zählt neben Esterwegen auch Bockhorst, Breddenberg, Hilkenbrook und Surwold zu den Mitgliedsgemeinden.
- Die Gemeinde ist dem Landkreis Emsland zugehörig, befindet sich im nordöstlichen Randbereich und gehört laut Einwohnerstatistik zu den mittleren kommunalen Einheiten des Landkreises.
- Auf Grund der Lage in unmittelbarer Nähe zu den Bundesstraßen 401 und 72, sowie im weiteren Verlauf zu den Autobahnen A29, A28 und A31 ist die Gemeinde Esterwegen gut an den überregionalen Verkehr angeschlossen. Eine gute verkehrliche Erreichbarkeit zu den Mittelzentren Friesoythe und Papenburg ist ebenso gegeben.
- Eine verkehrliche Anbindung der Gemeinde Esterwegen an das schienengebundene Netz ist nicht vorhanden. Regionale Buslinien durchqueren Esterwegen und verbinden die Gemeinde mit dem Umland.

Abb. 1: Lage im Raum



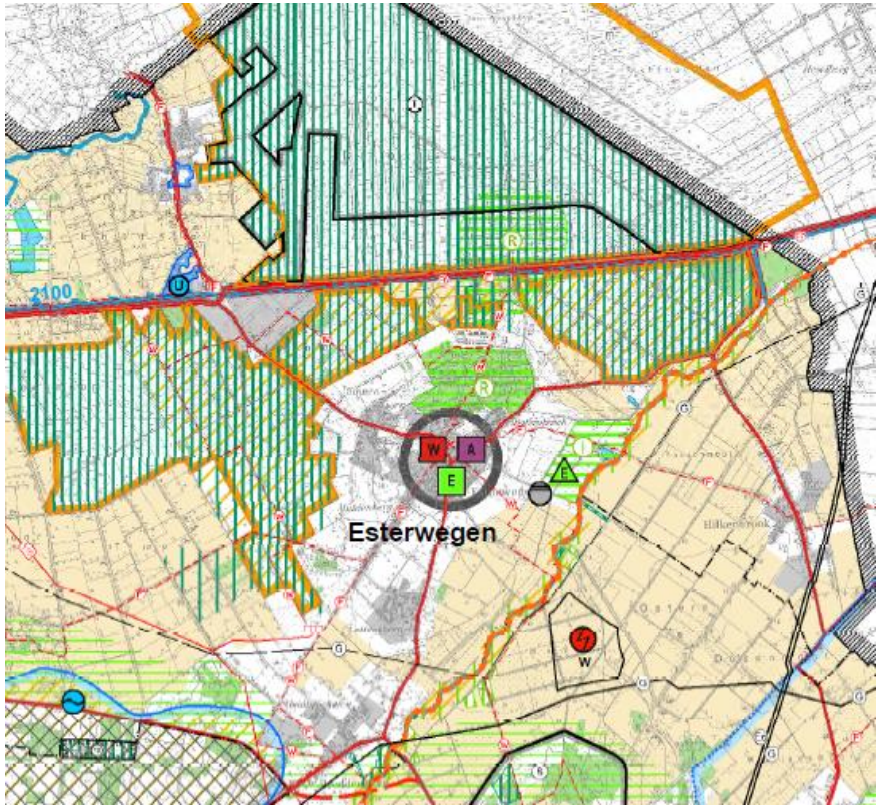
Quelle: OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA) 2018
Bearbeitung: cima 2018/2019

[1] Gemeinde Esterwegen, Stand 01.06.2017

Zentralörtliche Funktion

- In dem Regionalen Raumordnungsprogramm für den Landkreis Emsland 2010 (RROP) wird die Gemeinde Esterwegen als ein Grundzentrum festgelegt (vgl. RROP für den Landkreis Emsland 2010, zeichnerische Darstellung). Als Grundzentrum übernimmt die niedersächsische Gemeinde Esterwegen die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Gemeindegebietes, sowie den weiteren Mitgliedern der Samtgemeinde Nordhümmling mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs.
- In näherer Umgebung befinden sich die Mittelzentren Friesoythe und Papenburg in 20-30 km Entfernung. Das Oberzentrum Oldenburg befindet sich rd. 45 km in nordöstlicher Richtung.
- Weitere Grundzentren in der Umgebung von Esterwegen sind Werlte, Saterland, Sögel und Dörpen.

Abb. 2: Grundzentrale Position der Gemeinde Esterwegen



Quelle: RROP Landkreis Emsland 2010

Sozioökonomische Strukturdaten

- Die Gemeinde Esterwegen zeichnet sich im Betrachtungszeitraum (2012-2016) durch eine positive Bevölkerungsentwicklung aus (2,1 %). Damit weist sie sogar eine leicht höhere Entwicklung auf als das Land Niedersachsen (2,1 %) und die Samtgemeinde Nordhümmling (1,0 %).
- Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort hat sich seit 2012 in der Gemeinde Esterwegen fortwährend sehr positiv

entwickelt (+5,1 %). Auch für die Samtgemeinde (+23,2 %) und das Land Niedersachsen (+8,5 %) sind positive Trends abgebildet.

Abb. 3: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Esterwegen

Bevölkerungsentwicklung	Gemeinde Esterwegen	Samtgemeinde Nordhümmling	Nieder-sachsen
30.06.2012	5.236	12.109	7.784.694
30.06.2013	5.185	12.018	7.789.054
30.06.2014	5.177	11.977	7.813.217
30.06.2015	5.202	12.029	7.860.528
30.06.2016	5.347	12.226	7.948.507
+/- in % 2012-2016	2,1	1,0	2,1
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen			

Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Arbeitsort)	Gemeinde Esterwegen	Samtgemeinde Nordhümmling	Nieder-sachsen
30.06.2012	771	2.518	2.598.850
30.06.2013	742	2.491	2.633.743
30.06.2014	740	2.610	2.722.274
30.06.2015	755	2.469	2.783.678
30.06.2016	810	3.102	2.820.257
.+/- in % 2012-2016	5,1	23,2	8,5
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit			

Bearbeitung: cima 2018/2019

Die stabile Bevölkerungszahl mit leichten Bevölkerungszuwächsen in Esterwegen lässt keinen Handlungsbedarf erkennen und sorgt auch zukünftig für konstante Rahmenbedingungen im Einzelhandel.

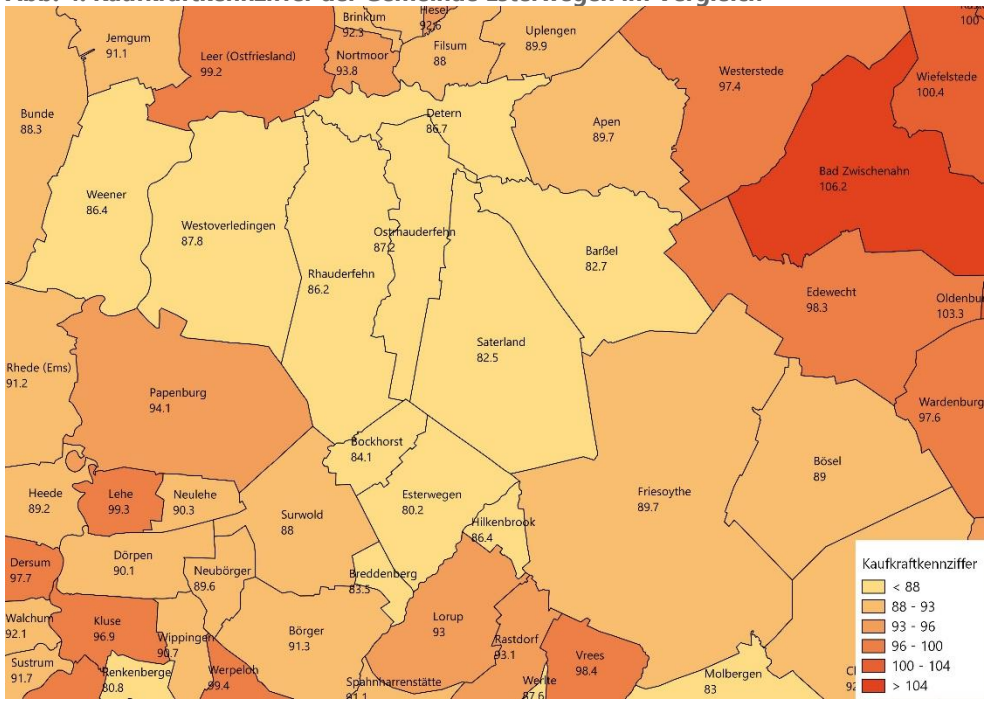
Die wirtschaftlichen Rahmendaten (Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten) untermalen die Attraktivität der Gemeinde Esterwegen als Wohn- und Lebensort in der Region, die sich in der steigenden Zahl der SVP-Beschäftigten widerspiegelt.

2.2 Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Esterwegen

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft leitet sich aus der allgemeinen Kaufkraft (= verfügbares Einkommen der Bevölkerung einer Region) ab und ist der Anteil der Kaufkraft, welcher für Ausgaben im Einzelhandel der Bevölkerung einer Region zur Verfügung steht. Die Einkäufe werden am Wohnort der Konsumenten erfasst.

Die Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Esterwegen beläuft sich laut Berechnung von MB-Research im Jahr 2017 auf 80,2. Im Vergleich mit anderen Grundzentren in der Region liegt Esterwegen damit im unteren Feld. Die Kennziffer ist jedoch auf einem vergleichbaren Niveau mit den benachbarten Grundzentren Saterland (82,5). Die Gemeinde Surwold weist mit 88,0 eine leicht höhere Kaufkraft auf, das Mittelzentrum Papenburg verzeichnet eine deutlich höhere Kaufkraft (94,1) Allesamt liegen die Gemeinden und Städte der Region mit der Kaufkraftkennziffer unter dem Bundesdurchschnitt (100).

Abb. 4: Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Esterwegen im Vergleich



Quelle: cima 2018/2019

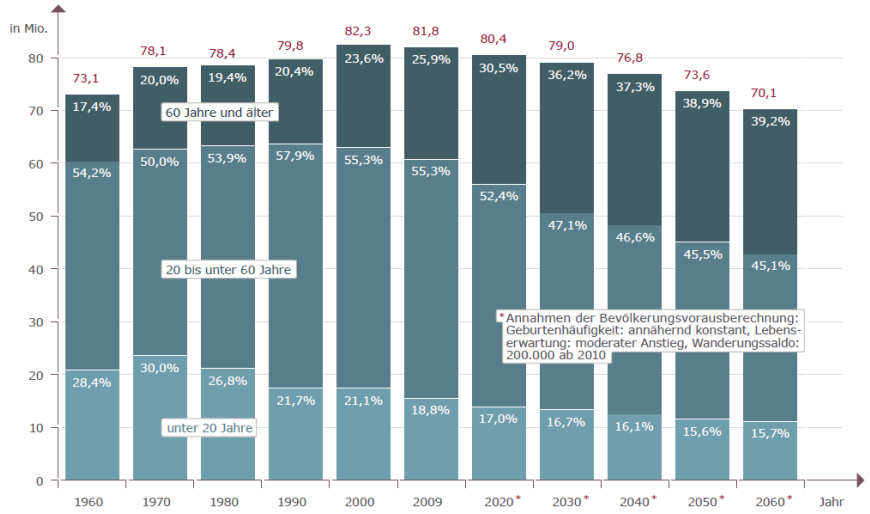
2.3 Trends im Einzelhandel

Allgemeine Trends

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und auf diese Weise auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten" wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Abb. 5: Negative Bevölkerungsentwicklung (und –prognose) in Deutschland



Quelle: IFH Köln, 2014
Bearbeitung: cima 2018/2019

Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet.

Der Preis (Discountorientierung, Stichwort „Geiz ist geil") wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den aktuell steigenden privaten Verbrauchsausgaben (gute Arbeitsmarktlage und steigende Gehälter) bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

Weit wichtiger für die aktuelle und zukünftige Entwicklung – und dem damit verbundenen Strukturwandel innerhalb der Handelslandschaft – ist die Zunahme des Online-Handels. Durch diese Entwicklungen steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Laut einer Studie des IFH Köln kaufen durchschnittlich rund 20 % der Befragten online. Somit verzeichnet der E-Commerce seit Jahren ein stetiges Umsatzwachstum. Je nach Untersuchungsdesign variieren hierbei die Angaben und Prognosen zum Umsatz des Online-Handels: Laut IFH Köln lag der Umsatz des Online-Handels im Jahr 2014 bei 42,8 Mrd. Euro. Für das Jahr 2020 wird ein fast dreifacher Umsatz von 111,7 Mrd. Euro prognostiziert.

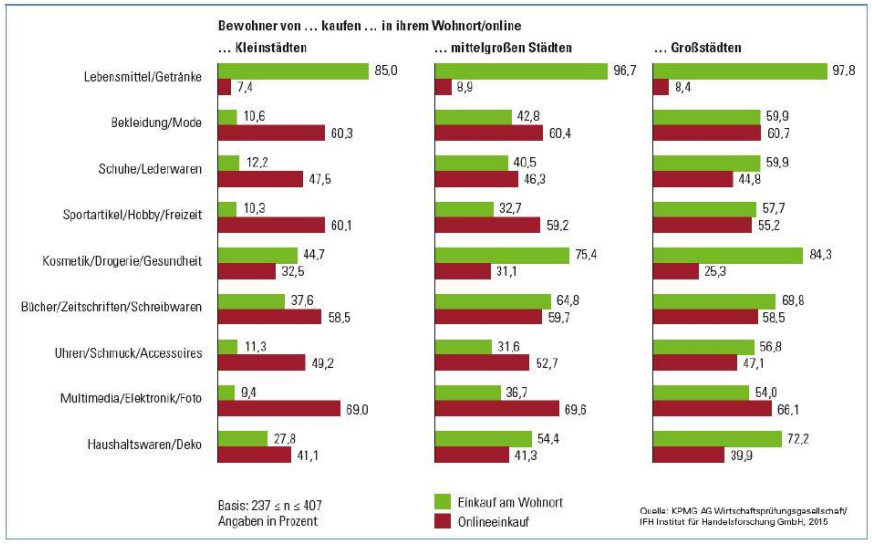
Abb. 6: Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels

Quelle: IFH Köln: 2014
Bearbeitung: cima 2018/2019

In den letzten 5 Jahren konnte der Einzelhandel insgesamt ein Umsatzwachstum von 32,1 Mrd. €, d.h. eine Steigerung von 7,5 % verzeichnen, wobei das Wachstum jedoch vor allem im Online-Handel stattgefunden hat. Der einzelhandelsrelevante Online-Handel konnte seine Umsätze um 79,8 %, der Einzelhandel ohne Online-Handel lediglich um 3,2 % steigern.

Dabei variieren die Verhältnisse zwischen den einzelnen Branchen und nach Stadtgröße deutlich. Eine Befragung der Kundenbindung in verschiedenen Branchen des IFH Köln kam zu folgendem Ergebnis: Bei Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel sowie Kosmetik/Drogerie/Gesundheit überwiegt in allen Stadtgrößen klar der Einkauf vor Ort. Hier bleibt abzuwarten wie sich der Trend mit Online-Angeboten und Lieferservice von Lebensmitteln weiterentwickelt. Im Bereich Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren überwiegt in mittelgroßen Städten und Großstädten auch noch der stationäre Handel. Die Branche Multimedia/Elektronik/Foto hat ihren Schwerpunkt naturgemäß beim Online-Handel.

Abb. 7: Kundenbindung nach Branchen Stationär/Online und Stadtgröße

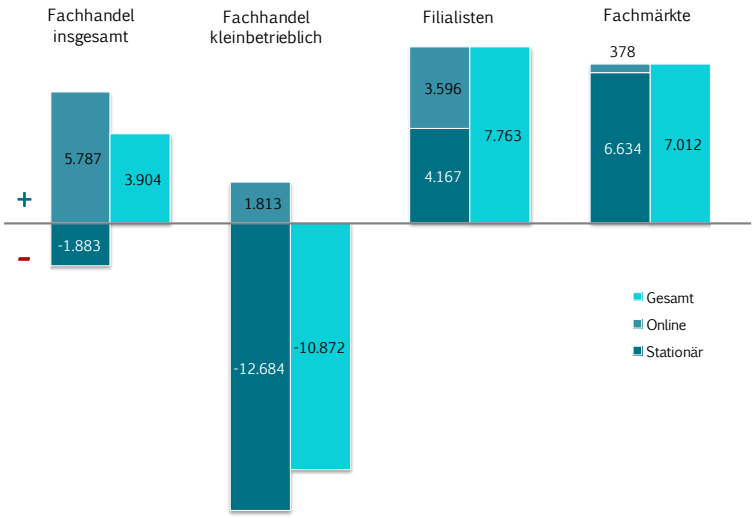


Quelle: IFH Köln; KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Branchenreport Online Handel 2015

In allen weiteren Branchen ergeben sich Unterschiede nach Stadtgröße. In Kleinstädten überwiegt in fast allen anderen Branchen der Online-Handel. Besonders bedeutend ist der Zusammenhang für Städte im mittelfristigen Bedarfsbereich, zu dem auch die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe und Sportartikel zählen. Auch mittelgroße Städte können mit dem Online-Handel nicht mehr mithalten. Lediglich Großstädte verfügen über ein ausreichend attraktives Angebot und binden zumindest noch in den meisten Branchen mehr Kunden im stationären Handel. Im Bereich Oberbekleidung wird der Onlineeinkauf in allen drei Stadtgrößen bevorzugt, wobei es sich in Großstädten in etwa noch die Waage mit dem Einkauf vor Ort hält. In fast allen Branchen zeigt sich der Trend: Je größer die Stadt, desto größer das Angebot vor Ort, desto mehr wird (noch) vor Ort eingekauft. Je kleiner die Stadt, desto mehr Waren werden bereits online bestellt.

Wie sieht also das Zukunftsszenario für den Einzelhandel aus? Kann der stationäre Handel von dieser Entwicklung profitieren? Das IfH Köln zeigt in seinem Handelsszenario 2020, dass die Chance den Umsatzverlust im klassischen stationären Handel zu kompensieren, im Ausbau und der Verzahnung von offline- und online-Vertriebsformen (Multi-Channeling) liegt. Der Online-Handel kann dadurch den Facheinzelhandel stützen (siehe auch Kapitel 0). Aktuell gelingt dies vor allem Filialisten, weshalb der gegenseitige Nutzen zunächst in größeren Städten zur Geltung kommt.

