



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Bahnhofstraße im Grundzentrum Edeweicht als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu
einem Umstrukturierungsvorhaben



Endbericht

Im Auftrag der vM Immobilien 5 GmbH
Hamburg, 15.12.2022



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Bahnhofstraße im Grundzentrum Edewecht als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu einem Umstrukturierungsvorhaben

Projektnummer: 22DLP3175

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling

Bearbeitet von: David Kamin

Im Auftrag der

vM Immobilien 5 GmbH
Eichendorffstraße 32
26655 Westerstede

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	V
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	5
2.1	Mikrostandort	5
2.2	Vorhabenkonzeption	8
3	Rahmendaten des Makrostandorts	13
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	13
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	15
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	17
4.1	Methodische Vorbemerkungen	17
4.2	Wettbewerb im Raum	17
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	19
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	20
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	22
5.1	Nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Umsatzstruktur im Einzugsgebiet	22
5.1.1	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	22
5.1.2	Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	24
5.1.3	Zusammenfassende Darstellung der nahversorgungsrelevanten Versorgungsstruktur im Einzugsgebiets	26
5.2	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen innerhalb und direkt außerhalb des Einzugsgebiets	28

5.2.1	Einzelhandelslagen innerhalb des Einzugsgebiets	29
5.2.2	Einzelhandelslagen außerhalb des Einzugsgebiets	34
6	Vorhaben- und Wirkungsprognose	38
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	38
	Exkurs zur Umsatzhöhe sowie Umsatzherkunft der Planvorhaben:	39
6.1.1	Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Edeka-Verbrauchermarkts	41
6.1.2	Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters	45
6.1.3	Marktanteils- und Umsatzprognose für die Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts	49
6.1.4	Marktanteils- und Umsatzprognose für die Umstrukturierung eines Zimmermann Sonderpostenmarkts	50
6.1.5	Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Kik-Fachmarkts	54
6.1.6	Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Takko-Fachmarkts	56
6.1.7	Marktanteils- und Umsatzprognose für die Umstrukturierung eines Schuh-Fachmarkts	58
6.2	Wirkungsprognose	61
6.2.1	Vorbemerkungen	61
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkung zur Erweiterung des Edeka-Verbrauchermarkts	63
6.2.3	Prospektive Umsatzumverteilungswirkung zur Erweiterung des Aldi-Verbrauchermarkts	66
6.2.4	Prospektive Umsatzumverteilungswirkung zur Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkt	69
7	Bewertung des Vorhabens	73
7.1	Zu den Bewertungskriterien	73
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung (Kongruenz- und Konzentrationsgebot)	75
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung (Beeinträchtigungsverbot)	77

7.3.1	Erweiterung eines Edeka-Verbrauchermarkts	78
7.3.2	Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters	81
7.3.3	Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts	83
7.3.4	Umstrukturierung der Fachmärkte	88
7.4	Zur Integration des Vorhabenstandorts (Integrationsgebot)	89
7.5	Flankierende gutachterliche Aussagen für die Bauleitplanung	91
8	Fazit	94

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	5
Abbildung 2: Blick von der Hauptstraße entlang der Bahnhofstraße in Edewecht	6
Abbildung 3: Blick auf den Edeka-Verbrauchermarkt sowie den Aldi-Lebensmitteldiscounter an der Bahnhofstraße in Edewecht	7
Abbildung 4: Blick auf die Fachmarktzeile an der Straße Grubenhof in Edewecht	7
Abbildung 5: Planskizze des Vorhabens an der Bahnhofstraße in Edewecht	9
Abbildung 6: Lage im Raum	13
Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	18
Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens	19
Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation	27
Abbildung 10: Blick entlang der Hauptstraße im ZVB Edewecht Nord	29
Abbildung 11: Rossmann-Drogeriemarkt im ZVB Edewecht Nord	30
Abbildung 12: Geschäftshäuser entlang der Hauptstraße im ZVB Edewecht Nord	30
Abbildung 13: Lidl-Lebensmitteldiscounter im ZVB Edewecht Süd	32
Abbildung 14: Rewe-Verbrauchermarkt im ZVB Edewecht Süd	32
Abbildung 15: Edeka-Verbrauchermarkt im ZVB Friedrichsfehn	33
Abbildung 16: Aldi-Lebensmitteldiscounter im ZVB Friedrichsfehn	34

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Veränderung der Verkaufsflächenstruktur des Vorhabens	11
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	15
Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	20
Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	21
Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	23
Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	25
Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf innerhalb des Einzugsgebiets	26
Tabelle 8: Marktanteile des erweiterten Edeka-Markts innerhalb des Einzugsgebiets	41
Tabelle 9: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Edeka-Markts (inkl. Streuumsätze)	42
Tabelle 10: Marktanteile des Edeka-Markts (Status quo)	42
Tabelle 11: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Edeka-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)	43
Tabelle 12: Umsatzzuwachs des Edeka-Markts durch Vorhabenrealisierung (inkl. Streuumsätze)	43
Tabelle 13: Marktanteilszuwachs des Edeka-Markts durch Vorhabenrealisierung	44
Tabelle 14: Marktanteile des erweiterten Aldi-Markts innerhalb des Einzugsgebiets	45
Tabelle 15: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Aldi-Markts (inkl. Streuumsätze)	46
Tabelle 16: Marktanteile des Aldi-Markts (Status quo)	46
Tabelle 17: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Aldi-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)	47
Tabelle 18: Umsatzzuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung (inkl. Streuumsätze)	47
Tabelle 19: Marktanteilszuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung	48
Tabelle 20: Marktanteile des dm-Drogeriemarkts innerhalb des Einzugsgebiets	49

Tabelle 21: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des dm-Drogeriemarkts (inkl. Streuumsätze)	50
Tabelle 22: Marktanteile des umstrukturierten Zimmermann Sonderpostenmarkts innerhalb des Einzugsgebiets	51
Tabelle 23: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des umstrukturierten Zimmermann Sonderpostenmarkts (inkl. Streuumsätze)	51
Tabelle 24: Marktanteile des Zimmermann Sonderpostenmarkts (Status quo)	52
Tabelle 25: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Zimmermann Sonderpostenmarkts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)	52
Tabelle 26: Umsatzzuwachs des Zimmermann Sonderpostenmarkts durch Vorhabenrealisierung (inkl. Streuumsätze)	53
Tabelle 27: Marktanteilszuwachs des Zimmermann Sonderpostenmarkts durch Vorhabenrealisierung	53
Tabelle 28: Marktanteile des erweiterten Kik-Fachmarkts innerhalb des Einzugsgebiets	55
Tabelle 29: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Kik-Markts (inkl. Streuumsätze)	55
Tabelle 30: Marktanteile des Kik-Markts (Status quo)	55
Tabelle 31: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Kik-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)	56
Tabelle 32: Marktanteile des erweiterten Takko-Fachmarkts innerhalb des Einzugsgebiets	57
Tabelle 33: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Takko-Markts (inkl. Streuumsätze)	57
Tabelle 34: Marktanteile des Takko-Markts (Status quo)	57
Tabelle 35: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Takko-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)	58
Tabelle 36: Marktanteile des erweiterten Schuh-Fachmarkts (inkl. Betreiberwechsel) innerhalb des Einzugsgebiets	59
Tabelle 37: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Schuh-Fachmarkts (inkl. Betreiberwechsel) nach der Umstrukturierung (inkl. Streuumsätze)	59
Tabelle 38: Marktanteile des Schuhfachmarkts (Status quo)	60
Tabelle 39: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Schuh-Fachmarkts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)	60

Tabelle 40: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Edeka-Vorhabens im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	65
Tabelle 41: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Aldi-Vorhabens im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	68
Tabelle 42: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des dm-Vorhabens im Hauptsortiment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	71
Tabelle 43: Zusammenfassung der verträglichen Verkaufsflächen zur Herleitung der Festsetzungen im B-Plan	91

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Im Grundzentrum **Edewecht** ist am Standort Bahnhofstraße 5-18 die **Neuordnung von folgenden Einzelhandelsnutzungen** geplant:

- Edeka-Verbrauchermarkt: Verlagerung und Neubau (inkl. Erweiterung von 1.552 qm auf 2.038 qm Verkaufsfläche);
- Aldi-Lebensmitteldiscounter: Verlagerung und Neubau (inkl. Erweiterung von 789 qm auf 1.021 qm Verkaufsfläche);
- dm-Drogeriemarkt: Neuansiedlung mit 650 qm Verkaufsfläche;
- Zimmermann Sonderposten: Verlagerung (inkl. Verkleinerung von 1.445 qm auf 1.400 qm Verkaufsfläche);
- Kik: Verlagerung (inkl. geringfügiger Erweiterung von 627 qm auf 650 qm VKF);
- Takko: Verlagerung (inkl. geringfügiger Erweiterung von 443 qm auf 450 qm VKF);
- Deichmann: Verlagerung (ggf. Betreiberwechsel inkl. Verkleinerung von 447 qm auf 400 qm Verkaufsfläche);
- Darüber hinaus soll ein Ladenlokal mit 80 qm Verkaufsfläche den Standort arrondieren (z.B. Blumen, Friseur, Schuster/Schlüsseldienst).

Im Zuge der Neuordnung geht damit per Saldo ein Verkaufsflächenzuwachs von rd. 5.300 qm auf sodann bis zu 6.690 qm Verkaufsfläche einher. Dabei ist nahezu ausschließlich ein Anstieg bei den periodischen Sortimenten zu erwarten.

Es ist beabsichtigt, das Vorhaben über einen Bebauungsplan mit Ausweisung als Sondergebiet für den großflächigen Einzelhandel zu realisieren. Die **Aufgabenstellung** der Untersuchung bestand somit insbesondere in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf den Einzelhandel im Untersuchungsraum im Hinblick auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung. Darüber hinaus waren die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Niedersachsen und im Landkreis Ammerland (LROP, RROP) zu berücksichtigen. Prüfungsmaßstab war damit **§ 11 Abs. 3 BauNVO**, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB.

In einem Verträglichkeitsgutachten für das Gesamtvorhaben von April 2022 haben Dr. Lademann & Partner bereits eine Prüfung des Gesamtvorhabens durchgeführt. Dieses Gutachten war anschließend Grundlage des ersten Abstimmungsverfahrens (Oktober 2022) zwischen den Vertretern der Gemeinde Edewecht, der IHK Oldenburg, dem Landkreis Ammerland (Raumordnung), dem Gutachterbüro Dr. Jansen (Ersteller des

kommunalen Einzelhandelskonzepts) sowie dem Projektentwickler. Im Ergebnis wurden Dr. Lademann & Partner dazu aufgefordert, jeden Einzelhandelsbetrieb einer separaten Prüfung der landes- und regionalplanerischen Bestimmungen zu unterziehen. Hintergrund ist die Argumentation der IHK Oldenburg – welche von den Vertretern des Landkreises Ammerland, dem Gutachterbüro Dr. Jansen als auch der Gemeinde Edewecht mitgetragen wurde –, dass sich das Vorhaben innerhalb des ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord befindet und daher die Agglomerationsregelung keine Anwendung findet. Daraus folgt nach Einschätzung der IHK, dass keine summierte Betrachtung des Gesamtvorhabens erfolgen solle, sondern jeder Betrieb des Gesamtvorhabens einzeln einer Prüfung der raumordnerischen Bestimmungen unterzogen werden muss. Auch wenn Dr. Lademann & Partner eine andere Auffassung bezüglich der Auslegung der Agglomerationsregelung¹ vertreten, so wird mit dem vorliegenden Gutachten die geforderte Anwendung der Agglomerationsregelung im Sinne der beteiligten Parteien aus dem Abstimmungsgespräch im Oktober 2022 im Folgenden vorgenommen.

Grundsätzlich wird bei Erweiterungen eine Saldo-Betrachtung der künftigen Umsatzentwicklung des jeweiligen Vorhabens in die Prüfung eingestellt. D.h. es werden – wie es die aktuelle Rechtsprechung vorgibt – nur jene Zusatzumsätze der einzelnen Vorhaben prüfungsrelevant, die sich aus der Verkaufsflächenzunahme und der Attraktivierung des Verbundstandorts ergeben (sog. Deltabetrachtung).

Zudem weisen Dr. Lademann & Partner darauf hin, dass das vorliegende Gutachten mit der geforderten Einzelbetrachtung das Gutachten mit den Vorarbeiten aus April 2022 ersetzt. Ein Vergleich beider Gutachten ist aufgrund der unterschiedlichen Parameter **nicht möglich**.

1.2 Vorgehensweise

Zur Bearbeitung der Aufgabenstellung wurde folgendes Untersuchungskonzept durchgeführt:

- Darstellung und Bewertung des **Mikrostandorts** und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Vorhabens im Hinblick auf seine **Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz**;
- Kurzdarstellung und Bewertung der relevanten **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);

¹ Eine Agglomeration liegt bereits deshalb vor, da es sich um die Planung eines Investors handelt (d.h. zeitgleiche Umsetzung aller Komponenten) und die Nutzung sich räumlich um eine gemeinsame Stellplatzanlage bündeln.

- **Herleitung des Einzugsgebiets** des Vorhabens u.a. auf Basis der Wettbewerbsstrukturen des Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandels sowie kartographische Darstellung;
- Darstellung und Bewertung der **nahversorgungsrelevanten Angebotssituation** im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Abschätzung der **Umsätze und Flächenproduktivitäten** im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel;
- **Versorgungsstrukturelle Analyse** des Versorgungsniveaus im Einzugsgebiet (Verkaufsflächendichte sowie Zentralität im teillörtlichen Verflechtungsbereich des Grundzentrums);
- **Städtebauliche Analyse** der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen (innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets);
- **Vorhabenprognose** bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen bzw. deren Veränderungen durch die Vorhabenrealisierung;
- **Wirkungsprognose** bezüglich der zu erwartenden **Umsatzumverteilungseffekte** in einer Einzelfallbetrachtung der einzelnen Vorhabenkomponenten im jeweiligen Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) (relevant für die Edeka und Aldi Umstrukturierung inkl. Verkaufsflächenerweiterung) sowie Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel (relevant für die Ansiedlung eines Drogeriemarkts) zu Lasten des Einzelhandels im Einzugsgebiet nach Standortlagen und Zonen; darüber hinaus werden auch die Effekte zulasten der Einkaufsalternativen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets abgeschätzt; die *aperiodischen Sortimente* des Gesamtvorhabens werden über einen geringen Marktanteil(szuwachs) verfügen; zudem ist das Vorhaben im Hauptzentrum verortet; jene Sortimente werden daher nur über die Marktanteile/-zuwächse abgebildet und bewertet;
- **Intensive städtebauliche und raumordnerische Bewertung** des Vorhabens gemäß den Anforderungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB sowie vor dem Hintergrund der o.g. landes- und regionalplanerischen Bestimmungen unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung resp. des Versorgungsgleichgewichts;
- Würdigung der Aussagen im **regionalen Einzelhandelskonzept** für den Landkreis Ammerland;
- Herleitung flankierender Empfehlungen für die Bauleitplanung (Sortimente, Flächen);

- **zusammenfassende Bewertung** unter Berücksichtigung der Untersuchungsergebnisse.

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, waren dabei eine Reihe von **Primär- und Sekundärerhebungen** durchzuführen:

- **Sekundäranalysen** der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- **Vor-Ort-Erhebung** der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens und der Einkaufsalternativen (periodische Sortimente > 400 qm Verkaufsfläche);
- **Intensive Begehungen des Mikrostandorts** zur Beurteilung der Eignung für das geplante Vorhaben der Neuordnung;
- **Begehungen der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche** zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2024 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der **Vorhabenstandort** befindet sich im Bereich der Bahnhofstraße sowie der Straße Grubenhof und somit im zentralen Ortsteil der Gemeinde Edewecht.

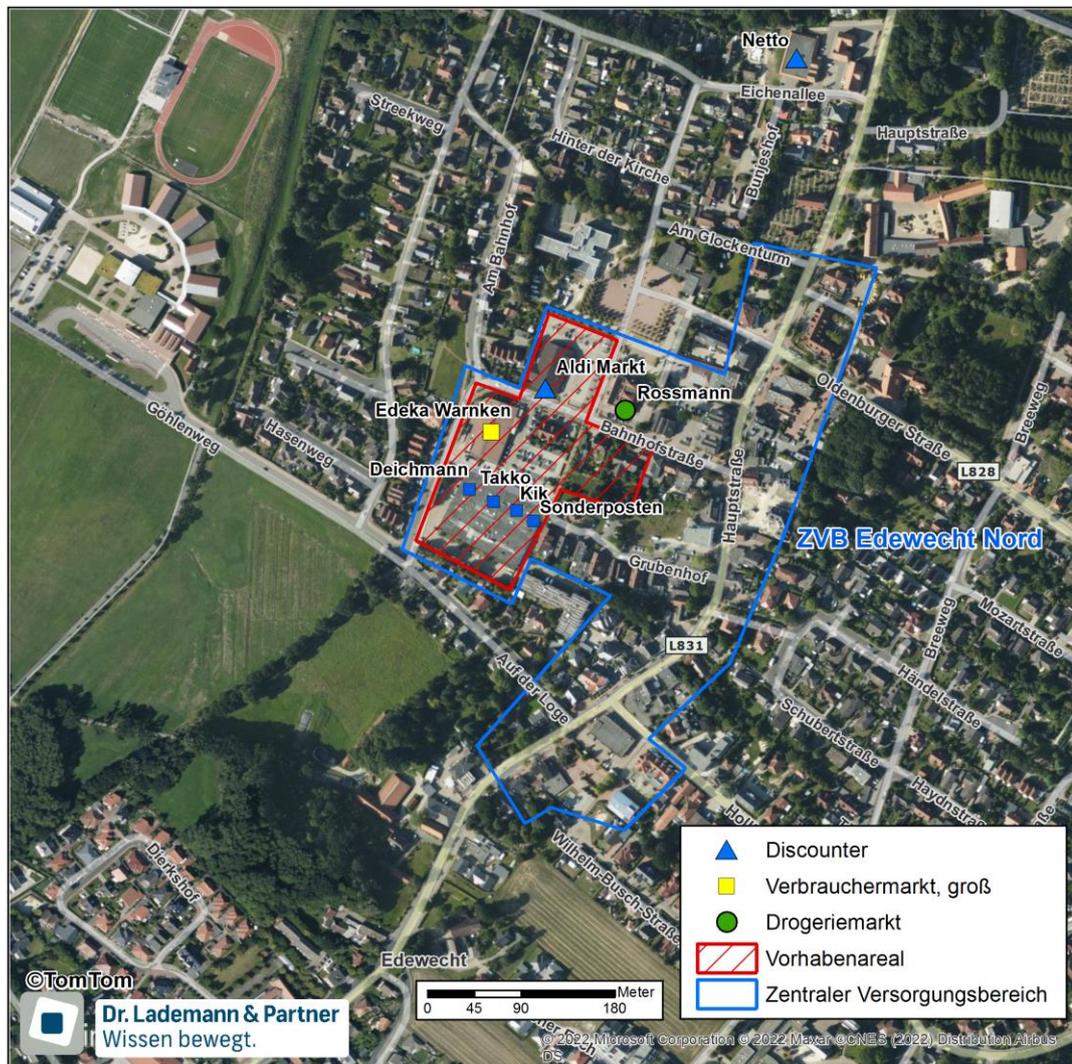


Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die **verkehrliche Anbindung** des Vorhabenstandorts wird maßgeblich über die L 831 (Hauptstraße) gewährleistet. Diese durchzieht den zentralen Ortsteil der Gemeinde Edewecht in Nord-Süd-Richtung und fungiert als einer der wichtigsten Hauptverkehrsstraßen im Gemeindegebiet. Der Vorhabenstandort ist dabei sowohl mit der

Bahnhofstraße als auch mit der Straße Grubenhof an die Hauptstraße angeschlossen. Darüber hinaus ist mit der Oldenburger Straße (L 828) eine Verbindung in Richtung des östlichen Gemeindegebiet (u.a. die Bauernschaften Jeddelloh I, Klein Scharrel, Friedrichsfehn) in unmittelbarer Nähe über die L 831 erreichbar. Die Erreichbarkeit für die westlichen Bauernschaften (u.a. Osterscheps, Westerscheps, Wittenberge) erfolgt über die L 829 ebenfalls in Verbindung mit der L 831 in rd. 1,6 km südlicher Entfernung zum Vorhabenstandort. **Insofern kann dem Vorhabenstandort eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem Gemeindegebiet attestiert werden.**

Die **Erschließung des Vorhabenareals** soll im Zuge der Umstrukturierung des Standorts zukünftig schwerpunktmäßig über die Bahnhofstraße erfolgen, von welcher zwei Zu- und Abfahrten auf eine den Betrieben vorgelagerte Stellplatzanlage (rd. 277 Parkplätze) führen. Die Anbindung an den Grubenhof bleibt ebenfalls untergeordnet erhalten. Weitere 82 Stellplätze bestehen am Standort des derzeitigen Aldi-Markts (zukünftig Sonderpostenmarkt), so dass die Gesamtkonzeption insgesamt über etwa 359 Stellplätze verfügt.



Abbildung 2: Blick von der Hauptstraße entlang der Bahnhofstraße in Edeweicht

Die **Anbindung an den ÖPNV** wird über die Bushaltestelle „Edeweicht Markt“ in rd. 300 m Entfernung zum Vorhabenstandort im Kreuzungsbereich Hauptstraße (L 831)/ Oldenburger Straße (L 828) gewährleistet. Hier verkehren die Linien 374 (Edeweicht – Dänikhorst – Rostrup), 375 (Süddorf – Edeweicht – Bad Zwischenahn), 380 (Barßel – Osterscheps – Edeweicht – Friedrichsfehn – Oldenburg), 397 (Bad Zwischenahn – Rostrup – Ohrwege – Dänikhorst – Edeweicht) und 399 (Edeweicht – Bad Zwischenahn – Westerstede – Jaderberg). Die Bürgerbuslinie 393 ergänzt werktags das ÖPNV-Angebot mit regelmäßigen Rundtouren durch die Bauernschaften des Gemeindegebietes und bietet auch Anschluss nach Bad Zwischenahn (ZOB). **Somit kann dem Standort auch eine gute Anbindung über den ÖPNV attestiert werden.**

Die **fußläufige Erreichbarkeit** als auch mit dem Fahrrad ist aus dem Nahumfeld bzw. dem zentralen Ortsteil von Edewecht ebenfalls gegeben. Durch die neue Verkehrsführung am Standort für die PKW-Kunden kommt es zudem prospektiv zu einer Entlastung der Straße Grubenhof.



Abbildung 3: Blick auf den Edeka-Verbrauchermarkt sowie den Aldi-Lebensmitteldiscounter an der Bahnhofstraße in Edewecht

Das **Vorhabenareal** wird bereits heute durch mehrere Einzelhandelsnutzungen sowie den dazugehörigen PKW-Stellplätzen geprägt. Während die Fachmärkte Deichmann, Takko, Kik, Zimmermann Sonderposten sowie ein Fitnessstudio in einer gemeinsamen Ladenzeile an der Straße Grubenhof agieren, sind der Edeka-Verbrauchermarkt (inkl. Bäckerei) sowie der Aldi-Lebensmitteldiscounter derzeit in einer jeweils eigenen Immobilie beidseitig der Bahnhofstraße ansässig. Ferner sind dem Vorhabenareal noch angrenzende Flächen zugehörig, welche aktuell noch der Nutzung „Wohnen mit einem Handelsbesatz (Fußpflege und Terrassenbau) im Erdgeschoss“ unterliegen. Dies umfasst die Gebäudeeinheiten an der Bahnhofstraße 8, 10 und 14.

