



**Dr. Lademann & Partner**  
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

## Der Bebauungsplan 95 W „Nördlich B 436“ in der Stadt Weener (Ems) als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu den Auswirkungen  
eines Erweiterungsvorhabens



im Auftrag der GI WEENER B.V.& CO. KG  
Hamburg, September 2017



**Dr. Lademann & Partner**

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

## Der Bebauungsplan 95 W „Nördlich B 436“ in der Stadt Weener (Ems) als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu den Auswirkungen  
eines Erweiterungsvorhabens

Projektnummer: 17DLP2251

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Sascha Denneng

im Auftrag der

**GI WEENER B.V. & CO. KG**

Bahnhofstr. 7 • 48455 Bad Bentheim

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

Königsstraße 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.



## Inhalt

---

|          |                                                               |           |
|----------|---------------------------------------------------------------|-----------|
|          | Abbildungsverzeichnis                                         | IV        |
|          | Tabellenverzeichnis                                           | V         |
| <b>1</b> | <b>Einführung</b>                                             | <b>1</b>  |
| 1.1      | Ausgangslage und Aufgabenstellung                             | 1         |
| 1.2      | Vorgehensweise                                                | 2         |
| 1.3      | Grundlagen                                                    | 5         |
| <b>2</b> | <b>Beschreibung des Vorhabens</b>                             | <b>7</b>  |
| 2.1      | Mikrostandort                                                 | 7         |
| 2.2      | Vorhabenkonzeption                                            | 11        |
| 2.3      | Ermittlung des Untersuchungsbedarfs                           | 13        |
| <b>3</b> | <b>Rahmendaten für die Einzelhandelsentwicklung in Weener</b> | <b>15</b> |
| 3.1      | Lage im Raum                                                  | 15        |
| 3.2      | Sozioökonomische Rahmendaten                                  | 17        |
| 3.3      | Zentrensystem und Verflechtungsbereich                        | 18        |
| <b>4</b> | <b>Wettbewerb, Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial</b>       | <b>19</b> |
| 4.1      | Methodische Vorbemerkungen                                    | 19        |
| 4.2      | Überörtliche Wettbewerbssituation                             | 19        |
| 4.3      | Herleitung des Einzugsgebiets                                 | 21        |
| <b>5</b> | <b>Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet</b>        | <b>24</b> |
| 5.1      | Periodischer Bedarf                                           | 24        |
| 5.2      | Bekleidung/Wäsche                                             | 26        |



|       |                                                                                                           |    |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.3   | Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel                                                            | 28 |
| 5.4   | Analyse der städtebaulichen Ausgangslage in den untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet des Vorhabens | 30 |
| 5.5   | Analyse der städtebaulichen Ausgangslage unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens           | 36 |
| <br>  |                                                                                                           |    |
| 6     | Einordnung eines weiteren vorhabenrelevanten Planvorhabens im Einzugsgebiet                               | 39 |
| <br>  |                                                                                                           |    |
| 7     | Vorhaben- und Wirkungsprognose                                                                            | 41 |
| <br>  |                                                                                                           |    |
| 7.1   | Marktanteils- und Umsatzprognose                                                                          | 41 |
| 7.1.1 | Vorhabenkonzept des Eigentümers                                                                           | 41 |
| 7.1.2 | Flächenreduzierte Variante                                                                                | 47 |
| 7.2   | Wirkungsprognose für die flächenreduzierte Variante                                                       | 49 |
| 7.2.1 | Vorbemerkungen                                                                                            | 49 |
| 7.3   | Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen – Periodischer Bedarf                                            | 51 |
| 7.4   | Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen – Bekleidung/Wäsche                                              | 54 |
| 7.5   | Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen – Hausrat/GPK                                                    | 56 |
| <br>  |                                                                                                           |    |
| 8     | Bewertung des Vorhabens                                                                                   | 58 |
| <br>  |                                                                                                           |    |
| 8.1   | Zu den Bewertungskriterien                                                                                | 58 |
| 8.2   | Zur zentralörtlichen Zuordnung                                                                            | 61 |
| 8.3   | Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung              | 63 |
| 8.5   | Zur Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems)                                    | 68 |
| 8.6   | Zur Kompatibilität mit den Vorgaben der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland                            | 71 |
| 8.7   | Flankierende Empfehlungen für die Bauleitplanung                                                          | 76 |