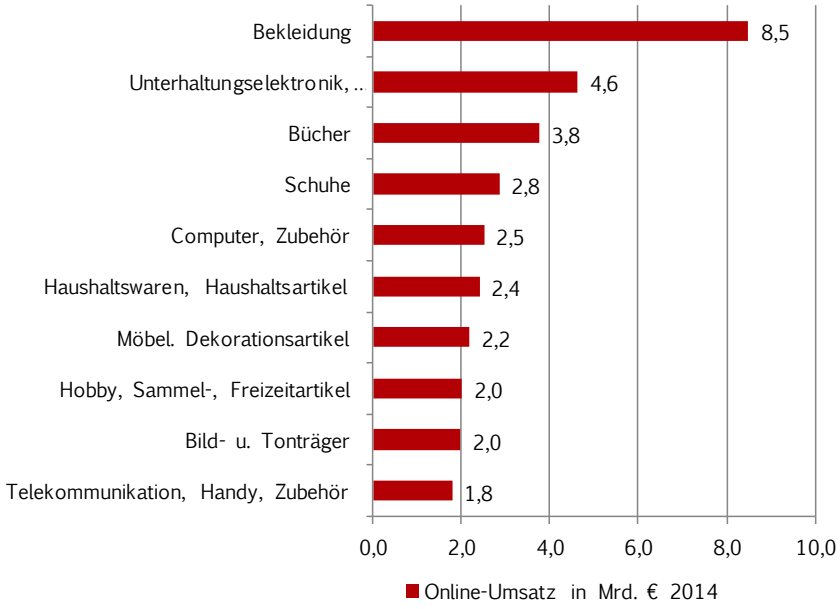
Abb. 8: Umsatzentwicklung 2013 gegenüber 2008 in Mio. Euro



Quelle: IFH Köln, Handelsszenario 2020
Bearbeitung: cima 2018/2019

Umsatzstärkste Branche im Online-Handel ist nach wie vor der Handel mit Bekleidung und Textilien. Ebenfalls seit Jahren führend im Onlineumsatz liegen die Warengruppen Unterhaltungselektronik, Medien sowie der Handel mit Büchern und Schuhen. Betrachtet man jedoch die Wachstumsraten im E-Commerce, so wird die Dynamik der Branche deutlich. Immer mehr Warengruppen werden über das Internet nachgefragt. So lag das Wachstum im Online-Handel mit Spielwaren von 2011 bis 2013 bei rd. 103 %.

Abb. 9: Top 10 der Warengruppen im interaktiven Handel nach Online-Umsatz 2014



Quelle: EHI Handelsdaten 2015
Bearbeitung: cima 2018/2019

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der zunehmende Online-Handel die größte Herausforderung im Verdrängungswettbewerb für den stationären Handel darstellt. Noch nie in seiner bisherigen Historie musste der Handel einen so enormen Umbruch in so kurzer Zeit bewältigen wie heute. Der starken Online-Konkurrenz sind gerade noch Großstädte gewachsen, die einerseits ein großes attraktives Angebot vor Ort (z.B. Innenstadt) anbieten können und andererseits durch den komplementären Online-Vertrieb (Multi-Channel-Optionen) Umsatzverluste kompensieren können. Für den Facheinzelhandel ergibt sich daraus zwar ein großer Nachholbedarf gleichzeitig jedoch auch ein Potenzial, das es zu nutzen gilt. Als Grundzentrum mit vielen

inhabergeführten Betrieben ist Esterwegen anfällig für weitere Umsatzverluste. Die Chancen des ergänzenden Online-Handels sollten zukünftig eine wichtige Rolle bei der Profilierung und Positionierung als Einkaufsstandort spielen.

Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und der Konsument als solches wird für den Einzelhandel zunehmend „unberechenbarer". Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in Punkto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service.

In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seinen Mehrwert darstellt und kommuniziert, der nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität/ Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um den hybriden Kunden anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch nette Aktionen und Aufmerksamkeiten („die extra Meile gehen") gegenüber dem Kunden, kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen.

Abb. 10: Engelbert Strauss Store in Bergkirchen

Quelle: Eigene Aufnahmen cima 2015

Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online Auftritt bzw. Broschüren stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Abb. 11: Warenpräsentation Modehaus „Erlebe Wigner

Quelle: Erlebe Wigner (www.erlebe-wigner.de)

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkerne des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zu Wettbewerbern zu verbessern. Dies kann zum Beispiel durch die spezielle Betriebs-Historie oder durch Spezialisierungen z.B. über Sortiment, Personal, Service erfolgen. Es gilt ein Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Abb. 12: Online Auftritt und Broschüre Nürnberger Meister Händler

Gestaltung/Quelle: gruenklee - kommunikation.design

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich zum Beispiel durch das individuelle und passgenaue Angebot in Frischtheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung, z.B. in Form von Kinderspielecken, Sitzmöglichkeiten etc. Ein Beispiel für reinen

Convenience Fokus bietet die Kette „Das Kochhaus". Hier werden portionierte Lebensmittel mit Rezeptvorschlag angeboten.

Abb. 13: Einrichtung „Das Kochhaus"

Quelle: Kochhaus.de

Abb. 14: Convenience-Sortiment "Penny to go"

Quelle: eigene Aufnahmen cima 2015

Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden" der jeweiligen Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz, als um die Präsenz in den A-Lagen der Weltmetropolen. Ziel ist es durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffläden" weder interaktive noch individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Abb. 15: Flag-Ship-Store Ritter Sport Berlin

Quelle: Sascha Olschewski, solec-electro.de 2010

Abb. 16: Modernes Bäckerei-Konzept: Baker D.Chirico, Melbourne

Quelle: Peter Benetta, www.broadsheet.com.au, 2015

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Denn durch die große Konkurrenz sind kleine Einzelhandelsbetriebe zur Handlung gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten kann hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt" als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten.

Mono-Label Store

Als Mono-Label Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer/Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. An den guten bis sehr guten Standorten der Großstädte nimmt das Platzangebot rapide ab. Mono-Label Stores können eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem darstellen. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern angeboten.

Cross-Selling

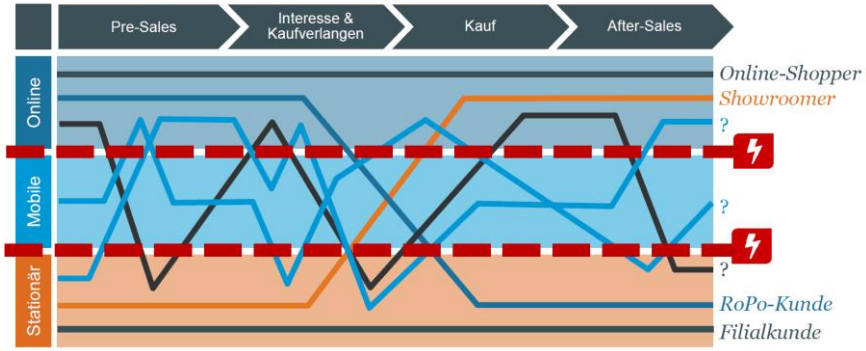
Dem Kunden werden Zusatzangebote bereitet, die die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Service-Leistungen oder Weiterbildungsangeboten innerhalb bekannter Elektro-Fachmärkte –und Filialisten. Dies kann u.a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software, umfassen.

Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist aber die zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Einerseits verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und die damit einhergehenden Vorteile für den Kunden die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Die geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr, nur einen Kanal als Händler zu bedienen, sondern alle Kanäle zu nutzen und (gleichzeitig) zu bedienen. Der Kunde kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen, z.B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen wechseln, z.B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

Abb. 17: CustomerJourney–Channel-Hopping



Quelle: elaboratum, 2014

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Händlern eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research online, purchase offline (Suche Online – Kaufe Offline) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essentiell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden. Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen Dienste für Händler, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online Marktplätzen (bspw. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen

wie Facebook, Twitter und Youtube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

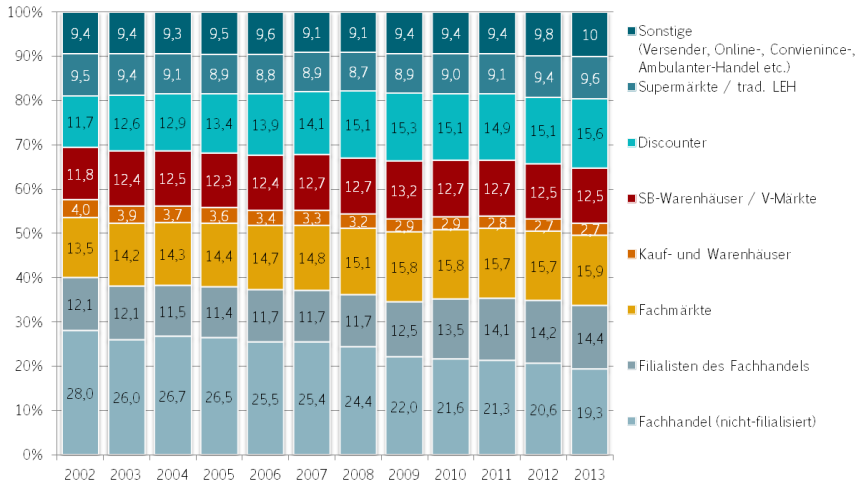
Mit der wachsenden Bedeutung des online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim „Showrooming" informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren. Ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben und Kontakt mit dem Produkt und einer persönlichen Beratung sowie die vorgelagerte Informationsmöglichkeit und anschließende Bestellmöglichkeit im Netz. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Konzentration auf Anbieterseite schreitet weiter voran. Der Marktanteil von Unternehmen mit mehr als 2,5 Mrd. € Jahresumsatz steigt mittelfristig auf 85 %.

Abb. 18: Marktanteile nach Vertriebsformen 2002-2013 (nominal in %)

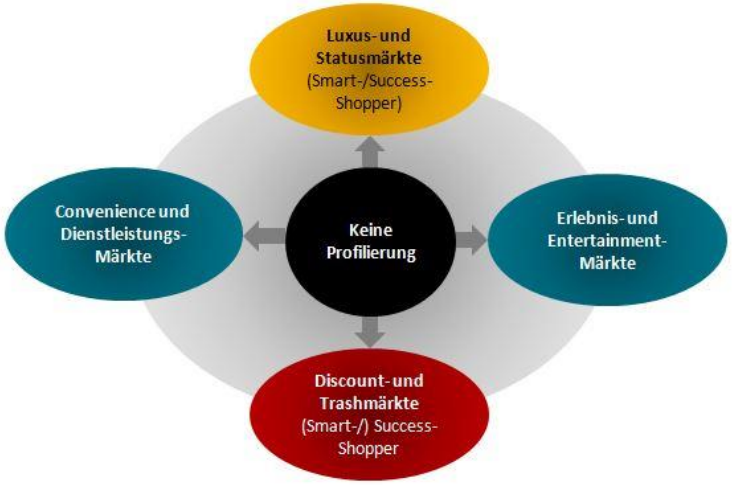


Quelle: IFH Retail Consultants, 2014; Bearbeitung cima 2018/2019

- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Monolabel-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch. In größeren Städten repräsentieren sog. Flagship-Stores an wenigen Standorten das Prestige der Marke.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multimarken-Image oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile. Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze. Damit schließt sich der Kreis.
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig ohne Marktbedeutung sein. Der moderne Facheinzelhändler ist gleichzeitig Franchise-Nehmer der verschiedensten Anbieter in seiner Stadt oder Region. Einkaufskooperationen sind das Mindestmaß an Verbund.
- Probleme bei der Revitalisierung der Kauf- und Warenhäuser (siehe Debatte um nicht klar positionierte Kaufhäuser).

- Viele Filialisten sind nach dem Top-down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilien-Experten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadt-Einzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Kundenbewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-Up: Neue Qualitätsorientierung im Lebensmittel-Einzel-handel bringt angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentrum oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf!) und Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-Eat-Angebots), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe allein ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser wachsen künftig nur noch langsam. Dafür folgen die Anbieter der zunehmenden Überalterung mit einer Dezentralisierungsstrategie.
- Auch die Discounter sichern sich über neue Sortimentsstrategien (ALDI: Frischfleisch, zunehmende Etablierung von Markensortimenten, LIDL: zunehmende Frischekompetenz und qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenience-Produkte, etc.) Marktanteile.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category-Killer" spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z.B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf).
- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen den deutschen Markt zu erschließen (Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv), z.B. Primark als sehr erfolgreiches Textil-Discount Konzept
- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (Store-Branding).
- Shopping mit Ambiente: Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen. Shopping-Center-Standards haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten, ob gewachsen oder geplant müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z.B. Themen-Center von Sonae Sierra).
- Factory-Outlet-Center (Fabrikverkaufs-Zentren) werden trotz anhaltender Beliebtheit, aufgrund der strengen Genehmigungspraxis für Vorhaben außerhalb gewachsener Zentren kein dichtes Netz von Standorten bilden können, aufgrund dessen werden andere Konzepte wie bspw. Inner-City-Outlet Bad Münstereifel umgesetzt.
- Versandhändler in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog und Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online Shops der etablierten Lebensmittelhändler (z.B. Edeka 24, Rewe Online) bis zu neuen, reinen Online-Anbietern wie allyouneedfresh.de, hellofresh.de oder Amazon Fresh (aktuell in der Planungs-/Testphase für Deutschland).

Abb. 19: Nachfrage-/Zielgruppenorientierung von Betriebstypen



Quelle und Bearbeitung: cima 2018/2019

Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Gemeindeteilen.

Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird im zunehmenden Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so interessante Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt. Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.700 qm Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind selbst Flächen bis 3.500 qm keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discountern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmittel-Einzelhandel in der Notwendigkeit zu einer verbesserten Warenpräsentation, neuen Service- und Angebotsbausteinen und in signifikanten Prozessveränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Kundenservice – zur Verfügung hat.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, so dass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr – und Einwegflaschen im Laden.

- Serviceelemente wie z.B. Automaten zur Rücknahme von Pfandflaschen und Getränkekästen oder Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen daher zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur wie z.B. Obst sowie anderer „Ready-to-Eat" Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst aufgeschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Verkehrswege tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abb. 20: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Supermärkten

Penny

Penny

Kaufland

Kaufland

Quelle: cima 2018/2019

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, die die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem „One-Stop-Shopping" entgegen. Ein **idealtypisches Nahversorgungskonzept** in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten) und Lebensmittel-Handwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden.

Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte Angebotsmix sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form" des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z.B. Netto, Penny) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse, etc.). Für die standardisierten Betriebstypen des Lebensmittel-Einzelhandels gelten im Wesentlichen folgende Standortkriterien:

Abb. 21: Profile der standardisierten Lebensmittel-Betriebstypen

Merkmale	Betriebstypen				
Betriebstyp	Supermarkt (Vollsortiment)	Soft-Discounter	Hard-Discounter	Verbrauchermarkt	SB-Warenhaus
Beispiele	Edeka, Rewe	Netto, Penny	Aldi, Lidl, Norma	E-Center, HIT, Kaufland, Rewe	Globus, Kaufland, Real, Marktkauf
Verkaufsfläche ca.	1.500 - 2.500 qm	800 – 1.000 qm	1.000 – 1.500 qm	ab 2.500 qm	ab 5.000 qm
Nebenflächen zusätzlich	20 - 30 %	20 - 30 %	30 %	30 %	30 %
Einzugsgebiet	ab 5.000 Ew.	ab 5.000 Ew.	ca. 20.000 Ew.	ab 20.000 Ew.	ab 50.000 Ew.
Sortimentstiefe Food	8.000 – 12.000	1.200 – 3.500	700 – 1.500	8.000 – 15.000	8.000 – 20.000
Kompetenz	▪ Typischer Nahversorger mit Vollsortiment ▪ aktuell in Frische und Qualität ▪ Markenartikel mit steigendem Anteil an Handelsmarken	▪ preisaggressiv ▪ Eigenmarken mit ausgewählten Markenartikeln, tlw. Frische-Angebote ▪ positioniert sich verstärkt als Nahversorger	▪ Autokundenorientiert ▪ Preisführer ▪ vorw. Handelsmarken, zusätzlich bis zu 150 Markenartikel ▪ bis zu 20 % Aktionsfläche für Non-Food ▪ Tendenz zeigt in Richtung Marken-Discounter (Soft-Discounter)	▪ Vollsortiment ▪ ähnliche Konzepte wie große Supermärkte ▪ großzügige Warenpräsentation ▪ Non-Food-Flächenanteil 30 – 60 % ▪ je nach Standort mit noch hohem Nahversorgungsanspruch	▪ Vollsortiment ▪ Autokundenorientiert ▪ Großzügige Warenpräsentation ▪ Non-Food-Flächenanteil 60 – 75 %
qm Vk.-Fläche je Stellplatz	14 - 15	8 - 12	8 -12	12 - 14	13 - 15

Quelle und Bearbeitung: fortlaufende eigene Erhebung, cima 2018/2019

2.4 Änderungen aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2017)

Bezüglich der Änderungen im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen für das Jahr 2017 sollen in diesem Kapitel einige besondere Aspekte herausgehoben und erläutert werden. Die Darstellung ist nicht als vollständig zu verstehen, sondern liefert erste Hinweise zur Handhabung des Einzelhandelskonzepts. Die cima verweist an dieser Stelle auf die jeweils aktuell rechtsgültige Form des Landesraumordnungsprogramms nebst dazugehöriger Begründung.

Nahversorgung:

Zur Nahversorgung zählen Betriebe, deren Sortiment zu mindestens 90% aus Lebensmitteln und Drogeriewaren besteht sowie deren Umsatz zu mehr als 50% mit Kaufkraft aus einem fußläufigen Einzugsbereich generiert wird. Der fußläufige Einzugsbereich ist dabei mit 10-Minuten-Gehzeit definiert, wobei auch Barrieren, wie Bahnschienen, Flussläufe, etc.... zu berücksichtigen sind.