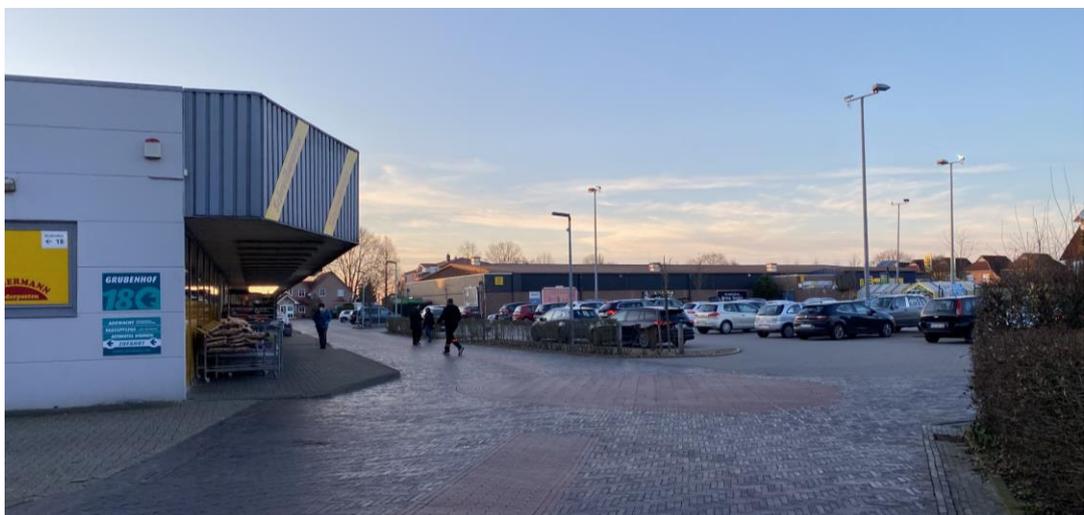


Abbildung 4: Blick auf die Fachmarktzeile an der Straße Grubenhof in Edewecht

Das **Standortumfeld** ist heterogen geprägt und im Wesentlichen durch die folgenden Nutzungen gekennzeichnet:

- In **Richtung Norden** grenzen entlang der Straße Am Bahnhof mehrere Einfamilienhäuser an das Vorhabenareal. Darüber hinaus befinden sich mit dem Rathaus von Edewecht, der Kirche St. Vinzenz Pallotti sowie dem Marktplatz wichtige öffentliche Orte für das Gemeindeleben von Edewecht.
- In **Richtung Osten** schließen entlang der Bahnhofstraße als auch im Bereich Hauptstraße weitere Wohnhäuser mit einem Geschäftsbesatz im Erdgeschoss in aufgelockerter Bauweise an das Vorhabenareal. Dabei nimmt der Geschäftsbesatz vor allem entlang der Hauptstraße deutlich zu. Mit einem Rossmann-Drogeriemarkt schließt ferner ein weiterer Fachmarkt direkt an den Vorhabenstandort an (Bahnhofstraße/ Am Neuen Markt).
- In **Richtung Süden** befinden sich ebenfalls mehrere Einfamilienhäuser im Bereich Auf der Loge. Zudem schmiegt sich ein Altenheim an das Vorhabenareal. Ferner ist das südliche Umfeld durch den Siedlungsbruch zwischen Nord- und Süd-Edewecht geprägt.
- In **Richtung Westen** folgen nach weiteren Einfamilienhäusern das Gymnasium Bad Zwischenahn-Edewecht sowie das Edewechter Sportzentrum.

Das kommunale Einzelhandelskonzept der Gemeinde Edewecht befindet sich derzeit in Aufstellung und kann daher aktuell noch nicht als städtebauliches Entwicklungskonzept herangezogen werden. Eine Zentrenstruktur bzw. die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche lag zum Zeitpunkt der Erstellung des vorliegenden Gutachtens noch nicht vor, weshalb im Folgenden auf das Regionale Einzelhandelskonzept des Landkreises Ammerland aus dem Jahr 2010 zurückgegriffen wird. Demnach ist das Vorhabenareal **Teil des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord** innerhalb des Grundzentrums Edewecht, weshalb der Standort als städtebaulich-integriert zu bewerten ist.

2.2 Vorhabenkonzeption

In der Gemeinde Edewecht plant der Vorhabenträger ein **Umstrukturierung des etablierten Einzelhandelsstandorts** im Bereich der Bahnhofstraße 5-18. Dabei ist zunächst ein vollständiger Abriss der Fachmarktzeile (u.a. Takko, Kik) sowie der Wohnhäuser an der Bahnhofstraße 8, 10 und 14 (inkl. Handelsbesatz im Erdgeschoss) vorgesehen. Die Immobilie des Edeka-Verbrauchermarkts wird in diesem Zuge durch Fachmärkte umgenutzt. Daran anschließend erfolgt der Neubau mehrere Handelsimmobilien, welche sich um eine gemeinsame, den jeweiligen Eingangsbereichen vorgelegte Stellplatzanlage (rd. 277 Parkplätze) anordnen. Während der Edeka-Verbrauchermarkt (inkl. Bäckerei) mit drei Fachmärkten (Kik, Takko, dm) im westlichen

Bereich des Vorhabenareals neu aufgestellt werden soll, ist für die neue Immobilie des Aldi-Markts der östliche Bereich (derzeit Bahnhofstraße 8 und 10) bestimmt. Zudem ist eine weitere Immobilie mit einem neuen Schuh-Fachmarkt (rd. 400 qm Verkaufsfläche) sowie einem kleinteiligen Konzessionär (bis zu 80 qm Verkaufsfläche) im südlichen Bereich des Vorhabenareals geplant. Die Immobilie in der Bahnhofstraße 5 (derzeit Aldi) wird auf 1.244 qm Verkaufsfläche (zzgl. Außenverkauf) erweitert und zukünftig durch den Zimmermann Sonderposten-Markt genutzt. Die Immobilie weist etwa 82 vorgelagerte Stellplätze auf, so dass die Gesamtkonzeption insgesamt etwa 359 Stellplätze vorhält. Ferner sollen auf den zukünftigen Immobilien von Edeka und Aldi auf jeweils zwei Etagen zusammen etwa 48 Wohneinheiten umgesetzt werden.

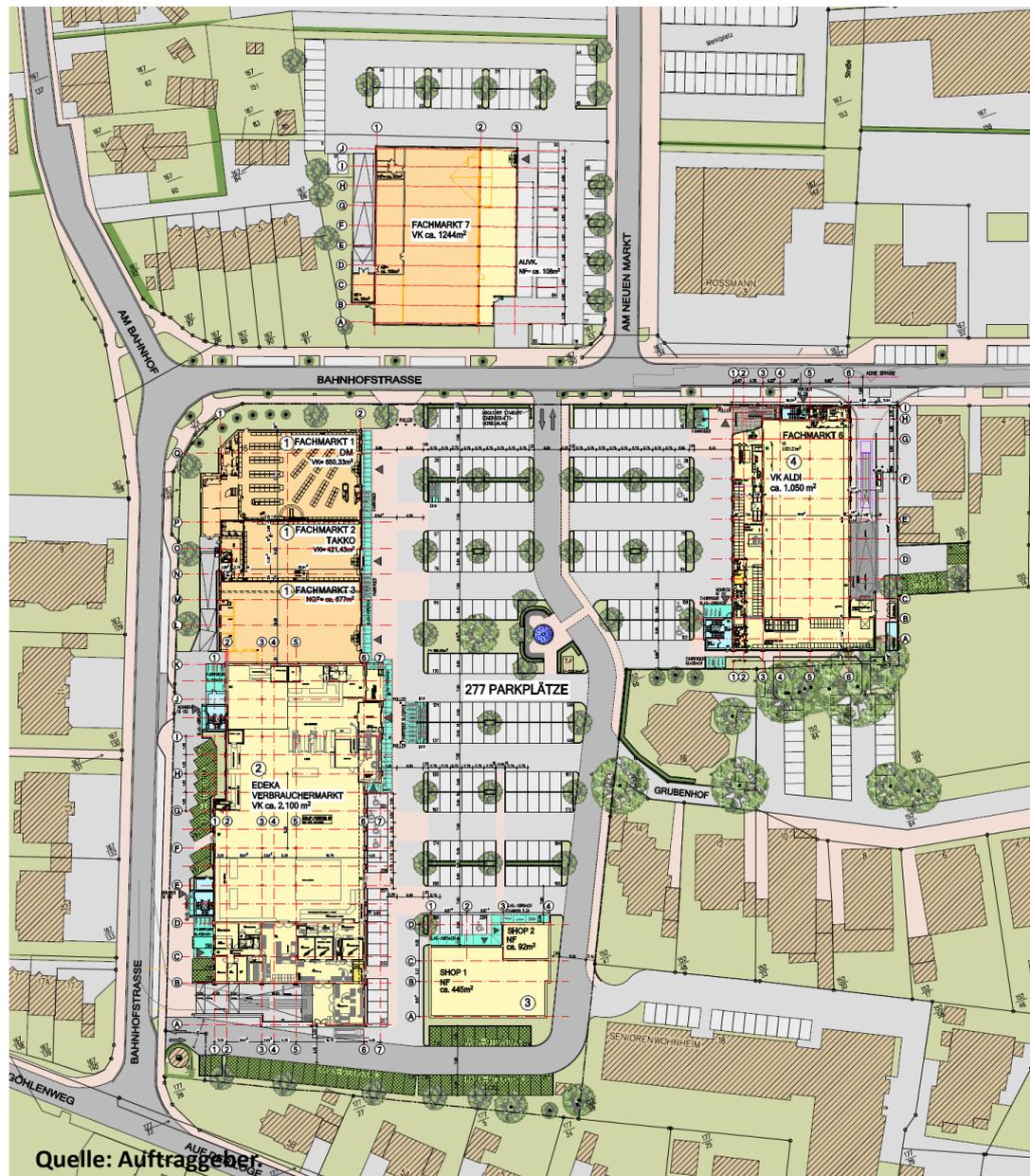


Abbildung 5: Planskizze des Vorhabens an der Bahnhofstraße in Edewecht

Zusammenfassend stellt sich im Zuge der Neuordnung des Standortbereichs Bahnhofstraße 5-18 folgende **Betreiberstruktur** dar:

- Edeka-Verbrauchermarkt: Verlagerung und Neubau (inkl. Erweiterung von 1.552 qm auf 2.038 qm Verkaufsfläche);
- Aldi-Lebensmitteldiscounter: Verlagerung und Neubau (inkl. Erweiterung von 789 qm auf 1.021 qm Verkaufsfläche);
- dm-Drogeriemarkt: Neuansiedlung mit 650 qm Verkaufsfläche;
- Zimmermann Sonderposten: Verlagerung (inkl. Verkleinerung von 1.445 qm auf 1.400 qm Verkaufsfläche);
- Kik: Verlagerung (inkl. geringfügiger Erweiterung von 627 qm auf 650 qm VKF);
- Takko: Verlagerung (inkl. geringfügiger Erweiterung von 443 qm auf 450 qm VKF);
- Deichmann: Verlagerung (ggf. Betreiberwechsel inkl. Verkleinerung von 447 qm auf 400 qm Verkaufsfläche);
- Darüber hinaus soll ein Ladenlokal mit 80 qm Verkaufsfläche den Standort arrondieren (z.B. Blumen, Friseur, Schuster/Schlüsseldienst).

Im Zuge der Neuordnung geht per Saldo ein **Verkaufsflächenzuwachs von rd. 5.300 qm auf sodann bis zu 6.690 qm Verkaufsfläche** einher. Gleichwohl gehen mit der Umstrukturierung eine sortimentsseitige Verschiebung und eine **Erhöhung des nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächenanteils** bzw. eine Reduzierung der aperiodischen (v.a. zentrenrelevanten Bedarf wie v.a. Schuhe) einher.

Der **Sortimentsschwerpunkt des Vorhabens** liegt nach der Umstrukturierung in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel, welche zusammen einen Verkaufsflächenanteil von rd. 57 % aufweisen. Dies bedeutet gegenüber dem Status quo (Verkaufsflächenanteil von rd. 44 % im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich) einen deutlichen Ausbau der nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche um rd. 1.470 qm bzw. eine Verschiebung des Fokus am Standort auf den Bereich Nahversorgung, was funktional den Versorgungsaufgaben eines Grundzentrums entspricht. Demgegenüber wird der Verkaufsflächenanteil der aperiodischen Sortimente am Vorhabenstandort von rd. 2.960 qm auf rd. 2.875 qm Verkaufsfläche (Verkaufsflächenanteil rd. 43 %) leicht reduziert.

Somit zeigt die **Veränderung der Verkaufsflächenstruktur** im Zuge der Umstrukturierung nach den Angaben des Auftraggebers folgendes Bild²:

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch das Vorhaben

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	2.346	1.468	3.814
davon Edeka-Verbrauchermarkt*	1.436	450	1.885
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	710	209	919
davon dm-Drogeriemarkt	0	585	585
davon Zimmermann Sonderposten	200	225	425
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	2.186	873	3.059
davon Edeka-Verbrauchermarkt*	1.356	430	1.785
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	670	189	859
davon dm-Drogeriemarkt	0	80	80
davon Zimmermann Sonderposten	160	175	335
Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	160	595	755
davon Edeka-Verbrauchermarkt	80	20	100
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	40	20	60
davon dm-Drogeriemarkt	0	505	505
davon Zimmermann Sonderposten	40	50	90
aperiodischer Bedarf	2.957	-82	2.875
davon Edeka-Verbrauchermarkt	116	36	153
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	79	23	102
davon dm-Drogeriemarkt	0	65	65
davon Zimmermann Sonderposten	1.245	-270	975
davon Kik	627	23	650
davon Takko	443	7	450
davon Schuh-Fachmarkt	447	-47	400
davon Konzessionär Einzelhandel	0	80	80
Gesamt	5.303	1.386	6.689
davon Edeka-Verbrauchermarkt*	1.552	486	2.038
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	789	232	1.021
davon dm-Drogeriemarkt	0	650	650
davon Zimmermann Sonderposten	1.445	-45	1.400
davon Kik	627	23	650
davon Takko	443	7	450
davon Schuh-Fachmarkt**	447	-47	400
davon Konzessionär Einzelhandel***	0	80	80

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers.

*inkl. Bäckerei. ** aktuell ist ein Deichmann im Bestand vorhanden, Gespräche mit einem neuen Betreiber im Segmente Schuhe laufen derzeit. ***Auch für die Nutzung der Konzessionärsfläche steht noch kein Betreiber fest. Folgende Nutzungen sind denkbar: z.B. Blumen, Friseur, Schuster/Schlüsseldienst.

Tabelle 1: Veränderung der Verkaufsflächenstruktur des Vorhabens

² Ein detaillierte Betrachtung der einzelnen Betriebe mit dem jeweiligen Hauptsortiment erfolgt in Kapitel 6.

Das Vorhaben soll über einen Bebauungsplan mit **Ausweisung als Sondergebiet für den großflächigen Einzelhandel** realisiert werden und ist damit nach **§ 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB** zu beurteilen. Demnach stellen die Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf den Einzelhandel im Untersuchungsraum im Hinblick auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung den Kernpunkt der Beurteilung dar. Darüber hinaus waren die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Niedersachsen und im Landkreis Ammerland (LROP, RROP) zu berücksichtigen.

Auch wenn bei einem Umstrukturierungsvorhaben grundsätzlich das gesamte neue Vorhaben hinsichtlich seiner Gestalt und Ausstrahlungswirkung baurechtlich zu prüfen ist, muss berücksichtigt werden, dass die bestehenden Einzelhandelsnutzungen ihre Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert haben. Daher ist jeweils nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz in der Wirkungsanalyse für die einzelnen Vorhaben prüfungsrelevant, der sich aus der Umstrukturierung des Standorts und der allgemein zu erwartenden Attraktivitätssteigerung ergibt.³ Schließlich ist der am Standort bestehende Einzelhandel bereits heute Bestandteil des Einzelhandelsgefüges.

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Umstrukturierung des etablierten Einzelhandelsstandorts an der Bahnhofstraße 5-18 in der Gemeinde Edewecht durch einen nahezu teilweisen Abriss und Neubau von Immobilien. Im Zuge der Neuordnung geht per Saldo ein Verkaufsflächenzuwachs von rd. 5.300 qm auf sodann bis zu 6.690 qm Verkaufsfläche einher, wobei ausschließlich ein Anstieg bei den periodischen Sortimenten bzw. eine Reduzierung der aperiodischen (v.a. zentrenrelevanten Bedarf wie v.a. Schuhe) zu erwarten ist. Insgesamt umfasst der Verkaufsflächenzuwachs am Standort knapp 1.390 qm Verkaufsfläche. Ferner sollen auf den beiden zukünftigen Immobilien von Edeka und Aldi auf jeweils zwei Etagen zusammen etwa 48 Wohneinheiten umgesetzt werden.

Das Vorhaben soll über einen Bebauungsplan mit Ausweisung als Sondergebiet für den großflächigen Einzelhandel realisiert werden. Prüfungsmaßstab sind damit § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Niedersachsen (LROP, RROP Ammerland).

³ Vgl. u.a. Urteile des OVG Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Struktur

Die **Gemeinde Edewecht** befindet sich im Nordwesten von Niedersachsen und ist dem Landkreis Ammerland zugehörig. Die Gemeinde besteht aus 16 Bauerschaften, wobei die Ortsbereiche Nord Edewecht I, Nord Edewecht II und Süd Edewecht mit ihrem geschlossenen Siedlungsgebiet zusammen den zentralen Ortsteil bilden. Mit dem Ortsteil Friedrichsfehn besteht ferner ein weiterer Siedlungsschwerpunkt in der Gemeinde. Die weiteren Bauerschaft weisen demgegenüber eine geringere Bevölkerungszahl auf und sind deutlich ländlicher geprägt.



Abbildung 6: Lage im Raum

Die Gemeinde Edewecht grenzt an drei Städte und fünf Gemeinden. Das sind die Ammerländer Kommunen Apen, Westerstede und Bad Zwischenahn, die kreisfreie Stadt Oldenburg, die Gemeinde Wardenburg des Landkreises Oldenburg und die Kommunen Bösel, Friesoythe und Barbel des Landkreises Cloppenburg.

Die **verkehrliche Anbindung** erfolgt über die Bundesstraße 401, welche in Ost-West-Richtung im südlichen Gemeindegebiet verläuft und die Gemeinde mit den nächstgelegenen Bundesautobahnen (BAB 28 und BAB 29) verbindet. Als weitere wichtige Erschließungsachsen fungieren die L 828 (Edewecht – Oldenburg), die L 829 (Edewecht – Wittensand) sowie die L 831 (Bad Zwischenahn – Edewecht – Osterlindern). Weitere Kreisstraßen (K 121, K 328, K 140, K 141, K 142) sichern die Anbindung der teils ländlich geprägten Bauernschaften mit den zentralen Siedlungsteilen. Darüber hinaus verkehren inner- sowie überörtliche Buslinien, die die umliegenden Gemeinden und Städte in regelmäßigen Abständen an Edewecht anbinden. Ein Bahnhof ist in Edewecht nicht mehr vorzufinden.

Im Regionalen Raumordnungsprogramm für den Landkreis Ammerland werden **zwei Grundzentren innerhalb der Gemeinde Edewecht** festgelegt. Derzeit befindet sich das Einzelhandelskonzept der Gemeinde Edewecht, in welchem die Kongruenzräume der beiden Grundzentren final definiert werden, in Aufstellung. Daher wird im Folgenden auf die vom Landkreis Ammerland definierten teillörtlichen Verflechtungsbereiche i.S.v. potenziellen⁴ Kongruenzräumen zurückgegriffen:

- **(Potenzieller) Kongruenzraum GZ Edewecht:** Nord-Edewecht I, Nord-Edewecht II, Süd-Edewecht, Husbäke, Jeddelloh I, Jeddelloh II, Osterscheps, Portsloge, Süddorf, Westerscheps und Wittenberge.
- **(Potenzieller) Kongruenzraum GZ Friedrichsfehn:** Friedrichsfehn, Wildenloh, Kleefeld und Klein Scharrel.

Generell haben Grundzentren die Aufgabe, zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des allgemeinen täglichen Grundbedarfs vorrangig für den eigenen Verflechtungsbereich bereitzustellen.

Die **nächstgelegenen höherrangigen Zentralen Orte** sind das Oberzentrum Oldenburg (östlich angrenzend), das Mittelzentrum Bad Zwischenahn (nördlich angrenzend) sowie das Mittelzentrum Friesoythe (südlich angrenzend).

⁴ Nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner dürfte in Zuge der Überarbeitung / Konkretisierung der Kongruenzräume in Bezug auf das Grundzentrum Edewecht keine Verschlechterung i.S.d. Verkleinerung des bisherigen teillörtlichen Verflechtungsbereichs zu erwarten sein. So bündeln sich in diesem Grundzentrum zahlreiche Einrichtungen auch teils mit gesamtörtlicher Relevanz (z.B. Rathaus).

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die **Bevölkerungsentwicklung** in der Gemeinde Edewecht verlief seit 2016 mit einem Wachstum von rd. +0,7 % p.a. positiv und liegt damit auf einem Niveau mit der Entwicklung im Landkreis Ammerland (+0,7 % p.a.). Im Vergleich zum Land Niedersachsen (+0,2 % p.a.) entwickelte sich die Einwohnerzahl in Edewecht gleichwohl deutlich dynamischer. In den umliegenden Gemeinden und Städten ist ebenfalls eine positive Einwohnerentwicklung zu beobachten (zw. +0,5 % p.a. und +0,9 % p.a.).

Insgesamt lebten nach Angaben des Statistischen Landesamts in Edewecht Anfang 2021

gut 22.550 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Edewecht im Vergleich

Stadt/ Gemeinde, Landkreis, Land			+/- 16/21		Veränderung
	2016	2021	abs.	in %	p.a. in %
Edewecht	21.827	22.556	729	3,3	0,7
Bad Zwischenahn (Stadt)	28.204	29.129	925	3,3	0,6
Friesoythe (Stadt)	21.918	22.512	594	2,7	0,5
Apen	11.334	11.827	493	4,3	0,9
Barßel	12.714	13.192	478	3,8	0,7
Oldenburg (Stadt)	163.830	169.605	5.775	3,5	0,7
Landkreis Ammerland	121.435	125.643	4.208	3,5	0,7
Niedersachsen	7.926.599	8.003.421	76.822	1,0	0,2

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Edewecht kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research⁵, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren, davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren positiv entwickeln werden. Im Jahr 2024 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Edewecht daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

etwa 22.970 Einwohnern.

Edewecht verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**⁶ von 100,6. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Ammerland (100,4) sowie zum Landesdurchschnitt (99,6) leicht überdurchschnittlich aus.

⁵ Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2021. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 14. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

⁶ Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021. Durchschnitt Deutschland=100.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der weiter positiven Einwohnerentwicklung sowie der leicht überdurchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Edeweicht. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

Das RROP für den Landkreis Ammerland legt innerhalb der Gemeinde Edeweicht mit Edeweicht und Friedrichsfehn zwei Grundzentren fest.

4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabenspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Edewecht übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld, vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Darüber hinaus ist das eigene Filialnetz der Ankermieter zu berücksichtigen.

4.2 Wettbewerb im Raum

Der Großteil der künftigen Verkaufsfläche am Vorhabenstandort wird künftig auf den EDEKA-Verbrauchermarkt, den Aldi-Lebensmitteldiscounter, einen dm-Drogeriemarkt und somit den nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich entfallen. Im Wettbewerb steht das Vorhaben demnach v.a. mit den typgleichen/typähnlichen Verbrauchermärkten (bzw. Vollsortimentern), Lebensmitteldiscountern sowie Drogeriemärkten, die in einer ähnlichen Größenordnung wie die künftigen Anbieter agieren (oder größer). Dies ist auf die weitreichende Angebotsüberschneidung sowie die ähnliche Aufstellung der Märkte hinsichtlich der Angebotsbreite als auch -tiefe, deren Aufbereitung und die jeweilige Preiskategorie der angebotenen Waren zurückzuführen.

Nachfolgende Darstellung enthält die strukturprägenden Lebensmittelanbieter und Drogeriemärkte (Verkaufsfläche > 400 qm) innerhalb des Untersuchungsraums. Die vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Raum verdeutlicht, dass **innerhalb des Gemeindegebiets von Edewecht** bereits ein dichtes Angebotsnetz aus Anbietern des nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereichs besteht. Die örtlichen Angebotsstrukturen der kurzfristigen Warensortimente sind durch einen vielfältigen Betriebstypenmix geprägt und beziehen sich auf die beiden grundzentralen Ortsteile Edewecht und Friedrichsfehn. Neben dem Vorhabenareal im zentralen Versorgungsbereich Nord (u.a. Edeka und Aldi) sind im Grundzentrum Edewecht noch ein Rewe-Verbrauchermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter im ZVB Edewecht Süd sowie zwei solitär agierende strukturprägende Lebensmittelmärkte (Netto-Lebensmitteldiscounter und Combi-Verbrauchermarkt) ansässig. Im Grundzentrum Friedrichsfehn besteht

ein weiterer zentraler Versorgungsbereich um die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Edeka und Aldi sowie einem dm-Drogeriemarkt.