## Abbildungsverzeichnis

---

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ■ Abbildung 1: Mikrostandort                                                                            | 7  |
| ■ Abbildung 2: Vorhabenstandort an der Neuen Feldstraße                                                 | 9  |
| ■ Abbildung 3: Edeka-Verbrauchermarkt mit vorgelagertem Parkplatz                                       | 9  |
| ■ Abbildung 4: Kik-Bekleidungsfachmarkt, Aldi-Discounter sowie benachbarter Holz+Bau-Fachmarkt          | 10 |
| ■ Abbildung 5: Edeka-Verbrauchermarkt, Ernsting's Family- sowie Kik-Bekleidungsfachmarkt                | 10 |
| ■ Abbildung 6: Lage im Raum                                                                             | 15 |
| ■ Abbildung 7: Einzugsgebiet des Vorhabens                                                              | 21 |
| ■ Abbildung 8: Combi-Standort, Innenstadtzentrum Weener                                                 | 30 |
| ■ Abbildung 9: Neue Feldstraße, Ergänzungsbereich Innenstadt, Weener                                    | 32 |
| ■ Abbildung 10: NP-Discounter, Ortsteilzentrum Möhlenwarf                                               | 33 |
| ■ Abbildung 11: Lidl/Rossmann-Standort, Neuschanzer Straße, Ortsmitte Bunde                             | 34 |
| ■ Abbildung 12: Mühlenstraße, Innenstadt Leer                                                           | 36 |
| ■ Abbildung 13: Hauptkanal, Stadtmitte Papenburg                                                        | 37 |
| ■ Abbildung 14: Vorhabenstandort des Combi-Verbrauchermarkts im Innenstadtzentrum an der Kirchhofstraße | 39 |



## Tabellenverzeichnis

---

|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ■ Tabelle 1: Veränderung der Flächenstruktur am Vorhabenstandort – B-Plan 95 W - gesamt                          | 11 |
| ■ Tabelle 2: Sortimentsstruktur des Vorhabens – Teilbereich I des B-Plans                                        | 12 |
| ■ Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich                                                                | 17 |
| ■ Tabelle 4: Kundenpotenzial des Vorhabens                                                                       | 22 |
| ■ Tabelle 5: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit                                               | 23 |
| ■ Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets – Periodischer Bedarf | 25 |
| ■ Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets – Bekleidung/Wäsche   | 26 |
| ■ Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets – Hausrat/GPK         | 28 |
| ■ Tabelle 9: Marktanteile des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets – Teilbereich I des B-Plans                 | 42 |
| ■ Tabelle 10: Umsatzstruktur des Vorhabens im Einzugsgebiet (Teilbereich I des B-Plans - nach Erweiterung)       | 43 |
| ■ Tabelle 11: Umsatzstruktur des Vorhabens (Status quo - Teilbereich I des B-Plans)                              | 44 |
| ■ Tabelle 12: Umsatzzuwachs des Vorhabens durch Realisierung – Teilbereich I des B-Plans                         | 45 |
| ■ Tabelle 13: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung                                                 | 46 |
| ■ Tabelle 14: Sortiments- und Flächenstruktur des Vorhabens (flächenreduzierte Variante – B-Plan gesamt)         | 47 |
| ■ Tabelle 15: Marktanteile des Vorhabens (flächenreduzierte Variante – Teilbereich I des B-Plans)                | 48 |
| ■ Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens – Periodischer Bedarf (2020)                | 52 |



- Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens –  
Bekleidung/Wäsche (2020) 54
- Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens –  
Hausrat/GPK (2020) 57



## 1 Einführung

---

### 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der niedersächsischen Stadt Weener (Ems) befindet sich am Standort Neue Feldstraße 2-4 der gemäß dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept abgegrenzte Ergänzungsbereich Innenstadt.

Geplant ist nun die Erweiterung folgender Einzelhandelsbetriebe:

- Edeka-Verbrauchermarkt (von 1.999 qm auf rd. 2.979 qm VKF inkl. Bäcker)
- Aldi-Lebensmitteldiscounter (von 799 qm auf rd. 1.200 qm VKF)
- Kik-Bekleidungsfachmarkt (von 455 qm auf rd. 709 qm VKF)
- Ernsting's Family-Bekleidungsfachmarkt (von 174 qm auf rd. 199 qm VKF)

Das Plangebiet liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplans 95 W „Nördlich B 436“ der sich derzeit im Änderungsverfahren befindet (Ausweisung eines Sondergebiets). Prüfungsmaßstab war damit § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB.

Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand somit in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf den Einzelhandel innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche. Darüber hinaus waren die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Niedersachsen (LROP 2017) und dem Landkreis Leer (RROP) sowie das Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems) und die Anforderungen der Regionalen Einzelhandelskooperation Ost-Friesland zu berücksichtigen.



## 1.2 Vorgehensweise

Im Einzelnen war für die Durchführung der Verträglichkeitsuntersuchung die Bearbeitung folgender Punkte erforderlich:

- Einleitung zur Aufgabenstellung und Aussagen zur Methodik, zum Aufbau und zum Inhalt der Analyse; Darlegung der in das Gutachten eingegangenen Grundlagen und Quellen;
- Darstellung und Bewertung des Mikrostandorts sowie seiner städtebaulich-funktionalen Einbindung in das Einzelhandelsgefüge;
- Darstellung des Vorhabens im Hinblick auf seine Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz (sortimentsspezifische Verkaufsflächen, Betriebstypen); Darstellung der planungsrechtlichen Gegebenheiten nach Teilbereichen sowie für den Gesamtstandort;
- Kurzdarstellung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Herleitung des Einzugsgebiets des Vorhabens u.a. auf Basis der regionalen Wettbewerbsstrukturen in den vorhabenrelevanten Branchen (Periodischer Bedarf und Bekleidung) sowie kartographische Darstellung;
- Aktualisierende und ergänzende Vor-Ort-Erhebung und Bewertung der vorhabenrelevanten Angebotssituation bei den Hauptsortimenten (periodischer Bedarf und Bekleidung) im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im vorhabenrelevanten Einzelhandel;
- Würdigung wesentlicher vorhabenrelevanter Planvorhaben des Einzelhandels mit konkretisiertem Planungsstand im Untersuchungsraum, die möglicherweise die Tragfähigkeit von Angeboten begrenzen resp. die Verträglichkeit beeinflussen (v.a. „Projekt Standort Combi“ in Weener);
- Versorgungsstrukturelle Analyse des Versorgungsniveaus im Einzugsgebiet (Verkaufsflächendichte, Zentralität) sowie Analyse der faktischen Zentrenrelevanz und Zentrenprägung der Vorhabenssortimente;
- Städtebauliche Analyse der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit sowie Identifi-



zierung ggf. vorhandener Vorschädigungen (innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets);

- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen für die vorhabenrelevanten Sortimente sowie deren Veränderung für das Zieljahr 2020; damit wurden insbesondere Aussagen zur Tragfähigkeit des Gesamtvorhabens getätigt; hierbei Würdigung von weiteren planungsrechtlich fortgeschrittenen Einzelhandelsplanvorhaben in Weener;

- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben zu Lasten des Einzelhandels im Einzugsgebiet nach den einzelnen Zentren/Standortlagen und Zonen;

die Wirkungen in den Hauptsortimenten Periodischer Bedarf (v.a. Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren) sowie Bekleidung wurden für jede Standortlage und Zone einzeln ermittelt;

eine differenzierte Wirkungsmodellierung wurde zudem für die Randsortiments(-gruppe) Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel vorgenommen; für die übrigen zentrenrelevanten Randsortiments(-gruppen) mit einem Marktanteil unterhalb von 10 % sowie für nicht-zentrenrelevanten Randsortimente erfolgte die Bewertung mittels einer Abschöpfungsanalyse;

- Intensive städtebauliche und raumordnerische Bewertung des Vorhabens und der einzelnen geplanten Sortimente gemäß den Anforderungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sowie vor dem Hintergrund der landes- und regionalplanerischen Bestimmungen (LROP 2017, RROP, Regionale Einzelhandelskooperation) unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche;
- Bewertung der Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems); Einordnung des Vorhabens in den Entwicklungsrahmen sowie in die Entwicklungsstrategie zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Weener; Aussage zum Beitrag des Vorhabens auf die Stadtentwicklung/ Einzelhandelszentralität;
- Gutachterliche Empfehlung für eine notwendige Begrenzung der Verkaufsfläche, bzw. Ableitung einer verträglichen und tragfähigen Verkaufsflächenobergrenze nach Sortimenten am Vorhabenstandort;
- Zusammenfassende Empfehlung für die Festsetzung von Haupt- und Randsortimenten im Bebauungsplan (jeweils maximale Verkaufsflächen).



Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Sichtung vorliegender Unterlagen und der Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung;
- Sichtung und Abwägung der vorliegenden Voruntersuchungen;
- Aktualisierende und ergänzende Vor-Ort-Erhebung der vorhabenrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens sowie wesentlich tangierter Standortalternativen im Umland (Standortlagen mit prägender Bedeutung);
- Intensive Begehungen des Mikrostandorts zur Beurteilung der Eignung für das geplante Vorhaben;
- Begehungen der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2020 als mögliches erstes Jahr der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.



### 1.3 Grundlagen

Zur Erarbeitung der Verträglichkeitsanalyse war die Berücksichtigung folgender Grundlagen erforderlich:

- Landesraumordnungsprogramm (LRÖP) des Landes Niedersachsen (am 17. Februar 2017 in Kraft getreten) - Abschnitte 2.2 und 2.3.,
- Regionales Raumordnungsprogramm (RRÖP) des Landkreises Leer 2006,
- Baunutzungsverordnung (§ 11 BauNVO) sowie Baugesetzbuch (§§ 30, 34 und 35 BauGB),
- Vereinbarungen zur Einzelhandelskooperation Ost-Friesland aus 2004, Aktualisierung 2013 (Regionales Einzelhandelskonzept),
- Daten des Statistischen Landesamtes zur Einwohnerentwicklung und -prognose,
- Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems) 2017,
- Aktuelle Rechtsprechung, Fachliteratur,
- Analysedaten des Gutachterbüros (u.a. GfK-Kaufkraftkennziffern, Trade Dimensions sowie zahlreiche Daten von Dr. Lademann & Partner aus ähnlich gelagerten Projekten.

Der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse liegt die Verkaufsflächendefinition aus dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24.11.2005 (Urteil 4 C 10.04) sowie weiterer Entscheidungen von OVG zugrunde.

Demnach sind regelmäßig folgende Flächen zur Verkaufsfläche zu zählen:

- „Klassische Ladenfläche“ mit Regalen und Gängen
- Fisch-, Käsetheken, Bäckertheken (einsehbare Thekenbereiche) inklusive des Bereichs hinter den Theken
- Kassenbereiche in den Läden
- Kassenzonen inklusive der Vorkassenzonen, Bereiche zum Einpacken der Ware
- Beratungsstände innerhalb der Läden (dem Verkauf dienende Flächen)
- Schaufenster (sofern sie nicht durch feste Einbauten von der Verkaufsfläche und den Kunden abgetrennt sind)



- Umkleidebereiche (für Kunden)
- Podeste (zum Auslegen der Waren)
- Regale
- Pfandrücknahmebereiche (nur wenn durch Kunden betretbar)
- Windfang

Wenngleich es sich bei den zuvor genannten Flächen nach Rechtsauffassung um Verkaufsfläche handelt, muss hierbei berücksichtigt werden, dass diese nicht allesamt gleichermaßen zur Umsatzleistung eines Einzelhandelsbetriebes (=Verkauf an den Endverbraucher) beitragen. In den letzten Jahren ist bei den meisten expandierenden Konzepten eine Flächenverschiebung in Richtung steigender „Verkehrsflächen“ feststellbar (z.B. überproportional große Mall). Dies gilt es für den jeweiligen Einzelfall zu beachten.

Regelmäßig nicht als Verkaufsfläche zählen beispielsweise:

- Lagerräume,
- Produktionsbereiche, sofern es sich nicht um Verkaufstresen handelt,
- Erschließungsflächen, die nicht in direkter Verbindung mit dem Verkauf dienen, sondern überhaupt den Zutritt zu verschiedenen sich ergänzenden und konkurrierenden Betrieben ermöglichen (z.B. bei Shopping Center),
- Stellplätze für PKW und Einkaufswagen außerhalb der Immobilie (auch unter Vordach).

## 2 Beschreibung des Vorhabens

### 2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich zentral im Stadtgebiet der niedersächsischen Stadt Weener (Ems), am nördlichen Rand der Kernstadt. Das Grundstück wird von der Neuen Feldstraße sowie der Umgehungsstraße B 436 begrenzt.