Weiterhin wird nunmehr zwischen drei Typen des Einzelhandels mit periodischen Sortimenten unterschieden:

- klassischer großflächiger Einzelhandel mit überörtlicher Bedeutung
- nicht raumbedeutsame Nahversorgung
- raumbedeutsame Nahversorgung

Integrationsgebot:

"Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist" (LROP 2017 2.3 Ziffer 05 Satz 3)

Ziel der Raumordnung ist es weiterhin Lebensmittel- und Drogeriebetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln. Hiermit soll die frequenzschaffende Wirkung zur Stärkung der weiteren Nutzungen im zentralen Versorgungsbereich nutzbar gemacht werden. Mit der oben zitierten Ausnahmeregelung soll jedoch die Möglichkeit geschaffen werden, im Umfeld ungünstiger Rahmenbedingungen eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfsbereichs zu ermöglichen.

Kongruenzgebot:

Im Grundsatz ist das Kongruenzgebot unverändert, jedoch sind inhaltlich einige Änderungen eingeflossen:

- Neu ist die Begrifflichkeit des Kongruenzraums, der die Begriffe der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und des Verflechtungsbereichs ersetzt.
- Einzugsgebiet und ehemals Verflechtungsbereich sollten sich entsprechen. Neu ist, dass das Einzugsgebiet den Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten soll. Eine wesentliche Überschreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes von außerhalb des anzuwendenden Kongruenzraums erzielt wird.

2.5 Darstellung und Berücksichtigung aktueller Rechtsprechungen

Im Folgenden werden aktuelle Rechtsprechungen der letzten Jahre zur einzelhandelsbezogenen Raumordnung aufgezeigt, die u.a. auch für die Gemeinde Esterwegen Relevanz besitzen.

- zentralörtliche Einrichtungen des oberzentralen Bedarfs: Das OVG Lüneburg hat in einer Entscheidung zum Kongruenzgebot im LROP Niedersachsen 2008 richtigerweise darauf hingewiesen, dass der Begriff des Warensortiments in Bezug auf die unterschiedlichen Versorgungsaufträge der Zentralitätsstufen in Niedersachsen nicht bestimmt sei. Es sei auch nicht geklärt worden, „ob die notwendige Differenzierung nach Sortimenten, nach Häufigkeit der Nachfrage, nach Preis oder auf welche Art sonst geschehen soll." Und schließlich bestünden „etwa in der Bekleidungsbranche erhebliche Schwierigkeiten bei der Zuordnung zu mittel- bzw. oberzentraler Versorgung".[2]

  Die Niedersächsische Landesplanung hat es daher auch ausdrücklich unterlassen, für die Änderung des LROP einen Versuch der Differenzierung der zentralörtlichen Bedarfsstufen zu unternehmen. In der Begründung wird dazu ausgeführt: „Im Bereich der Einzelhandelsversorgung ist eine sortimentsbezogene Differenzierung hinsichtlich der Deckung des gehobenen bzw. spezialisierten höheren Bedarfs weder zweckmäßig noch möglich. Deshalb erfolgt [...] lediglich eine sortimentsbezogene Differenzierung in periodische und aperiodische Sortimente".[3]

- Verkaufsflächenfestsetzungen in Bebauungsplänen: „Der Senat hat mit Urteil vom 3. April 2008 - BVerwG 4 CN 3.07 - (BVerwGE 131, 86) entschieden, dass die durch Bebauungsplan erfolgte Festsetzung einer baugebietsbezogenen, vorhabenunabhängigen Verkaufsflächenobergrenze zur Steuerung des Einzelhandels in einem Sondergebiet zur Steuerung des Einzelhandels mangels Rechtsgrundlage unzulässig ist. Sie werde von § 11 BauNVO nicht gedeckt. Eine Kontingentierung der Verkaufsflächen, die auf das Sondergebiet bezogen sei, öffne das Tor für sog. „Windhundrennen" potenzieller Investoren und Bauantragsteller und schließe die Möglichkeit ein, dass Grundeigentümer im Fall der Erschöpfung des Kontingents von der kontingentierten Nutzung ausgeschlossen seien. Dieses Ergebnis widerspreche dem der Baugebietstypologie (§§ 2 bis 9 BauNVO) zugrundeliegenden Regelungsansatz, demzufolge im Geltungsbereich eines Bebauungsplans im Grunde jedes Baugrundstück für jede nach dem Nutzungskatalog der jeweiligen Baugebietsvorschrift zulässige Nutzung in Betracht kommen solle (Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 17). Eine Ausnahme von dem Verbot einer gebietsbezogenen Verkaufsflächenbegrenzung hat der Senat mit Blick auf das Urteil vom 27. April 1990 - BVerwG 4 C 36.87 - (Buchholz 406.12 § 11 BauNVO Nr. 17) lediglich für den Fall erwogen, dass in dem in Frage stehenden Sondergebiet nur ein einziger Handelsbetrieb zulässig ist."[4] und [5]

- Das Angebot des Randsortiments muss dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.[6]

  Kernsortimente, bzw. Hauptsortimente, sind alle für das Einzelhandelsgroßprojekt prägenden Sortimente. Auf der anderen Seite sind Randsortimente als ergänzende Sortimente zu betrachten, die sowohl in der Verkaufsflächendimensionierung als auch im Umsatzanteil deutlich untergeordnet sind. „Von einem "Randsortiment" [kann] keine Rede mehr sein, wenn die unter diesem Etikett angebotenen Waren unter

[2] OVG Lüneburg, Urteil vom 15.03.2012 – 1 KN 152/10

[3] Begründung zu 2.2 Ziffer 05 Satz 2 LROP Niedersachsen, Änderungsentwurf 2015

[4] Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 18

[5] Quelle: BVerwG, Beschluss vom 11.11.2009 - 4 BN 63.09 [ECLI:DE:BVerwG:2009:111109B4BN63.09.0]

[6] OVG Münster, Urteil vom 09.11.2012 – 2 D 63/11.NE; ebenso OVG Münster, Beschluss vom 26.01.2000 – 7 B 2023/99

Umsatzgesichtspunkten ersichtlich ein wesentlich (mit)tragendes "Standbein" des Handelsbetriebs überhaupt sind" (OVG NRW, Beschluss v. 26.01.2000 – 7 B 2023/99). Üblicherweise wird von einem Verkaufsflächen-, bzw. Umsatzanteil von über 10 % am Gesamtvorhaben von einem wesentlichen mittragenden Anteil ausgegangen.

3 Marktgebiet und Marktpotenziale

3.1 Marktgebiet der Gemeinde Esterwegen

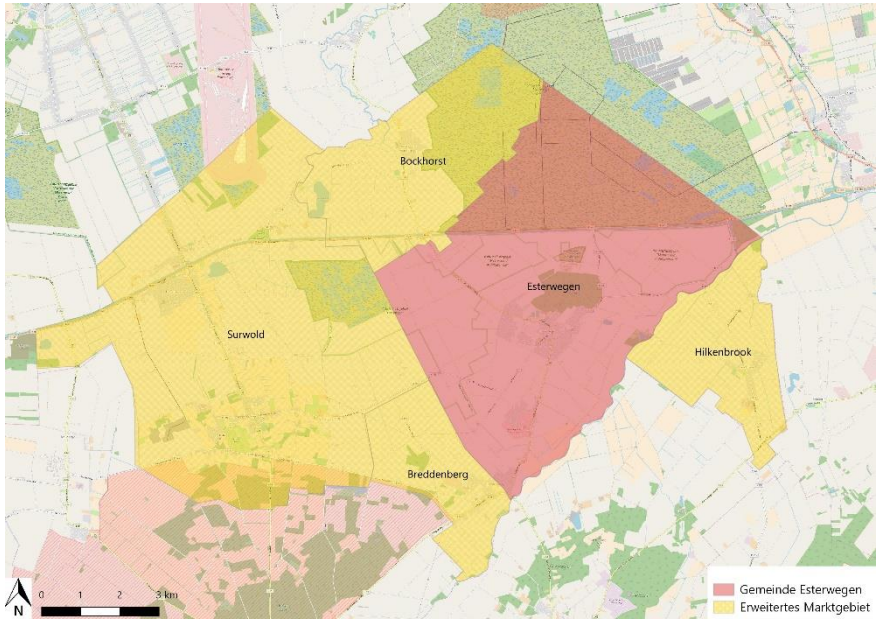
Das Marktpotenzial des Einzelhandels in der Gemeinde Esterwegen ergibt sich aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des Samtgemeindegebietes.

Relevant ist zunächst die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Gemeinde Esterwegen. Die Gemeinde hat laut RROP Landkreis Emsland (2010) die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums und übernimmt die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Gemeindegebietes, sowie den weiteren Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs.

Auf Basis des vorhandenen Einzelhandelsangebotes in Esterwegen sowie unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsaufgabe ist dem Marktgebiet des Einzelhandels in Esterwegen neben dem eigenen Gemeindegebiet, auch das Gebiet der Samtgemeinde Nordhümmling zuzurechnen. Wir gehen nicht davon aus, dass aus den weiteren Umlandgemeinden regelmäßige Einkaufsfahrten in größerem Umfang in die Gemeinde Esterwegen stattfinden. Eine Zuordnung zum Marktgebiet des Einzelhandels in Esterwegen wäre hier unbegründet.

Im Westen begrenzen das Mittelzentrum Friesoythe, sowie das Grundzentrum Saterland den Einflussbereich der Gemeinde Esterwegen, im Nordwesten begrenzt der Einfluss des Mittelzentrums Papenburg den Wettbewerb der Gemeinde Esterwegen.

Abb. 22: Marktgebiet Gemeinde Esterwegen



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA) 2018
Bearbeitung: cima 2018/2019

3.2 Marktpotenzial Gemeinde Esterwegen

Die Berechnung des Nachfragepotenzials[7] in Esterwegen, sowie im weiteren Marktgebiet erfolgt auf der Basis der gemeindescharfen Einwohnerzahlen (5.569 in der Gemeinde Esterwegen)[8] und der spezifischen

[7] Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung des Gemeinde Esterwegen, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

[8] Quelle: Gemeinde Esterwegen (Stand: 01.06.2017)

einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (80,2 in Esterwegen)[9]. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.828 € für das Jahr 2017 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Gemeinde Esterwegen mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wird (vgl. hierzu auch Anhang).

Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Gemeinde Esterwegen entspricht im Durchschnitt 4.724 € im Jahr 2017. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Esterwegen unter dem Bundesdurchschnitt.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial im Marktgebiet auf rd. 62,1 Mio. €. Davon entfallen etwa 33,5 Mio. € auf den täglichen Bedarf. Der größte Anteil davon betrifft die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel. Dem Esterwegener Einzelhandel steht in diesem Segment ein Nachfragepotenzial von rd. 22,6 Mio. € zur Verfügung.

Im aperiodischen Bedarfsbereich beträgt das Nachfragepotenzial weitere 28,5 Mio. €, die sich auf diverse Warengruppen verteilen.

Abb. 23: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Gemeinde Esterwegen

CIMA Warengruppe	Gemeinde Esterwegen	Erweitertes Marktgebiet	Marktgebiet insgesamt
Periodischer Bedarf insgesamt	**14,2**	**19,3**	**33,5**
Nahrungs- und Genussmittel	9,6	13,0	22,6
Gesundheit und Körperpflege	4,3	5,8	10,0
Zeitschriften, Schnittblumen	0,4	0,5	0,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**12,1**	**16,4**	**28,5**
Bekleidung, Wäsche	2,2	3,0	5,2
Schuhe, Lederwaren	0,7	1,0	1,7
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	0,7	1,0	1,7
Uhren, Schmuck	0,3	0,5	0,8
Bücher, Schreibwaren	0,5	0,6	1,1
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	2,1	2,8	4,8
Sportartikel, Fahrräder	0,8	1,1	1,9
Spielwaren	0,2	0,3	0,6
Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies	0,1	0,1	0,2
Zooartikel	0,2	0,3	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,4	0,5	0,9
Möbel	1,5	2,0	3,5
Heimtextilien	0,3	0,4	0,7
Baumarktartikel, Gartenbedarf	2,1	2,8	4,9
Summe	**26,3**	**35,8**	**62,1**
Einwohner	**5.569**	**7.003**	**12.572**

Quelle: cima 2018/2019

[9] Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2017

4 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Esterwegen

4.1 Einzelhandelsstrukturen in Esterwegen

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Samtgemeinde Nordhümmling im August 2017.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in Esterwegen wurden 40 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 13.285 qm erhoben. Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von 34,0 Mio. €.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der nebenstehenden Abbildung dokumentiert.

Abb. 24: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Esterwegen

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Haupt-sortiment)	Verkaufs-fläche in m²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	**20**	**4.600**	**21,3**
Nahrungs- und Genussmittel	15	3.790	15,2
Gesundheit und Körperpflege	2	680	5,7
Zeitschriften, Schnittblumen	3	130	0,5
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**20**	**8.685**	**12,6**
Bekleidung, Wäsche	4	920	2,4
Schuhe, Lederwaren	1	445	1,4
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	2	140	*
Uhren, Schmuck	1	35	*
Bücher, Schreibwaren	0	55	*
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	1	180	*
Sportartikel, Fahrräder	0	55	*
Spielwaren	0	40	*
Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies	1	290	*
Zooartikel	0	115	0,3
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	305	0,4
Möbel	2	4.190	*
Heimtextilien	1	190	0,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf	6	1.725	1,7
Einzelhandel insgesamt	**40**	**13.285**	**34,0**

Quelle: cima 2018/2019

* Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, sodass eine Dokumentation dennoch möglich wird.

Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

- Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beherbergt 15 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 3.790 qm. Sie realisieren einen Umsatz von rd. 15,2 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt damit bei ca. 29 % bzw. 45 % am gesamten Einzelhandel. Insbesondere der Umsatzanteil von knapp unter % entspricht der typischen Ausstattung eines Grundzentrums und spricht grundsätzlich für eine gute Präsenz der Nahversorgung.
- Die Hauptwarengruppe Gesundheit und Körperpflege realisiert in der Gemeinde Esterwegen einen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 5 % bzw. 17 % am gesamten Einzelhandel in Esterwegen. Im direkten Vergleich zur Versorgung der Bewohner mit Lebensmitteln ist die Verkaufsflächenausstattung ebenso als gut zu bewerten. Der Umsatzanteil entfällt in erster Linie auf die vorhandene Apotheke im Ortskern Esterwegen, sowie den Drogeriemarkt ROSSMANN in der Poststraße.
- In der Warengruppe Bekleidung, Wäsche, dem wichtigsten Leitsortiment einer zentralen Ortskernlage sind vier Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 920 qm vorhanden. Der Umsatzanteil von rd. 4 % am gesamten Einzelhandel entspricht einer für ein Grundzentrum vergleichsweise durchschnittlichen Ausstattung.
- Die Warengruppe Schuhe/ Lederwaren ist in der Gemeinde Esterwegen in einem Betrieb als Hauptsortiment vorzufinden. Insgesamt wird diese Warenguppe auf 445 qm angeboten und erwirtschaftet einen Umsatz von rd. 1,4 Mio. € (brutto p.a.).
- Die Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat erreicht mit 315 qm einen Umsatzanteil von rd. 1,1 %. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt bei 0,4 Mio. €. Sowohl die Umsatzanteile als auch die Verkaufsflächenanteile entsprechen der Versorgungsfunktion eines Grundzentrums. Die größten Verkaufsflächenanteile dieser Branche entfallen auf die Randsortimente in den Lebensmittelmärkten.
- Die Hauptwarengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf generiert ein Umsatzvolumen von 1,7 Mio. €. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Gemeinde Esterwegen von rd. 5 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt bei rd. 13 % (1.725 m²). Diese Ausstattungswerte werden jedoch in maßgeblichem Umfang durch den AGRAVIS BAUSTOFFHANDEL, sowie MB HAUSTECHNIK geprägt.

Verkaufsfläche je Einwohner

Die Verkaufsflächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt derzeit bei rd. 1,52 qm Verkaufsfläche je Einwohner[10].

Bei der Betrachtung der Bedarfsbereiche muss beachtet werden, dass insgesamt 32 Branchen zu den jeweiligen Bedarfsbereichen zugeordnet wurden. Die nachfolgende Abbildung gibt somit lediglich einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in Esterwegen.

Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte, Einrichtungsmärkte) häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel inhabergeführte Fachgeschäfte verfügen. Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben. In Ergänzung zur Einzelhandelszentralität (Kap. 4.2) kann sie aber Hinweise auf mögliche Potenziale geben.

Abb. 25: Anzahl Betriebe, Einwohner, Verkaufsfläche je Einwohner in Esterwegen

Gemeinde Esterwegen	2018
Anzahl Betriebe	40
Verkaufsfläche je Einwohner in qm	2,39
im periodischen Bedarf	0,83
im aperiodischen Bedarf	1,56
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	80,2

Quelle: cima 2018/2019

Die Verkaufsfläche je Einwohner im periodischen Bedarfsbereich liegt in Esterwegen bei 0,83 qm. Nach Erfahrungen der cima ist i.d.R. ab einem Wert von ca. 0,5 qm/Ew. von einer ausreichenden Versorgungssituation im periodischen Bedarf auszugehen. Regionalen Untersuchungen der cima zufolge wird über Grund-, Mittel- und Oberzentren hinweg eine durchschnittliche Verkaufsfläche im periodischen Bereich zwischen 0,43 und 0,63 qm/ Ew. erzielt. Esterwegen liegt damit oberhalb der Durchschnittswerte. Diese Kennziffer attestiert insbesondere im Hinblick auf die quantitative Ausstattung sehr gute Werte.

Im **aperiodischen Bedarf** liegt die Verkaufsflächendichte in Esterwegen bei 1,56 qm je Einwohner. Auch im aperiodischen Bedarf zeigen sich vergleichsweise hohe Ausstattungswerte. Es wird an dieser Stelle deutlich, dass die Gemeinde Esterwegen einen Versorgungsauftrag für das Samtgemeindegebiet mit 5 Mitgliedsgemeinden hat.

4.2 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Esterwegen

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage.

Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

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

[10] Stand 2015; Quellen: HDE 2015, destatis 2015

Abb. 26: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in der Gemeinde Esterwegen

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfrage-volumen in Mio. €	Handels-zentralität 2017
Periodischer Bedarf insgesamt	**21,3**	**14,2**	**150**
Nahrungs- und Genussmittel	15,2	9,6	158
Gesundheit und Körperpflege	5,7	4,3	134
Zeitschriften, Schnittblumen	0,5	0,4	122
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**12,6**	**12,1**	**104**
Bekleidung, Wäsche	2,4	2,2	109
Schuhe, Lederwaren	1,4	0,7	197
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	*	0,7	113
Uhren, Schmuck	*	0,3	69
Bücher, Schreibwaren	*	0,5	23
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	*	2,1	33
Sportartikel, Fahrräder	*	0,8	19
Spielwaren	*	0,2	50
Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies	*	0,1	126
Zooartikel	0,3	0,2	127
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,4	0,4	100
Möbel	*	1,5	271
Heimtextilien	0,3	0,3	83
Baumarktartikel, Gartenbedarf	1,7	2,1	79
Einzelhandel insgesamt	**34,0**	**26,3**	**129**

Quelle: cima 2018/2019

* Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, sodass eine Dokumentation dennoch möglich wird. Die warengruppenspezifische Anzahl der Betriebe bezieht sich nur auf das Hauptsortiment.

Insgesamt ist die Einzelhandelszentralität der Gemeinde Esterwegen als sehr gut für ein Grundzentrum zu bewerten (129). Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling; eine weitere Steigerung der Zentralität dürfte nur in sehr begrenztem Umfang möglich sein und sich auf Teilsortimente beschränken.

Die Gesamtzentralität für die Gemeinde Esterwegen beruht auf den sortimentsspezifischen Zentralitätswerten für die einzelnen Warengruppen. Hier ist festzuhalten, dass bei den Angeboten des täglichen Bedarfs eine Zentralität von 150 erreicht wird; für die Branche Nahrungs- und Genussmittel wurde eine Handelszentralität von 158 ermittelt. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 15,2 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 9,6 Mio. € gegenüber. Die Werte veranschaulichen, dass in der Branche Nahrungs- und Genussmittel messbare Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland der Gemeinde Esterwegen zu verzeichnen sind.

Neben der Nahversorgung der eigenen Bevölkerung nimmt die Gemeinde Esterwegen jedoch eine ergänzende Versorgungsfunktion mit Waren des täglichen Bedarfs innerhalb des dargestellten und beschriebenen Marktgebietes (Samtgemeinde Nordhümmling) ein. Das Lebensmittelangebot im Ortskern von Esterwegen kann die Nachfrage im Samtgemeindegebiet weitestgehend binden. In den weiteren Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde sind nur teilweise wettbewerbsrelevante Einzelhandelsangebote im Segment Lebensmittel vorhanden. Unter Berücksichtigung der ergänzenden Nachfragepotenziale in der Samtgemeinde liegt die Handelszentralität in der Branche Nahrungs- und Genussmittel bei 93, bezogen auf die Ausstattung im Samtgemeindegebiet. Ohne einen direkten Verdrängungswettbewerb zu befürworten, besteht somit ein zusätzlicher Flächenbedarf.

Ein Entwicklungsspielraum wird zudem für die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege gesehen: Der warengruppenspezifische Zentralitätswert liegt zwar auch hier bei sehr guten 134; ein originärer Drogeriefachmarkt ist mit ROSSMANN im Ortskern Esterwegen vorhanden. Bezogen auf das Samtgemeindegebiet wird allerdings nur eine Zentralität von 81 erzielt.

In den Branchen des aperiodischen Bedarfs wird eine Handelszentralität von 104 erzielt. Die Kernsortimente des persönlichen Bedarfs (Bekleidung/Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Sanitätsartikel, Optik/Akustik, Uhren/ Schmuck) realisieren Handelszentralitäten zwischen 69 und 197. Bei einer ergänzenden Berücksichtigung der zusätzlichen Kaufkraftpotenziale in den weiteren Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling, werden in diesen ortskernprägenden Branchen Zentralitätswerte von max. 87 erreicht. Es ist im Einzelfall zu prüfen, ob durch gezielte Ergänzungen und eventuelle Flächenerweiterungen die Zentralität noch gesteigert werden kann. Die Entwicklung sollte sich hierbei jedoch ausschließlich auf den Ortskern von Esterwegen konzentrieren. Das vorhandene Facheinzelhandelsangebot in der integrierten Ortskernlage sollte nicht durch Fachmarktansiedlungen in den Außenbereichen gefährdet werden. Zudem sollte bei gezielten Ergänzungen die Versorgungsfunktion als Grundzentrum berücksichtigt werden.

Die Branchen Bücher, Schreibwaren, Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto Bücher werden aktuell bei FERNSEH LÜKEN, MB HAUSTECHNIK, sowie als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Abgesehen von den zwei Betrieben (FERNSEH LÜKEN, MB HAUSTECHNIK) ist aktuell kein weiterer Elektrofachmarkt in Esterwegen angesiedelt. Die Zentralitäten lassen hier deutlichen Entwicklungsspielraum erkennen.

Die Handelszentralität von 19 in der Warengruppe Sportartikel/ Fahrräder, sowie 50 im Sortiment Spielwaren lassen auch hier grundsätzlichen Gestaltungsspielraum für weitere Ansiedlungen zu. Sportartikel, als auch Fahrräder werden in Esterwegen derzeit nur als Randsortimente angeboten. Auch das Sortiment Spielwaren wird aktuell nur als kleinteiliges Randsortiment in der Gemeinde bedient.

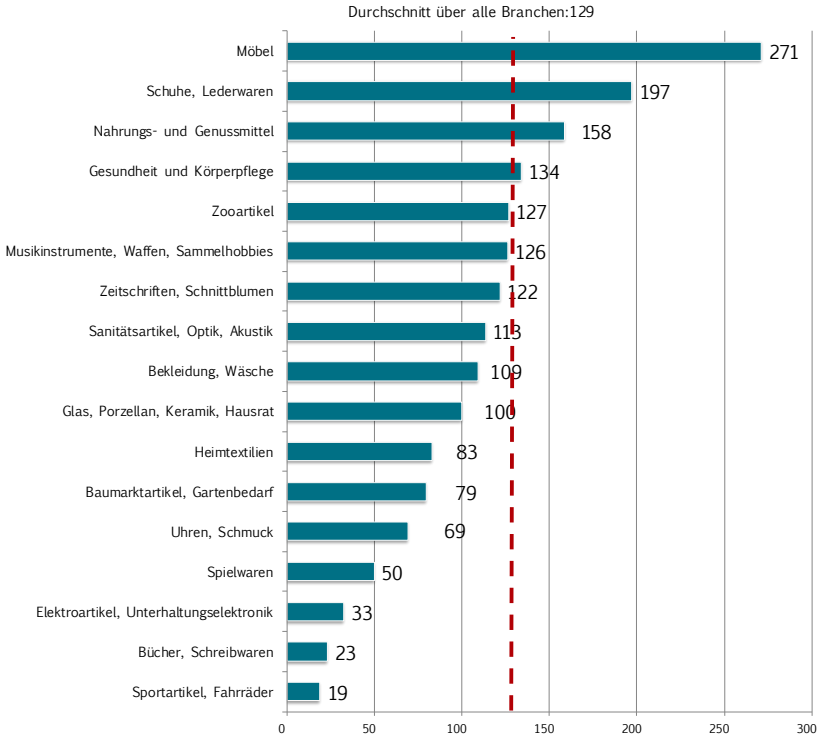
In der Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat wird das vorhandene Angebot einerseits durch den Facheinzelhandel in Streulage (hier u.a. PFLANZENCENTER ESTERWEGEN) dargestellt. Andererseits entfällt der größte Anteil der vorhandenen Verkaufsflächen in der Branche Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte.

Die Branche Heimtextilien wird in Esterwegen vor allem durch den Betrieb MEIBERS vorgehalten. Für dieses Sortiment wurde daher eine für ein Grundzentrum gute Zentralität von 83 ermittelt.

Im Segment der baumarktspezifischen Sortimente (einschließlich gartencenterrelevanter Sortimente) erreicht der Einzelhandel in der Gemeinde Esterwegen eine Handelszentralität von nur 79. Die größten Anbieter in dieser Warengruppe sind AGRAVIS BAUSTOFFHANDEL, MB HAUSTECHNIK und GEERS Baustoffe. Bezogen auf die Gemeinde Esterwegen wurde in diesem Sortiment ein Kaufkraftabfluss von 1,3 Mio. € ermittelt. Aus der Perspektive der Samtgemeinde liegt der Kaufkraftabfluss sogar bei rd. 3,1 Mio. €.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Rangfolge der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in Esterwegen:

Abb. 27: Ranking: Handelszentralität in der Gemeinde Esterwegen



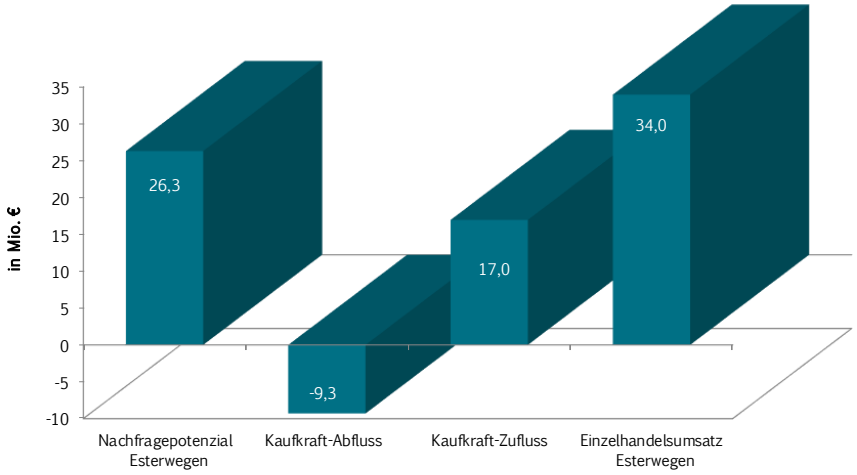
Quelle: cima 2018/2019

4.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in Esterwegen

Die nachfolgende Abbildung dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in Esterwegen.

Die Kaufkraftbilanz verdeutlicht zusammenfassend über alle Sortimentsbereiche hinweg, in welchen Größenordnungen vorhandene Kaufkraft von außen abgezogen wird bzw. von außen zufließt.

Abb. 28: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Esterwegen



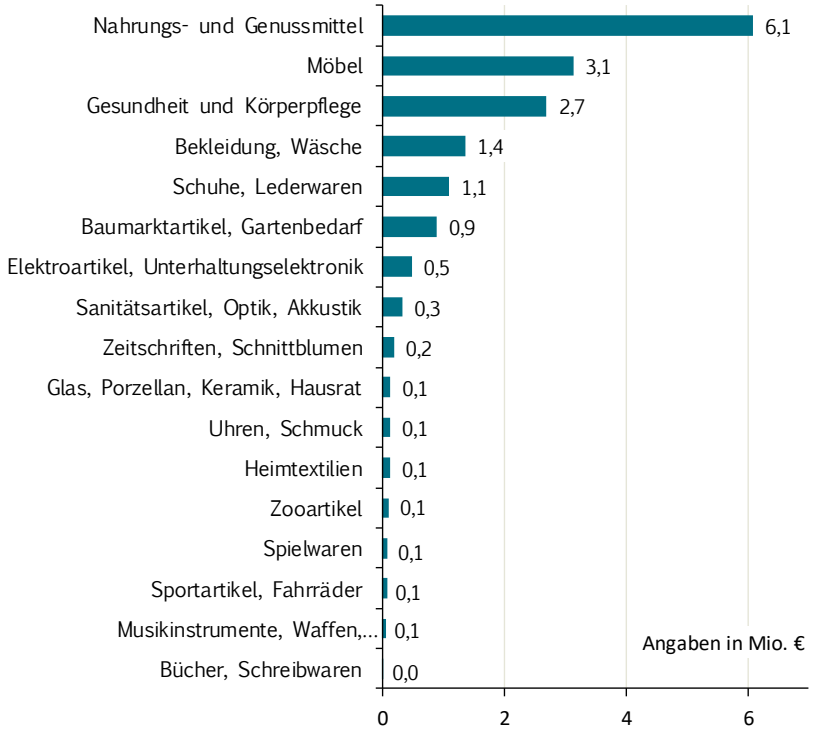
Quelle: cima 2018/2019

Einem Kaufkraftzufluss von 17,0 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 9,3 Mio. € gegenüber. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 34,0 Mio. €. Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen liegt in der Gemeinde Esterwegen bei 26,3 Mio. €.

Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf rd. 35 % des in der Gemeinde Esterwegen vorhandenen Nachfragevolumens. Rund 50 % des realisierten Einzelhandelsumsatzes werden durch Kaufkraftzuflüsse erzielt, mit anderen Worten: "Jeder zweite Euro wird durch Kunden aus dem Umland (Marktgebiet), vorwiegend aus der Samtgemeinde Nordhümmling, erzielt." Diese vergleichsweise hohe Kaufkraftzuflussquote basiert in erster Linie auf der dokumentierten Angebotssituation in den Branchen des täglichen Bedarfs;

insbesondere in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren werden Kaufkraftzuflüsse aus der weiteren Samtgemeinde erzielt.

Abb. 29: Ranking: Kaufkraftzuflüsse in die Gemeinde Esterwegen



Quelle: cima 2018/2019

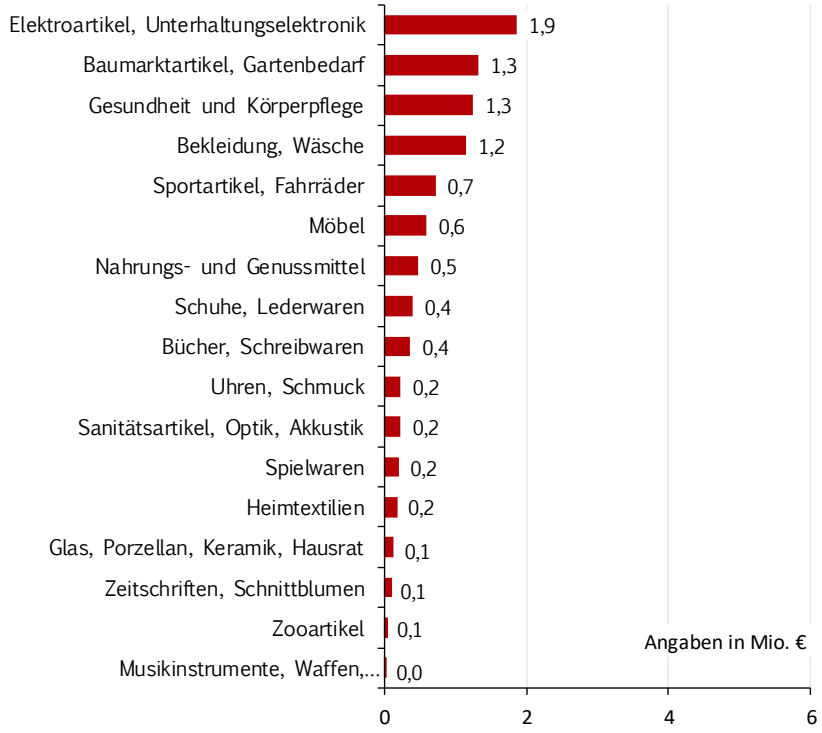
Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren erzielt (6,1 Mio. €). Wie bereits die Dokumentation der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten verdeutlicht hat, ist mit den Lebensmittelfrischemärkten K+K und COMBI und den Lebensmitteldiscountern ALDI, LIDL und NETTO ein sehr gutes Angebotsniveau und -vielfalt vorhanden. Die Lebensmittelmärkte nehmen einen Versorgungsauftrag, sowohl für die Gemeinde Esterwegen als auch die weiteren Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling, wahr.

Die Branche Gesundheit und Körperpflege wird ebenso dem periodischen Bedarf zugerechnet. In der Branche Gesundheit und Körperpflege liegt der Kaufkraftzufluss bei rd. 2,7 Mio. € und damit ebenfalls in einem guten Bereich. Die Zuflüsse werden in erster Linie durch den vorhandenen Drogeriemarkt ROSSMANN erzielt. Drogerieartikel werden zudem als Randsortiment in den größeren Lebensmittemärkten angeboten, diese Betriebe profitieren heute von den Mitnahmeeffekten im Bereich der Drogerieartikel.

In der Branche Möbel werden ebenso vergleichsweise gute Kaufkraftzuflüsse realisiert (3,1 Mio. €). In der Warengruppe Bekleidung, Wäsche wurde ein Kaufkraftzufluss von rd. 1,4 Mio. € ermittelt, der Zufluss der Warengruppe Schuhe/ Lederwaren liegt bei 1,1 Mio. €.

In allen weiteren Branchen liegen die Kaufkraftzuflüsse bei deutlich unter 1,0 Mio. €.

Abb. 30: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Esterwegen



Quelle: cima 2018/2019

Die höchsten Kaufkraftabflüsse wurden in den Warengruppen Elektroartikel/Unterhaltungselektronik (1,9 Mio. €), sowie Baumarktartikel/Gartenbedarf (1,3 Mio. € in der Gemeinde Esterwegen, 3,1 Mio. € im Samtgemeindegebiet) ermittelt. Diese Sortimente sind zwar in der Gemeinde Esterwegen vorhanden, allerdings auf für diese Sortimente vergleichsweise kleinen Verkaufsflächen, die keine größere Marktbindung erzielen können wie die fachmarktüblichen Anbieter.

Weitere hohe Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Esterwegen entfallen auf die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (1,3 Mio. €). Es handelt sich hierbei weniger um das Sortiment der Drogerieartikel, sondern vielmehr um Arzneimittel. Aktuell ist in der Gemeinde Esterwegen eine Apotheke angesiedelt.

In allen weiteren Warengruppen belaufen sich die Kaufkraftabflüsse zwischen auf maximal 0,6 Mio. € und sind stellen typische Werte für ein Grundzentrum dar.

Abb. 31 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels auf der Ebene der Gemeinde Esterwegen zusammen.