Außerhalb des Gemeindegebiets verzeichnen das östlich angrenzende Oberzentrum Oldenburg als auch die beiden Mittelzentren Bad Zwischenahn (nördlich angrenzend) und Friesoythe (südlich angrenzend) ein dichtes Nahversorgungsnetz. Auch die Grundzentren Barßel (westlich angrenzend) und Bösel (südlich angrenzend) weisen ein ihrer zentralörtlichen Zuordnung funktionsgerechtes Angebot auf.

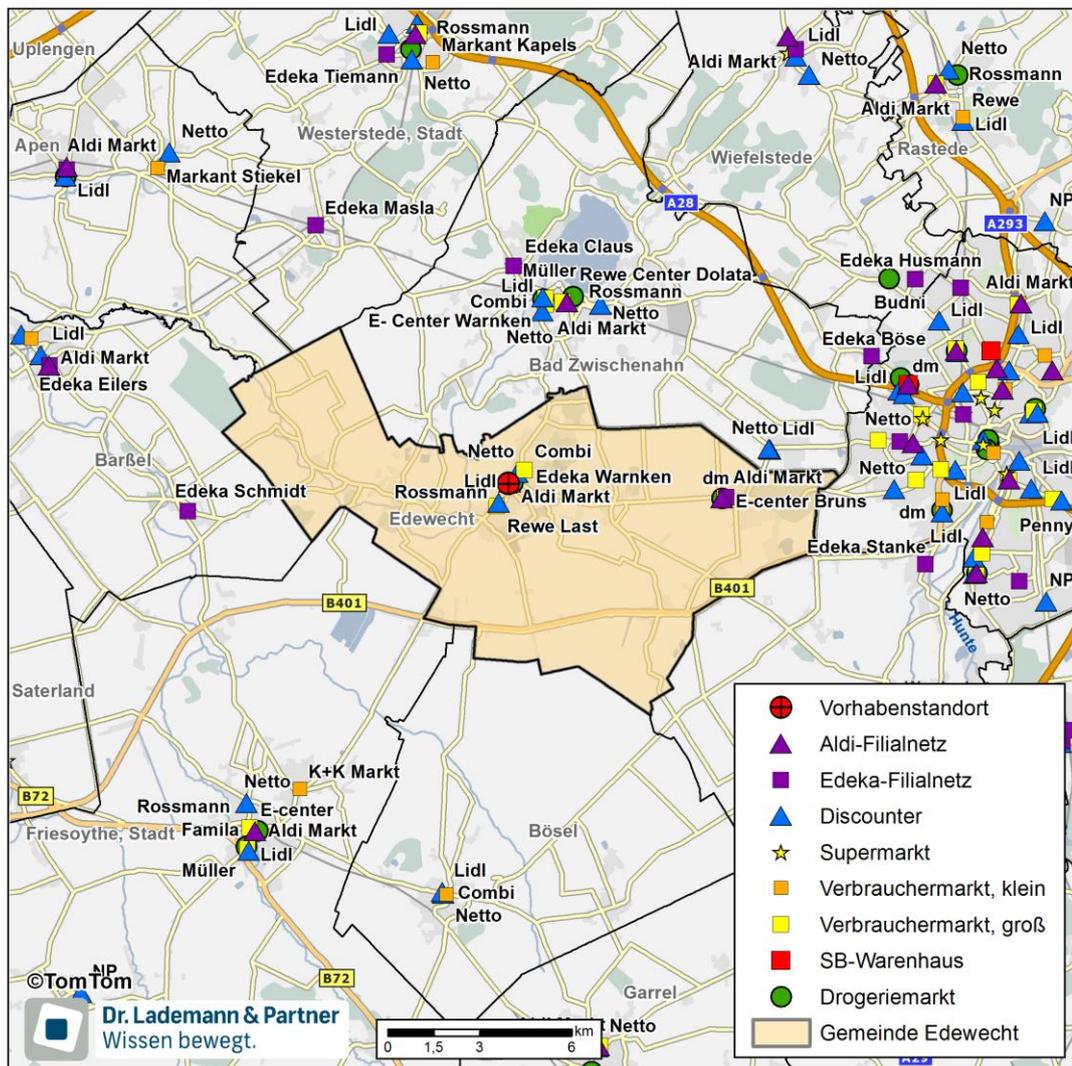


Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer intensiven vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation im Raum auszugehen, die sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt.

4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

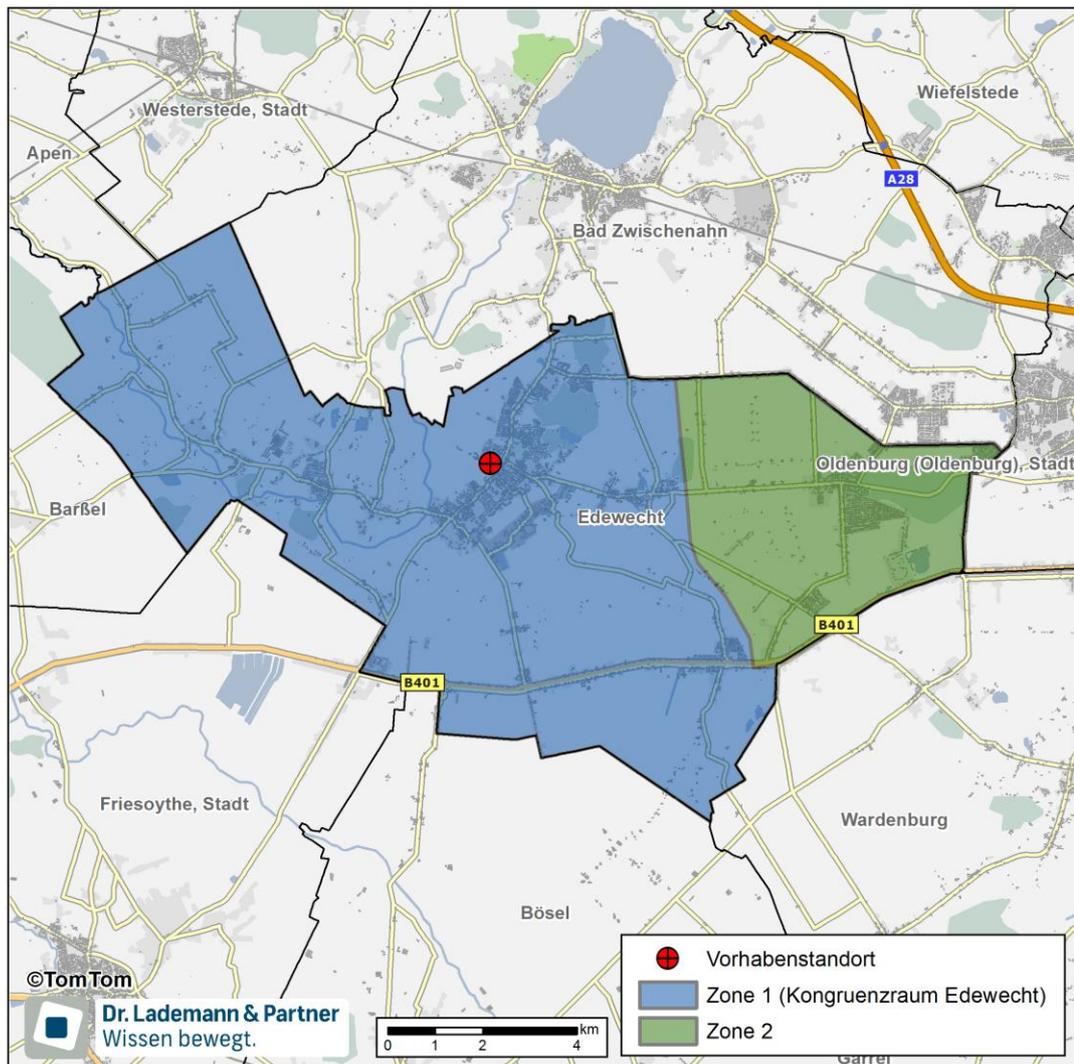


Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens

Das **Einzugsgebiet des Vorhabens** erstreckt sich ausschließlich über das Gemeindegebiet von Edewecht und verdeutlicht die Nahversorgungsfunktion des Vorhabenstandorts. Die **Zone 1** umfasst dabei die Siedlungsbereiche bzw. Bauernschaften Nord-Edewecht I, Nord-Edewecht II, Süd-Edewecht, Husbäke, Jeddelloh I, Jeddelloh II, Ostercheps, Portsloge, Süddorf, Westerscheps und Wittenberge (= potenzieller Kongruenzraum des GZ Edewecht). Der **Zone 2** gehören ferner die Siedlungsbereiche bzw. Bauernschaften Friedrichsfehn, Wildenloh, Kleefeld und Klein Scharrel an (= potenzieller Kongruenzraum des GZ Friedrichsfehn). Zwar befinden sich hier mit dem

Verbundstandort um Edeka, Aldi und dm eine vergleichbare Konstellation im Bereich der Nahversorgung, da allerdings im Grundzentrum Friedrichsfehn ergänzende Fachmärkte fehlen, kann davon ausgegangen werden, dass das Gesamtvorhaben, welches im zentralen Versorgungsbereich eingebettet ist, auch auf die östlichen Siedlungsbereiche von Edewecht ausstrahlen wird. Eine weitere räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets in das Umland ist angesichts der intensiven Wettbewerbssituation in den umliegenden zentralen Orten nicht realistisch.

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit gut 22.550 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem wachsenden **Einwohnerpotenzial in Edewecht** bis zum Jahr 2024 ausgegangen werden von insgesamt

knapp 23.000 Einwohnern.

Einzugsgebiet des Umstrukturierungsvorhabens in Edewecht

Bereich	2021	2024
Zone 1	15.488	15.770
Zone 2	7.068	7.200
Einzugsgebiet (= Gemeinde Edewecht)	22.556	22.970

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft⁷ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabebesatzes beträgt das **Nachfragepotenzial** für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 151,9 Mio. €.

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2024 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungszuwächse von einer **Erhöhung des Nachfragepotenzials auszugehen auf**

rd. 154,7 Mio. € (+2,8 Mio. €).

Davon entfallen rd. 83,6 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf, wovon das Segment der Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) mit rd. 73,0 Mio. € wiederum den Großteil einnimmt.

⁷ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2021.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2024 in Mio. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Periodischer Bedarf	57,4	26,2	83,6
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	50,1	22,9	73,0
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	7,3	3,3	10,7
Aperiodischer Bedarf*	48,8	22,3	71,1
davon Bekleidung/Wäsche	9,2	4,2	13,4
davon Schuhe, Lederwaren	2,4	1,1	3,5
davon Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	11,6	5,3	16,9
davon sonstiger aperiodischer Bedarf	25,5	11,7	37,2
Gesamt	106,2	48,5	154,7

Quelle: Eigene Berechnungen. *ohne Möbel.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Für das Vorhaben ist von einer hohen Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen, was sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens im Jahr 2024 knapp 23.000 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit auf rd. 155 Mio. € (rd. + 3 Mio. €) ansteigen. Davon entfallen rd. 83,6 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf, wovon das Segment der Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) mit rd. 73,0 Mio. € wiederum den Großteil einnimmt.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb sowie direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert.

5.1 Nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Umsatzstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im März 2022 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands⁸ im prospektiven Einzugsgebiet⁹ des Vorhabens durchgeführt.

Als vorhabenrelevante Sortimente wurden insbesondere die Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)
- Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel

identifiziert.

Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

5.1.1 Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) von

rd. 11.740 qm

vorgehalten.

Mit rd. 3.330 qm nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf den zentralen Versorgungsbereich ZVB Friedrichsfehn in der Zone 2. In dem

⁸ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung), Drogeriewaren/Gesundheits- und Pflegeartikel.

⁹ Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 4 erläutert vorgenommen und umfasst das Gemeindegebiet von Edewecht.

Hauptzentrum des Grundzentrums Friedrichsfehn sind neben einem Edeka-Verbrauchermarkt noch ein Aldi-Lebensmitteldiscounter sowie weitere kleinteilige Lebensmittelbetriebe ansässig. Einen weiteren Handelsschwerpunkt stellt mit rd. 2.400 qm Verkaufsfläche der **ZVB Edeweicht Nord** in der Zone 1 dar. Mit dem Edeka-Verbrauchermarkt sowie dem Aldi-Lebensmitteldiscounter sind flächengrößten Anbieter im Segment der Nahversorgung dem Umstrukturierungsvorhaben zugehörig. Darüber hinaus ergänzen noch kleinteilige Einzelhandel das Angebot. Auch der **ZVB Edeweicht Süd** weist mit rd. 2.520 qm Verkaufsfläche im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) nennenswerte Handelsstrukturen auf. Als Hauptmagnetbetriebe agieren hier ein Rewe-Verbrauchermarkt sowie ein Lidl-Lebensmitteldiscounter. Des Weiteren sind in den **sonstigen Lagen der Zone 1** mehrere Nahversorgungsbetriebe in jeweils solitärer Lage ansässig. Von den rd. 3.390 qm Verkaufsfläche im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) entfällt der Großteil auf einen Combi-Verbrauchermarkt sowie einen Netto-Lebensmitteldiscounter. Demgegenüber ist das Angebot in den **sonstigen Lagen der Zone 2** (rd. 100 qm Verkaufsfläche) kleinteilig strukturiert.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets

Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
ZVB Edeweicht Nord	2.400	12,9
ZVB Edeweicht Süd	2.520	14,2
Streulage	3.390	13,5
Zone 1	8.310	40,6
ZVB Friedrichsfehn	3.330	16,9
Streulage	100	0,7
Zone 2	3.430	17,7
Einzugsgebiet gesamt	11.740	58,3

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)

Der **Brutto-Umsatz** im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 58,3 Mio. €.

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt mit rd. 16,9 Mio. € auf den ZVB Friedrichsfehn um die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Edeka und Aldi. Auch der ZVB Edeweicht Nord (rd. 12,9 Mio. €) sowie der ZVB Edeweicht Süd (rd. 14,2 Mio. €) weisen ebenfalls nennenswerte Umsatzstrukturen im Segment Nahrungs- und

Genussmittel (inkl. Tiernahrung) auf. Auf die Betriebe in den sonstigen Lagen der Zone 1 sowie den sonstigen Lagen der Zone 2 entfallen demgegenüber rd. 13,5 Mio. € bzw. rd. 0,7 Mio. €.

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.000 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den umsatzstarken Lebensmitteldiscountern getrieben.

Daraus resultiert eine **Einzelhandelszentralität** im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) von rd. 81 % für das Einzugsgebiet bzw. der Gemeinde Edewecht, die auf Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Einzugsgebiets hindeutet und u.a. auf die Nähe zu Oldenburg (Arbeitsplatzschwerpunkt) und Bad Zwischenahn (Sonntags geöffnet) zurückzuführen ist. Durch eine weitere Bindung von Kaufkraft am Vorhabenstandort können somit Versorgungsfahrten und damit auch der Verkehr insgesamt reduziert werden.

Auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 11.740 qm im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 58,3 Mio. € Umsatz generiert. Im Kongruenzraum des Grundzentrums Edewecht (= Zone 1) liegt die Zentralität bei rd. 83 %.

5.1.2 Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel** von

rd. 1.880 qm

vorgehalten.

Mit rd. 880 qm Verkaufsfläche sowie rd. 640 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche ZVB Friedrichsfehn und ZVB Edewecht Nord. Hier ist mit einem dm-Drogeriemarkt (ZVB Friedrichsfehn) sowie einem Rossmann-Drogeriemarkt (ZVB Edewecht Nord) jeweils ein Drogeriemarkt ansässig. Zudem wird das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel in den einzelnen Lagen noch durch Angebote im Randsortiment der strukturprägenden Lebensmittelbetrieben sowie durch insgesamt drei Apotheken innerhalb des Einzugsgebiets ergänzt.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikeln innerhalb des Einzugsgebiets

Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
ZVB Edewecht Nord	640	3,2
ZVB Edewecht Süd	160	1,2
Streulage	200	1,1
Zone 1	1.000	5,4
ZVB Friedrichsfehn	880	5,3
Streulage	0	0,0
Zone 2	880	5,3
Einzugsgebiet gesamt	1.880	10,7

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel

Der **Brutto-Umsatz** im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 10,7 Mio. €.

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt mit rd. 5,3 Mio. € auf den ZVB Friedrichsfehn. Neben dem Drogeriemarkt dm sowie einer Apotheke wird der Umsatz auch durch die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Edeka und Aldi jeweils im Randsortiment mit geprägt. Auch der ZVB Edewecht Nord weist mit rd. 3,2 Mio. € ebenfalls nennenswerte Umsatzstrukturen im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel auf. Als einziger Betrieb mit dem Hauptsortiment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel agiert hier ein Rossmann-Drogeriemarkt. Auf die Betriebe im ZVB Edewecht Süd (rd. 1,2 Mio. €) sowie in den sonstigen Lagen der Zone 1 entfallen demgegenüber rd. 1,2 Mio. € bzw. rd. 1,1 Mio. €. Ein Drogeriemarkt ist in diesen Lagen nicht ansässig. Das Angebot wird dabei jeweils durch eine Apotheke sowie das Randsortiment der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe geprägt. In den sonstigen Lagen der Zone 2 wird das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel derzeit nicht angeboten.

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.700 € je qm Verkaufsfläche und wird dabei vor allem von den umsatzstarken Apotheken getragen (nur freiverkäufliche Arzneimittel).

Daraus resultiert eine **Einzelhandelszentralität** im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel von rd. 102 % für das Einzugsgebiet bzw. der Gemeinde Edewecht, welche auf eine ausgeglichene Angebotsstruktur hindeutet. Mit Blick auf die beiden Zonen bzw. den Kongruenzräumen der beiden Grundzentren Edewecht (= Zone

1) und Friedrichsfehn (= Zone 2) zeigt sich, dass bei einer Zentralität von 160 % im Grundzentrum Friedrichsfehn bereits heute deutliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Kongruenzraums erfolgen. Demgegenüber liegt die Zentralität im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel für das Grundzentrum Edewecht bei lediglich 76 %. Es bestehen somit deutliche Kaufkraftabflüsse. Diese Schiefelage verdeutlicht, dass das Grundzentrum Edewecht durch Kaufkraftrückholung noch Potenziale im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel zur Verfügung stehen, um ein angemessenes Zentralitätsniveau zu erreichen. Hier kann die Vorhabenkomponente der Ansiedlung eines Drogeriemarkts einen wichtigen Beitrag leisten.

Auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.880 qm im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 10,7 Mio. € Umsatz generiert. Im Kongruenzraum des Grundzentrums Edewecht (= Zone 1) liegt die Zentralität bei rd. 76 %.

5.1.3 Zusammenfassende Darstellung der nahversorgungsrelevanten Versorgungsstruktur im Einzugsgebiets

Die Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich stellt sich wie folgt dar (jeweils ohne aperiodische Randsortimente):

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
ZVB Edewecht Nord	3.040	16,1
ZVB Edewecht Süd	2.680	15,3
Streulage	3.590	14,6
Zone 1	9.310	46,1
ZVB Friedrichsfehn	4.210	22,2
Streulage	100	0,7
Zone 2	4.310	22,9
Einzugsgebiet gesamt	13.620	69,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf innerhalb des Einzugsgebiets

Die **Zentralität im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf** liegt im Einzugsgebiet insgesamt bei insgesamt rd. 84 % bzw. bei rd. 82 % in der Zone 1 und rd. 89 % in der Zone 2.

Betrachtet man die **Versorgungsstruktur** im Einzugsgebiet unter Berücksichtigung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe, lässt sich ein ausgeglichenes Verhältnis der Betriebstypen innerhalb des Einzugsgebiets feststellen: derzeit stehen insgesamt vier Lebensmitteldiscounter vier vollsortimentierten Anbietern gegenüber. Zudem weist sowohl das Grundzentrum Edeweicht als auch das Grundzentrum Friedrichsfehn jeweils einen Drogeriemarkt auf.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte) und Drogeriemärkte innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

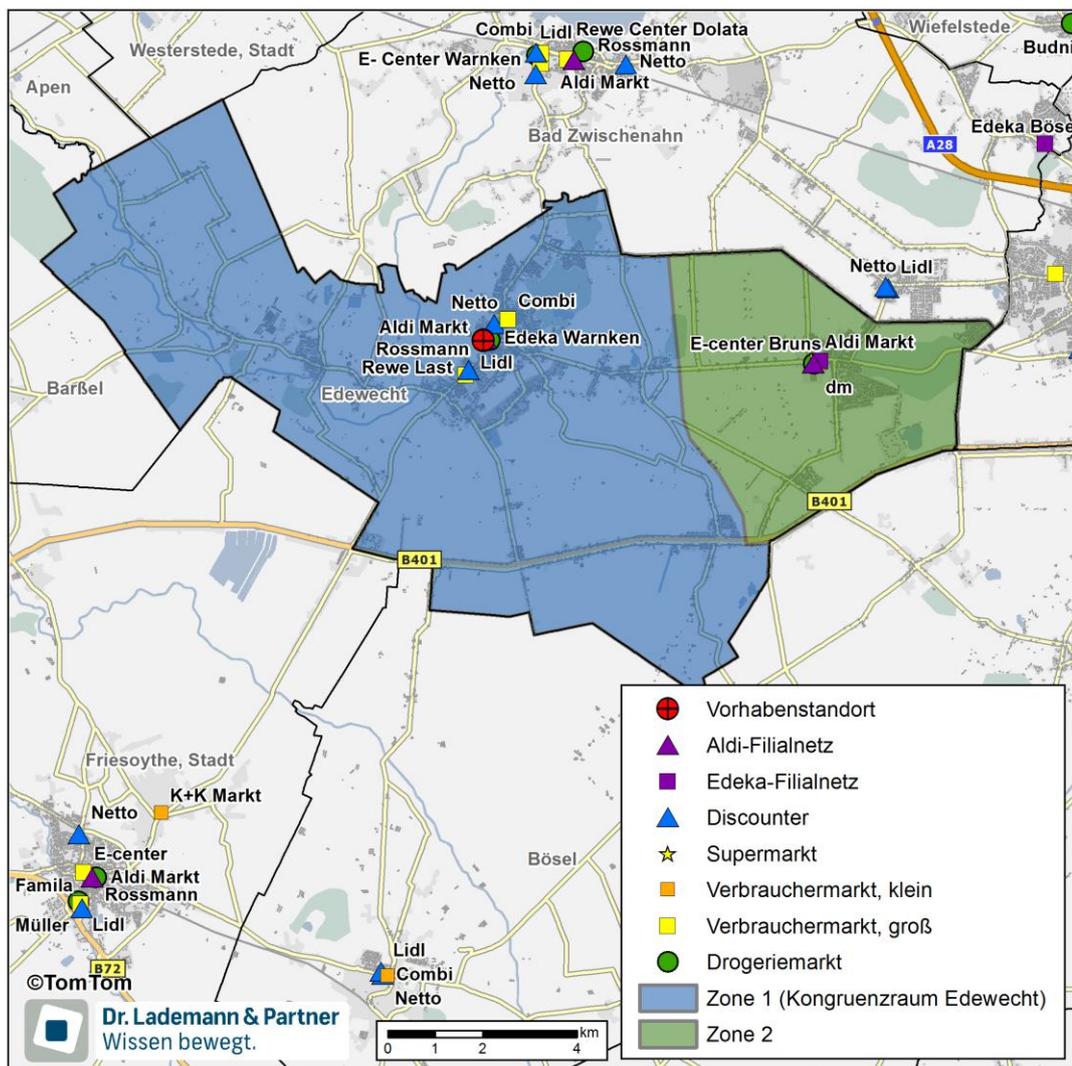


Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation

Die flächengrößten nahversorgungsrelevanten Anbieter (nur strukturprägende Lebensmittelmärkte > 400 qm Verkaufsfläche) sowie Drogeriemärkte im Einzugsgebiet sind neben den Vorhabenkomponenten an der Bahnhofstraße in Edewecht (Edeka, Aldi):

Zone 1:

- Rossmann-Drogeriemarkt, Bahnhofstraße 3 in Edewecht (ZVB Edewecht Nord);
- Rewe-Verbrauchermarkt, Hauptstraße 101 in Edewecht (ZVB Edewecht Süd);
- Lidl-Lebensmitteldiscounter, Hauptstraße 99 in Edewecht (ZVB Edewecht Süd);
- Combi-Verbrauchermarkt, Hauptstraße 36 in Edewecht (sonstige Lage);
- Netto-Lebensmitteldiscounter, Eichenallee 1 in Edewecht (sonstige Lage).