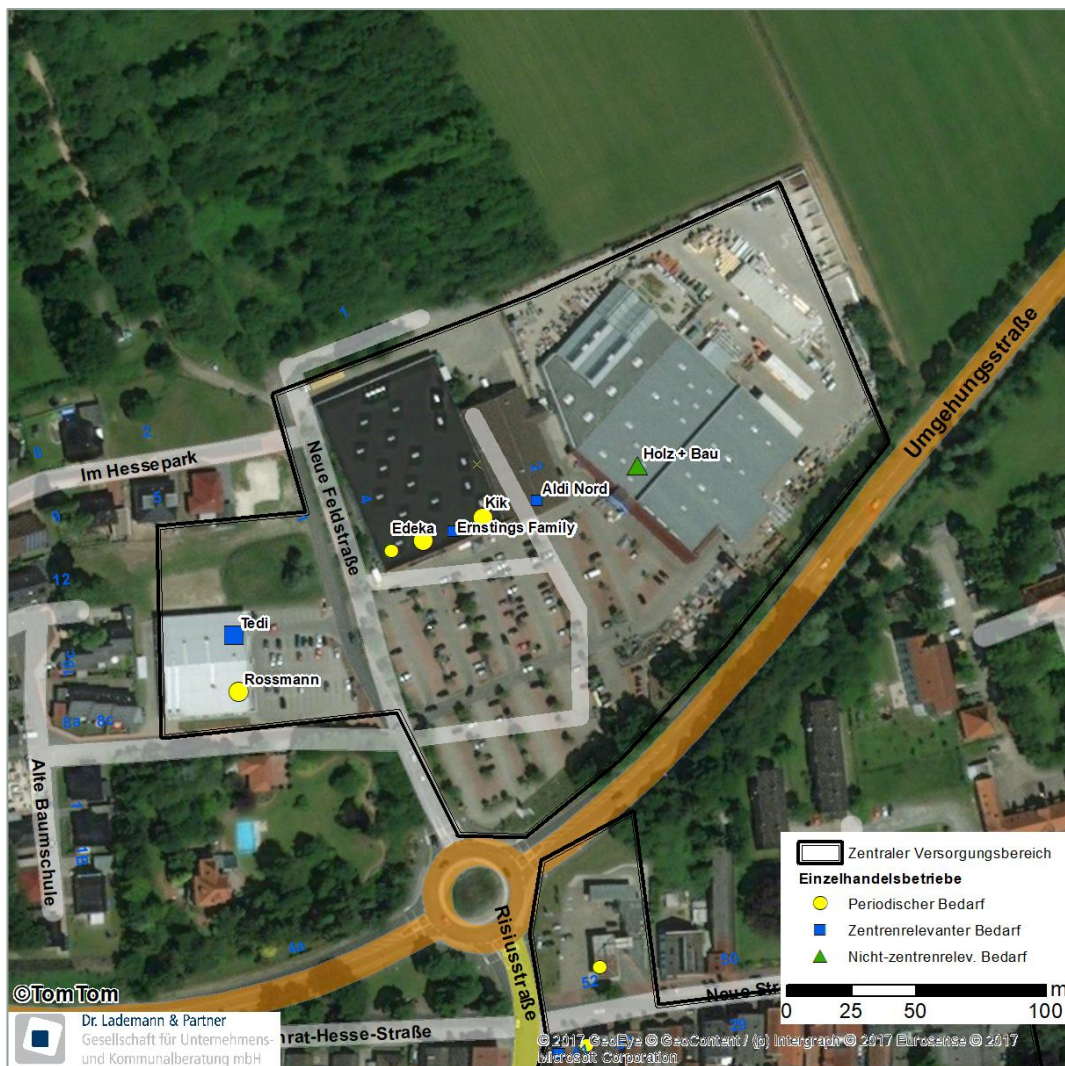


Abbildung 1: Mikrostandort



Die verkehrliche Anbindung des Vorhabenstandorts erfolgt über die von einem Kreisverkehr der B 436 südlich des Vorhabenstandorts abzweigenden Neuen Feldstraße. Die B 426 führt im weiteren nordöstlichen Verlauf in Richtung Leer, im westlichen Verlauf in Richtung Bunde. Südlich vom Kreisverkehr zweigt die Risiusstraße (L 31) ab, welche unmittelbar in das Innenstadtzentrum Weeners führt.