Abb. 31: Datenblatt Gemeinde Esterwegen

Gemeinde Esterwegen	2018
Anzahl Betriebe	40
Verkaufsfläche in qm	13.285
Umsatz in Mio. €	34,0
Flächenproduktivität in € / qm	2.556
Nachfragepotenzial in Mio. €	26,3
Zentralität in %	129,1
Zentralität periodisch in %	150,2
Zentralität aperiodisch in %	104,3
Einwohner	5.569
Verkaufsfläche je Einwohner in qm	2,39
im periodischen Bedarf	0,83
im aperiodischen Bedarf	1,56
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	80,2

Quelle: cima 2018/2019

Abb. 32: Einzelhandel in der Gemeinde Esterwegen

Fotos: cima 2018

5 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Esterwegen

5.1 Allgemeines zur Nahversorgung

In den letzten Jahren haben sich bundesweit im Nahversorgungseinzelhandel insbesondere die Lebensmitteldiscounter sehr expansiv entwickelt. Diese Betriebsform dringt in letzter Zeit auch in immer kleinere Kommunen vor und verdrängt vor allem inhabergeführte Nahversorger, die der aggressiven Preispolitik der überregional agierenden Unternehmen in der Regel wenig entgegenzusetzen haben. Nach einer langjährigen Stagnation scheint sich nun auch die Zahl der Supermärkte (Lebensmittelvollsortimenter bis 1.500 qm Verkaufsfläche) wieder positiv zu entwickeln. Obwohl die Gesamtzahl der Lebensmittelmärkte deutlich zurückgegangen ist, ist die Gesamtverkaufsfläche deutlich gestiegen.

Als Nahversorgung im engeren Sinn werden Güter des täglichen Bedarfs - insbesondere Lebensmittel - verstanden, die in zumutbarer Entfernung (ca. 5 - 10 Minuten) vom Wohnort aus erreichbar sind. Nahversorgungsstandorte müssen einen maßgeblichen fußläufigen Einzugsbereich aufweisen. Das bedeutet, dass innerhalb eines fußläufigen Umkreises so viel Kaufkraft vorhanden sein muss, dass dadurch der überwiegende Teil (also mindestens 50 %) des Vorhabenumsatzes abgedeckt werden kann. Als Maß für die fußläufige Erreichbarkeit definiert die cima einen Radius von 500 Metern[11] Luftlinie, was in etwa der in der Rechtsprechung angenommenen Distanz von rd. 700 bis maximal 1.000 Metern Gehstrecke entspricht. Der fußläufige Einzugsbereich ist umso größer, je weiter der nächste Nahversorger entfernt liegt – bzw. wird der Einzugsbereich durch benachbarte Nahversorger eingeschränkt.

Von Bedeutung für die Nahversorgung ist diese Tatsache vor allem in qualitativer Hinsicht. Denn Lebensmitteldiscounter bieten deutlich weniger Artikel an als Supermärkte – und das auf ähnlichen Verkaufsflächengrößen. Demnach kann die Qualität der Nahversorgung in einer Kommune erheblich differieren, je nachdem, wie der Anteil der Lebensmittelverkaufsflächen auf Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) verteilt ist. Daher ist es erstrebenswert, ein ausgewogenes Angebot zwischen Lebensmittelvollsortimentern und Lebensmitteldiscountern herzustellen.
Dabei ist zur Erhöhung der Wohn- und Lebensqualität und zur Vermeidung von unnötigem (Einkaufs-)Verkehr eine Unterversorgung zu vermeiden.

Somit sind:

- Agglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden,
- die Nahversorger in zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln, außer sie schließen Lücken in der Nahversorgung
- Erweiterungen an Solitärstandorten kritisch zum Wohle der zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen
- der qualitative Umbau voranzutreiben
- Neuansiedlungen nur gemäß den obigen Punkten vorzunehmen

[11] Untersuchungen der cima haben ergeben, dass Distanzen von mehr als 500 m zum Lebensmittelmarkt nur von einem geringen Anteil der Bevölkerung zu Fuß zurückgelegt werden. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

5.2 Nahversorgungsstrukturen in Esterwegen

Insgesamt kann die Nahversorgungssituation in Esterwegen bezogen auf die ermittelten Kennzahlen, als gut bezeichnet werden. Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels Esterwegen getroffen werden:

- Die Gemeinde Esterwegen verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren von 3.790 qm.
- Für die Branche Nahrungs- und Genussmittel hat die cima eine Handelszentralität von 158 ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von 15,2 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 9,6 Mio. € gegenüber.

Neben einer rein quantitativen Bewertung der Nahversorgungssituation, geben insbesondere auch qualitative Aspekte Aufschluss über die Beschaffenheit der Betriebe. Insgesamt wurden in Esterwegen 5 Nahversorgungsbetriebe[12] erfasst. Davon sind drei Betriebe Lebensmitteldiscounter und zwei weitere Betriebe Lebensmittelvollsortimenter.

[12] Lebensmittelmärkte ab 400 qm Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte, Biomärkte oder kleine und Kleinstbetriebe

Im **Ortskern Esterwegen** ist der Vollsortimenter K+K sowie die Lebensmitteldiscounter ALDI, LIDL und NETTO vertreten. Weitere Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie Tankstellenshops runden das Lebensmittelangebot in Ortskern Esterwegen ab. Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger in der Gemeinde Esterwegen verdeutlicht, dass sich die Nahversorgungsstrukturen des Ortsteils vorwiegend im Standortbereich an der Poststraße befinden. Daher sind vor allem die Siedlungsgebiete im nordöstlichen und nordwestlichen Bereich des Ortskerns außerhalb der 500m-Nahversorgungsradien. Im südlichen Siedlungsbereich ist zudem die Planung der Gemeinde zur Realisierung eines weitreichenden Wohngebietes entlang der Heidbrücker Straße weit fortgeschritten. Auch dieser Bereich wäre folglich außerhalb der fußläufigen Distanz zum bestehenden Lebensmitteleinzelhandel

Bedingt durch die zentrale Lage der Lebensmittelmärkte, sowie dem hohen Bevölkerungsanteil des Ortsteils kann für den Ortskern Esterwegen eine gute Nahversorgungsfunktion attestiert werden, die jedoch nicht alle Siedlungsbereiche fußläufig anbinden kann.

Im **Ortsteil Lattensberg** ist mit einem COMBI-Vollsortimenter ein weiterer Betrieb zur Nahversorgung angesiedelt. Aufgrund der eher peripheren Lage, als auch der verkehrlichen Anbindung besteht aus Sicht der cima das Einzugsgebiet dieses Marktes aus dem gesamten Samtgemeindegebiet.

Abb. 33: Nahversorgungsstruktur im Ortskern Esterwegen (500 m Nahversorgungsradien)

Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA) 2018
Bearbeitung: cima 2018/2019

Abb. 34: Lebensmitteleinzelhandel im Ortskern Esterwegen

Fotos: cima 2017

Insgesamt ist für die Gemeinde Esterwegen weiteres Gestaltungspotenzial im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels nur in geringem Umfang abzuleiten (Handelszentralität von 158). Aus Sicht der cima sollten die vorhandenen Potenziale in erster Linie für die Bestandsoptimierung und die Modernisierung bereits ortsansässiger Einzelhandelsbetriebe genutzt werden.

Weitere Neuansiedlungen sollten nur dann möglich sein, wenn für den betreffenden Nahbereich eine Verbesserung der Nahversorgungssituation und/ oder der Nahversorgungsqualität erreicht wird und nur, wenn eine Einzelfallprüfung die Verträglichkeit für die Bestandsstrukturen nachweisen konnte.

Neben den klassischen Lebensmittelmärkten könnten jedoch für die peripheren Ortsteile auch alternative Konzepte zur Nahversorgung realisiert werden, die im Folgenden kurz umrissen werden:

Alternative Nahversorgungskonzepte

Neben den klassischen Lebensmittelmärkten kommen in den peripheren Lagen der Samtgemeinde Nordhümmling für zukünftige Nahversorgungsansiedlungen verschiedene alternative Konzepte in Betracht. Da diese jedoch ein erhebliches individuelles bzw. gesellschaftliches Engagement voraussetzen, sind sie häufig nicht für jeden Standort geeignet.

Zum einen kann es dabei um das Engagement eines einzelnen Kaufmanns gehen, der seine Produkte über eine Einkaufsgenossenschaft bezieht und vor Ort auf geringer Verkaufsfläche eine relativ breite Produktpalette rund um das Kernsortiment Lebensmittel anbietet. Auf diesem Weg liegt das unternehmerische Risiko ausschließlich beim Kaufmann selbst, was natürlich die Hemmschwelle für den Einstieg massiv erhöht. Zumal wenn auch noch umfangreiche Investitionen in das Gebäude notwendig sind. Im Idealfall kann hier die Kommune durch Überlassung leerstehender (kommunaler) Gebäude unterstützend eingreifen.

Eine Variante hiervon wäre die Beteiligung der Einwohner des Ortsteils über Beteiligungen. Das Risiko für den Unternehmer würde sich zwar verringern, die entsprechenden sozialen, finanziellen und gesellschaftlichen Strukturen für die erfolgreiche Umsetzung gibt es jedoch sehr selten.

Weiterhin existieren Konzepte, die auf ehrenamtlichem Engagement – etwa in Vereinsform – basieren. Hierbei werden sämtliche Arbeitsstunden durch ehrenamtliche Mitarbeiter geleistet – Personalkosten fallen somit nicht an. Auch hier kann die Kommune durch Überlassung bzw. die günstige Verpachtung von Grundstücken oder Immobilien unterstützend tätig sein. Somit würden sich die Kosten auf die reinen Betriebskosten sowie eventuelle Sonderausgaben beschränken. Denkbar sind zudem zusätzliche Nutzungsmöglichkeiten, etwa als Treffpunkt und Versammlungsort, möglich. Um ein solches Konzept zu starten und anschließend am Laufen zu halten, sind eine funktionierende Dorfgemeinschaft sowie das entsprechende Engagement vieler Personen nötig – auch der Kunden.

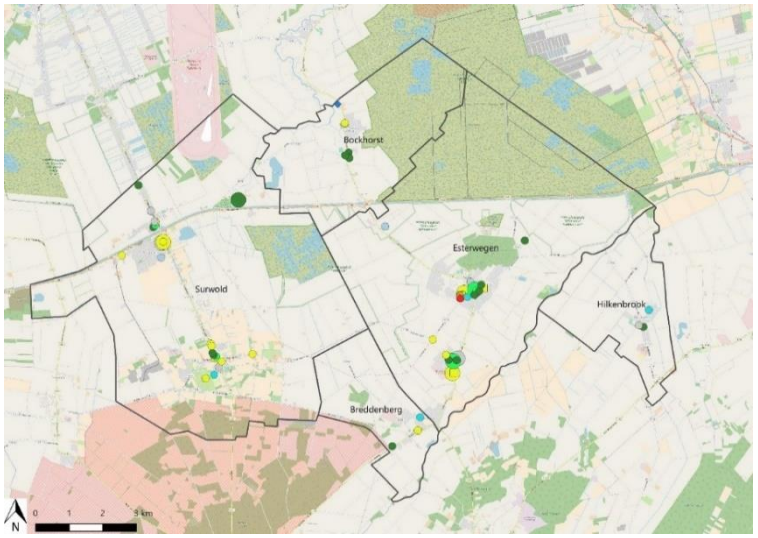
Gemein ist den drei Varianten, dass sie oft nur in Regionen mit größerer Entfernung zu den nächsten Lebensmitteleinzelhändlern funktionieren und oft auch eine gewisse Größe des Ortes bzw. Ortsteils voraussetzen. Dies gilt natürlich für die marktwirtschaftlich betriebenen Varianten umso mehr.

Solche Konzepte können eine gute Alternative zu den standardisierten Einzelhandelsansiedlungen sein, vor allem, wenn diese finanzielle Risiken bergen. Gerade auch weil ein späterer Wegfall dieser Strukturen oft negative Folgen haben kann. Zudem sind die Vorteile gegenüber dem anderen Extrem – fliegende Händler mit sehr geringer Präsenzzeit vor Ort – sehr groß. Dennoch muss je nach Einzelfall entschieden werden. Auch genauere Untersuchungen der jeweiligen Situation können für eine zukünftige Strategie von großer Bedeutung sein.

6 Einzelhandelssituation in der Samtgemeinde Nordhümmling

Zur Samtgemeinde Nordhümmling mit 12.572 Einwohnern gehören neben der Gemeinde Esterwegen (5.569 Einwohner), die Gemeinden Bockhorst (991 Einwohner), Breddenberg (846 Einwohner), Hilkenbrook (798 Einwohner), und Surwold (4.368 Einwohner).[13]

Abb. 35: Teilräumliche Gliederung der Samtgemeinde Nordhümmling



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA) 2018
Quelle: cima 2016

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Samtgemeinde Nordhümmling im August 2017. Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur.

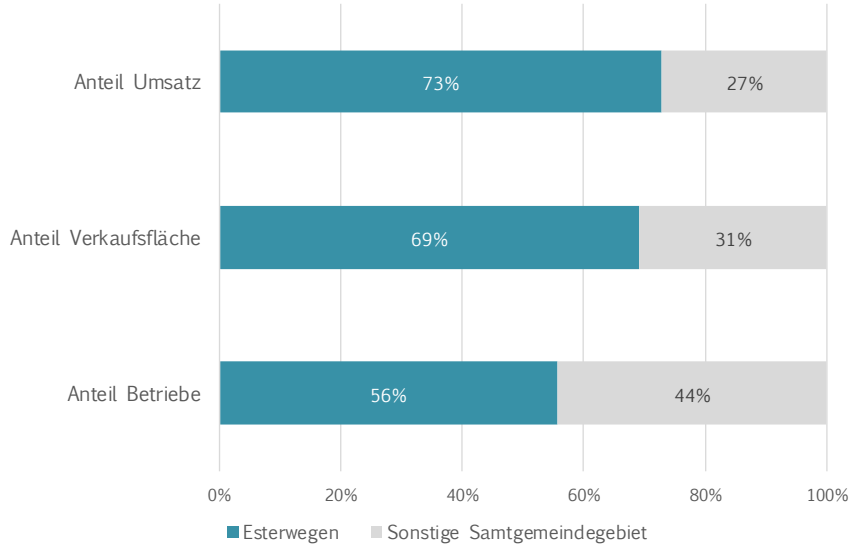
Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des Einzelhandels in der Samtgemeinde Nordhümmling insgesamt getroffen werden:

- Die Samtgemeinde Nordhümmling verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von 19.225 qm.
- Der Einzelhandelsumsatz liegt in der Samtgemeinde Nordhümmling bei 47,4 Mio. €.

Die dominierenden Einzelhandelsstrukturen in der Samtgemeinde Nordhümmling sind innerhalb der Gemeinde Esterwegen adressiert. Rund 69 % der erfassten Verkaufsflächen befindet sich in der Gemeinde Esterwegen. Rund 73 % des Gesamtumsatzes wird allein in der Gemeinde Esterwegen erwirtschaftet.

[13] Quelle: Angaben der Samtgemeinde Nordhümmling

Abb. 36: Verteilung des Einzelhandels in der Samtgemeinde Nordhümmling



Quelle: cima 2018/2019

Nach der Gemeinde Esterwegen stellt die Gemeinde Surwold die nächstgrößten Verkaufsflächenanteile am gesamten Einzelhandel in der Samtgemeinde Nordhümmling. In Surwold ist neben diversen kleinteiligen Betrieben, auch aus dem Lebensmittelhandwerk in Streulagen, vor allem der NETTO-Lebensmitteldiscounter am Standort Börgermoor, sowie ein weiterer K+K-Markt an der Schleusenstraße zu nennen. Ferner sind 3 Fachmärkte für den Gartenbedarf, sowie das Auktionshaus Ostfriesland zu nennen.

In der Gemeinde Hilkenbrook wurden insgesamt zwei Betriebe bei den Orts-Begehungen vorgefunden (WEMPE, WEMPE LANDTECHNIK).

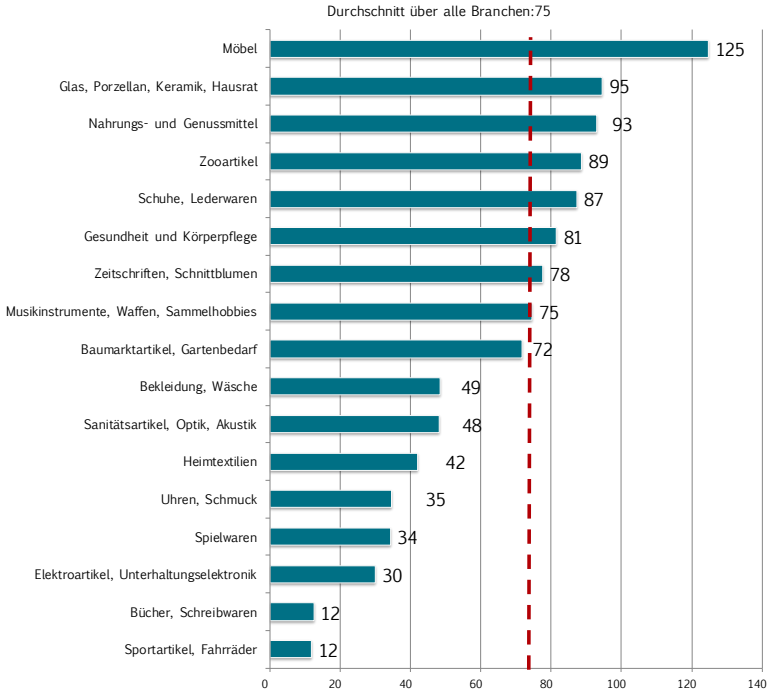
In der Mitgliedsgemeinde Bockhorst wurden insgesamt 5 Betriebe aufgenommen, die in Summe eine Verkaufsfläche von rd. 400 qm aufweisen.

Die Gemeinde Breddenberg kann einen Einzelhandelsbesatz mit 3 Betrieben aufweisen, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 460 qm haben.

Neben der Gemeinde Esterwegen haben die genannten weiteren Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Nordhümmling folglich eine eher untergeordnete Bedeutung hinsichtlich des Einzelhandelsbesatzes.