Zone 2:

- Edeka-Verbrauchermarkt, Friedrichsfehner Straße 3 in Edewecht (ZVB Friedrichsfehner);
- Aldi-Lebensmitteldiscounter, Friedrichsfehner Straße 1 in Edewecht (ZVB Friedrichsfehner);
- dm-Drogeriemarkt, Friedrichsfehner Straße 1b in Edewecht (ZVB Friedrichsfehner).

Insgesamt werden im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 13.620 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 69,0 Mio. € Umsatz generiert (jeweils ohne aperiodische Randsortimente). Eine unterdurchschnittliche Zentralität deutet auf aktuelle Kaufkraftabflüsse und noch bestehende Entwicklungspotenziale hin.

5.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen innerhalb und direkt außerhalb des Einzugsgebiets

Im Folgenden sollen die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche dargestellt und hinsichtlich ihrer Leistung und Stabilität beurteilt werden. Da sich das kommunale Einzelhandelskonzept der Gemeinde Edewecht noch in Aufstellung befindet, wird im Folgenden auf die Zentrenstruktur aus dem Regionalen Einzelhandelskonzept des Landkreises Ammerland aus dem Jahr 2010 zurückgegriffen. Demnach bestehen in

der Gemeinde Edewecht drei zentrale Versorgungsbereiche/integrierte Lagen (ZVB Edewecht Nord, ZVB Edewecht Süd, ZVB Friedrichsfehn).

5.2.1 Einzelhandelslagen innerhalb des Einzugsgebiets

ZVB Edewecht Nord

Der **zentrale Versorgungsbereich Edewecht Nord** befindet sich im nördlichen Kernort des Grundzentrums Edewecht und umfasst die Hauptlagen entlang der Hauptstraße ausgehend von der St. Nikolai-Kirche im Norden bis zur Edewechter Tankstelle im Süden (Hauptstraße 81). Ferner ist noch die etablierte Einzelhandelslage an der Bahnhofstraße und somit das Vorhabenareal dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen. Aufenthaltsqualitäten sind vor allem mit dem Bereich am Marktplatz sowie vereinzelt entlang der Hauptstraße ausgeprägt.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Zentrums ist sowohl mit dem PKW als auch mit dem ÖPNV als sehr gut einzustufen. Zudem besteht eine Vielzahl von Parkmöglichkeiten straßenbegleitend sowie den Fach- und Lebensmittelmärkten vorgelagert. Die fußläufige Erreichbarkeit als auch per Rad ist aus den umliegenden Siedlungsbereichen ebenfalls gegeben.



Abbildung 10: Blick entlang der Hauptstraße im ZVB Edewecht Nord

Die **Einzelhandelsstruktur** innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wird überwiegend durch Güter des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches geprägt und kann in zwei Lagebereiche untergliedert werden: Während im Bereich der Bahnhofstraße zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte (Aldi, Edeka) sowie mehrere Fachmärkte (u.a. Takko, Deichmann, Kik, Zimmermann Sonderposten) ansässig sind, ist der Bereich entlang der Hauptstraße vornehmlich durch kleinteilige Ladenlokale (überwiegend inhabergeführt) geprägt. Ein durchgängiger Besatz ist in der aufgelockerten

Bebauungsstruktur innerhalb des Zentrums nicht ausgeprägt. Zudem wurden zum Zeitpunkt der Begehung (vereinzelt) kleinteilige Leerstände angetroffen. Ein strukturelles Problem ist jedoch nicht zu erkennen bzw. daraus abzuleiten.



Abbildung 11: Rossmann-Drogeriemarkt im ZVB Edewecht Nord

Mit Blick auf den **periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich** sind im zentralen Versorgungsbereich Edewecht Nord zwei strukturprägende Lebensmittelbetriebe ansässig. Dabei handelt es sich um einen Edeka-Verbrauchermarkt und einen Aldi-Lebensmitteldiscounter, welche eine wichtige Magnetfunktion für den zentralen Versorgungsberiech übernehmen und beide dem Umstrukturierungs- bzw. Prüfvorhaben zuzuordnen sind. Zudem wird der Standortbereich im periodischen Bedarf durch einen Rossmann-Drogeriemarkt (Bahnhofstraße 3) sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks ergänzt.



Abbildung 12: Geschäftshäuser entlang der Hauptstraße im ZVB Edewecht Nord

Insgesamt wird im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf einer Verkaufsfläche von gut 3.000 qm innerhalb des zentralen

Versorgungsbereichs Edewecht Nord ein Umsatz von rd. 16,1 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).¹⁰

Neben dem Einzelhandel sind in dem zentralen Versorgungsbereich eine Reihe von **ergänzenden Komplementärangeboten** vorhanden, welche generell zur Attraktivität sowie Anziehungskraft des Zentrums beitragen. Hierunter fallen u.a. ergänzende Dienstleistungsbetriebe, ärztliche Einrichtungen sowie gastronomische Angebote. Frequenzen werden zudem über das Rathaus sowie den Marktplatz erzeugt.

Dem zentralen Versorgungsbereich Edewecht Nord kann insgesamt ein attraktiver Branchen-Mix attestiert werden, welcher durch eine Reihe von ergänzenden Komplementärangeboten abgerundet wird. Im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf sichern vor allem zweistrukturprägende Lebensmittelbetriebe die Funktionsfähigkeit des Zentrums ab. Vor diesem Hintergrund kann der zentrale Versorgungsbereich insgesamt als stabil angesehen werden und wird zudem durch das Umstrukturierungsvorhaben im Bereich der Bahnhofstraße eine Aufwertung erfahren.

ZVB Edewecht Süd (innerhalb des Einzugsgebiets)

Der **zentrale Versorgungsbereich Edewecht Süd** befindet sich im südlichen Kernort des Grundzentrums Edewecht in rd. 1 km Entfernung zum Vorhabenareal. Dabei erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich auf einer Länge von rd. 800 m entlang der Hauptstraße ausgehend von der Straße Am Esch im Norden bis zur Blumenstraße im Süden. Die städtebauliche Struktur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist durch Wohnhäuser sowie funktionale Gewerbeeinheiten in aufgelockerter Bauweise geprägt. Ferner sind auch keine Plätze zum Verweilen sowie nur eine geringe Stadtmöblierung vorhanden.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** wird durch die L 831 (Hauptstraße) bestimmt, welche als zentrale Achse den Ortsteil durchzieht und in Verbindung mit der L 829 auch für die peripheren Bauerschaften im westlichen Siedlungsbereich von Edewecht als Anbindung fungiert. Das Stellplatzangebot ist den Betrieben zumeist direkt vorgelagert sowie straßenbegleitend vorhanden. Darüber hinaus ist sowohl das ÖPNV-Angebot als auch die fußläufige Erreichbarkeit sowie mit dem Fahrrad gegeben.

Die **Einzelhandelsstruktur** innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wird insbesondere durch die beiden strukturprägenden Lebensmittelmärkte geprägt, welche die wohnortnahe Grundversorgung für die Bewohner im südlichen Siedlungsbereich des Kernorts von Edewecht sichern. Dabei weisen sowohl der Rewe-Verbrauchermarkt (inkl. Getränkemarkt) als auch der Lidl-Lebensmitteldiscounter eine zeitgemäße

¹⁰ Davon entfallen rd. 12,9 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel/ sonstiger periodischer Bedarf (rd. 2.400 qm Verkaufsfläche) und rd. 3,2 Mio. € auf das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel (rd. 640 qm Verkaufsfläche).

Marktperformance auf. Darüber hinaus sind im Bereich der Nahversorgung noch eine Bäckerei sowie eine Apotheke innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ansässig.



Abbildung 13: Lidl-Lebensmitteldiscounter im ZVB Edewecht Süd

Insgesamt wird im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf einer Verkaufsfläche von rd. 2.680 qm innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Süd ein Umsatz von rd. 15,3 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).¹¹



Abbildung 14: Rewe-Verbrauchermarkt im ZVB Edewecht Süd

Das Einzelhandelsangebot im aperiodischen Bedarfsbereich wird durch vereinzelte inhabergeführte Fachgeschäfte gewährleistet und nimmt eine ergänzende Funktion ein. Verkaufsflächenseitig entfällt der Schwerpunkt im aperiodischen Bedarf auf das Modehaus Schulte. Mit dem ehemaligen Kik-Markt im südlichen Bereich des Zentrums

¹¹ Davon entfallen rd. 14,2 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel/ sonstiger periodischer Bedarf (rd. 2.520 qm Verkaufsfläche) und rd. 1,2 Mio. € auf das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel (rd. 160 qm Verkaufsfläche).

(Hauptstraße 123) besteht ein markanter Leerstand. Derzeitige Planungen sehen für den Standort eine Nachnutzung im Bereich Wohnen vor.

Der zentrale Versorgungsbereich Edewecht Süd weist eine starke Ausrichtung auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf. Hauptmagnetbetriebe sind die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Rewe-Verbrauchermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter, welche durch kleinteilige Betriebe sowie einem ergänzenden Geschäftsbesatz im Bereich Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt werden. Insgesamt kann der zentrale Versorgungsbereich somit als stabil und voll funktionsfähig eingestuft werden.

ZVB Friedrichsfehn (innerhalb des Einzugsgebiets)

Der **zentrale Versorgungsbereich Friedrichsfehn** befindet sich im Kernort des Grundzentrums Friedrichsfehn in rd. 7 km Entfernung zum Vorhabenareal. Dieser erstreckt sich auf einer Länge von rd. 850m entlang der Friedrichsfehner Straße ausgehend von der Straße Am Ortsrand im Westen im Bereich des Kreisverkehrs bis zur Brüderstraße im Osten. Die städtebauliche Struktur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist durch Wohnhäuser sowie funktionale Gewerbeeinheiten in aufgelockelter Bauweise geprägt. Aufenthaltsqualitäten sind insbesondere im Bereich des Dorfplatzes ausgeprägt.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** wird durch die L 828 (Friedrichsfehner Straße) bestimmt, welche als zentrale Achse den Ortsteil durchzieht. Das Stellplatzangebot ist den Betrieben zumeist direkt vorgelagert sowie straßenbegleitend vorhanden. Darüber hinaus ist sowohl das ÖPNV-Angebot als auch die fußläufige Erreichbarkeit sowie mit dem Fahrrad gegeben.



Abbildung 15: Edeka-Verbrauchermarkt im ZVB Friedrichsfehn

Der **Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots** liegt dabei im **nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich, wo auf einer Verkaufsfläche von rd.**

4.210 qm ein Umsatz von 22,2 Mio. € generiert wird.¹² Insgesamt befinden sich im westlichen Bereich des Zentrums zwei strukturprägende Lebensmittelbetriebe (Edeka und Aldi) an einem gemeinsamen Standort, welche als maßgebliche Magnetbetriebe für die Handelslage fungieren und einen modernen sowie leistungsfähigen Marktauftritt aufweisen. Mit einem dm-Drogeriemarkt besteht darüber hinaus ein weiterer Magnetbetrieb an diesem Standort, welcher die Anziehungskraft der Handelslage noch einmal verstärkt. Während somit der westliche Bereich durch (großflächigen) Nahversorgungsbetriebe geprägt wird, ist im östlichen Bereich eine höhere Multifunktionalität mit kleinteiligen Ladenlokale (überwiegend inhabergeführt) aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie ausgeprägt. Leerstehende Ladenlokale wurden zum Zeitpunkt der Begehung nicht identifiziert.



Abbildung 16: Aldi-Lebensmitteldiscounter im ZVB Friedrichsfehn

Der zentrale Versorgungsbereich Friedrichsfehn ist durch zwei Teilbereiche mit einer unterschiedlichen Einzelhandelsstruktur gekennzeichnet. Während vor allem der westliche Bereich mehrere Magnetbetriebe aus dem Bereich der Nahversorgung aufweist, ist die östliche Handelslage als ein multifunktionaler Standortbereich mit einem kleinteiligen Geschäftsbesatz einzustufen.

5.2.2 Einzelhandelslagen außerhalb des Einzugsgebiets

Da das Vorhaben voraussichtlich einen gewissen Teil seines Umsatzes aus der Rückholung bisheriger Kaufkraftabflüsse generiert, sind ebenfalls die nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in den umliegenden **zentralen Versorgungsbereichen direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets** der Mittelzentren Bad Zwischenahn und Friesoythe bei der Wirkungsprognose zu berücksichtigen. Daher wurden im

¹² Davon entfallen rd. 16,9 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel/ sonstiger periodischer Bedarf (rd. 3.330 qm Verkaufsfläche) und rd. 5,3 Mio. € auf das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel (rd. 880 qm Verkaufsfläche).

Folgenden auch die Standortlagen **ZVB Hauptzentrum Ortsmitte (inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof) in der Stadt Bad Zwischenahn**¹³ sowie der **ZVB Innenstadt (inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) in der Stadt Friesoythe**¹⁴ hinsichtlich ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Ausgangslage untersucht.

ZVB Hauptzentrum Ortsmitte (inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof) in der Stadt Bad Zwischenahn

Der **zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Ortsmitte** befindet sich in rd. 7 km Entfernung zum Vorhabenstandort in der Bahnhofstraße in Edewecht und übernimmt die Funktion eines Hauptzentrums für die Stadt Bad Zwischenahn. Dabei umfasst der zentrale Versorgungsbereich die Einkaufslagen im Bereich In der Horst, Petersstraße, Bahnhofstraße und Lange Straße. Der dichteste Handelsbesatz erstreckt ausgehend vom Marktplatz entlang der Petersstraße und der Straße In der Horst bis zum Kurpark. Hier sind eine Vielzahl inhabergeführten als auch filialisierten Einzelhandelsbetrieben mit Schwerpunkt im mittelfristigen bzw. zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. Bekleidung/ Wäsche) ansässig. Demgegenüber lässt die Einzelhandelsdichte entlang der Langen Straße spürbar nach und wird durch einen großflächigen Leerstand (ehemals Möbelhaus Behrens) getrübt. Gleichwohl sind mit dem Modehaus Ceka, dem Gartenmarkt Ostmann sowie dem Schuhhaus Reins im südlichen Bereich der Langen Straße (Kreuzung Mühlenstraße) ausstrahlungskräftige Einzelhandelsangebote anzutreffen. Begünstigend wirken sich ferner der Tourismus sowie der Kur- und Rehabilitationsbetrieb positiv auf das Zentrum aus. Ein strukturprägender Lebensmittelbetrieb ist im ZVB Hauptzentrum Ortsmitte nicht vorhanden. Hauptmagnetbetrieb im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich ist ein Rossmann-Drogeriemarkt, welcher durch kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerks als auch Parfümerie ergänzt wird.

An das Hauptzentrum Ortsmitte schließt südlich der Bahntrasse das **Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof** an. Beide Handlungslagen unterscheiden sich hinsichtlich ihres Charakters deutlich voneinander. So ist der nördliche Bereich (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte) als klassische innerstädtische Einkaufslage zu sehen, während der südliche Bereich (Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof) überwiegend durch Nahversorger und Fachmärkte geprägt ist. Als Hauptmagnetbetriebe fungieren insgesamt fünf strukturprägende Lebensmittelbetriebe (Lidl, Aldi, Rewe, Edeka und Combi), welche sich über das gesamte Nebenzentrum verteilen. Zudem sind u.a. ein Müller-Drogeriemarkt, die Modehäuser Ripken und Kahlen sowie weitere Fachmärkte (u.a. ABC Schuh-Center, JYSK, Wreesmann, Takko) ansässig. Aufgrund der funktionalen Fachmarktarchitektur

¹³ Vgl. Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Bad Zwischenahn (cima 2014).

¹⁴ Vgl. Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Friesoythe. Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Dr. Lademann & Partner 2020).

der Solitärbauten verfügt die Standortlage über keine besondere städtebauliche Qualität.

Zusammenfassend kann der ZVB Hauptzentrum Ortsmitte von Bad Zwischenahn im Verbund mit dem Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof als stabil und funktionsfähig einzustufen. Mit Blick auf die fünf strukturprägenden Lebensmittelbetriebe (> 400 qm Verkaufsfläche) und zwei Drogeriemärkte werden im ZVB Hauptzentrum Ortsmitte (inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof)¹⁵ in der Stadt Bad Zwischenahn auf einer Verkaufsfläche von rd. 9.950 qm ein Umsatz von rd. 47,8 Mio. € erzielt (ohne aperiodische Randsortimente).¹⁶ Ferner stellt für die Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bad Zwischenahn die Möglichkeit der Sonntagsöffnung als staatlich anerkannter Kurort einen starken Wettbewerbsvorteil gegenüber den Kommunen im Umfeld dar. Dies zählt auf die Ausstrahlung der Stadt als Einzelhandelsstandort ein.

ZVB Innenstadt (inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) in der Stadt Friesoythe

Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** befindet sich in rd. 16 km Entfernung zum Vorhabenstandort in Edewecht und übernimmt die Funktion eines Hauptzentrums für die Stadt Friesoythe. Dabei umfasst der Stadtkern den gewachsenen Hauptgeschäftsbereich entlang der Bahnhofstraße/Lange Straße im Westen, der Kirchstraße im Osten sowie in gemeinsamer Verlängerung die Moorstraße im Süden. Die Innenstadt weist eine lineare Struktur auf, die sich in zwei Teillagen gabelt. Sie ist durch eine heterogene Bebauungs- und Nutzungsstruktur geprägt und zeigt dabei einen überwiegend kleinteiligen, multifunktionalen Nutzungsbesatz. Vereinzelt sind auch großflächige Angebote vorzufinden (aperiodischer Bedarf). Als Hauptmagnetbetriebe sind das Modehaus Thien, das Spielwarengeschäft Tameling sowie die Buchhandlung Schepers. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch diverse innenstadttypische Nutzungen (Ärzte und gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe, Geldinstitute, Versicherungen, öffentliche Einrichtungen).

Direkt nördlich anschmiegend an die Friesoyther Innenstadt erstreckt sich der **ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord**. Hier finden sich vorwiegend großflächige Fachmärkte (u.a. E-Center, Aldi, Rossmann) entlang der Europastraße mit großzügig vorgelagerten Kundenparkplätzen. Aufgrund der funktionalen Fachmarktarchitektur der Solitärbauten verfügt die Standortlage über keine besondere städtebauliche Qualität.

Südlich an die Innenstadt anschmiegend erstreckt sich der **ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd**. Auch hier befindet sich eine Ansammlung mehrerer großflächiger

¹⁵ Vor-Ort-Begehung und Erhebung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe (> 400 qm Verkaufsfläche) und Drogeriemärkte.

¹⁶ Davon entfallen rd. 39,4 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel/ sonstiger periodischer Bedarf (rd. 8.230 qm Verkaufsfläche) und rd. 8,4 Mio. € auf das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel (rd. 1.720 qm Verkaufsfläche).

Betriebe in solitären Einzelhandelsimmobilien an der Ellerbrocker Straße, Westerstraße und Am Hafen. Neben den Anbietern des periodischen Bedarfs (u.a. Famila, Lidl, Müller) ergänzen eine Reihe Anbieter des aperiodischen Bedarfs das Angebot (u.a. C&A, Deichmann, Zimmermann Sonderposten). Die städtebauliche Qualität ist auch in dieser Standortlage ebenfalls funktionell und fachmarktgeprägt.

Zusammenfassend kann der ZVB Innenstadt von Friesoythe im Verbund mit seinen Ergänzungsbereichen als stabil und funktionsfähig eingestuft werden. Mit Blick auf die vier strukturprägenden Lebensmittelbetriebe (> 400 qm Verkaufsfläche) und zwei Drogeriemärkte werden im ZVB Innenstadt (inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd)¹⁷ in der Stadt Friesoythe auf einer Verkaufsfläche von rd. 9.150 qm ein Umsatz von rd. 41,3 Mio. € erzielt (ohne aperiodische Randsortimente).¹⁸

¹⁷ Basierend auf den Angaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Friesoythe aus dem Jahr 2020.

¹⁸ Davon entfallen rd. 33,7 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel/ sonstiger periodischer Bedarf (rd. 7.310 qm Verkaufsfläche) und rd. 7,6 Mio. € auf das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel (rd. 1.835 qm Verkaufsfläche).

6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der **Marktanteil** den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann. Die Gutachter gehen nicht davon aus, dass es durch die Umstrukturierung/ Ergänzung in der Bahnhofstraße 5-18 zu einer signifikanten Änderung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist durch das Vorhaben eine Erhöhung der Marktdurchdringung im bereits bestehenden Einzugsgebiet zu erwarten.

Die **Umsatzprognose** für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzungen im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurde dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum sowie das Agglomerationsumfeld berücksichtigt (siehe hierzu nachfolgenden Exkurs).

Im Sinne des Baurechts ist in diesem Zusammenhang die Annahme eines **realitätsnahen worst-case** erforderlich – also die Annahme der maximal am Standort erzielbaren Umsätze unter den gegebenen sozioökonomischen und wettbewerblichen Rahmenbedingungen.

Zudem verweisen Dr. Lademann & Partner noch einmal darauf, dass die nachfolgend einzelbetriebliche Betrachtung explizit von den Vertreten der Gemeinde Edewecht, der IHK Oldenburg, dem Landkreis Ammerland sowie dem Gutachterbüro Dr. Jansen in einem ersten Abstimmungsgespräch aus Oktober 2022 gefordert wurde (vgl. Kapitel 1). Fachlich teilen Dr. Lademann & Partner diese Einschätzung **nicht** (u.a., weil es sich offensichtlich um die Planung und zeitgleiche Umsetzung aller Komponenten eines Investors handelt sowie die Nutzung sich räumlich um eine gemeinsame Stellplatzanlage bündeln).

Exkurs zur Umsatzhöhe sowie Umsatzherkunft der Planvorhaben:

Im Zuge des Gutachtens aus April 2022 wurde bereits eine Stellungnahme der IHK Oldenburg erarbeitet, in welchem Dr. Lademann & Partner gebeten wurden, die Ermittlung der Umsatzhöhe sowie Umsatzherkunft der in Rede stehenden Planvorhaben zu erläutern.

Für die Bewertung der Umsätze des Planvorhabens wurden eine Vielzahl von Parametern herangezogen, um eine standortspezifische Umsatzeinschätzung zu treffen. Hierzu gehören u.a.:

- Die Auswertung von **allgemeinen Branchenkennziffern** wie sie beispielsweise von der Hahn Gruppe (Retail Real Estate Report) oder von Tradedimensions (The Nielsen Company) bereitgestellt werden.
- Daneben gilt es auch die **Verkaufsflächengröße bzw. den Verkaufsflächenzuwachs** der einzelnen Einheiten zu bewerten.

So **wächst der Umsatz eines Betriebs nicht proportional zu seiner Verkaufsfläche**. Vielmehr dient die größere Verkaufsfläche – insbesondere im Segment des periodischen Bedarfs – dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen.

- Für das Gesamtvorhaben ist daher auch in der Bewertung zu berücksichtigen, dass es sich um einen **etablierten Einzelhandelsstandort** in der Gemeinde Edewecht handelt, welcher im Bewusstsein der Kunden bereits verankert ist (vgl. Kapitel 2.1 im Verträglichkeitsgutachten).
- Zudem besteht innerhalb des Einzugsgebiets eine intensive **Wettbewerbsstruktur**, welche sich insbesondere im Segment des periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfs widerspiegelt.

Neben dem Vorhabenareal im zentralen Versorgungsbereich Nord (u.a. Edeka und Aldi) sind im Grundzentrum Edewecht noch ein Rewe-Verbrauchermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter im ZVB Edewecht Süd sowie zwei solitär agierende strukturprägende Lebensmittelmärkte (ein neu aufgestellter Netto-Lebensmitteldiscounter und ein Combi-Verbrauchermarkt) ansässig.

Im Grundzentrum Friedrichsfehn besteht ein weiterer zentraler Versorgungsbereich mit einem vergleichbaren Angebot im periodischen Bedarfsbereich um die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Edeka und Aldi sowie einem dm-Drogeriemarkt. Es kann daher eine intensive Wettbewerbsstruktur festgehalten werden (vgl. Kapitel 4.2 u. Kapitel 5 im Verträglichkeitsgutachten).