Die Anbindung an den ÖPNV ist durch die südwestlich sowie südöstlich vom Vorhabenstandort gelegenen Bushaltestellen „Neue Straße“ sowie „Schmiede“ in fußläufiger Umgebung (rd. 400 m) gegeben. Die Haltestellen werden von verschiedenen Buslinien (u.a. 620 und 624) in regelmäßigen Abständen bedient. Diese verkehren sowohl innerhalb des Stadtgebiets von Weener als auch in das Umland (Leer, Bunde). Der Vorhabenstandort ist damit mit dem ÖPNV und MIV sowie aus den angrenzenden Wohngebieten zu Fuß und mit dem Rad gut erreichbar.

Das Vorhabengrundstück ist derzeit bebaut. Hierbei handelt es sich um eine Fachmarktimmobilie, welche sich im nordwestlichen Bereich des Vorhabenstandorts befindet. Die einzelnen Fachmärkte sind jeweils von der gemeinsamen, den Fachmärkten vorgelagerten Stellplatzanlage aus zugänglich. Die Erschließung des Vorhabenstandorts ist über eine Zu- und Abfahrt von der Neuen Feldstraße aus eingerichtet.

Im direkten Standortumfeld des Vorhabens befinden sich westlich mit einem Tedi-Nonfood-Discounter sowie einem Rossmann-Drogeriemarkt weitere Einzelhandelsnutzungen. Unmittelbar westlich grenzt der Bau- und Gartenfachmarkt Holz + Bau an. Der Vorhabenstandort bildet gemeinsam mit den angrenzenden Einzelhandelsbetrieben nach dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener den Ergänzungsbereich Innenstadt. Der Vorhabenstandort ist aufgrund seiner Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs als städtebaulich integriert zu bezeichnen. Wesentliche Wohnsiedlungsbereiche befinden sich zudem westlich und südlich des Vorhabenstandorts. Nördlich und östlich des Standorts befinden sich (derzeit noch<sup>1</sup>) landwirtschaftlich genutzte Flächen.

<sup>1</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass direkt nördlich des Vorhabenstandorts derzeit die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen zur Realisierung eines Wohngebietes geschaffen werden.



Abbildung 2: Vorhabenstandort an der Neuen Feldstraße



Abbildung 3: Edeka-Verbrauchermarkt mit vorgelagertem Parkplatz



Abbildung 4: Kik-Bekleidungsfachmarkt, Aldi-Discounter sowie benachbarter Holz+Bau-Fachmarkt



Abbildung 5: Edeka-Verbrauchermarkt, Ernsting's Family- sowie Kik-Bekleidungsfachmarkt



## 2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Erweiterung verschiedener Einzelhandelsbetriebe am Standort Neue Feldstraße in der Kernstadt Weeners:

- Edeka-Verbrauchermarkt (von 1.999 qm auf rd. 2.979 qm VKF inkl. Bäcker<sup>2</sup>)
- Aldi-Lebensmitteldiscounter (von 799 qm auf rd. 1.200 qm VKF)
- Kik-Bekleidungsfachmarkt (von 455 qm auf rd. 709 qm VKF)
- Ernsting's Family-Bekleidungsfachmarkt (von 174 qm auf rd. 199 qm VKF).

Das Flächenlayout vom August 2017 sieht perspektivisch eine Gesamtverkaufsfläche am Standort von rd. 8.800 qm vor (aktuell rd. 7.200 qm VKF). Es ist darauf hinzuweisen, dass der Holz+Bau-Fachmarkt keine Änderungen im Bestand plant. Dieser findet daher im Folgenden keine weitere Beachtung, wenngleich selbstverständlich die Attraktivität des Gesamtstandorts im vorliegenden Gutachten Berücksichtigung fand. Der durch die Erweiterung induzierte Verkaufsflächenzuwachs beträgt damit rd. 1.700 qm.