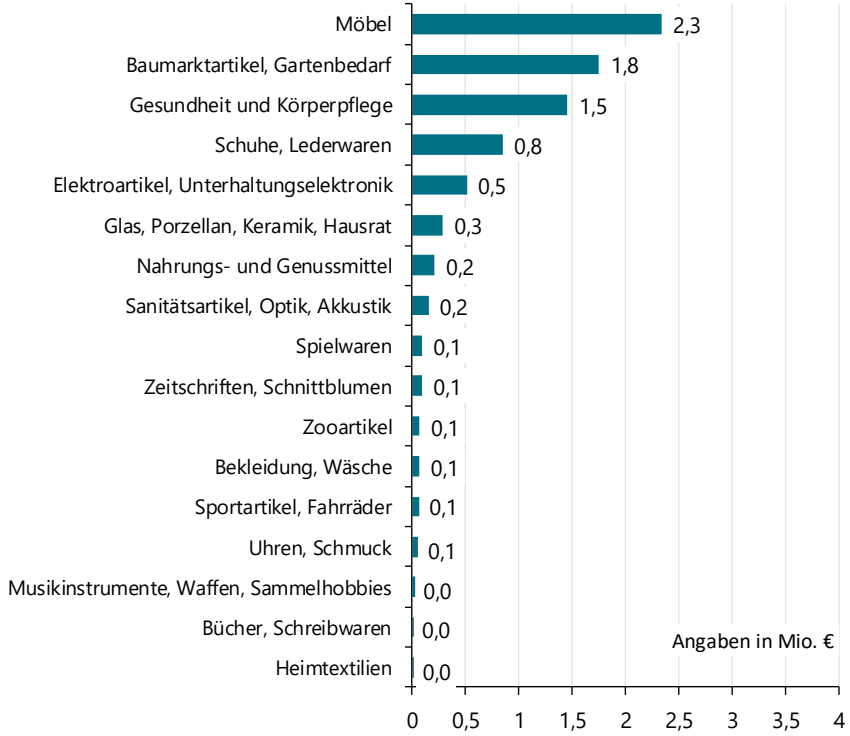
Die nachfolgend dargestellten Zentralitäten verdeutlichen die Versorgungsaufgabe der Gemeinde Esterwegen für die gesamte Samtgemeinde. Während die Gemeinde Esterwegen unter der Berücksichtigung der eigenen Bewohner eine Handelszentralität von 129 erreicht (in einzelnen Branchen sogar von 271), wird in Bezug auf die Nachfrage in der gesamten Samtgemeinde eine Handelszentralität von nur 75 erzielt. Die Gemeinde Esterwegen übernimmt in der Funktion des Grundzentrums innerhalb der Samtgemeinde nicht nur die Versorgungsaufgabe der Bewohner des eigenen Gemeindegebietes, sondern ebenso der weiteren Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde. Die Kaufkraftabflüsse der Samtgemeinde (vgl. Abb. 39) zeigen teilweise deutliche Kaufkraftabflüsse. Insbesondere in den Sortimenten Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik (3,9 Mio. €), Gesundheit und Körperpflege (3,3 Mio. €) und Baumarktartikel, Gartenbedarf (3,1 Mio. €) sind starke Kaufkraftbindungen zu Handelsstandorten außerhalb der Samtgemeinde Nordhümmling festzustellen.

Abb. 37: Handelszentralität in der Samtgemeinde Nordhümmling



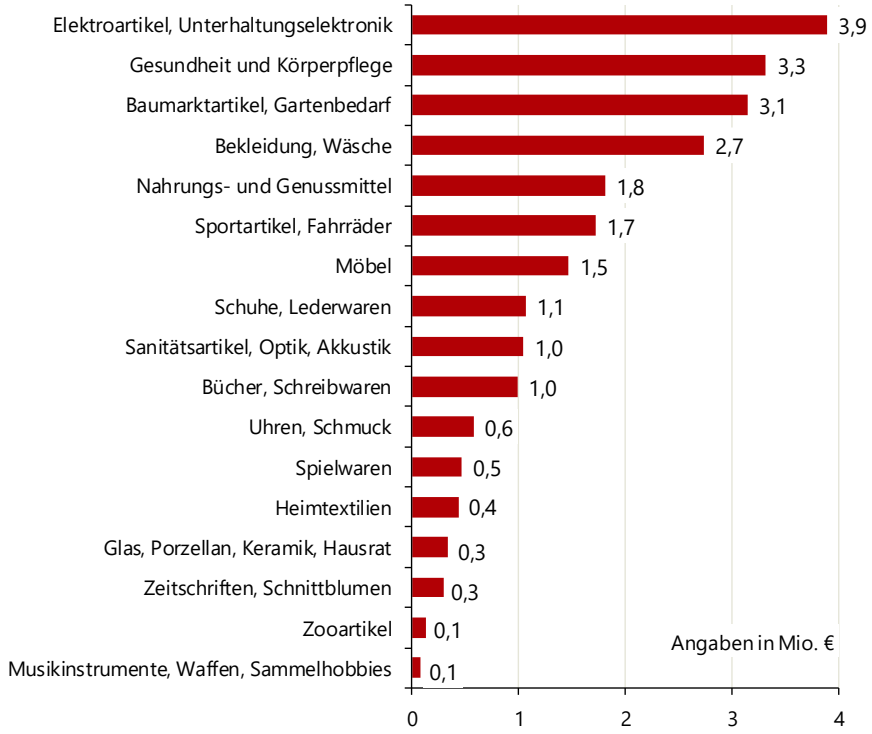
Quelle: cima 2018/2019

Abb. 38: Kaufkraftzuflüsse in der Samtgemeinde Nordhümmling



Quelle: cima 2018/2019

Abb. 39: Kaufkraftabflüsse in der Samtgemeinde Nordhümmling



Quelle: cima 2018/2019

7 Zentrenkonzept für die Gemeinde Esterwegen

7.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche[14]

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs" ist als „Planungskategorie" erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen" auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche" konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich" in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.[15]
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.[16]
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der

[14] Eine ausführliche Definition des Begriffes zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang

[15] Vgl. auch Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

[16] Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.

- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbesatzes,
- städtebaulich integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Gemeinde.

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden[17].

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt[18].

[17] Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung."

[18] Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

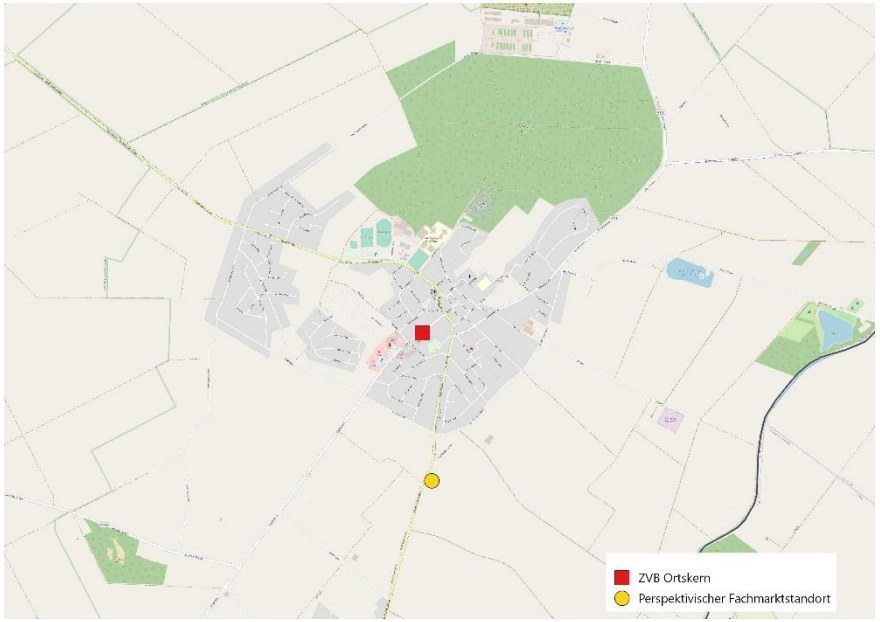
7.2 Zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde Esterwegen

Auf Grundlage der beschriebenen Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Esterwegen lässt sich ein räumliches Zentrenkonzept des Einzelhandels ableiten. Während es sich in größeren Gemeinden und Städten um ein hierarchisches Netz verschiedener Standorte unterschiedlicher Wertigkeit handelt (Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren), beinhaltet das räumliche Einzelhandelskonzept der Gemeinde Esterwegen die planerische Zielvorstellung einer Konzentration der relevanten Potenziale auf den Ortskern. Gerade in kleinen Städten und Gemeinden muss es das vorrangige Ziel sein, die vorhandenen und zukünftigen Nutzungen räumlich zu bündeln und so die maximalen Synergieeffekte zwischen den Betrieben zu nutzen.

Dem Konzept liegen die folgenden Zielvorstellungen zugrunde:

- Der **Ortskern von Esterwegen ist Hauptzentrum und wichtigster Versorgungsstandort** für alle nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel/ Reformwaren, Drogeriewaren, Blumen, Arzneimittel etc.), aber auch für weitere ortskerntypische Angebote (u.a. Optik, Bekleidung, Schuhe, Bücher). Der als Zentraler Versorgungsbereich der Gemeinde Esterwegen definierte Bereich soll planerisch eine Versorgungsfunktion nicht nur für die Gemeinde Esterwegen, sondern darüber hinaus für die Samtgemeinde übernehmen. Eine Erweiterung der Angebote wird sowohl bei den Waren des täglichen als auch des mittel- und langfristigen Bedarfs befürwortet. Die kleinräumige Abgrenzung des Ortskerns wird nachfolgend ausführlich erläutert.

Abb. 40: Übersicht Zentrenkonzept Esterwegen



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (CC BY-SA) 2018
Bearbeitung: cima 2018/2019

7.3 Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen

Aus Sicht der cima liegt eine ausreichend städtebauliche Grundlage zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Esterwegen als Hauptzentrum der Gemeinde Esterwegen vor.

Mittels der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in m², Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung,

Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.[19]

Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) Ortskern Esterwegen übernimmt die Funktion des Hauptzentrums der Gemeinde Esterwegen. Innerhalb des definierten Bereichs ist ein bedeutender Anteil des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes vorhanden (rd. 65 % der Einzelhandelsbetriebe der Gemeinde Esterwegen befinden sich innerhalb des abgegrenzten Bereiches, was einem Verkaufsflächenanteil von rd. 59 % entspricht). Ergänzend finden sich in dem definierten Bereich soziale und freizeitbezogene Einrichtungen (Ärzte, Gastronomie etc.). Ferner ist eine Integration in die Wohngebiete gegeben.

Alle innerhalb der Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Grundstücke bzw. Flurstücke sind in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Der für den Einzelhandel relevante zentrale Bereich des Zentralen Versorgungsbereiches setzt sich zum einen aus dem Haupteinkaufsbereich entlang der Poststraße zwischen den Kreuzungsbereichen Hauptstraße und Erlenweg, sowie dem südlichen Verlauf der Hauptstraße bis zur Einmündung Nelkenstraße zusammen.

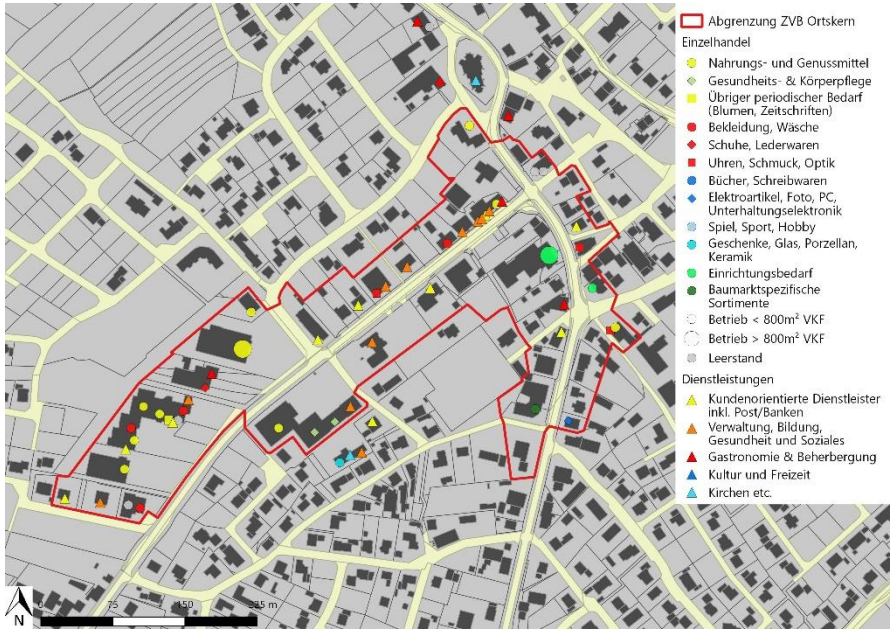
Der größte Besatz an Einzelhandelsbetrieben findet sich eindeutig entlang der Poststraße. Dazu gehören unter anderem die Lebensmittelanbieter K+K, NETTO, LIDL, ALDI der Textilfachmarkt KIK, der Drogeriemarkt ROSSMANN, SCHUH MANN, sowie weitere vorwiegend kleinteilige Anbieter. Jeweils vor den Lebensmittelmärkten werden großzügige Stellplatzflächen angeboten.

Der zweite Pol des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich entlang der Hauptstraße. Der größte Betrieb in diesem Bereich ist der Möbelanbieter LINDEMANN. Weitere Anbieter (u.a. AUGENOPTIK ROLFES, FERNSEH LÜKEN), sind ebenso hier angesiedelt.

Das Angebot im gesamten Zentralen Versorgungsbereich wird durch diverse Dienstleistungsbetriebe, (u.a. Banken, Gastronomie, etc.) gut ergänzt. Zudem befindet sich an diesem Standortbereich die Verwaltung der Gemeinde Esterwegen sowie der Samtgemeinde Nordhümmling.

Dem zentralen Versorgungsbereich Poststraße/ Hauptstraße kommt die wesentliche Nahversorgungsfunktion für die Gemeinde Esterwegen und für die Samtgemeinde Nordhümmling zu.

Abb. 41: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Esterwegen



Kartengrundlage: Gemeinde Esterwegen
Bearbeitung: cima 2018/2019

[19] Sowohl die dargestellten Kennziffern des Zentralen Versorgungsbereiches als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum August 2017.

Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden in der abgegrenzten Ortskernlage von Esterwegen 26 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 7.845 qm erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von rd. 26,0 Mio. €.

Abb. 42: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Zentralen Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	13	3.565	17,7
davon Lebensmittel	10	2.880	12,0
aperiodischer Bedarf (gesamt)	13	4.280	8,3
gesamt	**26**	**7.845**	**26,0**

Quelle: cima 2018/2019

Mit 13 Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 3.565 qm und einem Umsatz von 17,7 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels in der integrierten Ortskernlage; es handelt sich in erster Linie um den Lebensmittelfrischemarkt K+K, die Lebensmitteldiscounter ALDI, LIDL und NETTO sowie Betriebe des Ladenhandwerks (Fleischerei, Bäckerei etc.). Ferner wird der ROSSMANN-Drogeriemarkt, sowie die Apotheke den Angeboten des täglichen Bedarfs zugeordnet.

Die zentrenprägende Warengruppe Bekleidung/Wäsche ist mit insgesamt 5 Betrieben in der Ortskernlage vertreten.

Im Bereich der Hauptstraße sind mit MÖBEL LINDEMANN, sowie MB Haustechnik zwei weitere größere Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt.

7.4 Perspektivischer Fachmarktstandort Heidbrücker Straße

Neben dem beschriebenen Zentralen Versorgungsbereich ist es der planerische Wille der Gemeinde Esterwegen, im Bereich der Heidbrücker Straße im südlichen Siedlungsbereich des Ortskerns von Esterwegen einen perspektivischen Fachmarktstandort abzugrenzen, der in siedlungsräumlich integrierter Lage eine ergänzende Versorgungsfunktion für den nicht-zentrenrelevanten Bedarf übernehmen kann. Bei dem Fachmarktstandort handelt es sich ausdrücklich nicht um einen zentralen Versorgungsbereich. Die cima hat sich im Rahmen von Vor-Ort-Begehungen intensiv mit den Voraussetzungen dieses Standortes auseinandergesetzt.

Bei dem Standort Heidbrücker Straße handelt es sich um einen perspektivischen Fachmarktstandort, an dem zurzeit noch keine Einzelhandelsbetriebe ansässig sind.

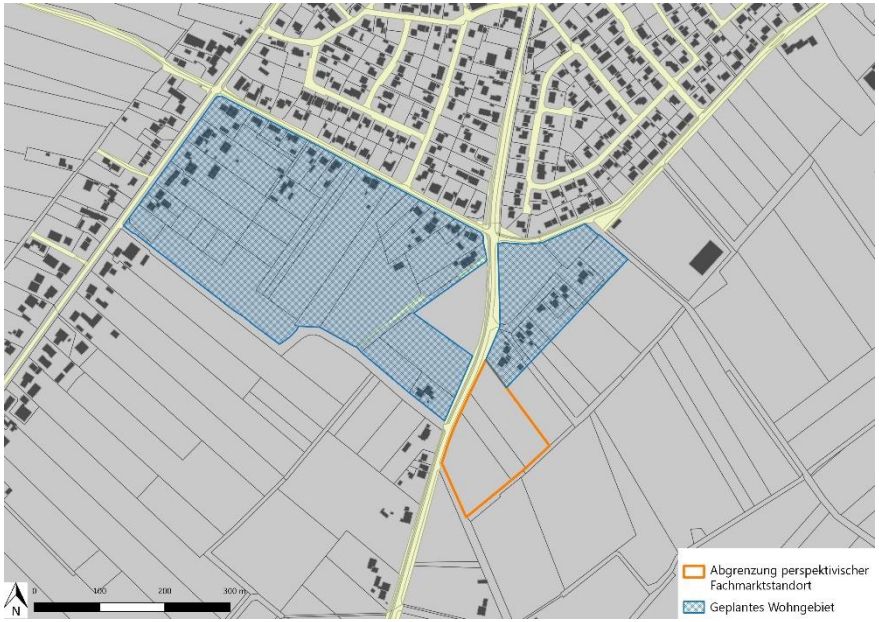
Der Standort ist durch die gute Erreichbarkeit über die Heidbrücker Straße verkehrsgünstig gelegen.

Eine ÖPNV-Anbindung ist durch die ca. 200 m entfernt liegende Bushaltestelle „Walker" grundsätzlich gegeben. Einschränkend zu erwähnen ist hierbei die unregelmäßige Taktung.

Ferner ist es der planerische Wille der Gemeinde Esterwegen, im südlichen Randgebiet des Ortskerns weitreichende Wohnbauflächen zu realisieren.

Die parzellenscharfe Abgrenzung des perspektivischen Fachmarktstandortes Heidbrücker Straße wird in der folgenden Abbildung ersichtlich.

Abb. 43: Perspektivischer Fachmarktstandort Heidbrücker Straße



Quelle: Gemeinde Esterwegen
Bearbeitung: cima 2018/2019

8 Ableitung der Sortimentsliste Esterwegen

8.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LROP Niedersachsen oder auch der Rückgriff auf allgemein gültige Sortimentslisten ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt" bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.[20] (vgl. Kapitel zu den rechtlichen Rahmenbedingungen).