- Ferner muss das bestehende **Filialnetz der einzelnen Vorhabenbetriebe** innerhalb des Einzugsgebiets berücksichtigt werden.

So besteht im Grundzentrum Friedrichsfehn eine vergleichbare Angebotsstruktur im periodischen Bedarfsbereich (vgl. Kapitel 4.2 im Verträglichkeitsgutachten). Dieser Tatsache trägt das Gutachten in den unterschiedlichen Marktanteilen in den beiden Zonen des Einzugsgebiets Rechnung.

- Gegenüber dem Standort im Grundzentrum Friedrichsfehn profitiert der Vorhabenstandort im ZVB Edeweicht Nord allerdings noch durch seinen Geschäftsbesatz im aperiodischen Bedarf. Dieser ist attraktivitätssteigernd zu berücksichtigen und löst positive Synergieeffekte im Zuge von Kopplungseinkäufen aus. Daher wurde auch das **Agglomerationsumfeld** sowohl in der Umsatzschätzung als auch in den Marktanteilen berücksichtigt, so dass der Standort das gesamte Gemeindegebiet ansprechen wird – allerdings in unterschiedlichem Maße zwischen dem Grundzentrum Edeweicht (Vorhabenstandort) und dem Grundzentrum Friedrichsfehn.
- Neben dem Wettbewerbsumfeld sind auch die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** im Einzugsgebiet (weiterhin positive Bevölkerungsentwicklung, überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft) in die Bewertung der Flächenproduktivität des Gesamtvorhabens eingeflossen (vgl. Kapitel 3 im Verträglichkeitsgutachten).
- Mit der Bewertung des Mikrostandorts – insbesondere der **Erreichbarkeit** – fließt ein weiterer Parameter in die Bewertung der Marktanteile sowie der Umsatzschätzung in das Gutachten ein (vgl. Kapitel 2.2 im Verträglichkeitsgutachten). So konnte dem Vorhabenstandort eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aus dem Gemeindegebiet mit dem PKW als auch dem ÖPNV attestiert werden. Zudem ist die Erreichbarkeit zu Fuß als auch mit dem Fahrrad aus dem Nahumfeld bzw. dem zentralen Ortsteil von Edeweicht gegeben.

6.1.1 Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Edeka-Verbrauchermarkts

Für das Vorhaben der **Erweiterung eines Edeka-Verbrauchermarkts (inkl. Bäckerei)** ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 6 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 13 %, in der Zone 2 sind etwa 8 % zu erwarten.

Marktanteile des Edeka-Vorhabens* im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung**

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	57,4	26,2	83,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,8	1,8	8,6
Marktanteile	12%	7%	10%
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)			
Marktpotenzial (Mio. €)	50,1	22,9	73,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,5	1,7	8,2
Marktanteile	13%	8%	11%
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,3	3,3	10,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,1	0,4
Marktanteile	4%	2%	4%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	48,8	22,3	71,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,1	0,5
Marktanteile	0,8%	0,6%	0,8%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	106,2	48,5	154,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	7,2	1,9	9,1
Marktanteile	7%	4%	6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *inkl. Bäckerei. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 8: Marktanteile des erweiterten Edeka-Markts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve¹⁹ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Edeka-Vorhabens.

Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Edeka-Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.700 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

¹⁹ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Touristen, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder am Standort einkaufen).

rd. 9,6 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 8,6 Mio. € der Schwerpunkt auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) entfällt.

Umsatzstruktur des Edeka-Verbrauchermarkts (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf**	1.885	4.800	9,0
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	1.785	4.840	8,6
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	100	4.090	0,4
aperiodischer Bedarf	153	3.700	0,6
Gesamt	2.038	4.700	9,6

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet. **inkl. Bäckerei.

Tabelle 9: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Edeka-Markts (inkl. Streuumsätze)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Verbrauchermarkt hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Edeka-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 5 % bzw. 9 % im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung).

Marktanteile des Edeka-Vorhabens im Einzugsgebiet (status quo)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	56,4	25,7	82,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,4	1,4	6,8
Marktanteile	10%	6%	8%
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)			
Marktpotenzial (Mio. €)	49,2	22,4	71,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,1	1,4	6,5
Marktanteile	10%	6%	9%
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,2	3,3	10,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,3
Marktanteile	3%	2%	3%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	47,9	21,9	69,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,1	0,4
Marktanteile	0,7%	0,5%	0,6%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	104,3	47,6	151,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,7	1,5	7,2
Marktanteile	5%	3%	5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 10: Marktanteile des Edeka-Markts (Status quo)

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Edeka-Verbrauchermarkts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf**	1.436	5.000	7,2
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	1.356	5.060	6,9
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	80	4.000	0,3
aperiodischer Bedarf	116	3.800	0,4
Gesamt	1.552	4.910	7,6

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet. **inkl. Bäckerei.

Tabelle 11: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Edeka-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)

Der **Umsatzzuwachs²⁰** (inkl. Streuumsätzen) wird im worst-case insgesamt bei rd. 2,0 Mio. € liegen. Davon entfallen gut 1,8 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung).

Umsatzzuwachs des Edeka-Verbrauchermarkts (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf*	450	1,9
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	430	1,8
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	20	0,1
aperiodischer Bedarf	36	0,1
Gesamt	486	2,0

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *inkl. Bäckerei.

Tabelle 12: Umsatzzuwachs des Edeka-Markts durch Vorhabenrealisierung (inkl. Streuumsätze)

Im worst-case zeigen die **Marktanteilszuwächse des Edeka-Vorhabens im Einzugsgebiet** folgendes Bild:

²⁰ Bei einem Umstrukturierungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze in der Auswirkungsanalyse prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat.

Marktanteilszuwachs des Edeka-Verbrauchermarkts im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	57,4	26,2	83,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,4	0,4	1,8
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	2,4%	1,4%	2,1%
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)			
Marktpotenzial (Mio. €)	50,1	22,9	73,0
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,3	0,4	1,7
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	2,7%	1,6%	2,3%
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,3	3,3	10,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,0	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,9%	0,5%	0,8%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	48,8	22,3	71,1
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,0	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,2%	0,1%	0,2%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	106,2	48,5	154,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,5	0,4	1,9
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1,4%	0,8%	1,2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 13: Marktanteilszuwachs des Edeka-Markts durch Vorhabenrealisierung

Für das Vorhaben der Erweiterung des Edeka-Markts ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von zukünftig insgesamt rd. 6 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 9,6 Mio. €, davon rd. 8,6 Mio. € im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung). Dies entspricht einem Umsatzwachstum gegenüber dem status quo von rd. 2,0 Mio. €. Davon entfallen rd. 1,8 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung).

6.1.2 Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters

Für das Vorhaben der **Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters** ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 4 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 8 %, in der Zone 2 sind etwa 5 % zu erwarten.

Marktanteile des Aldi-Lebensmitteldiscounters im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	57,4	26,2	83,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	4,5	1,2	5,7
Marktanteile	8%	5%	7%
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)			
Marktpotenzial (Mio. €)	50,1	22,9	73,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	4,2	1,1	5,3
Marktanteile	8%	5%	7%
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,3	3,3	10,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,1	0,3
Marktanteile	4%	2%	3%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	48,8	22,3	71,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,1	0,5
Marktanteile	0,8%	0,6%	0,7%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	106,2	48,5	154,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	4,9	1,3	6,2
Marktanteile	5%	3%	4%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 14: Marktanteile des erweiterten Aldi-Markts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Aldi-Vorhabens.

Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Aldi-Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 6.400 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 6,5 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 5,6 Mio. € der Schwerpunkt auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) entfällt.

Umsatzstruktur des Aldi-Lebensmitteldiscounters (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	919	6.500	6,0
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	859	6.550	5,6
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	60	5.790	0,3
aperiodischer Bedarf	102	5.400	0,6
Gesamt	1.021	6.400	6,5

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 15: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Aldi-Markts (inkl. Streuumsätze)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Lebensmitteldiscounter hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Aldi-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 3 % bzw. 6 % im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung).

Marktanteile des Aldi-Lebensmitteldiscounters im Einzugsgebiet (status quo)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	56,4	25,7	82,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	3,6	1,0	4,5
Marktanteile	6%	4%	6%
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)			
Marktpotenzial (Mio. €)	49,2	22,4	71,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	3,4	0,9	4,3
Marktanteile	7%	4%	6%
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,2	3,3	10,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,0	0,2
Marktanteile	3%	1%	2%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	47,9	21,9	69,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,1	0,4
Marktanteile	0,7%	0,5%	0,6%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	104,3	47,6	151,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	3,9	1,1	4,9
Marktanteile	4%	2%	3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 16: Marktanteile des Aldi-Markts (Status quo)

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Aldi-Lebensmitteldiscounters (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	710	6.700	4,8
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	670	6.740	4,5
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	40	6.030	0,2
aperiodischer Bedarf	79	5.500	0,4
Gesamt	789	6.580	5,2

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 17: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Aldi-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)

Der **Umsatzzuwachs** (inkl. Streuumsätzen) wird im worst-case insgesamt bei rd. 1,3 Mio. € liegen. Davon entfallen gut 1,1 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung).

Umsatzzuwachs des Aldi-Lebensmitteldiscounters (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	209	1,2
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	189	1,1
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	20	0,1
aperiodischer Bedarf	23	0,1
Gesamt	232	1,3

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 18: Umsatzzuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung (inkl. Streuumsätze)

Im worst-case zeigen die **Marktanteilszuwächse des Aldi-Vorhabens im Einzugsgebiet** folgendes Bild:

Marktanteilszuwachs des Aldi-Lebensmitteldiscounters im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	57,4	26,2	83,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,9	0,2	1,2
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1,6%	0,9%	1,4%
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)			
Marktpotenzial (Mio. €)	50,1	22,9	73,0
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,8	0,2	1,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1,7%	1,0%	1,4%
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,3	3,3	10,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,0	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1,1%	0,6%	0,9%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	48,8	22,3	71,1
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,0	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,2%	0,1%	0,2%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	106,2	48,5	154,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,0	0,3	1,3
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,9%	0,6%	0,8%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 19: Marktanteilszuwachs des Aldi-Markts durch Vorhabenrealisierung

Für das Vorhaben der Erweiterung des Aldi-Markts ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von zukünftig insgesamt rd. 4 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 6,5 Mio. €, davon rd. 5,6 Mio. € im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung). Dies entspricht einem Umsatzwachstum gegenüber dem status quo von rd. 1,3 Mio. €. Davon entfallen rd. 1,1 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung).

6.1.3 Marktanteils- und Umsatzprognose für die Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts

Für das Vorhaben der **Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts** ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 2 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 32 %, in der Zone 2 sind etwa 19 % zu erwarten.

Marktanteile des dm-Drogeriemarkts im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	57,4	26,2	83,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	2,6	0,7	3,3
Marktanteile	5%	3%	4%
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)			
Marktpotenzial (Mio. €)	50,1	22,9	73,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,1	0,4
Marktanteile	1%	0%	1%
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,3	3,3	10,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	2,3	0,6	3,0
Marktanteile	32%	19%	28%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	48,8	22,3	71,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,3
Marktanteile	0,4%	0,3%	0,4%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	106,2	48,5	154,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	2,8	0,8	3,6
Marktanteile	3%	2%	2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 20: Marktanteile des dm-Drogeriemarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Ansiedlungsvorhabens eines dm-Drogeriemarkts.

Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des dm-Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 5.800 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 3,8 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 3,1 Mio. € der Schwerpunkt auf das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel entfällt.

Umsatzstruktur des dm-Drogeriemarkts

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	585	6.000	3,5
davon Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	80	4.990	0,4
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	505	6.160	3,1
aperiodischer Bedarf	65	4.200	0,3
Gesamt	650	5.800	3,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 21: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des dm-Drogeriemarkts (inkl. Streuumsätze)

Für das Vorhaben der Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von insgesamt rd. 2 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 3,8 Mio. €, davon rd. 3,1 Mio. € im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel.

6.1.4 Marktanteils- und Umsatzprognose für die Umstrukturierung eines Zimmermann Sonderpostenmarkts

Für das Vorhaben der Umstrukturierung eines Zimmermann Sonderpostenmarkts ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 2 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei im flächenseitigen Hauptsortiment des Sonderpostenmarkts, dem Segment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf, erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 3 %, in der Zone 2 sind etwa 2 % zu erwarten.

Markanteile des Sonderpostenmarkts im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	57,4	26,2	83,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,48	0,13	0,6
Marktanteile	0,8%	0,5%	0,7%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	48,8	22,3	71,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,4	0,4	1,9
Marktanteile	3%	2%	3%
davon Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	11,6	5,3	16,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,36	0,11	0,5
Marktanteile	3%	2%	3%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	106,18	48,48	154,66
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,88	0,58	2,5
Marktanteile	2%	1%	2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 22: Marktanteile des umstrukturierten Zimmermann Sonderpostenmarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Zimmermann Sonderpostenmarkts.

Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Zimmermann Sonderpostenmarkts** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.850 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 2,6 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 0,5 Mio. € der Schwerpunkt auf das Segment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf entfällt.

Umsatzstruktur des Sonderpostenmarkts (nach Vorhabenrealisierung)

Bekleidung/ Wäsche	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	425	1.500	0,6
Aperiodischer Bedarf	975	2.000	2,0
davon Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	310	1.600	0,5
Gesamt	1.400	1.850	2,6

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 23: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des umstrukturierten Zimmermann Sonderpostenmarkts (inkl. Streuumsätze)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Umstrukturierung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Sonderpostenmarkt hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Zimmermann Sonderpostenmarkts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 3 % bzw. 3 % im Segment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf.

Marktanteile des Sonderpostenmarkts im Einzugsgebiet (status quo)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	56,4	25,7	82,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,30	0,08	0,4
Marktanteile	0,5%	0,3%	0,5%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	47,9	21,9	69,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,4	0,5	1,9
Marktanteile	3%	2%	3%
davon Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	11,4	5,2	16,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,36	0,11	0,5
Marktanteile	3%	2%	3%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	104,28	47,59	151,87
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,73	0,54	2,3
Marktanteile	2%	1%	3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 24: Marktanteile des Zimmermann Sonderpostenmarkts (Status quo)

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Sonderpostenmarkts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	200	2.000	0,4
Aperiodischer Bedarf	1.245	1.600	2,0
davon Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	310	1.600	0,5
Gesamt	1.445	1.660	2,4

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 25: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Zimmermann Sonderpostenmarkts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)

Der **Umsatzzuwachs** (inkl. Streuumsätzen) wird im worst-case insgesamt bei rd. 0,2 Mio. € liegen. Dieser entfällt aufgrund der internen Umstrukturierung nahezu vollständig auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich. Im aperiodischen Bedarfsbereich ist demgegenüber sogar eine gewisse Reduzierung der

Verkaufsfläche geplant. Das Hauptsegment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf bleibt dabei verkaufsflächenseitig gegenüber dem Status quo unberührt. Dementsprechend ist auch mit keinem Mehrumsatz durch das Vorhaben in Hauptsegment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf zu erwarten.

Umsatzzuwachs des Sonderpostenmarkts (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	225	0,2
Aperiodischer Bedarf	-270	0,0
davon Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	0	0,0
Gesamt	-45	0,2

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 26: Umsatzzuwachs des Zimmermann Sonderpostenmarkts durch Vorhabenrealisierung (inkl. Streuumsätze)

Im worst-case zeigen die **Marktanteilszuwächse des Zimmermann Sonderpostenmarkts im Einzugsgebiet** folgendes Bild:

Marktanteilszuwachs des Sonderpostenmarkts im Einzugsgebiet
(durch Vorhabenrealisierung)*

	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Periodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	57,4	26,2	83,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,18	0,05	0,23
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,3%	0,2%	0,3%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	48,8	22,3	71,1
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	-0,03	-0,01	-0,04
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	-0,1%	0,0%	-0,1%
davon Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	11,6	5,3	16,9
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,00	0,00	0,00
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,0%	0,0%	0,0%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	106,18	48,48	154,66
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,15	0,04	0,19
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,1%	0,1%	0,1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 27: Marktanteilszuwachs des Zimmermann Sonderpostenmarkts durch Vorhabenrealisierung

Bereits an dieser Stelle kann festgehalten werden, dass auf eine detaillierte Betrachtung des Zimmermann Sonderpostenmarkts im Rahmen der nachfolgenden Wirkungsprognose (vgl. Kapitel 6.2) verzichtet wird. Der vorhabeninduzierte Umsatzrückgang im Hauptsegment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf liegt unterhalb der

Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. € bzw. ist nicht existent. Im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich (Randsortiment) liegt der Umsatzzuwachs im Zuge der internen Umstrukturierung zwar bei rd. 0,2 Mio. €, allerdings bewegt sich dieser Wert letztlich im Bereich üblicher konjunktureller Schwankungen und verteilt sich zudem auf ein Vielzahl von Anbieter. **Dementsprechend sind keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die Handelsstrukturen in Edewecht zu erwarten. Die Auswirkungen sind rechnerisch nicht nachweisbar.**

Für das Vorhaben der Umstrukturierung des Zimmermann Sonderpostenmarkts ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von zukünftig insgesamt rd. 1 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 2,6 Mio. €, davon rd. 0,5 Mio. € im Segment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf. Dies entspricht einem Umsatzwachstum gegenüber dem status quo von lediglich rd. 0,2 Mio. €. Das Hauptsegment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf bleibt von dem Vorhaben unberührt. Zudem ist zu konstatieren, dass es im Rahmen der Umstrukturierung des Zimmermann Sonderpostenmarkts per Saldo zu einer Verkaufsflächenreduzierung um -45 qm kommen wird.

6.1.5 Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Kik-Fachmarkts

Für das Vorhaben der **Erweiterung eines Kik-Fachmarkts**²¹ ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet in seinem Hauptsegment Bekleidung/ Wäsche von etwa 6 % erreichen wird. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 6 %, in der Zone 2 sind etwa 4 % zu erwarten.

²¹ Ein Kik-Fachmarkt verfügt in der Regel über 30-35 % verschiedene und je nach Jahreszeit wechselnder Randsortimente. Die dargestellte Berechnung unterliegt somit dem worst-case-Ansatz.

 Marktanteile des Kik-Fachmarkts im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*

Bekleidung/ Wäsche	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	9,2	4,2	13,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,2	0,7
Marktanteile	6%	4%	6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 28: Marktanteile des erweiterten Kik-Fachmarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Kik-Vorhabens.

Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Kik-Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.200 € je qm Verkaufsfläche im Segment Bekleidung/ Wäsche auf insgesamt

rd. 0,8 Mio. € belaufen.

 Umsatzstruktur des Kik-Fachmarkts (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
Bekleidung/ Wäsche	650	1.200	0,8
Gesamt	650	1.200	0,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 29: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Kik-Markts (inkl. Streuumsätze)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **geringfügige Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Bekleidungsfachmarkt hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Kik-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 5 %.

 Marktanteile des Kik-Fachmarkts im Einzugsgebiet (status quo)*

Bekleidung/ Wäsche	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	9,1	4,1	13,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,2	0,7
Marktanteile	6%	4%	5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 30: Marktanteile des Kik-Markts (Status quo)

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Kik-Fachmarkts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Bekleidung/Wäsche	627	1.200	0,8
Gesamt	627	1.200	0,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 31: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Kik-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)

Der **Umsatzzuwachs** (inkl. Streuumsätzen) im Zuge der geringfügigen Verkaufsflächenenerweiterung von 27 qm wird im worst-case insgesamt bei weniger als rd. 0,1 Mio. € liegen. Bereits an dieser Stelle kann festgehalten werden, dass auf eine detaillierte Betrachtung des Kik-Vorhabens im Rahmen der nachfolgenden Wirkungsprognose (vgl. Kapitel 6.2) im Lichte eines Umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes von weniger als 0,1 Mio. € verzichtet wird. Der vorhabeninduzierte Umsatzrückgang liegt unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. € und bewegt sich letztlich im Bereich üblicher konjunktureller Schwankungen und verteilt sich zudem auf mehrere Anbieter. **Dementsprechend sind bei einer Umsatzumverteilung von < 0,1 Mio. € zu Gunsten des Umstrukturierungsvorhabens somit keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die Handelsstrukturen in Edewecht zu erwarten. Die Auswirkungen sind rechnerisch nicht nachweisbar.**

Für das Vorhaben der geringfügigen Erweiterung des Kik-Markts um lediglich 27 qm Verkaufsfläche ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von zukünftig insgesamt rd. 6 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 0,8 Mio. €. Dies entspricht einem Umsatzwachstum gegenüber dem status quo von weniger als rd. 0,1 Mio. €. Der vorhabeninduzierte Umsatzrückgang bewegt sich somit im Bereich üblicher konjunktureller Schwankungen und verteilt sich zudem auf mehrere Anbieter.

6.1.6 Marktanteils- und Umsatzprognose für die Erweiterung eines Takko-Fachmarkts

Für das Vorhaben der **Erweiterung eines Takko-Fachmarkts** ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet in seinem Hauptsegment Bekleidung/Wäsche von etwa 6 % erreichen wird. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 6 %, in der Zone 2 sind etwa 4 % zu erwarten.

 Marktanteile des Takko-Fachmarkts im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*

Bekleidung/ Wäsche	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	9,2	4,2	13,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,2	0,8
Marktanteile	6%	4%	6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 32: Marktanteile des erweiterten Takko-Fachmarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Takko-Vorhabens.

Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Takko-Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.800 € je qm Verkaufsfläche im Segment Bekleidung/ Wäsche auf insgesamt

rd. 0,8 Mio. € belaufen.

 Umsatzstruktur des Takko-Fachmarkts (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
Bekleidung/ Wäsche	450	1.800	0,8
Gesamt	450	1.800	0,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 33: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des erweiterten Takko-Markts (inkl. Streuumsätze)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **geringfügige Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Bekleidungsfachmarkt hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Takko-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 6 %.

 Marktanteile des Takko-Fachmarkts im Einzugsgebiet (status quo)*

Bekleidung/ Wäsche	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	9,1	4,1	13,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,2	0,8
Marktanteile	6%	4%	6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 34: Marktanteile des Takko-Markts (Status quo)

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Takko-Fachmarkts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Bekleidung/Wäsche	443	1.800	0,8
Gesamt	443	1.800	0,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 35: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Takko-Markts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)

Der **Umsatzzuwachs** (inkl. Streuumsätzen) im Zuge der geringfügigen Verkaufsflächenenerweiterung von lediglich 7 qm wird im worst-case insgesamt bei weniger als rd. 0,1 Mio. € liegen. Bereits an dieser Stelle kann festgehalten werden, dass auf eine detaillierte Betrachtung des Takko-Vorhabens im Rahmen der nachfolgenden Wirkungsprognose (vgl. Kapitel 6.2) im Lichte eines Umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes von weniger als 0,1 Mio. € verzichtet wird. Der vorhabeninduzierte Umsatzrückgang liegt unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. € und bewegt sich letztlich im Bereich üblicher konjunktureller Schwankungen und verteilt sich zudem auf mehrere Anbieter. **Dementsprechend sind bei einer Umsatzumverteilung von < 0,1 Mio. € zu Gunsten des Umstrukturierungsvorhabens somit keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die Handelsstrukturen in Edewecht zu erwarten. Die Auswirkungen sind rechnerisch nicht nachweisbar.**

Für das Vorhaben der geringfügigen Erweiterung des Takko-Markts um lediglich 7 qm Verkaufsfläche ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von zukünftig insgesamt rd. 6 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 0,8 Mio. €. Dies entspricht einem Umsatzwachstum gegenüber dem status quo von weniger als rd. 0,1 Mio. €. Der vorhabeninduzierte Umsatzrückgang bewegt sich somit im Bereich üblicher konjunktureller Schwankungen und verteilt sich zudem auf mehrere Anbieter.

6.1.7 Marktanteils- und Umsatzprognose für die Umstrukturierung eines Schuh-Fachmarkts

Für das Vorhaben der **Umstrukturierung (inkl. Betreiberwechsel²²) eines Schuh-Fachmarkts** ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im

²² Aktuell ist ein Deichmann im Bestand vorhanden. Gespräche mit einem neunen Betreiber im Segment Schuhe laufen derzeit.

Einzugsgebiet in seinem Hauptsegment Schuhe, Lederwaren von etwa 20 % erreichen wird. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 22 %, in der Zone 2 sind etwa 15 % zu erwarten.