Die Liste der ortskernrelevanten oder zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Esterwegen dient dem Schutz und der Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 qm Verkaufsfläche): Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z.B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

8.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt" den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.[21]

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist." (VGH Mannheim; Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05))

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) vollständiger

[20] OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

[21] Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschuss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich an-grenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht."

Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen" werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den Zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.[22]

Das OVG Münster weist zudem in einem Urteil vom 03. Juni 2002 (7 aD 92/99.NE) darauf hin, dass keine allgemeingültige Sortimentsliste besteht. „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als „zentrenrelevant" erweist. Das Gericht weist vielmehr auf die Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente hin.

Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.[23] Dabei können bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein sollte, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen sollte, um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Die Bildung unbestimmter Kategorien wie beispielsweise „Elektrokleingeräte" oder „Sportgroßgeräte" können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nichtzentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen.

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10% der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.[24]

Die Sortimentsliste muss politisch per Gemeinderatsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzern, vorhandenen Einzelhandelsbetrieben), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten" Gebietes) verlassen können.

Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Entwicklung einer Sortimentsliste für Esterwegen soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Gemeinde bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Verwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung in

[22] Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03.Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von Sortimenten

[23] vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

[24] Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

Esterwegen kann lediglich als Anhaltspunkt dienen. Für die Zentrenrelevanz sind aus Sicht der cima folgende Faktoren mitentscheidend:

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Gemeinde Esterwegen sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in qm) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhe zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.

  Darüber hinaus sollte der Branchenmix des Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Ortskernlage vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.
- **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem kleinen Unterzentrum sind die Frequenzbringer des Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereiches (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen des Ortskerns umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen Zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind beispielsweise nur selten geeignet für einen Zentralen Versorgungsbereich.

  Auch die Flächenverfügbarkeit im Zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Ortskernlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines Zentralen Versorgungsbereiches eingeschränkt.
- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt werden kann (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen so genannten „Handtaschensortimente". Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z.B. Bekleidung, Schuhe).
- **Planungswille der Stadt:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt- oder Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

8.3 Zur Ableitung der Sortimentsliste Esterwegen

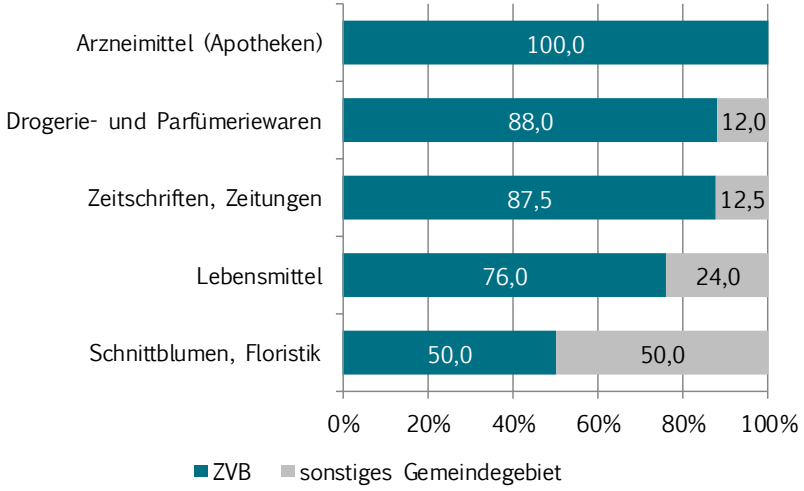
Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Esterwegen. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Definition der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Die Aufstellung berücksichtigt die nachfolgenden spezifischen Aspekte des Handels in Esterwegen sowie das allgemeine Verbraucherverhalten:

- Die angeführten Sortimente finden sich bereits heute im Ortskern der Gemeinde Esterwegen und tragen maßgeblich zur Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches bei.
- Die über die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel hinaus aufgeführten Warengruppen stellen Waren des täglichen Bedarfs dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden wird. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten.
- Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen: Da Schnittblumen in erster Linie über Fachgeschäfte im Ortskern verkauft werden, sind diese als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen. Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und -gefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die u.a. aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Abb. 44: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereiches auf Sortimentsebene: nahversorgungsrelevante Sortimente



Quelle: cima 2018/2019/2019

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in Esterwegen sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)
- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)
- Schnittblumen und kleinere Pflanzen
- Zeitungen und Zeitschriften

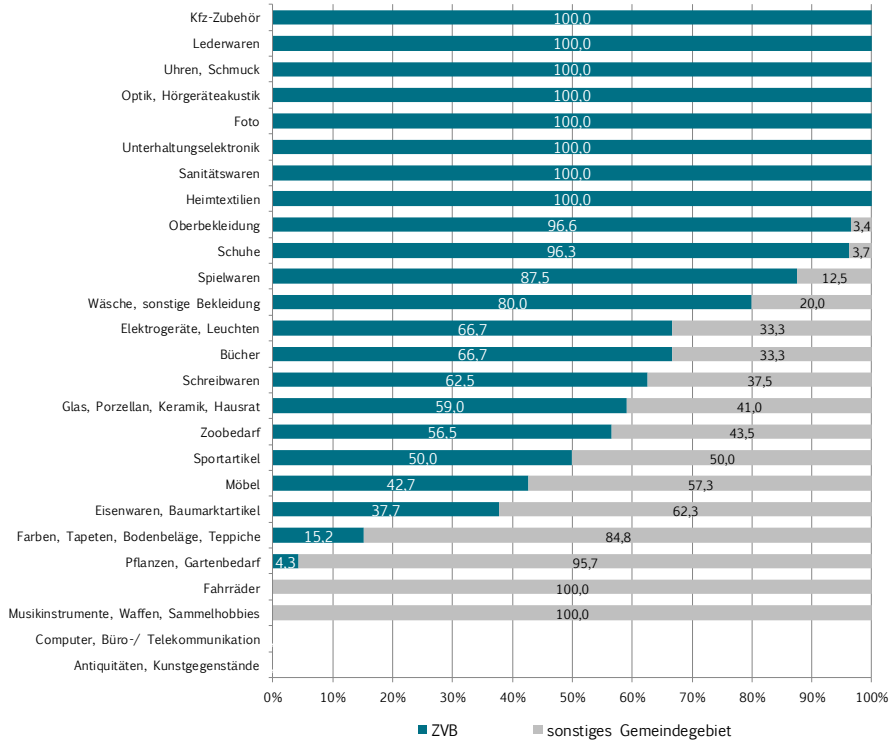
Definition der zentrenrelevanten Sortimente

In der nachfolgenden Abbildung werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich mit aperiodischen Sortimenten dokumentiert. Sortimente mit einem bedeutenden Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Esterwegen sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da sie zu den Kernsortimenten des mittelständischen, strukturprägenden Facheinzelhandels im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Esterwegen gehören.

Darüber hinaus wird die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn diese bisher nicht im zentralen Versorgungsbereich bzw. nur mit einem sehr geringen Anteil vertreten sind, aber eine strategische Bedeutung für die Gemeindeentwicklung und die Frequenzsicherung des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich übernehmen können. Die als zentrenrelevant definierten Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den Einzelhandel in den integrierten Ortskernlagen ein.

In der nachfolgenden Abbildung werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich dokumentiert.

Abb. 45: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereiches auf Sortimentsebene: zentrenrelevante Sortimente



Quelle: cima 2018/2019/2019

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in Esterwegen sind folgende Sortimente als **zentrenrelevant** zu bezeichnen:

- Bekleidung, Wäsche
- Sportbekleidung und –schuhe
- Schuhe
- Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätshäuser)
- Bücher
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren
- Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Foto und Zubehör
- Optische und akustische Artikel
- Uhren, Schmuck
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör

Die Zentrenrelevanz dieser Sortimente ist durch folgende Angebotsstrukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Esterwegen begründet:

Obwohl das Sortiment **Parfümerie und Kosmetikartikel** im Sinne der Drogerieartikel bereits den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugerechnet wird, sollten diese ebenfalls explizit als zentrenrelevantes Sortiment Erwähnung finden. Insbesondere, wenn es um die Realisierung einer Parfümerie geht, sollte eine Entwicklung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde Esterwegen bevorzugt geprüft werden. In der Branche Drogerie- und Parfümeriewaren entfällt heute ein Anteil von 88 % der Verkaufsfläche auf Standorte innerhalb des zentralen

Versorgungsbereiches. Hierbei handelt es sich vor allem um den ROSSMANN-Drogeriemarkt, sowie Randsortimente der Lebensmittelmärkte.

Das Segment **Bekleidung/ Wäsche** ist in Esterwegen aufgrund der vorhandenen Angebote in insgesamt vier Betrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Esterwegen als zentrenrelevant zu bewerten. 97 % der Verkaufsflächen des Sortiments Oberbekleidung und 80 % der Verkaufsflächen des Sortiments Wäsche sind aktuell in der Ortskernlage von Esterwegen vorhanden. Zu nennen sind hier die Bekleidungsgeschäfte KIK, MODE GROTE, CHRISTEL RIEKEN und das TEXTILHAUS KOSSENJANS.

Auch das Sortiment **Schuhe** ist den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereiches liegt bei 96 %. Das Sortiment Schuhe wird bei SCHUH MANN, sowie als Randsortiment im Fachmarkt KIK geführt.

Sportartikel sind im gesamten Gemeindegebiet nur als Randsortiment vertreten. Da Sportartikel sämtliche Eigenschaften besitzen, die zentrenrelevante Sortimente i.d.R. auszeichnen und, um einer Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches entgegenzuwirken, sollte auch dieses Sortiment als zentrenrelevant bewertet werden. Die Realisierung eines Fachgeschäftes für Sportartikel im Ortszentrum der Gemeinde Esterwegen erscheint grundsätzlich möglich. Darüber hinaus bewahrt man sich durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieser Sortimente außerhalb des festgelegten zentralen Versorgungsbereichs geht.

Sanitätswaren (medizinisch-orthopädischer Bedarf) werden derzeit in Esterwegen lediglich von dem NORDHÜMMLINGER SANITÄTSHAUS angeboten, das innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im in der Poststraße angesiedelt ist. Daher sollte dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden. Der vorhandene Betrieb liegt sehr zentrumsnah in Esterwegen und eine zukünftige Ansiedlung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches erscheint aus Sicht der cima sinnvoll. Dieses Sortiment sorgt für Frequenzen, die sich auch auf andere Betriebe innerhalb der zentralen Ortskernlage positiv auswirken.

Das Sortiment **Bücher** bildet ein weiteres typischerweise zentrenprägendes Sortiment, welches vorwiegend in zentralen Ortskernlagen oder Innenstädten vorgefunden wird. In der Gemeinde Esterwegen wird dieses Sortiment zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung nur als Randsortiment angeboten. Aus gutachterlicher Sicht sollte es dennoch den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Ferner ist das Sortiment **Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf** aus Gutachtersicht den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Schreibwaren werden vorwiegend im Ortskern Esterwegen als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten innerhalb des definierten zentralen Versorgungsbereiches vorhanden. Der Verkaufsflächenanteil im Hauptzentrum Ortskern Esterwegen liegt heute bei rd. 63 %.

In der Branche **Spielwaren** entfällt aktuell ein Anteil von rd. 88 % der Verkaufsfläche auf den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Esterwegen. Die zurzeit im Randsortiment mehrerer Anbieter im zentralen Versorgungsbereich (z.B. ROSSMANN, ESTERWEGER LÄDCHEN) vorzufindende Branche ist ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Der Verkaufsflächenanteil des Sortiments **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt in Esterwegen bei 59 % und sollte daher den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Darüber hinaus wird es von einer Reihe Facheinzelhandelsbetriebe inner- und außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches als Randsortiment geführt, darunter vor allem die Lebensmittelmärkte. Durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten erhält die Gemeinde Esterwegen für die Zukunft planungsrechtliche Eingriffs- und Steuerungsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieses Sortimentes außerhalb des festgelegten zentralen Versorgungsbereichs geht.

Das Segment **Foto und Zubehör** ist in Esterwegen derzeit als kleinteiliges Randsortiment im ROSSMANN-Drogeriemarkt vorhanden. Dennoch sollte

dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden, um beispielsweise die Ansiedlung eines Fotofachgeschäftes in die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Einzelhandelsbetriebe der Warengruppe **optische und akustische Artikel** sind in Esterwegen zu 100 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu finden. Zu nennen ist hier der Betrieb AUGENOPTIK ROLFES. Die cima empfiehlt daher auch dieses Segment als zentrenrelevant einzustufen.

Das Sortiment **Uhren und Schmuck** ist in Esterwegen vor allem durch den JUWELIER LÜKEN vertreten, welcher innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in Esterwegen liegt. Als klassisch zentrenrelevantes Sortiment, sollten auch Uhren und Schmuck als zentrenrelevant eingestuft werden.

Lederwaren, Koffer und Taschen werden in Esterwegen zurzeit ausschließlich als Randsortimente in den Fachgeschäften SCHUH MANN, CHRISTEL RIEKEN, MODE GROTE und MEIBERS angeboten. Die Verkaufsflächen liegen zu 100 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Auch zukünftig sollte dieses Sortiment innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden und ist deshalb als zentrenrelevant einzustufen.

Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Leitsortimente werden als nicht-zentrenrelevant eingeordnet, da auf Grundlage der dokumentierten Verkaufsflächenanteile bzw. der Angebotsstruktur keine Zentrenrelevanz und strukturprägende Bedeutung für die zentralen Versorgungsbereiche in Esterwegen nachgewiesen werden kann. Die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen in der integrierten Ortskernlage von Esterwegen sind teilweise nur schwer bzw. nicht mit den Marktanforderungen entsprechender Anbieter und Betreiber in Einklang zu bringen. Die Liste ist nicht abschließend und stellt eine Auswahl dar:

- Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchen, Matratzen)
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge)
- Musikalien, Musikinstrumente
- Lampen und Leuchten
- Unterhaltungselektronik
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektroklein- und Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware")
- Farben und Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Fahrräder und Zubehör
- Auto und Autozubehör
- Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen etc.
- Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse

Das Segment **Tiernahrung/ Zooartikel** wird aktuell in den Fachmärkten AGRAVIS, dem RAIFFEISENMARKT, sowie als Randsortiment in den Lebensmittelbetrieben im Ortskern Esterwegen vorgehalten. Unter Berücksichtigung der heutigen Marktkonzepte dieser Branchen, sowie der geringen Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich, empfehlen wir die Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Die Branche **Möbel** wird aktuell in Esterwegen vor allem in zwei Betrieben angeboten (MÖBEL KASSENS, MÖBEL LINDEMANN). Aus Gutachtersicht stellt dieses Sortiment keine besondere strukturprägende Relevanz für den Ortskern dar, sodass dieses Sortiment auch in Hinsicht auf flächenintensive Verkaufsräume den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet wird.

Das Sortiment **Fahrräder und Fahrradzubehör** ist aus Gutachtersicht ebenso den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der

branchenspezifische Verkaufsflächenanteil außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt in dieser Branche bei 100 %. Ein originärer Fahrradhandel ist in Esterwegen aktuell nicht vorhanden.

Wir empfehlen darüber hinaus die Sortimentsgruppe **Elektrohaushaltsgeräte/ Unterhaltungselektronik und Computer/ Kommunikationselektronik** als nicht-zentrenrelevant zu bewerten. Aufgrund der geringen Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich, sowie der flächenintensiven Anforderungen der Anbieter dieser Branche, sollte aus Sicht der cima eine Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen.

Musikinstrumente und Musikalien konnten im Rahmen der Einzelhandelsbestandsanalyse in Esterwegen in einem Betrieb vorgefunden werden (GITARRENBAU MASSEN). Dieser Betrieb befindet sich in Streulage, außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Wir empfehlen daher, auch dieses Sortiment als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Die Sortimentsgruppe der **Baumarktartikel** (inkl. Farben, Lacken, Tapeten und Gartenbedarf) wird heute hauptsächlich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten. Mit der Festsetzung dieser Sortimentsgruppe als nicht-zentrenrelevante Branche bewahrt man sich planungsrechtliche Freiheiten, wenn es um die Flächenentwicklung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches geht. Die Schaffung eines ergänzenden Angebotes außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird damit ausdrücklich ermöglicht.

Zusammenfassend wird der Gemeinde Esterwegen die nachfolgende „Sortimentsliste Esterwegen" empfohlen:

Abb. 46: Sortimentsliste Esterwegen

Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren	▪ Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.11.1; WZ 47.11.2; WZ 47.21.0; WZ 47.22.0; WZ 47.23.0; WZ 47.24.0; WZ 47.25.0; WZ 47.26.0; WZ 47.29.0)
Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	▪ Einzelhandel mit Kosmetischen Erzeugnisse und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) (ohne Parfümerie- und Kosmetikartikel)
Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel	▪ Apotheken (WZ 47.73.0)
Schnittblumen und kleinere Pflanzen	▪ Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (hier nur Schnittblumen und kleineren Pflanzen)
Zeitungen und Zeitschriften	▪ Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen (WZ 47.62.1)

Zentrenrelevante Sortimente	
Parfümerie- und Kosmetikartikel	▪ Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) hier nur Parfümerie- und Kosmetikartikel)
Uhren, Schmuck	▪ Einzelhandel mit Uhren und Schmuck (WZ 47.77.0)
Optische und akustische Artikel	▪ Augenoptiker (WZ 47.78.1) ▪ Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0) (hier nur akustische Artikel)
Medizinisch-orthopädischer Bedarf	▪ Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0)
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	▪ Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (WZ 47.62.2)
Lederwaren, Koffer und Taschen	▪ Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)
Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)	▪ Einzelhandel mit Heimtextilien (WZ 47.51.0), ▪ Einzelhandel mit Vorhängen, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53.0) (hier nur Vorhänge)
Bekleidung, Wäsche	▪ Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0)
Bücher	▪ Einzelhandel mit Büchern (WZ 47.61.0)
Spielwaren	▪ Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0)
Schuhe	▪ Einzelhandel mit Schuhen (WZ 47.72.1)
Sportbekleidung und -schuhe	▪ Bekleidung (WZ 47.71.0) (hier nur Sportbekleidung) ▪ Schuhe (WZ 47.72.1) (hier nur Sportschuhe)
Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat	▪ Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren (WZ 47.59.2) ▪ Einzelhandel mit Haushaltsgegenstände na. n. g. (WZ 47.59.9) ▪ Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Geschenkartikel)

Zentrenrelevante Sortimente	
Foto und Zubehör	▪ Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (WZ 47.78.2)
Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen	▪ Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Kunstgegenstände, Bilder und kunstgewerbliche Erzeugnisse) ▪ Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (WZ 47.79.1) ▪ Antiquariate (WZ 47.79.2)
Baby-/ Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen, Kindersitze)	▪ Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0) (nur Baby- und Kleinkinderartikel) ▪ Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0) (nur Baby-/ Kleinkinderartikel)
Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör)	▪ Einzelhandel mit Datenverarbeitung, peripheren Geräten und Software (WZ 47.41.0), Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten (WZ 47.42.0)

Nicht-zentrenrelevante Sortimente	
Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel	▪ Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ 47.76.2)
Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)	▪ Einzelhandel mit Wohnmöbeln (WZ 47.59.1)
baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)	▪ Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren (WZ 47.52.1) ▪ Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (ohne Farben, Lacke)
Unterhaltungselektronik, Tonträger	▪ Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik (WZ 47.43.0) ▪ Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträger (WZ 47.63.0)
Elektrohaushaltsgeräte	▪ Einzelhandel mit elektrische Haushaltsgeräten (WZ 47.54.0) (Elektrohaushaltskleingeräte und -großgeräte)
Lampen und Leuchten	▪ Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln und Haushaltsgegenstände a. n. g. (WZ 47.59.9) (hier nur Lampen und Leuchten)
Musikalien, Musikinstrumente	▪ Einzelhandel mit Musikinstrumente und Musikalien (WZ 49.59.3)
Farbe, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge	▪ Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (WZ 47.53.0) (ohne Vorhänge), Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (hier nur Farben, Lacke)
Sport- und Freizeitgroßgeräte	▪ Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (WZ 47.62.2) (außer Sportbekleidung)
Fahrräder und Fahrradzubehör	▪ Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.1)
Auto und Autozubehör	▪ Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und –zubehör (WZ 45.32.0)
gartenmarktspezifische Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-) Pflanzen und Pflanzgefäße)	▪ Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (außer Schnittblumen und kleinere Pflanzen)
Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)	▪ Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (WZ 47.78.9) (hier nur Kinderwagen, Kindersitze)
Motorenkraftstoffe	▪ Einzelhandel in fremdem/ eigenem Namen mit Motorenkraftstoffen (WZ 47.30.1; WZ 47.30.2)
Sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen...	▪ Sonstiger Facheinzelhandel a. n. g. (in Verkaufsräumen) (WZ 47.78.9)

Quelle: cima 2018/2019/2019

Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden. Sofern im Einzelfall eine differenziertere Festsetzung der zulässigen Sortimente erfolgen soll, empfiehlt die cima einen Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige („WZ-Liste“). Eine Zuordnung der cima-Warengruppen zu den WZ-Gruppen wurde bereits vorgenommen.

9 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Esterwegen

Die größten Veränderungen im Einzelhandel gehen seit Jahren von der Entwicklung des großflächigen Einzelhandels aus. Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Ziele der Landesplanung Niedersachsen sind u.a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Das hier vorgelegte Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Esterwegen wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet. Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Esterwegen mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben an den Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung bewertet und beurteilt werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend der Zielvorstellungen (inkl. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und Sortimentsliste Esterwegen) angepasst werden.[25]

Mit der Orientierung an den folgenden Grundsätzen sollen unternehmerische Initiativen nicht aus Esterwegen getrieben und Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden" Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb des Gemeinde Esterwegen. Wenn es in Esterwegen gelingt, sich an den nachfolgend aufgeführten Grundsätzen zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) innerstädtische Entwicklungen und Spielräume.

Grundsatz 1:
Der zentrale Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen genießt Entwicklungspriorität. Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausschließlich in dem zentralen Versorgungsbereich, keine Entwicklung von nicht integrierten Standortagglomerationen. Als einschränkender Faktor ist ausschließlich die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich zu beachten. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Ortskernlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereiches eingeschränkt. Der Entwicklung nicht integrierter Standortagglomerationen sollte dennoch entgegengewirkt werden.

Grundsatz 2:
Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel grundsätzlich nur im zentralen Versorgungsbereich. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Neuansiedlungen nur, wenn eine Versorgung der Bewohner im Nahbereich nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches nicht gefährdet wird. Bestehende Betriebe genießen erweiterten Bestandsschutz und sollten die Möglichkeit bekommen sich an moderne Marktbedürfnisse anpassen zu können, sofern keine

[25] Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwälten) einzuholen.

Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches nachgewiesen wird (Einzelfallprüfung).

Grundsatz 3:
Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches grundsätzlich keine Weiterentwicklung von Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Bestehende Betriebe genießen erweiterten Bestandsschutz. Potenzielle Standorte sind künftig nicht-zentrenrelevanten Neuansiedlungen vorbehalten.

Grundsatz 4:
Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten prioritär am perspektivischen Fachmarktstandort Heidbrücker Straße zulässig- aber auch im zentralen Versorgungsbereich

Grundsatz 5:
Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente bei großflächigem nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. In Anlehnung an das LROP Niedersachsen auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, bzw. maximal 800 qm.

Grundsatz 6:
Sicherstellung der Versorgungsfunktion des ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches bei großflächigen Vorhaben. Dieser Grundsatz ist nicht als Wettbewerbsschutz zu verstehen, sondern als Absicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zugunsten einer ganzheitlichen Versorgung.

Zur Umsetzung der Grundsätze in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die cima folgende grundsätzlichen Prinzipien anzuwenden:

- **Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind mit Priorität im Ortskern Esterwegen anzusiedeln.**
- **In den SO-Gebieten** sind die Bestandstrukturen sowie die Potenzial- und Entwicklungsflächen baurechtlichen abzusichern.
- **In GE- Gebieten sollte zukünftig die Neuansiedlung von Einzelhandel ausgeschlossen werden.** Ausnahmen bilden hier: Handwerksbetriebe mit Verkauf an letzte Verbraucher; Bestandsschutz genießen vorhandene Betriebe, bei denen angemessene Erweiterungen und Erneuerungen zulässig sein sollten.
- **In MI-Gebieten ist in der Regel Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit zulässig.** In MI-Gebieten sollte Einzelhandel dort ausgeschlossen werden, wo die Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches beeinflusst und gefährdet wird. Im Rahmen der Bauleitplanung kann die Verkaufsflächengröße in MI-Gebieten über die horizontale und vertikale Gliederung des Plangebietes gesteuert werden.

Abb. 47: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen

		zentrenrelevante Hauptsortimente	nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
Zentraler Versorgungsbereich	Ortskern Esterwegen (Hauptzentrum)	großflächig möglich*	großflächig möglich	großflächig möglich
weitere Standortkategorien	Perspektivischer Fachmarktstandort Heidbrücker Straße	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung**	großflächig möglich
	integrierte Lagen in Wohn- und Mischgebieten	keine Ansiedlung	kleinflächig (orientiert an Nahversorgungsfunktion)	keine Ansiedlung
	sonstige, nicht integrierte Standorte	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung
	Gewerbegebiete	keine Einzelhandelsansiedlungen, da gewerblichen Nutzungen vorbehalten (Annexhandel zulässig)		

Quelle: cima 2018/2019

* Unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion als Grundzentrum
** Ansiedlungen arrondierender Einzelhandelsbetriebe mit deutlich untergeordneter, in jedem Falle aber kleinflächiger VKF möglich (z. B. Lebensmittelhandwerk und vergleichbare Anbieter (Hofläden etc.), Blumenfachgeschäfte u. ä.)

Generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Darüber hinaus sollen den bestehenden Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Modernisierungen und angemessene Verkaufsflächenerweiterungen ermöglicht werden, sofern diese für einen zeitgemäßen Marktauftritt bzw. ein langfristiges Fortbestehen des Unternehmens erforderlich sind (erweiterter Bestandsschutz).
Der Handel mit Kraftfahrzeugen, Landmaschinen, Brennstoffen und Mineralölerzeugnissen unterliegt keiner einschränkenden Steuerung im Einzelhandelskonzept.

Mit der Ansiedlungsmatrix können etwa 80% der Anfragen (Erweiterung, Neuansiedlung) geklärt werden. Bei der Anwendung der Ansiedlungsmatrix muss zunächst grob zwischen Außen- und Innenlage unterschieden werden. Die Außenlage ist die Lage auf der „grünen Wiese". Die Innenlage befindet sich innerhalb des geschlossenen Siedlungskörpers und kann weiter in die städtebaulich integrierte Lage bestimmt sein. Sie zeichnet sich durch einen Multifunktionsmix aus Einzelhandel, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen aus und bietet neben der Versorgungsfunktion auch dem Austausch und dem Verweilen Platz. Deshalb sollte die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches nicht nur auf Einzelhandel beschränkt werden, sondern auch Dienstleistungen und Aufenthaltsqualitäten umfassen. Bei den 20% der Ansiedlungen, die nicht durch die Ansiedlungsmatrix geklärt werden können, wurden Obergrenzen problematisiert, wobei grundsätzlich keine Steuerung über Flächengrößen, sondern über Standorte erfolgen müsse.

10 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende kommunale Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Esterwegen trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitpläne der Gemeinde Esterwegen übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Esterwegen mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien der Gemeinde Esterwegen auch als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde" für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandelskonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sollte in regelmäßigen Abständen überprüft und ggf. angepasst werden. Grundlage für die Einordnung der cima war u.a. die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten[26]. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Kap. 8) bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Sortimentsliste Esterwegen, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die cima darüber hinaus auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchungen (nach § 11 Abs. 3 BauNVO).

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Handel mit Kraftfahrzeugen. Dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z.B. Installateure, Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind.

Um nicht Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d.h. die Bereiche, die einem akuten Handlungsdruck unterliegen, genau zu bestimmen und

[26] vgl. z.B. BVerwG, Urteil vom 26. 3. 2009 - 4 C 21. 07

zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei Letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Der Ausschluss sämtlicher Einzelhandelsflächen entlang gefährdeter Bereiche ist u.U. nicht vollständig möglich und auch personell und finanziell nicht leistbar. Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen[27]. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für Esterwegen geltende Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen aus der Gemeinde Esterwegen getrieben noch Konkurrenzen grundsätzlich eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es aber zur Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Gemeinde Esterwegen gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen im Ortszentrum und den übrigen Einzelhandelslagen.

[27] Zum Schutz und zur Stärkung der Einzelhandelsfunktion des Ortszentrums kann in Bereichen außerhalb des Ortszentrums (u.a. MI-Gebiete) der Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten ausgeschlossen werden. Siehe hierzu das Urteil des OVG Münster 20.04.2004 (7a D 142/02.NE) im Normenkontrollverfahren der Grundeigentümer, die wegen des Ausschlusses von Einzelhandel einen Wertverlust ihrer Grundstücke befürchteten (vom OVG abgelehnt).

11 Planvorhaben in der Gemeinde Esterwegen

Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung der Lebensmitteldiscounter LIDL und ALDI

In der Gemeinde Esterwegen stehen derzeit die Erweiterungs- und Modernisierungsabsichten der Lebensmitteldiscounter LIDL und ALDI zur Diskussion. Beide Lebensmitteldiscounter sind am festgelegten, zentralen Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen am Standort Poststraße gelegen.

Die größere Verkaufsfläche dient dazu, die Filialen an die aktuellen Standards der Unternehmen anzupassen. Dazu gehört unter anderem, dass die Gänge im Verkaufsraum verbreitert werden, um ein bequemeres Begegnen mit Einkaufswagen, Kinderwagen etc. zu ermöglichen. Zudem sollen die Regalhöhen reduziert werden, um den Kunden die Erreichbarkeit der Waren zu erleichtern und eine bessere Orientierung innerhalb der Filiale zu ermöglichen.

Die Handelszentralität im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von 93 (bezogen auf das Samtgemeindegebiet) lassen auf Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich des Lebensmittelhandels schließen. Per Saldo sind Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb der Samtgemeinde Esterwegen zu verzeichnen.

Im Zentralen Versorgungsbereich Ortskern Esterwegen sind Modernisierungsabsichten, die dem Bestandserhalt dienen, grundsätzlich zu befürworten.[28] Beide Lebensmitteldiscounter nehmen eine wichtige Nahversorgungsaufgabe für das gesamte Siedlungsgebiet der Gemeinde Esterwegen, sowie z.T. das weitere Samtgemeindegebiet wahr und sollte aus diesem Grund im Bestand gesichert und gestärkt werden. Mit der avisierten Standortoptimierung ist das Ziel verbunden auch zukünftig in einem stärker werdenden Wettbewerbsumfeld bestehen und sich der innerörtlichen Konkurrenzsituation entgegen stellen zu können.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept der Gemeinde Esterwegen steht folglich dem Planvorhaben zur Modernisierung der Lebensmitteldiscounter in Esterwegen nicht entgegen.

[28] Die städtebauliche und ökonomische Verträglichkeit und die zu erwartenden Wechselwirkungen mit den weiteren Planvorhaben in der Gemeinde Esterwegen sollte gutachterlich untersucht und bewertet werden.

Verlagerung mit Verkaufsflächenerweiterung eines Baumarktes

In der Gemeinde Esterwegen wird ferner die Umsiedlung mit Verkaufsflächenerweiterung eines Anbieters für Baumarktartikel diskutiert. Der Markt befindet sich zum heutigen Zeitpunkt angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Esterwegen. Die Planung sieht eine Verlagerung des Betriebes mit Verkaufsflächenerweiterung an den Standortbereich der Heidbrücker Straße vor. Der Anbieter für Baumarktartikel würde seine heutige Verkaufsfläche von rd. 100 m² auf zukünftig rd. 1.500 m² erweitern, um das Gebäude und die Verkaufsräume an die modernen Marktstandards anzupassen.

Bei der geplanten Realisierung eines Baumarktes an diesem Standort handelt es sich vorwiegend um baumarktspezifische Kernsortimente, d. h. um nicht-zentrenrelevante Sortimente. Laut dem vorliegenden Zentrenkonzept, der Sortimentsliste sowie den Grundsätzen ist die Ansiedlung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel auch außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches eindeutig zulässig.

Auf der Ebene der Samtgemeinde wurden in der Warengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf Kaufkraftabflüsse von rd. 3,1 Mio. € gemessen. Die Verlagerung mir Verkaufsflächenerweiterung des projektierten Marktes kann zu einer Optimierung des Angebotes in der Samtgemeinde Nordhümmling beitragen, was eine steigende Kaufkraftbindung bedeuten kann.

Das Planvorhaben steht dem vorliegenden Einzelhandelskonzept nicht entgegen.

Anhang

11.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.
- Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:
    - der Attraktivität der Konkurrenzorte,
    - der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
    - der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
    - den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
    - den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

5.890 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (für das Jahr 2017).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

11.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 32 Branchen und 17 Warengruppen.

Abb. 48: cima-Warengruppen

CIMA Warengruppe
Periodischer Bedarf
Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit und Körperpflege
Zeitschriften, Schnittblumen
Aperiodischer Bedarf
Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren
Sanitätsartikel, Optik, Akustik
Uhren, Schmuck
Bücher, Schreibwaren
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
Sportartikel, Fahrräder
Spielwaren
Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Zooartikel
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Möbel
Heimtextilien
Baumarktartikel, Gartenbedarf

Quelle: cima 2018/2019

11.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Wir unterscheiden zwischen den folgenden Betriebstypen:

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

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

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

Lebensmitteldiscounter
- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 qm und 1.500 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum
- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 qm VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

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

SB-Warenhaus
- Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

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

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

Shopping-Center
- Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Mall in einem Shopping-Center
- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

11.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs wurde erstmals in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 sind die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die ***Sicherung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches*** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.[29]

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension des zentralen Versorgungsbereiches stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion, sondern beziehen sich auf die dem zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs.2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden[30]. Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen[31]:

Zentrale Versorgungsbereiche sind *„räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt"*

[29] Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S.13

[30] Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209,S.115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S.54

[31] Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein…"

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus[32]:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang."

Das BVerwG führt dazu weiter aus[33]:

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz…Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet."

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

4. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
5. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
6. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden[34].

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt[35].

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,

[32] Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

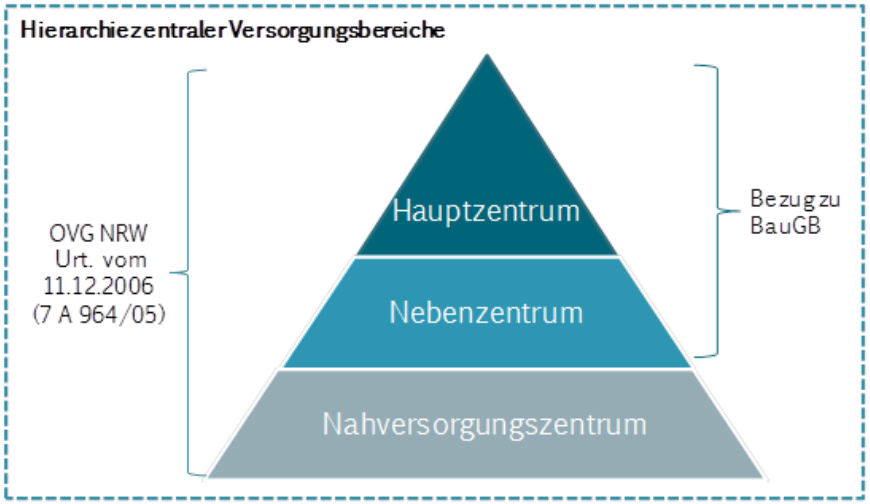
[33] BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

[34] Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung."

[35] Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

Abb. 49: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passanten-frequenzen und offensichtlichen Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und übrigen Siedlungsraum erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über zentrale Versorgungslagen, so dass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mitberücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Ggf. optimale Einbindung des ‚zentralen Versorgungsbereichs' in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. ***Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.“***

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.[36] Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.[37]

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte Zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von Kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass multifunktional abgegrenzte und dezidiert in ihrer Abgrenzung begründete zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

11.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen ist sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtlos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen […] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich […] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“.

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel

[36] Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

[37] Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besatz an Versorgungsfunktion vorliegen.

von 10 % Auswirkungen anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Überlegungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage Vermutungsgrenze formuliert. Sie ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüftatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der schädlichen Auswirkungen auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu schädlichen Auswirkungen bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse[38].

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche sein.[39]

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen ,wesentliche Beeinträchtigungen darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden können.

[38] Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereich mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potentiell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

[39] Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.