Marktanteile des Schuh-Fachmarkts im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*

Schuhe, Lederwaren	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	2,4	1,1	3,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,2	0,7
Marktanteile	22%	15%	20%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 36: Marktanteile des erweiterten Schuh-Fachmarkts (inkl. Betreiberwechsel) innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 5 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Schuh-Fachmarkts.

Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Schuh-Fachmarkts** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.800 € je qm Verkaufsfläche im Segment Schuhe/ Lederwaren auf insgesamt

rd. 0,7 Mio. € belaufen.

Umsatzstruktur des Schuh-Fachmarkts (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Schuhe, Lederwaren	400	1.800	0,7
Gesamt	400	1.800	0,7

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 37: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Schuh-Fachmarkts (inkl. Betreiberwechsel) nach der Umstrukturierung (inkl. Streuumsätze)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Umstrukturierung eines bereits am Standort ansässigen Schuh-Fachmarkts**. Dabei ist neben einem Betreiberwechsel auch die Reduzierung der Verkaufsfläche auf rd. 400 qm vorgesehen (-47 qm gegenüber Status quo). Der bestehende Schuh-Fachmarkt hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Schuh-Fachmarkts (Betreiber Deichmann) im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 22 %.

 Marktanteile des Schuh-Fachmarkts im Einzugsgebiet (status quo)*

Schuhe, Lederwaren	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	2,4	1,1	3,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,2	0,8
Marktanteile	25%	17%	22%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 38: Marktanteile des Schuhfachmarkts (Status quo)

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

 Umsatzstruktur des Schuh-Fachmarkts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Schuhe, Lederwaren	447	1.800	0,8
Gesamt	447	1.800	0,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 39: Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur des Schuh-Fachmarkts (Status quo) (inkl. Streuumsätze)

Im Zuge der Verkaufsflächenverkleinerung des Schuh-Fachmarkts (-47 qm Verkaufsfläche) sowie einem Betreiberwechsel kommt es zu einem **Umsatzrückgang** (inkl. Streuumsätze) im Segment Schuhe, Lederwaren von rd. -0,1 Mio. €. Daher kann auch für die Untersuchung des Schuh-Fachmarkts auf eine detaillierte Betrachtung des Vorhabens im Rahmen der nachfolgenden Wirkungsprognose (vgl. Kapitel 6.2) verzichtet werden. Mit dem Vorhaben kommt es im Zuge der Verkaufsflächenreduzierung sowie des anvisierten Betreiberwechsels zu einem Umsatzrückgang des betrachteten Vorhabens. **Dementsprechend sind keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die Handelsstrukturen in Edewecht zu erwarten.**

Für das Vorhaben der Umstrukturierung des Schuh-Fachmarkts (inkl. Betreiberwechsel) ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von zukünftig insgesamt rd. 20 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 0,7 Mio. €. Im Zuge der Verkaufsflächenverkleinerung des Schuh-Fachmarkts (-47 qm Verkaufsfläche) sowie einem Betreiberwechsel kommt es zu einem Umsatzrückgang (inkl. Streuumsätze) im Segment Schuhe, Lederwaren von rd. -0,1 Mio. €. Dementsprechend sind keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die Handelsstrukturen in Edewecht zu erwarten.

6.2 Wirkungsprognose

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der **Wirkungsprognose** wird untersucht, wie sich der prognostizierte Mehrumsatz der einzelnen Vorhaben im jeweiligen Hauptsortiment unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2024 versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Streulagen bzw. sonstige Lagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im Hauptsortiment des periodischen Bedarfs nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar. Vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2024) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem **Marktwachstum** infolge der Bevölkerungszunahme profitieren. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, erhöht

allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit **wirkungsmildernd** zu berücksichtigen.

- Zudem ist jeweils der **Umsatz der bestehenden Vorhabenkomponenten vom Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets abzuziehen**, um Wirkungen „gegen sich selbst“ nicht wirkungsmildernd zu berücksichtigen.
- **Wirkungsmildernd** schlägt zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. den eigenen Einzugsgebietszonen zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zugutegekommen sein. Vielmehr **lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um**.
- Die im Einzugsgebiet vorhandenen Betriebe profitieren umgekehrt aber auch von Zuflüssen aus den angrenzenden Bereichen. **Von diesen Zuflüssen kann das Vorhaben einen Teil auf sich umlenken**, was sich **wirkungsverschärfend** auf die Betriebe innerhalb des Einzugsgebiets auswirkt. Dieser Effekt wird **wirkungsverschärfend** mit berücksichtigt, sofern die Zentralität einer Einzugsgebietszone über 100 % liegt, d.h. die Nachfragezuflüsse die Nachfrageabflüsse deutlich übersteigen. Dies ist im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel für die Zone 2 und somit im Rahmen der Analyse der Ansiedlung eines Drogeriemarkts zu berücksichtigen.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz der einzelnen Vorhaben ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

In dem Zusammenhang mit der Wirkungsprognose ist außerdem darauf zu verweisen, dass die Rechtsprechung²³ die **Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,1 Mio. €** bestätigt hat. So werden Umsatzumverteilungswirkungen erst ab einer bestimmten Größenordnung wesentliche städtebauliche oder raumordnerische Folgen auslösen können. Eine Verdrängungswirkung von weniger als 0,1 Mio. € Umsatz im Jahr wird von keinen mehr als unwesentlichen Wirkungen an einem Standort ausgehen. Damit sind minimale quantitative Umsatzrückgänge trotz ggf. hoher Umsatzumverteilungsquoten im Folgenden nicht weiter zu beachten.

Die jeweiligen Vorhaben werden einen Teil ihrer Umsätze aus der **Rückholung von Nachfrageabflüssen sowie aus Streuumsätzen** generieren. Im Sinne einer worst-case-Betrachtung werden diese Umsätze überschlägig gegen die Einkaufsalternativen (strukturprägenden Lebensmittelbetriebe mit > 400 qm Verkaufsfläche sowie Drogeriemärkte) direkt außerhalb des Einzugsgebiets in den beiden Mittelzentren Bad Zwischenahn (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/

²³ Vgl. u.a. Urteil 10 A 1676/08 des OVG Nordrhein-Westfalen vom 30. September 2009.

Langenhof) und Friesoythe (ZVB Innenstadt inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) gerechnet. Faktisch sind weitere Einkaufsalternativen (wie Oldenburg-Wechloy) möglicherweise tangiert. Ein Einbezug würde jedoch zu einer rechnerischen Nivellierung der Quoten führen.

Im Folgenden soll der Fokus ausschließlich auf das jeweilige Hauptsortiment gelegt werden. Die Wirkungen des jeweiligen Vorhabens im **Randsortimentsbereich** werden über die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet, also über den **Marktanteil bzw. dessen Zuwachs**, abgebildet. Geht man davon aus, dass ein Vorhaben auch immer gewisse Anteile ohnehin abfließender Nachfrage auf sich umlenkt, kann bei einem Marktanteilszuwachs von etwa 1 %-Punkt bei den Randsortimenten angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen, zumal sich diese auf eine Vielzahl von Sortimenten verteilen. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den jeweiligen Randsortimenten verzichtet. Darüber hinaus sei zudem noch angemerkt, dass das Vorhaben im Hauptzentrum der Gemeinde Edewecht zudem räumlich und funktional richtig verortet ist.

Wie zudem bereits im Rahmen der Marktanteils- und Umsatzprognose (Kapitel 6.1) dargestellt, kann aufgrund der durch die jeweilige Umstrukturierung ausgelösten niedrigen Umsatzveränderungen der ebenfalls dem Gesamtvorhaben zugehörigen **Fachmärkte mit einem aperiodischen Hauptsortiment** (Kik, Takko, Zimmermann Sonderpostenmarkt sowie ein Schuh-Fachmarkt) verzichtet werden. Die einzelnen Wirkungen dieser Vorhaben wird auf den Einzelhandel vor Ort eine kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. Darüber hinaus sei angemerkt, dass durch das Gesamtvorhaben sogar zu einer Reduzierung der Verkaufsfläche im aperiodischen Bedarfsbereich um 85 qm kommen wird.

6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkung zur Erweiterung des Edeka-Verbrauchermarkts

An den untersuchten Standorten des Einzugsgebiets (Zone 1 und Zone 2) beläuft sich im **Hauptsortiment des Edeka-Markts, dem Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung), der Umsatz aktuell auf rd. 58,3 Mio. €**. Zunächst ist der Gesamtumsatz um der gegenwärtig am Standort generierte Umsatz des Edeka-Markts (= Vorhaben) im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) von rd. 6,9 Mio. € zu reduzieren, da das Vorhaben nicht „gegen sich selbst“ wirken kann. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungszuwächse der nächsten Jahre wird der Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets bis zum Jahr der prospektiven Marktwirksamkeit insgesamt leicht um rd. 0,9 Mio. € zunehmen.

Somit ergibt sich für das Prognosejahr 2024 ein Bestandumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets von rd. 52,3 Mio. € (ohne den Edeka-Markt).

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen Mehrumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) von rd. 1,7 Mio. € erzielen (ohne rd. 0,1 Mio. € Streuumsätze). Dabei ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse zu binden (rd. 0,5 Mio. €). Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) rd. 1,1 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 2,2%.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als im Fernbereich (Zone 2).

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass der **ZVB Edewecht Süd** um die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Rewe-Vebrauchermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein wird (rd. 2,6 %). Sowohl der **ZVB Edewecht Nord** (rd. 2,1 %) als auch der **ZVB Friedrichsfehn** (rd. 1,7 %) weisen dagegen deutlich geringere Umsatzumverteilungsquoten auf. Die **sonstigen Lagen in der Zone 1** sind aufgrund der Angebotsüberschneidung sowie der räumlichen Nähe mit einer Umsatzumverteilung von rd. 2,6 % von dem Umstrukturierungsvorhaben betroffen. In den **sonstigen Lagen der Zone 2** ist nur ein kleinteiliger Geschäftsbesatz vorhanden. Dementsprechend sind die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar, da die absoluten Umsatzrückgänge unter 0,1 Mio. € liegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen der Edeka-Erweiterung für die einzelnen Standortlagen im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Die Bahnhofstraße im Grundzentrum Edewecht als Einzelhandelsstandort | Verträglichkeitsgutachten zu einem Umstrukturierungsvorhaben

Wirkungsprognose des Umstrukturierungsvorhabens in Edewecht - Umsatzzuwachs (2024) in Mio. €
- Vorhabenkomponente: Erweiterung des Edeka-Markts -

Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	ZVB Edewecht Nord	ZVB Edewecht Süd	Streulage	Zone 1 Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	12,95	14,16	13,51	40,62
abzgl. Bestandsumsatz der Vorhabenkomponenten am Standort	-6,86	-	-	-6,86
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,08	0,24	0,23	0,56
Umsatz vor Ort (2024)	6,17	14,40	13,74	34,31
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,20	0,58	0,55	1,34
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,07	-0,21	-0,20	-0,48
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	-	-	-	-
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,13	0,37	0,35	0,85
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2024)	2,1%	2,6%	2,6%	2,5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Wirkungsprognose des Umstrukturierungsvorhabens in Edewecht - Umsatzzuwachs (2024) in Mio. €
- Vorhabenkomponente: Erweiterung des Edeka-Markts -

Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	ZVB Friedrichsfehn	Streulage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	16,95	0,75	17,69	58,31
abzgl. Bestandsumsatz der Vorhabenkomponenten am Standort	-	-	-	-6,86
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,31	0,00	0,31	0,87
Umsatz vor Ort (2024)	17,26	0,75	18,00	52,32
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,35	0,00	0,36	1,69
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,06	0,00	-0,06	-0,54
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	-	-	-	-
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,29	0,00	0,29	1,15
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2024)	1,7%	k. A.	1,6%	2,2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 40: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Edeka-Vorhabens im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)

Wie die Wirkungstabelle zeigt, generiert das Vorhaben einen Teil seiner zusätzlichen Umsätze aus der Rückholung von aktuellen Nachfrageabflüssen aus dem Einzugsgebiet sowie durch Streuumsätze (zusammen rd. 0,6 Mio. €²⁴). Wenn man in einer absoluten **Worst-case-Betrachtung sämtliche Umsätze, die aus der Rückholung von Nachfrageabflüssen aus dem Einzugsgebiet resultieren**, zzgl. der Streuumsätze

²⁴ Dieser Wert setzt sich zusammen aus: 0,5 Mio. Rückgang der Nachfrageabflüsse und 0,1 Mio. € Streuumsätze.

gegen die untersuchten Einkaufsalternativen (strukturprägenden Lebensmittelbetriebe sowie Drogeriemärkte mit > 400 qm Verkaufsfläche) im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) direkt außerhalb des Einzugsgebiets in Mittelzentren Bad Zwischenahn (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/Langenhof) und Friesoythe (ZVB Innenstadt inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) rechnet, ergeben sich maximale Umsatzumverteilungen um die 1 %. Faktisch werden sich diese Umsätze aber auf deutlich mehr „Schultern“ verteilen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Edeka-Verbrauchermarkts an der Bahnhofstraße in Edewecht erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) Werte von im Schnitt etwa 2,2 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 2,6 % prospektiv für den ZVB Edewecht Süd sowie den sonstigen Lagen der Zone 1 (rd. 2,6 %) zu erwarten. Sowohl der ZVB Edewecht Nord (rd. 2,1 %) als auch der ZVB Friedrichsfehn (rd. 1,7 %) weisen dagegen deutlich geringere Umsatzumverteilungsquoten auf. Die Umsatzumverteilungsquoten bezogen auf die untersuchten Lagen direkt außerhalb des Einzugsgebiets liegen bei rd. 1 %.

6.2.3 Prospektive Umsatzumverteilungswirkung zur Erweiterung des Aldi-Verbrauchermarkts

An den untersuchten Standorten des Einzugsgebiets (Zone 1 und Zone 2) beläuft sich im **Hauptsortiment des Aldi-Markts, dem Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung), der Umsatz aktuell auf rd. 58,3 Mio. €**. Zunächst ist der Gesamtumsatz um der gegenwärtig am Standort generierte Umsatz des Aldi-Markts (= Vorhaben) im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) von rd. 4,5 Mio. € zu reduzieren, da das Vorhaben nicht „gegen sich selbst“ wirken kann. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungszuwächse der nächsten Jahre wird der Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets bis zum Jahr der prospektiven Marktwirksamkeit insgesamt leicht um rd. 0,9 Mio. € zunehmen.

Somit ergibt sich für das Prognosejahr 2024 ein Bestandsumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets von rd. 54,7 Mio. € (ohne den Aldi-Markt).

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen Mehrumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) von rd. 1,1 Mio. € erzielen (ohne rd. 0,1 Mio. € Streuumsätze). Dabei ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse zu

binden (rd. 0,3 Mio. €). Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) rd. 0,7 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 1,4 %.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als im Fernbereich (Zone 2).

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass der **ZVB Edewecht Süd** um die beiden strukturprägenden Betriebe - Lidl-Lebensmitteldiscounter und Rewe-Verbrauchermarkt - am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein wird (rd. 1,5 %). Sowohl der **ZVB Edewecht Nord** (rd. 1,4 %) als auch der **ZVB Friedrichsfehn** (rd. 1,0 %) weisen dagegen deutlich geringere Umsatzumverteilungsquoten auf. Die **sonstigen Lagen in der Zone 1** sind aufgrund der Angebotsüberschneidung sowie der räumlichen Nähe mit einer Umsatzumverteilung von rd. 1,5 % von dem Umstrukturierungsvorhaben betroffen. In den **sonstigen Lagen der Zone 2** ist nur ein kleinteiliger Geschäftsbesatz vorhanden. Dementsprechend sind die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar, da die absoluten Umsatzrückgänge unter 0,1 Mio. € liegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen der Aldi-Erweiterung für die einzelnen Standortlagen im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Die Bahnhofstraße im Grundzentrum Edewecht als Einzelhandelsstandort | Verträglichkeitsgutachten zu einem Umstrukturierungsvorhaben

Wirkungsprognose des Umstrukturierungsvorhabens in Edewecht - Umsatzzuwachs (2024) in Mio. €
- Vorhabenkomponente: Erweiterung des Aldi-Markts -

Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	ZVB Edewecht Nord	ZVB Edewecht Süd	Streulage	Zone 1 Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	12,95	14,16	13,51	40,62
abzgl. Bestandsumsatz der Vorhabenkomponenten am Standort	-4,52	-	-	-4,52
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,13	0,24	0,22	0,59
Umsatz vor Ort (2024)	8,56	14,39	13,74	36,69
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,18	0,33	0,32	0,83
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,06	-0,11	-0,10	-0,27
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	-	-	-	-
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,12	0,22	0,21	0,56
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2024)	1,4%	1,5%	1,5%	1,5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Wirkungsprognose des Umstrukturierungsvorhabens in Edewecht - Umsatzzuwachs (2024) in Mio. €
- Vorhabenkomponente: Erweiterung des Aldi-Markts -

Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)	ZVB Friedrichsfehn	Streulage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	16,95	0,75	17,69	58,31
abzgl. Bestandsumsatz der Vorhabenkomponenten am Standort	-	-	-	-4,52
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,31	0,00	0,32	0,91
Umsatz vor Ort (2024)	17,26	0,75	18,01	54,70
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,22	0,00	0,22	1,05
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,04	0,00	-0,04	-0,31
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	-	-	-	0,00
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,18	0,00	0,18	0,74
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2024)	1,0%	k. A.	1,0%	1,4%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 41: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Aldi-Vorhabens im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung)

Wie die Wirkungstabelle zeigt, generiert das Vorhaben einen Teil seiner zusätzlichen Umsätze aus der Rückholung von aktuellen Nachfrageabflüssen aus dem Einzugsgebiet sowie durch Streuumsätze (zusammen rd. 0,4 Mio. €²⁵). Wenn man in einer absoluten **Worst-case-Betrachtung sämtliche Umsätze, die aus der Rückholung von Nachfrageabflüssen aus dem Einzugsgebiet resultieren**, zzgl. der Streuumsätze

²⁵ Dieser Wert setzt sich zusammen aus: 0,3 Mio. Rückgang der Nachfrageabflüsse und 0,1 Mio. € Streuumsätze.

gegen die untersuchten Einkaufsalternativen (strukturprägenden Lebensmittelbetriebe sowie Drogeriemärkte mit > 400 qm Verkaufsfläche) im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) direkt außerhalb des Einzugsgebiets in Mittelzentren Bad Zwischenahn (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/Langenhof) und Friesoythe (ZVB Innenstadt inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) rechnet, ergeben sich maximale Umsatzumverteilungen um die 1 %. Faktisch werden sich diese Umsätze aber auf deutlich mehr „Schultern“ verteilen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters an der Bahnhofstraße in Edewecht erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) Werte von im Schnitt etwa 1,4 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 1,5 % prospektiv für den ZVB Edewecht Süd sowie den sonstigen Lagen der Zone 1 (ebenfalls rd. 1,5 %) zu erwarten. Sowohl der ZVB Edewecht Nord (rd. 1,4 %) als auch der ZVB Friedrichsfehn (rd. 1,0 %) weisen dagegen deutlich geringere Umsatzumverteilungsquoten auf. Die Umsatzumverteilungsquoten bezogen auf die untersuchten Lagen direkt außerhalb des Einzugsgebiets liegen bei rd. 1 %.

6.2.4 Prospektive Umsatzumverteilungswirkung zur Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkt

An den untersuchten Standorten des Einzugsgebiets (Zone 1 und Zone 2) beläuft sich im **Hauptsortiment des dm-Drogeriemarkts, dem Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel, der Umsatz aktuell auf rd. 10,7 Mio. €**. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungszuwächse der nächsten Jahre wird der Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets bis zum Jahr der prospektiven Marktwirksamkeit insgesamt leicht um rd. 1,0 Mio. € zunehmen.

Somit ergibt sich für das Prognosejahr 2024 ein Bestandumsatz im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiets von rd. 10,8 Mio. €.

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen Mehrumsatz im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel von rd. 3,0 Mio. € erzielen (ohne rd. 0,1 Mio. € Streuumsätze). Dabei ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse zu binden (rd. 0,9 Mio. €). Die prospektiven Betriebe werden ferner aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher den Betrieben innerhalb der Zone 2 von außerhalb (Zone 1) zugeflossen sind (rd. 0,4 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Nach

Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel rd. 2,5 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 23,2 %.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als im Fernbereich (Zone 2).

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass der **ZVB Edewecht Nord** (= zugleich Vorhabenstandort) um den Rossmann-Drogeriefachmarkt in direkter Nachbarschaft zum Vorhabenstandort am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein wird (rd. 30 %). Der **ZVB Edewecht Süd** sowie die **sonstigen Lagen der Zone 1** weisen eine Umsatzumverteilung von rd. 23 % bzw. rd. 25 % auf. Im ZVB Friedrichsfehn, wo ebenfalls ein dm-Drogeriemarkt ansässig ist, liegt die Umsatzumverteilungsquote bei rd. 19 %. In den sonstigen Lagen der Zone 2 wird kein Angebot im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel vorgehalten.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen der Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts für die einzelnen Standortlagen im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Wirkungsprognose des Umstrukturierungsvorhabens in Edewecht - Umsatzzuwachs (2024) in Mio. €
- Vorhabenkomponente: Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts -

Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	ZVB Edewecht Nord	ZVB Edewecht Süd	Streulage	Zone 1 Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	3,18	1,17	1,08	5,44
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,04	0,01	0,01	0,06
Umsatz vor Ort (2024)	3,22	1,18	1,09	5,49
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	1,49	0,42	0,42	2,33
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,52	-0,15	-0,15	-0,82
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	-	-	-	-
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,97	0,27	0,27	1,52
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2024)	30,1%	23,0%	25,1%	27,6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Wirkungsprognose des Umstrukturierungsvorhabens in Edewecht - Umsatzzuwachs (2024) in Mio. €
- Vorhabenkomponente: Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts -

Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	ZVB Friedrichsfehn	Streulage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	5,25	-	5,25	10,69
zzgl. Umsatzanstieg durch Marktwachstum	0,05	-	0,05	0,10
Umsatz vor Ort (2024)	5,30	-	5,30	10,79
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,62	-	0,62	2,96
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,04	-	-0,04	-0,86
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,41	-	0,41	0,41
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,99	-	0,99	2,50
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2024)	18,7%	-	18,7%	23,2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 42: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des dm-Vorhabens im Hauptsortiment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel

Wie die Wirkungstabelle zeigt, generiert das Vorhaben einen Teil seiner zusätzlichen Umsätze aus der Rückholung von aktuellen Nachfrageabflüssen aus dem Einzugsgebiet sowie durch Streuumsätze (zusammen rd. 0,6 Mio. €²⁶). Wenn man in einer absoluten **Worst-case-Betrachtung sämtliche Umsätze, die aus der Rückholung von Nachfrageabflüssen aus dem Einzugsgebiet resultieren**, zzgl. der Streuumsätze gegen die untersuchten Einkaufsalternativen (strukturprägenden Lebensmittelbetriebe sowie Drogeriemärkte mit > 400 qm Verkaufsfläche) im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel direkt außerhalb des Einzugsgebiets in Mittelzentren Bad

²⁶ Dieser Wert setzt sich zusammen aus: 0,4 Mio. Rückgang der Nachfrageabflüsse und 0,2 Mio. € Streuumsätze.

Zwischenahn (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof) und Friesoythe (ZVB Innenstadt inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) rechnet, ergeben sich maximale Umsatzumverteilungen zwischen rd. 3-5 %. Faktisch werden sich diese Umsätze aber auf deutlich mehr „Schultern“ verteilen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts an der Bahnhofstraße in Edeweicht erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel Werte von im Schnitt etwa 23 %. Die höchsten städtebaulich abwägungsrelevanten Auswirkungen erreichen dabei einen Wert von rd. 30 %. Sowohl der ZVB Edeweicht Süd (rd. 23 %) als auch der ZVB Friedrichsfehn (rd. 19 %) weisen dagegen geringere Umsatzumverteilungsquoten auf. Die Umsatzumverteilungsquoten bezogen auf die untersuchten Lagen direkt außerhalb des Einzugsgebiets liegen zwischen rd. 3-5 %.

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Umstrukturierungsvorhaben in Edewecht an der Bahnhofstraße 5–18 mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von 6.690 qm ist Adressat des § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB. Außerdem sind die Bestimmungen der Landesplanung Niedersachsen²⁷ und der Regionalplanung für den Landkreis Ammerland²⁸ (bzw. Regionales Einzelhandelskonzept 2010) zu berücksichtigen. Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens von Bedeutung:

LROP 2017 – 2.3 Ziffer 01

Zur Herstellung dauerhaft gleichwertiger Lebensverhältnisse sollen Einrichtungen und Angebote des Einzelhandels in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und ausreichender Qualität gesichert und entwickelt werden

LROP 2017 – 2.3 Ziffer 02

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 09 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).

LROP 2017 2.3 Ziffer 03 (Kongruenzgebot)

In einem Mittel- bzw. Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojekts in Bezug auf die periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral). Eine wesentliche Überschreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde. Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten. Der grundzentrale Verflechtungsbereich eines Zentralen Ortes ist das jeweilige Gemeinde-

²⁷ Vgl. Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen aus dem Jahr 2017 (LROP 2017).

²⁸ Vgl. Regionales Raumordnungsprogramm für den Landkreis Ammerland 1996

oder das Samtgemeindegebiet. Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs-/Genussmittel und Drogeriewaren.

LROP 2017 2.3 Ziffer 04 (Konzentrationsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.

LROP 2017 2.3 Ziffer 05 (Integrationsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.

LROP 2017 2.3 Ziffer 07 (Abstimmungsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen. Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden. Zur Verbesserung der Versorgungsstrukturen in Grenzübereichen soll eine grenzüberschreitende Abstimmung unter Berücksichtigung der Erreichbarkeiten und gewachsener Strukturen erfolgen.

LROP 2017 2.3 Ziffer 08 (Beeinträchtigungsverbot)

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

Nach § 11 Abs. 3 Bau NVO ist neben den bereits angesprochenen Belangen zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

Auch an dieser Stelle verweisen Dr. Lademann & Partner noch einmal auf die von den Vertretern der Gemeinde Edewecht, der IHK Oldenburg, dem Landkreis Ammerland sowie dem Gutachterbüro Dr. Jansen geforderte Auslegung der Agglomerationsregelung, wonach das Gesamtvorhaben aufgrund der Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs einer einzelbetrieblichen Prüfung unterzogen werden soll. Nachfolgend findet daher – anders als im Gutachten von April 2022 – eine Prüfung der raumordnerischen Bestimmungen für jeden Betrieb statt.

7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung (Kongruenz- und Konzentrationsgebot)

Das **Kongruenzgebot**, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des Zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab. Demnach ist ein neues Einzelhandelsgroßprojekt innerhalb eines Mittelzentrums zulässig, wenn sein Einzugsgebiet in etwa dem Verflechtungsraum der Standortgemeinde sowie der Bevölkerungszahl resp. der sortimentsspezifischen Kaufkraft entspricht, d.h. nicht wesentlich über diesen hinausgeht. Das Vorhaben muss zudem funktional der Aufgabe des Zentralen Orts entsprechen. Somit stellt das Kongruenzgebot auf die Bündelung von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten ab.

Die Regionalplanung des Landkreises Ammerland legt **innerhalb der Gemeinde Edewecht zwei Grundzentren fest**. Derzeit befindet sich das Einzelhandelskonzept der Gemeinde Edewecht, in welchem die Kongruenzräume der beiden Grundzentren final definiert werden, in Aufstellung. Daher wird im Folgenden auf die vom Landkreis Ammerland definierten teilörtlichen Verflechtungsräume i.S.v. potenziellen Kongruenzräumen zurückgegriffen:

- **Potenzieller Kongruenzraum GZ Edewecht:** Nord-Edewecht I, Nord-Edewecht II, Süd-Edewecht, Husbäke, Jeddelloh I, Jeddelloh II, Osterscheps, Portsloge, Süddorf, Westerscheps und Wittenberge.
- **Potenzieller Kongruenzraum GZ Friedrichsfehn:** Friedrichsfehn, Wildenloh, Klee-
feld und Klein Scharrel.

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Bahnhofstraße im Grundzentrum Edewecht. Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist das Grundzentrum Edewecht demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit periodischen Sortimenten sowie für Einzelhandelsbetriebe mit aperiodischem Schwerpunkt geeignet.

Das **Einzugsgebiet** der einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhabens umfasst ausschließlich das gesamte Gemeindegebiet von Edewecht und gliedert sich in der Zone 1 nach den Ortschaften des potenziellen Kongruenzraums des Grundzentrums Edewecht sowie in der Zone 2 nach den Ortschaften des potenziellen Kongruenzraums des Grundzentrums Friedrichsfehn. Mit Blick auf die Umsatzherkunft der einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhabens zeigt sich für die vorhabenrelevanten periodischen und aperiodischen Sortimente folgendes Bild:

- Im **periodischen Bedarfsbereich** werden rd. 75 % mit Bewohnern aus dem potenziellen Kongruenzraum des Grundzentrums Edewecht generiert. Die restlichen rd. 25 % des Umsatzes entfallen auf Kunden aus der Zone 2 bzw. dem potenziellen

Kongruenzraum des Grundzentrums Friedrichsfehn (rd. 20 %) sowie räumlich nicht eindeutig zuordbare Streuumsätze²⁹ (rd. 5 %).

- Im **aperiodischen Bedarfsbereich** ist aufgrund der Angebotsattraktivität des Hauptzentrums insgesamt mit einer gegenüber den periodischen Gütern höheren Ausstrahlung in der Zone 2 zu erwarten, weshalb sich die Umsatzherkunft mit rd. 72 % auf die Zone 1 (= potenzieller Kongruenzraum Grundzentrum Edewecht), rd. 23 % auf die Zone 2 (= potenzieller Kongruenzraum Grundzentrum Friedrichsfehn) sowie weitere 5 % Streuumsätze untergliedert. Diese Attraktivität ist durch das Fehlen von vielfältigen aperiodischen Angeboten im grundzentralen Ortsteil Friedrichsfehn zurückzuführen (zu geringes Einwohnerpotenzial im GZ Friedrichsfehn i.V.m. Nähe zum Oberzentrum). Wie dargelegt sollen bei den aperiodischen Sortimenten keine nennenswerte Zuwächse erfolgen (sogar per Saldo VKF-Reduzierung).

Folglich wird der 70–30 % Regelvermutung zur Feststellung der Kompatibilität mit dem Kongruenzgebot sowohl im periodischen als auch im aperiodischen Bedarfsbereich entsprochen. Die einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhabens generieren rd. 75 % (periodischer Bedarfsbereich) bzw. rd. 72 % (aperiodischer Bedarfsbereich) des Umsatzes aus dem potenziellen Kongruenzraums des Grundzentrums Edewecht. Somit werden die einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhabens durch das örtliche Nachfragepotenzial getragen.

Das **Konzentrationsgebot** zielt auf eine standörtliche Konzentration von großflächigem Einzelhandel im zentralen Siedlungsgebiet des zentralen Orts ab. Demnach darf ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben nur in den zentralen Lagen von Ortsteilen mit zentralörtlicher Funktion angesiedelt werden.

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Bahnhofstraße im nördlichen Kernort Edewecht und damit im zentralen Siedlungsgebiet des Grundzentrums Edewecht. Darüber hinaus ist der Vorhabenstandort der einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhabens **Teil des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord. Dem Konzentrationsgebot wird damit entsprochen.**

Die einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhabens an der Bahnhofstraße 5–18 im Grundzentrum Edewecht wird dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebiet gerecht.

²⁹ Diese werden durch Pendler, Durchreisende, Touristen und Einwohner aus den angrenzenden Ortschaften außerhalb des Einzugsgebietes (etc.) gewonnen.

7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung (Beeinträchtigungsverbot)

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Verschiedentlich steht hier eine Faustformel von 10 % Umsatzumverteilung in Rede. Allerdings hat die Rechtsprechung klargestellt, dass es sich hierbei nicht um einen allgemeingültigen Schwellenwert handelt, sondern es eine Frage des Einzelfalls ist, ob ungeachtet einer Überschreitung der 10 %-Grenze in bestimmten Teilsortimenten im Rahmen der Gesamtbetrachtung davon auszugehen ist, dass die Auswirkungen nicht zu wesentlichen Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen führen bzw. schützenswerte Strukturen der verbrauchernahen Versorgung nachhaltig schädigt (vgl. BVerwG, Beschl. v. 03.08.2011 – 4 BN 15.11 –; OVG NRW, Urt. v. 02.10.2013 – 7 D 18/13.NE –). Da das Planungsrecht keinen Konkurrentenschutz vorsieht, haben Umsatzumverteilungen für sich genommen keine Bedeutung; vielmehr erlangen diese erst dann Bedeutung, wenn sie in landesplanerisch oder städtebaulich relevante negative Folgen umschlagen. Gemessen an diesem Maßstab sind solche Folgen vorliegend aber nicht zu erwarten, wie die folgende Untersuchung der absatzwirtschaftlich ermittelten Umverteilungsquoten in den untersuchten Segmenten auf ihre städtebauliche und versorgungsstrukturelle Relevanz an den untersuchten Standortlagen im Untersuchungsraum zeigt.

Im Lichte der geforderten einzelbetrieblichen Prüfung kann für die einzelnen Planvorhaben nachfolgendes festgehalten werden.

7.3.1 Erweiterung eines Edeka-Verbrauchermarkts

Bezogen auf den Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebiets im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) (= Hauptsortiment des Edeka-Verbrauchermarkts) wurde im worst-case im Rahmen der Wirkungsprognose eine **absatzwirtschaftliche Umsatzumverteilungsquote von im Schnitt rd. 2 %** ermittelt. Damit wird der 10 %-Abwägungsschwellenwert deutlich unterschritten. Dabei schlagen sich die Umsatzrückgänge jedoch in unterschiedlichem Maße an den untersuchten Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets nieder. Aufgrund der räumlichen Nähe fallen die absatzwirtschaftlich ermittelten Umsatzumverteilungen innerhalb der Zone 1 höher aus als in der Zone 2.

Dabei ist der **ZVB Edewecht Süd** aufgrund der Angebotsüberschneidung im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) sowie der räumlichen Nähe mit knapp 3 % am stärksten von dem Umstrukturierungsvorhaben betroffen. Dieser befindet sich im südlichen Kernort des Grundzentrums Edewecht in rd. 1 km Entfernung zum Vorhabenareal und weist eine starke Ausrichtung auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf. Hauptmagnetbetriebe sind die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Rewe-Verbrauchermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter, welche die wohnortnahe Grundversorgung für die Bewohner im südlichen Siedlungsbereich des Kernorts von Edewecht sichern. Dabei weisen sowohl der Rewe-Verbrauchermarkt (inkl. Getränkemarkt) als auch der Lidl-Lebensmitteldiscounter eine zeitgemäße Marktperformance auf. Darüber hinaus werden die beiden Lebensmittelbetriebe durch weitere kleinteilige Betriebe sowie einem Geschäftsbesatz im Bereich Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt, so dass der zentrale Versorgungsbereich insgesamt als stabil und voll funktionsfähig eingestuft werden kann. **Eine Funktionsstörung der Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsreichs kann somit in jedem Fall ausgeschlossen werden.** Auch zukünftig werden die Bewohner im südliche Kernort von Edewecht an diesem Standortverbund einkaufen.

Die Betriebe innerhalb des **ZVB Edewecht Nord**, zu welchem auch der Edeka-Verbrauchermarkt gehört, werden mit einer Umsatzumverteilungsquote von bis rd. 2 % betroffen sein (der Vorhabenbetrieb ist in der Quote nicht enthalten). Als ein weiterer strukturprägender Lebensmittelmarkt ist hier ein Aldi-Lebensmitteldiscounter ansässig, welcher im Zuge des Gesamtvorhabens ebenfalls erweitern möchte (siehe Kapitel 7.3.2). Darüber hinaus wird das Angebot im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) noch durch kleinteilige Betriebe sowie im Randsortiment von Fachmärkten (u.a. Rossmann) bereitgestellt. Eine Funktionsstörung der Nahversorgung kann angesichts einer Umsatzumverteilungsquote von lediglich 2 % definitiv

ausgeschlossen werden. Faktisch wird es durch die Erweiterung des Edeka-Verbrauchermarkts insgesamt (per Saldo) zu einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord kommen. Durch die Absicherung des Magnetbetriebs wird dieses eine Aufwertung erfahren, was wiederum die Verbesserung der Zukunftsfähigkeit des Zentrums nach sich zieht. **Eine wirtschaftliche Schieflage des ZVB Edewecht Nord bzw. ein Wegbrechen der Nahversorgungsstrukturen kann angesichts der Lage des Vorhabenstandorts in diesem Zentrum vollständig ausgeschlossen werden.**

Der **ZVB Friedrichsfehn** befindet sich im Kernort des Grundzentrums Friedrichsfehn in rd. 7 km Entfernung zum Vorhabenareal. Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots liegt dabei im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich und wird maßgeblich durch die Angebotsstrukturen im westlichen Bereich geprägt. Hier sind mit einem Edeka-Verbrauchermarkt und einem Aldi-Lebensmitteldiscounter zwei strukturprägende Lebensmittelbetriebe ansässig, welche als maßgebliche Magnetbetriebe für die Handelslage fungieren und einen modernen sowie leistungsfähigen Marktauftritt aufweisen. Mit einem dm-Drogeriemarkt besteht darüber hinaus ein weiterer Magnetbetrieb an diesem Standort, welcher die Anziehungskraft der Handelslage noch einmal verstärkt. Der östliche Bereich des zentralen Versorgungsbereichs ist demgegenüber durch eine hohe Multifunktionalität mit kleinteiligen Ladenlokale (überwiegend inhabergeführt) aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie geprägt. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlich ermittelten Umsatzumverteilungsquote von knapp 2% können **„mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung angesichts der Höhe der Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann im Lichte der aufgeführten Argumente ausgeschlossen werden.**

Auch in den **sonstigen Lagen der Zone 1** sind keine vorhabeninduzierten Schließungen marktfähiger Betriebe angesichts der prognostizierten Umsatzrückgänge zu befürchten. Mit einem Combi-Verbrauchermarkt sowie einem im November 2021 neu aufgestellten Netto-Lebensmitteldiscounter agieren in den sonstigen Lagen der Zone 1 zwei strukturprägende Lebensmittelbetriebe. Diese weisen neben einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit innerhalb der Standortkommune auch eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus dem jeweils umliegenden Wohnbereich auf. Beide Märkte verfügen über einen leistungsfähigen und modernen Marktauftritt. Ferner sind weitere kleinteilige Lebensmittelgeschäfte (wie Fabrikverkauf, Getränkemarkt, Bäcker) in den teilweise ländlich geprägten Siedlungsbereichen der Zone 1 vorhanden. Vor diesem Hintergrund ist bei einem absatzwirtschaftlich ermittelten Umsatzrückgang von knapp 3% in den sonstigen Lagen der Zone 1 nicht davon auszugehen, dass der Fortbestand der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe und damit die Nahversorgung durch das

Vorhaben gefährdet werden. **Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.**

In den **sonstigen Lagen der Zone 2** befindet sich kein strukturprägender Lebensmittelmarkt. Das Angebot im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) wird durch vereinzelte kleinteilige Betriebe bereitgestellt. Dementsprechend sind bei einer Umsatzumverteilung von < 0,1 Mio. € zu Gunsten des Umstrukturierungsvorhabens somit **keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die Nahversorgung in Edewecht zu erwarten.** Die Auswirkungen sind rechnerisch nicht nachweisbar.

Für die unmittelbar **außerhalb des Einzugsgebiets** gelegenen zentralen Versorgungsbereiche in den Mittelzentren Bad Zwischenahn (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof) und Friesoythe (ZVB Innenstadt inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) ergeben sich durch Rückholung aktuell abfließender Nachfrage im worst-case Umverteilungswirkungen im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) um die 1 %. Faktisch werden sich diese Umsätze aber auf deutlich mehr „Schultern“ verteilen.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche können angesichts der Höhe der Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.

Vielmehr dient das Vorhaben der (qualitativen) Stärkung der verbrauchernahen Nahversorgung sowie der zukünftigen Absicherung eines etablierten Einzelhandelsstandorts in der Gemeinde Edewecht. Dabei trifft das Vorhaben auf überwiegend leistungsfähige Angebotsstrukturen und eine stetig wachsende Nachfrageplattform, welche im Lichte einer Einzelhandelszentralität im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) von unter 100 % innerhalb des Einzugsgebiets bzw. der Gemeinde Edewecht noch Ausbaupotenziale offenbart.

Für die **Randsortimente des Edeka-Markts** wurde vor dem Hintergrund der geringen Marktanteile auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des Marktanteilszuwachses von weniger als 1 %-Punkt in jedem Falle ausgeschlossen werden. Auch die absoluten Umsatzzuwächse sind marginal und wären im Folgenden nicht raumwirksam darstellbar. **Mehr als unwesentliche Auswirkungen können zulasten der Randsortimente des Edeka-Markts in jedem Falle ausgeschlossen werden.** Dies gilt auch für die Betriebe außerhalb des Einzugsgebiets in den Mittelzentren Bad Zwischenahn und Friesoythe.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung eines bestehenden Edeka-Markts in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

7.3.2 Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters

Bezogen auf den Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebiets im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) (= Hauptsortiment des Aldi-Lebensmitteldiscounters) wurde im worst-case im Rahmen der Wirkungsprognose eine **absatzwirtschaftliche Umsatzumverteilungsquote von im Schnitt gut 1 %** ermittelt. Damit wird der 10 %-Abwägungsschwellenwert deutlich unterschritten. Dabei schlagen sich die Umsatzrückgänge jedoch in unterschiedlichem Maße an den untersuchten Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets nieder. Aufgrund der räumlichen Nähe fallen die absatzwirtschaftlich ermittelten Umsatzumverteilungen innerhalb der Zone 1 höher aus als in der Zone 2.

Dabei ist der **ZVB Edewecht Süd** aufgrund der Angebotsüberschneidung im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) sowie der räumlichen Nähe mit knapp 2 % am stärksten von dem Umstrukturierungsvorhaben betroffen. Wie bereits im vorherigen Kapitel dargestellt, fungieren hier als Hauptmagnetbetriebe die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Rewe-Verbrauchermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter, welche die wohnortnahe Grundversorgung für die Bewohner im südlichen Siedlungsbereich des Kernorts von Edewecht sichern. **Eine Funktionsstörung der Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsbereichs kann angesichts der Höhe der Umsatzumverteilungsquote sowie des derzeit bestehenden Geschäftsbesatzes in jedem Fall ausgeschlossen werden.** Auch zukünftig werden die Bewohner im südliche Kernort von Edewecht an diesem Standortverbund einkaufen.

Die Betriebe innerhalb des **ZVB Edewecht Nord**, zu welchem auch der Aldi-Lebensmitteldiscounter gehört, werden mit einer Umsatzumverteilungsquote von gut 1 % betroffen sein (der Vorhabenbetrieb ist in der Quote nicht enthalten). Als ein weiterer strukturprägender Lebensmittelmarkt ist hier ein Edeka-Verbrauchermarkt ansässig, welcher im Zuge des Gesamtvorhabens ebenfalls erweitern möchte (siehe Kapitel 7.3.1). Darüber hinaus wird das Angebot im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) noch durch kleinteilige Betriebe sowie im Randsortiment von Fachmärkten (u.a. Rossmann) bereitgestellt. Eine Funktionsstörung der Nahversorgung kann angesichts einer Umsatzumverteilungsquote von lediglich 1 % definitiv ausgeschlossen

werden. Faktisch wird es durch die Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters insgesamt (per Saldo) zu einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord kommen. Durch die Absicherung des Magnetbetriebs wird dieses eine Aufwertung erfahren, was wiederum die Verbesserung der Zukunftsfähigkeit des Zentrums nach sich zieht. **Eine wirtschaftliche Schiefelage des ZVB Edewecht Nord bzw. ein Wegbrechen der Nahversorgungsstrukturen kann angesichts der Lage des Vorhabenstandorts in diesem Zentrum vollständig ausgeschlossen werden.**

Zudem können auch gegenüber dem **ZVB Friedrichsfehn** auf Grundlage der absatzwirtschaftlich ermittelten Umsatzumverteilungsquote von rd. 1 % **„mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung angesichts der Höhe der Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann im Lichte der aufgeführten Argumente ausgeschlossen werden.**

Auch in den **sonstigen Lagen der Zone 1** sind keine vorhabeninduzierten Schließungen marktfähiger Betriebe angesichts der prognostizierten Umsatzrückgänge (knapp 2 %) zu befürchten. **Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.**

In den **sonstigen Lagen der Zone 2** befindet sich kein strukturprägender Lebensmittelmarkt. Das Angebot im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) wird durch vereinzelte kleinteilige Betriebe bereitgestellt. Dementsprechend sind bei einer Umsatzumverteilung von < 0,1 Mio. € zu Gunsten des Umstrukturierungsvorhabens somit **keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die Nahversorgung in Edewecht zu erwarten.** Die Auswirkungen sind rechnerisch nicht nachweisbar.

Für die unmittelbar **außerhalb des Einzugsgebiets** gelegenen zentralen Versorgungsbereiche in den Mittelzentren Bad Zwischenahn (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof) und Friesoythe (ZVB Innenstadt inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) ergeben sich durch Rückholung aktuell abfließender Nachfrage im worst-case Umverteilungswirkungen im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) um die 1 %. Faktisch werden sich diese Umsätze aber auf deutlich mehr „Schultern“ verteilen.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche können angesichts der Höhe der Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.

Vielmehr dient das Vorhaben der (qualitativen) Stärkung der verbrauchernahen Nahversorgung sowie der zukünftigen Absicherung eines etablierten Einzelhandelsstandorts in der Gemeinde Edewecht. Dabei trifft das Vorhaben auf überwiegend leistungsfähige Angebotsstrukturen und eine stetig wachsende Nachfrageplattform, welche im Lichte einer Einzelhandelszentralität im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl.

Tiernahrung) von unter 100 % innerhalb des Einzugsgebiets bzw. der Gemeinde Edewecht noch Ausbaupotenziale offenbart.

Ferner sei – sowohl für Aldi als auch für Edeka – noch darauf verwiesen, dass sich die Standortanforderungen und Größenordnungen für den Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren gewandelt haben und somit den Anstieg der Verkaufsflächenausstattung der beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Aldi und Edeka (Teil des Umstrukturierungsvorhabens) erklären. Damit wird insbesondere den gestiegenen Convenience-Ansprüchen der Verbraucher Rechnung getragen.

Für die **Randsortimente des Aldi-Markts** wurde vor dem Hintergrund der geringen Marktanteile auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des Marktanteilszuwachses von weniger als 1 %-Punkt in jedem Falle ausgeschlossen werden. Auch die absoluten Umsatzzuwächse sind marginal und wären im Folgenden nicht raumwirksam darstellbar. **Mehr als unwesentliche Auswirkungen können zulasten der Randsortimente des Aldi-Markts in jedem Falle ausgeschlossen werden.** Dies gilt auch für die Betriebe außerhalb des Einzugsgebiets in den Mittelzentren Bad Zwischenahn und Friesoythe.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung eines bestehenden Aldi-Markts in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

7.3.3 Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts

Am Standort Bahnhofstraße 5-18 ist die Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord vorgesehen. Die geplante Verkaufsfläche soll dabei rd. 650 qm (davon rd. 505 qm im Hauptsortiment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel) betragen.

Aufgrund der Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord kommt – nach Ansicht der Gemeinde Edewecht, der IHK Oldenburg, des Landkreises Ammerland sowie dem Gutachterbüro Dr. Jansen – die Anwendung des Agglomerationsverbots nicht zum Tragen. Vielmehr unterliegt jede Vorhabenkomponente einer einzelnen Prüfung der raumordnerischen Bestimmungen. Demzufolge kann konstatiert werden, dass es sich bei dem Vorhaben in der Einzelbetrachtung um die Ansiedlung eines kleinflächigen Drogeriemarkts mit

rd. 650 qm Verkaufsfläche handelt. Da die Ansiedlung oder Erweiterung von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben (< 800 qm Verkaufsfläche) nicht den raumordnerischen Bestimmungen unterliegen, ist das Vorhaben innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs auch ohne Prüfung der raumordnerischen Bestimmungen zulässig. Dennoch werden im Folgenden die Auswirkungen der Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts untersucht:

Das Vorhaben der Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts wird im worst-case eine **prospektive Umsatzumverteilungsquote im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel von rd. 23 % innerhalb des Einzugsgebiets** auslösen und den kritischen 10 %-Schwellenwert damit überschreiten. Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (= Zone 1) höher ausfallen als im Ergänzungsbereich (= Zone 2).

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass der **ZVB Edewecht Nord** am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein wird (rd. 30 %). Bei der Bewertung der Auswirkungen ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich der Vorhabenstandort selbst innerhalb des genannten zentralen Versorgungsbereichs befindet. Die ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen bleiben damit ohne städtebauliche Relevanz, da es nur um eine Umverteilung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs geht (OVG Münster, NVwZ 2007, 727, 732, siehe auch BVerwG, NVwZ 2009, 781). Angesichts der Wettbewerbsneutralität des Baurechts sind Auswirkungen auf andere Einzelhandelsbetriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs grundsätzlich irrelevant. Es handelt sich um rein wettbewerbliche Auswirkungen im direkten Standortumfeld. Ein Verstoß gegen das Beeinträchtigungsverbot in Bezug auf den ZVB Edewecht Nord ist per se ausgeschlossen. Denn selbst wenn es zu vorhabeninduzierten Betriebsaufgaben käme, würde dies die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs nicht beeinträchtigen, da die Neuansiedlung etwaige Marktaustritte mehr als kompensieren würde. Auch städtebaulich sind keine Fehlentwicklung zu erwarten, da der ZVB ansonsten stabil aufgestellt ist und Leerstände derzeit nicht prägend sind.

Als typgleicher Anbieter mit dem dm-Drogeriemarkt ist in diesem Segment ein moderner Rossmann-Drogeriemarkt in direkter Nachbarschaft ansässig. Dieser ist als direkter Wettbewerber ohne Zweifel am stärksten von der Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts betroffen. Allerdings muss in der Bewertung berücksichtigt werden, dass der Rossmann-Drogeriemarkt einen modernen Marktauftritt aufweist und ebenfalls durch Synergieeffekte seines Agglomerationsumfelds innerhalb des Ortskerns profitiert. Eine Funktionsstörung der Nahversorgung kann bei einem ggf. eintretenden wettbewerblichen Ausscheiden des Rossmann-Drogeriemarkts durch die Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts allerdings ausgeschlossen werden. Die Nahversorgung im Segment der Drogeriewaren kann auch nach der Vorhabenrealisierung als gesichert

angesehen werden. Faktisch wird es durch die Umstrukturierung insgesamt (per Saldo) zu einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord kommen. **Eine wirtschaftliche Schieflage des ZVB Edewecht Nord bzw. eine Beeinträchtigung der Nahversorgungsstrukturen kann angesichts der Lage des Vorhabenstandorts in diesem Zentrum vollständig ausgeschlossen werden.**

Gegenüber dem **ZVB Edewecht Süd** beläuft sich die Umsatzumverteilung im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel rein rechnerisch auf rd. 23 %. Dieser befindet sich im südlichen Kernort des Grundzentrums Edewecht in rd. 1 km Entfernung zum Vorhabenareal. Ein Drogeriemarkt besteht im ZVB Edewecht Süd nicht. Das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel wird von den beiden Hauptmagnetbetrieben Rewe-Verbrauchermarkt und Lidl-Lebensmitteldiscounter sowie von einer Apotheke angeboten. Dabei stellt das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel jedoch lediglich ein Randsortiment des Verbrauchermarkts und des Lebensmitteldiscounters dar, sodass keine ruinösen Wirkungen zu erwarten sind. So wird der Umsatzrückgang nur auf ca. 10 % der Gesamtverkaufsfläche dieser Anbieter eintreten. Eine Versorgungslücke aufgrund einer Verkaufsflächenreduzierung in diesem Sortiment ist auch nicht zu erwarten, da Gesundheits- und Pflegeartikel zum Standardsortiment von Verbrauchermärkten und Lebensmitteldiscountern gehören und nicht weitgehend ausgelistet werden. Gleiches gilt für Apotheken, die nur einen Teil ihres Umsatzes aus freiverkäuflichen Drogeriewaren generieren, deren Haupteinkaufsquelle jedoch rezeptpflichtige Medikamente sind. Darüber hinaus werden die beiden Lebensmittelbetriebe und die Apotheke durch weitere kleinteilige Betriebe sowie einem Geschäftsbesatz im Bereich Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt, so dass der zentrale Versorgungsbereich insgesamt als stabil und voll funktionsfähig eingestuft werden kann. **Eine Funktionsstörung der Nahversorgung sowie des zentralen Versorgungsbereichs kann somit in jedem Fall ausgeschlossen werden.** Auch zukünftig werden die Bewohner im südliche Kernort von Edewecht an diesem Standortverbund einkaufen.

Auch in den **sonstigen Lagen der Zone 1** ist kein Drogeriemarkt ansässig. Das Angebot im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel wird auch hier jeweils durch eine Apotheke sowie als Randsortiment der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe geprägt. Sowohl der Netto-Lebensmitteldiscounter als auch der Combi-Verbrauchermarkt weisen neben einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit innerhalb der Standortkommune auch eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus dem jeweils umliegenden Wohnbereich auf. Beide Märkte verfügen über einen leistungsfähigen und modernen Marktauftritt. **Analog den vorhergehenden Ausführung bzgl. der Umsatzstruktur einer Apotheke als auch der strukturprägenden Lebensmittelmärkte kann der Fortbestand dieser Betriebe sowie eine Funktionsstörung der Nahversorgung in jedem Fall ausgeschlossen werden.** Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.

Mit dem **ZVB Friedrichsfehn** besteht ferner in der Zone 2 ein weiterer zentraler Versorgungsbereich. Dieser befindet sich im Kernort des Grundzentrums Friedrichsfehn in rd. 7 km Entfernung zum Vorhabenareal. Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots wird maßgeblich durch die Angebotsstrukturen im westlichen Bereich geprägt. Hier sind mit einem Edeka-Verbrauchermarkt und einem Aldi-Lebensmitteldiscounter zwei strukturprägende Lebensmittelbetriebe ansässig, welche als maßgebliche Magnetbetriebe für die Handelslage fungieren. Mit einem dm-Drogeriemarkt besteht darüber hinaus ein weiterer Magnetbetrieb an diesem Standort, welcher die Anziehungskraft der Handelslage noch einmal verstärkt. Der östliche Bereich des zentralen Versorgungsbereichs ist demgegenüber durch eine hohe Multifunktionalität mit kleinteiligen Ladenlokale (überwiegend inhabergeführt) aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie geprägt.

Im Zuge des Ansiedlungsvorhabens ist der ZVB Friedrichsfehn mit einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 19 % im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel tangiert. Dabei handelt es sich insbesondere um innerbetriebliche Umsatzumverteilungen zwischen den beiden Märkten des Betreibers dm. Zudem sind auch Umsatzumverteilungen im Bereich des Randsortiments Drogeriewaren/ Gesundheits- und Körperpflege der strukturprägenden Lebensmittelmärkte Aldi und Edeka sowie gegenüber der Apotheke zu erwarten. Da der zentrale Versorgungsbereich in die Wohnstrukturen des Grundzentrums Friedrichsfehn eingebettet ist und entsprechend auch weiterhin von einer signifikanten Einwohner- und Nachfrageplattform im Nahumfeld profitieren kann, **kann eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe sowie eine Funktionsstörung der Nahversorgung ausgeschlossen werden.** Diese Bevölkerungsgruppen sind in wesentlichem Maße auf die Angebote im zentralen Versorgungsbereich orientiert. Der Standortbereich wird für diese Verbraucher aufgrund der räumlichen Nähe auch zukünftig die bevorzugte Einkaufsalternative darstellen. Ferner ist es nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner aus marktstrategischen Gründen kaum vorstellbar, dass dm den (funktionierenden) Standort im ZVB Friedrichsfehn aufgibt und dem Wettbewerb³⁰ (z.B. Rossmann) überlässt.

In den **sonstigen Lagen der Zone 2** wird das Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel derzeit nicht angeboten. ‚Mehr als unwesentliche Auswirkungen‘ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung können daher in jedem Falle ausgeschlossen werden.

Generell kann für die Umsatzumverteilungen in der Zone 2 (= Grundzentrum Friedrichsfehn) bzw. insbesondere gegenüber dem ZVB Friedrichsfehn festgehalten werden, dass durch die Ansiedlung eines dm-Drogeriemarkts innerhalb des ZVB Edewecht Nord bzw. im Grundzentrum Edewecht (= Zone 1) eine **Rückholung von derzeit abfließender Kaufkraft** erfolgt. Dies wird insbesondere durch einen Blick auf die

³⁰ Z.B. würde sich somit die Möglichkeit für den Betreiber Rossmann ergeben, innerhalb von Edewecht (vom ZVB Edewecht Nord zum ZVB Friedrichsfehn) den Standort zu wechseln oder eine zweite Filiale zu eröffnen.

ermittelten **Einzelhandelszentralität** der beiden Zonen bzw. Grundzentren im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel deutlich. So profitiert das Grundzentrum Friedrichsfehn mit einer Zentralität von 160 % bereits heute von signifikanten Kaufkraftzuflüssen von außerhalb des Kongruenzraums. Demgegenüber liegt die Zentralität im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel für das Grundzentrum Edewecht bei lediglich 76 %. **Das Vorhaben der Ansiedlung eines Drogeriemarkts im Grundzentrum Edewecht leistet daher einen Beitrag zur Rückholung von bestehenden Kaufkraftabflüssen sowie zum Abbau einer funktionalen Schiefelage innerhalb der Gemeinde Edewecht.**

Für die unmittelbar **außerhalb des Einzugsgebiets** gelegenen zentralen Versorgungsbereiche in den Mittelzentren Bad Zwischenahn (ZVB Hauptzentrum Ortsmitte inkl. Nebenzentrum Mühlenstraße/ Langenhof) und Friesoythe (ZVB Innenstadt inkl. Ergänzungsbereich Nord und Süd) ergeben sich durch Rückholung aktuell abfließender Nachfrage im worst-case Umverteilungswirkungen im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Körperpflege zwischen 3 – 5 %. Faktisch werden sich diese Umsätze aber auf deutlich mehr „Schultern“ verteilen.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche können im Lichte der aufgeführten Argumente in jedem Falle ausgeschlossen werden. Vielmehr dient das Vorhaben der (qualitativen) Stärkung der verbrauchernahen Nahversorgung sowie der zukünftigen Absicherung eines etablierten Einzelhandelsstandorts in der Gemeinde Edewecht.

Für die **Randsortimente des dm-Drogeriemarkts** wurde vor dem Hintergrund der geringen Marktanteile auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts eines Marktanteils von weniger als 1 % in jedem Falle ausgeschlossen werden. **Mehr als unwesentliche Auswirkungen können zulasten der Randsortimente des dm-Drogeriemarkts in jedem Falle ausgeschlossen werden.** Dies gilt auch für die Betriebe außerhalb des Einzugsgebiets in den Mittelzentren Bad Zwischenahn und Friesoythe.

Ein Umschlagen der zum Teil erhöhten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der Ansiedlung eines Drogeriemarkts in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann in der differenzierten Betrachtung ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

7.3.4 Umstrukturierung der Fachmärkte

Wie im Rahmen der Marktanteils- und Umsatzprognose (Kapitel 6.1) dargestellt, wurde aufgrund der durch die jeweilige Umstrukturierung ausgelösten niedrigen Umsatzveränderungen der **Fachmärkte mit einem aperiodischen Hauptsortiment** (Kik, Takko, Zimmermann Sonderpostenmarkt sowie ein Schuh-Fachmarkt) verzichtet. Die einzelnen Wirkungen dieser Vorhaben werden auf den Einzelhandel vor Ort eine kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. **Mehr als unwesentliche Auswirkungen der einzelnen Vorhaben mit einem aperiodischen Hauptsortiment (Kik, Takko, Zimmermann Sonderpostenmarkt sowie ein Schuh-Fachmarkt) auf die Handelsstrukturen in Edewecht können in jedem Falle ausgeschlossen werden.** Dies gilt auch für die Betriebe außerhalb des Einzugsgebiets in den Mittelzentren Bad Zwischenahn und Friesoythe.

Darüber hinaus sei auch im Rahmen der Umstrukturierung der Fachmärkte angemerkt, dass es sich bei den Betrieben Kik, Takko sowie dem Schuh-Fachmarkt um kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (< 800 qm Verkaufsfläche) handelt. Da die Ansiedlung oder Erweiterung von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben (< 800 qm Verkaufsfläche) nicht den raumordnerischen Bestimmungen unterliegen, ist das jeweilige Vorhaben nach Auslegung der Agglomerationsregel i.S.d. IHK Oldenburg innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs auch ohne Prüfung der raumordnerischen Bestimmungen zulässig.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der einzelnen Vorhaben mit einem aperiodischen Hauptsortiment (Kik, Takko, Zimmermann Sonderpostenmarkt sowie ein Schuh-Fachmarkt) in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Handelsstrukturen in Edewecht sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot werden damit auch die Vorhaben mit einem aperiodischen Hauptsortiment gerecht.

7.4 Zur Integration des Vorhabenstandorts (Integrationsgebot)

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Niedersachsen sind Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten grundsätzlich **nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen** zulässig. Städtebaulich integrierte Lagen stehen in einem engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des § 2 Abs. 2 und § 9 Abs. 2a BauGB. Außerdem müssen diese Flächen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein oder eingebunden werden.

Das kommunale Einzelhandelskonzept der Gemeinde Edewecht befindet sich derzeit in Aufstellung. Eine vom Rat beschlossene Zentrenstruktur bzw. die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche lag zum Zeitpunkt der Erstellung des vorliegenden Gutachtens noch nicht vor, weshalb im Folgenden auf das Regionale Einzelhandelskonzept des Landkreises Ammerland aus dem Jahr 2010 zurückgegriffen wird. Demnach ist das Vorhabenareal **Teil des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord** innerhalb des Grundzentrums Edewecht, weshalb der Standort als städtebaulich-integriert zu bewerten ist. In das Netz des ÖPNV ist der Standort über die Bushaltestelle „Edewecht Markt“ in rd. 300 m Entfernung eingebunden. Die Buslinien verkehren mehrmals in der Stunde in beide Richtungen. Ferner ergänzt ein Bürgerbus mit regelmäßigen Rundtouren durch die Bauerschaften des Gemeindegebietes das Angebot. Darüber hinaus befinden sich angrenzend an die Standortlage Wohnnutzungen, sodass das Vorhaben im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung steht.

Die einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhabens dienen als Teil des zentralen Versorgungsbereichs der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung sowie als Magnetbetriebe für das Hauptzentrum und die Einwohner des teilörtlichen Verflechtungsbereichs insgesamt. **Der Standort ist demnach als Standort für den großflächigen Einzelhandel von periodischen und aperiodischen Sortimenten konzeptionell gewollt.** Die Versorgung der Bevölkerung mit Einzelhandelsbetrieben, deren Standort verbrauchernah, d.h. fußläufig und auf sonstige Weise gut erreichbar gelegen sind, ist dabei ein zentrales städtebauliches und raumordnerisches Anliegen, dem durch das Vorhaben mit überwiegend periodischen Sortimenten vollständig Rechnung getragen wird.

Die einzelnen Komponenten des Umstrukturierungsvorhaben des etablierten Einzelhandelsstandorts an der Bahnhofstraße 5-18 entspricht aufgrund der Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Edewecht Nord dem Integrationsgebot gemäß LROP Niedersachsen 2017.

7.5 Flankierende gutachterliche Aussagen für die Bauleitplanung

Folgende Sortimentsstruktur wurde im Rahmen des vorliegenden Gutachtens von Dr. Lademann & Partner geprüft und für städtebaulich sowie raumordnerisch verträglich eingestuft:

Zusammenfassung der verträglichen Verkaufsflächenstruktur

Branchenmix	VKF in qm
periodischer Bedarf	3.814
davon Edeka-Verbrauchermarkt*	1.885
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	919
davon dm-Drogeriemarkt	585
davon Zimmermann Sonderposten	425
aperiodischer Bedarf	2.875
davon Edeka-Verbrauchermarkt*	153
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	102
davon dm-Drogeriemarkt	65
davon Zimmermann Sonderposten	975
davon Kik	650
davon Takko	450
davon Schuh-Fachmarkt	400
davon Konzessionär Einzelhandel	80
Gesamt	6.689
davon Edeka-Verbrauchermarkt*	2.038
davon Aldi-Lebensmitteldiscounter	1.021
davon dm-Drogeriemarkt	650
davon Zimmermann Sonderposten	1.400
davon Kik	650
davon Takko	450
davon Schuh-Fachmarkt	400
davon Konzessionär Einzelhandel	80

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers. *inkl. Bäckerei.

Tabelle 43: Zusammenfassung der verträglichen Verkaufsflächen zur Herleitung der Festsetzungen im B-Plan

Ergänzend ist zu beachten:

- Bei dem **Konzessionär Einzelhandel** (rd. 80 qm potenzieller VKF) kann es sich um einen Einzelhandelsbetrieb handeln. Jedoch besteht genauso die Überlegung nicht

einzelhandelsrelevante Nutzungen unterzubringen. Da das Vorhaben inmitten des Hauptzentrums gelegen ist kann pauschalisierend eine Verträglichkeit für sämtliche aperiodische Sortimente (außer Nahrungs- und Genussmittel/Getränke und Drogeriewaren/frei verkäufliche Arzneimittel) attestiert werden. Exemplarische denkbare Nutzungen wären damit z.B. Blumen, Friseur, Schuster/Schlüsseldienst. Auch seitens des Kongruenzgebots wären die unterschiedlichen Belegungsoptionen vereinbar.

- Hinsichtlich des **Sonderpostenmarkts** ist darauf hinzuweisen, dass das Betriebskonzept in einer flexiblen, d.h. unterjährig schwankenden Sortimentsstruktur liegt. Etwa 70 % des Sortiments sind als aperiodisch zu bezeichnen (Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Bücher/Zeitungen, Schreibwaren, Hausrat/GPK, Elektrobedarf, Haus- und Heimtextilien, Bau- und Gartenbedarf, etc.).
- Der **Betreiber Kik** führt im Vergleich zu anderen Textilfachmärkten vergleichsweise viel Randsortimente (meist 30 % statt 0 - 10 %).

Fazit

8 Fazit

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Umstrukturierung eines etablierten Einzelhandelsstandorts an der Bahnhofstraße 5-18 in der Gemeinde Edewecht durch einen teilweisen Abriss und Neubau von Immobilien.

Die zukünftig Betreiberstruktur am Standort stellt sich dabei wie folgt dar:

- Edeka-Verbrauchermarkt: Verlagerung und Neubau (inkl. Erweiterung von 1.552 qm auf 2.038 qm Verkaufsfläche);
- Aldi-Lebensmitteldiscounter: Verlagerung und Neubau (inkl. Erweiterung von 789 qm auf 1.021 qm Verkaufsfläche);
- dm-Drogeriemarkt: Neuansiedlung mit 650 qm Verkaufsfläche;
- Zimmermann Sonderposten: Verlagerung (inkl. Verkleinerung von 1.445 qm auf 1.400 qm Verkaufsfläche);
- Kik: Verlagerung (inkl. geringfügiger Erweiterung von 627 qm auf 650 qm VKF);
- Takko: Verlagerung (inkl. geringfügiger Erweiterung von 443 qm auf 450 qm VKF);
- Deichmann: Verlagerung (ggf. Betreiberwechsel inkl. Verkleinerung von 447 qm auf 400 qm Verkaufsfläche);
- Darüber hinaus soll ein Ladenlokal mit 80 qm Verkaufsfläche den Standort arrondieren (z.B. Blumen, Friseur, Schuster/Schlüsseldienst).

Im Zuge der Neuordnung geht somit per Saldo ein Verkaufsflächenzuwachs von rd. 5.300 qm auf sodann bis zu 6.690 qm Verkaufsfläche einher, wobei ausschließlich ein Anstieg bei den periodischen Sortimenten bzw. eine Reduzierung der aperiodischen Sortimente (v.a. zentrenrelevante Sortimente wie Schuhe) zu erwarten ist. Insgesamt umfasst der Verkaufsflächenzuwachs am Standort knapp +1.390 qm Verkaufsfläche.

Das Vorhaben soll über einen Bebauungsplan mit Ausweisung als Sondergebiet für den großflächigen Einzelhandel realisiert werden. Prüfungsmaßstab war damit § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Niedersachsen (LROP, RROP Ammerland bzw. Regionales Einzelhandelskonzept).

Wie von Vertretern der Gemeinde Edewecht, der IHK Oldenburg, dem Landkreis Ammerland sowie dem Gutachterbüro Dr. Jansen in einem bereits durchgeführten Abstimmungsgespräch (Oktober 2022) gefordert, fand für jeden Einzelhandelsbetrieb des Gesamtvorhabens eine separate Prüfung der landes- und regionalplanerischen Bestimmungen statt. Hintergrund ist die Argumentation der IHK Oldenburg – welche von den Vertretern des Landkreises Ammerland als auch dem Gutachterbüro Dr. Jansen mitgetragen wurde –, dass sich das Vorhaben innerhalb des ausgewiesenen zentralen

Versorgungsbereichs Edewecht Nord befindet und daher die Agglomerationsregelung keine Anwendung findet. Daraus folgt, dass keine summierte Betrachtung des Gesamtvorhabens erfolgen sollte, sondern jeder Betrieb des Gesamtvorhabens einzeln einer Prüfung der raumordnerischen Bestimmungen unterzogen werden muss.

Fachlich teilen Dr. Lademann & Partner diese Einschätzung **nicht**³¹.

Zusammenfassend lässt sich in der Bewertung des Vorhabens Folgendes festhalten:

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der positiven Einwohnerentwicklung sowie der leicht überdurchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Edewecht.

Für das Vorhaben ist von einer **hohen Wettbewerbsintensität im Raum** auszugehen, was sich limitierend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt und sich somit auf die Gemeinde Edewecht bezieht. Während die Zone 1 den Kongruenzraum des Grundzentrums Edewecht umfasst, gehören der Zone 2 ferner die Siedlungsbereiche bzw. Bauerschaften des Kongruenzraums des Grundzentrums Friedrichsfehn an.

Das **Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens** beträgt im Jahr 2024 knapp 23.000 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit auf rd. 155 Mio. € (+3 Mio. €) ansteigen. Davon entfallen rd. 84 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

Mit Blick auf die untersuchungsrelevante **Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur** kann für die einzelnen Vorhabenkomponenten folgendes festgehalten werden:

- Auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 11.740 qm im Segment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tiernahrung) innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 58,3 Mio. € Umsatz generiert. Im Kongruenzraum des Grundzentrums Edewecht (= Zone 1) liegt die Zentralität bei rd. 83 %.
- Auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.880 qm im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 10,7 Mio. € Umsatz generiert. Im Kongruenzraum des Grundzentrums Edewecht (= Zone 1) liegt die Zentralität bei rd. 76 %.

Im **Ergebnis der einzelbetrieblichen Prüfung der raumordnerischen Bestimmungen** kann konstatiert werden, dass ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des jeweiligen Einzelvorhabens in städtebauliche und raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche, aber auch der verbrauchernahen Versorgung im Untersuchungsraum ausgeschlossen werden kann. Insgesamt können für jede Vorhabenkomponente in einer

³¹ u.a., weil es sich offensichtlich um die Planung und zeitgleiche Umsetzung aller Komponenten eines Investors handelt sowie die Nutzung sich räumlich um eine gemeinsame Stellplatz-anlage bündeln.

Einzelbetrachtung mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der städtebaulichen und raumordnerischen Ziele ausgeschlossen werden. **Die einzeln geprüften Vorhaben entsprechen jeweils dem Beeinträchtigungsverbot und stehen auch mit den weiteren Kriterien aus dem LROP (Integrationsgebot, Konzentrations- und Kongruenzgebot) vollständig im Einklang.**

Die Umstrukturierung des etablierten Einzelhandelsstandorts an der Bahnhofstraße 5-18 im Grundzentrum Edewecht ist daher auch in einer einzelbetrieblichen Prüfung verträglich und zulässig. Zudem wird dadurch ein bestehender Einzelhandelsstandort in einem zentralen Versorgungsbereich per Saldo sowie letztlich die verbrauchernahe Versorgung in Edewecht deutlich aufgewertet und vor allem zukunftsfähig abgesichert.

Hamburg, 15. Dezember 2022

Sandra Emmerling

David Kamin

Dr. Lademann & Partner GmbH