Die aktuelle Flächenbilanz am Vorhabenstandort innerhalb des Geltungsbereichs des Bebauungsplans Nr. 95 W an der Neuen Feldstraße stellt sich wie folgt dar:

| Flächenstruktur des Vorhabenstandorts (Geltungsbereich des B-Plans Nr. 95 W)                                   |                         |                      |                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Betreiber/Betriebstyp                                                                                          | VKF in qm<br>Status quo | VKF in qm<br>Zuwachs | VKF in qm<br>nach Erweiterung |
| Edeka-Verbrauchermarkt*                                                                                        | 1.999                   | 980                  | 2.979                         |
| Aldi-Discounter                                                                                                | 799                     | 401                  | 1.200                         |
| Kik-Bekleidungsfachmarkt                                                                                       | 455                     | 254                  | 709                           |
| Ernsting's Family-Bekleidungsfachgeschäft                                                                      | 174                     | 25                   | 199                           |
| Holz+Bau-Fachmarkt                                                                                             | 3.735                   | -                    | 3.735                         |
| <b>Gesamtverkaufsfläche</b>                                                                                    | <b>7.162</b>            | <b>1.660</b>         | <b>8.822</b>                  |
| Quelle: Eigene Annahmen von Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers. * inkl. Bäckerei/Lotto/Mall |                         |                      |                               |

Tabelle 1: Veränderung der Flächenstruktur am Vorhabenstandort – B-Plan 95 W - gesamt

<sup>2</sup> Nur Bereiche, die nachweislich für den Verkauf von Einzelhandelssortimenten dienen (z.B. Ladenraum und Thekenbedienung). Demnach sind Flächen z.B. für die Gastronomie oder zur Produktion nicht als Verkaufsfläche zu bezeichnen.



Grundsätzlich werden für den hier nähergehend prüfungsrelevanten Teilbereich die Branchen

- Periodischer Bedarf,
- Bekleidung/Wäsche sowie
- Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel

in Betracht gezogen.

Sonstige Hartwaren, wie z.B. Haus- und Heimtextilien, Schuhe, Schreibwaren, Elektrokleingeräte, Sportbedarf, Spielwaren sowie Tierbedarf, werden als untergeordnetes Randsortiment geführt.

| Flächen- und Sortimentsstruktur des Vorhabens                                                                  |                         |                      |                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Branchenmix                                                                                                    | VKF in qm<br>Status quo | VKF in qm<br>Zuwachs | VKF in qm<br>nach Erweiterung |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                                                     | <b>2.532</b>            | <b>1.251</b>         | <b>3.782</b>                  |
| davon Edeka*                                                                                                   | 1.799                   | 882                  | 2.681                         |
| davon Aldi                                                                                                     | 719                     | 361                  | 1.080                         |
| davon Kik                                                                                                      | 14                      | 8                    | 21                            |
| <b>Aperiodischer Bedarf</b>                                                                                    | <b>895</b>              | <b>409</b>           | <b>1.305</b>                  |
| <b>Bekleidung/Wäsche</b>                                                                                       | <b>474</b>              | <b>193</b>           | <b>667</b>                    |
| davon Kik                                                                                                      | 300                     | 168                  | 468                           |
| davon Ernsting's Family                                                                                        | 174                     | 25                   | 199                           |
| <b>Hausrat, GPK, Wohnaccessoires,<br/>Geschenkartikel</b>                                                      | <b>229</b>              | <b>117</b>           | <b>346</b>                    |
| davon Kik                                                                                                      | 59                      | 33                   | 92                            |
| davon Edeka                                                                                                    | 130                     | 64                   | 194                           |
| davon Aldi                                                                                                     | 40                      | 20                   | 60                            |
| <b>Sonstige Hartwaren</b>                                                                                      | <b>192</b>              | <b>100</b>           | <b>292</b>                    |
| davon Edeka                                                                                                    | 70                      | 34                   | 104                           |
| davon Aldi                                                                                                     | 40                      | 20                   | 60                            |
| davon Kik                                                                                                      | 82                      | 46                   | 128                           |
| <b>Gesamtverkaufsfläche</b>                                                                                    | <b>3.427</b>            | <b>1.660</b>         | <b>5.087</b>                  |
| Quelle: Eigene Annahmen von Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers. * inkl. Bäckerei/Lotto/Mall |                         |                      |                               |

Tabelle 2: Sortimentsstruktur des Vorhabens – Teilbereich I des B-Plans

Das Nutzungskonzept des Eigentümers sieht als Betriebstypen einen Verbrauchermarkt (Edeka), einen Lebensmitteldiscounter (Aldi) sowie zwei Bekleidungsfachmärkte (Kik und Ernsting's Family) vor. Damit ergeben sich keine Verände-



rungen bei den Betriebstypen oder der grundsätzlichen Angebotsstruktur im Vergleich zum Bestand. Somit ist von folgenden Sortimenten auszugehen:

1. Periodischer Bedarf: max. 3.782 qm Verkaufsfläche

- Ein Verbrauchermarkt (Edeka) mit bis zu 2.681 qm (inkl. Bäcker; zzgl. aperiodischem Randsortimentsanteil von rd. 10 %)
- Ein Lebensmitteldiscounter (Aldi) mit bis zu 1.080 qm (zzgl. aperiodischem Randsortimentsanteil von rd. 10 %)
- U.a. als Neben- und Randsortiment im Kik-Bekleidungsfachmarkt

2. Bekleidung/Wäsche: max. 667 qm Verkaufsfläche

- Zwei Bekleidungsfachmärkte mit insgesamt 667 qm (zzgl. Randsortimenten)

3. Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel: max. 346 qm Verkaufsfläche

- Als Neben- und Randsortiment im Verbrauchermarkt, Lebensmitteldiscounter sowie im Bekleidungsfachmarkt Kik

## 2.3 Ermittlung des Untersuchungsbedarfs

Es ist geplant verschiedene Einzelhandelsbetriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Ergänzungsbereich Innenstadt“ in der Stadt Weener (Ems) durch Erweiterung zukunftsfähig aufzustellen. Hierbei ist eine zusätzliche Verkaufsfläche von rd. 1.700 qm geplant.

Die Größendimensionierung und das Standortumfeld des Vorhabenstandorts (Lage in einem zentralen Versorgungsbereich) lassen eine weiträumige Ausstrahlung erwarten, die für das Gesamtobjekt dem Marktgebiet des Weeneraner Einzelhandels entspricht. Der Wirkungsraum des projektierten Einzelhandelsgroßprojekts wird sich hierbei einerseits auf das Stadtgebiet von Weener erstrecken, da das Vorhaben im Wesentlichen an den bestehenden Nachfrageströmen partizipiert. Aus der Gemeinde Bunde sind andererseits aufgrund der räumlichen Nähe gewisse zusätzliche überörtliche Kundenanteile zu erwarten. Zusätzlich sind die verkehrsgünstige Lage und die räumliche Nähe zu den Niederlanden zu berücksichtigen (Streukunden).

Dr. Lademann & Partner haben im Folgenden v.a. die vorhabeninduzierten Auswirkungen insbesondere auf die Innenstadt von Weener, den Ergänzungsbereich Innenstadt (Vorhabenstandort), das Ortsteilzentrum Möhlenwarf sowie die Orts-



mitte der östlich angrenzenden Gemeinde Bunde analysiert und bewertet. Die sonstigen Standortlagen in den Stadtgebieten von Weener und Bunde (Streulagen) sind nachrangig relevant.

Wichtige Einkaufsalternativen stellen im Umland vor allem die Innenstadt von Leer sowie Papenburg dar.

Die Untersuchung deckt neben dem periodischen Bedarf, Bekleidung/Wäsche und Hausrat/GPK auch sonstige i.d.R. zentrenrelevante Sortimente ab, die als Randsortiment erwartbar sind, aber auf die voraussichtlich nur ein untergeordneter Verkaufsflächenanteil entfallen wird (kein eigener Besuchsanlass).

Das Vorhaben soll über die den derzeit in Änderung befindlichen Bebauungsplan 95 W „Nördlich B 436“ (Ausweisung eines Sondergebiets für den großflächigen Einzelhandel) realisiert werden und war damit nach § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB zu beurteilen.

---

Am Standort Neue Feldstraße in der Stadt Weener (Ems) ist es beabsichtigt, verschiedene Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Ergänzungsbereichs Innenstadt in der Kernstadt Weener zu erweitern. Das Vorhabenkonzept legt den Schwerpunkt auf den periodischen Bedarf (ca. 1.250 qm zusätzliche VKF), Bekleidung/Wäsche (ca. 190 qm zusätzliche VKF) sowie Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel (ca. 120 qm zusätzliche VKF).

---

### 3 Rahmendaten für die Einzelhandelsentwicklung in Weener

#### 3.1 Lage im Raum

Die Stadt Weener (Ems) liegt rd. 6 km östlich der niederländischen Grenze im ostfriesischen Landkreis Leer im Nordwesten des Bundeslandes Niedersachsen, am westlichen Ufer der Ems. Das Stadtgebiet grenzt an die Städte Leer und Papenburg sowie die Gemeinden Bunde, Jemgum, Westoverledingen und Rhede (Ems).

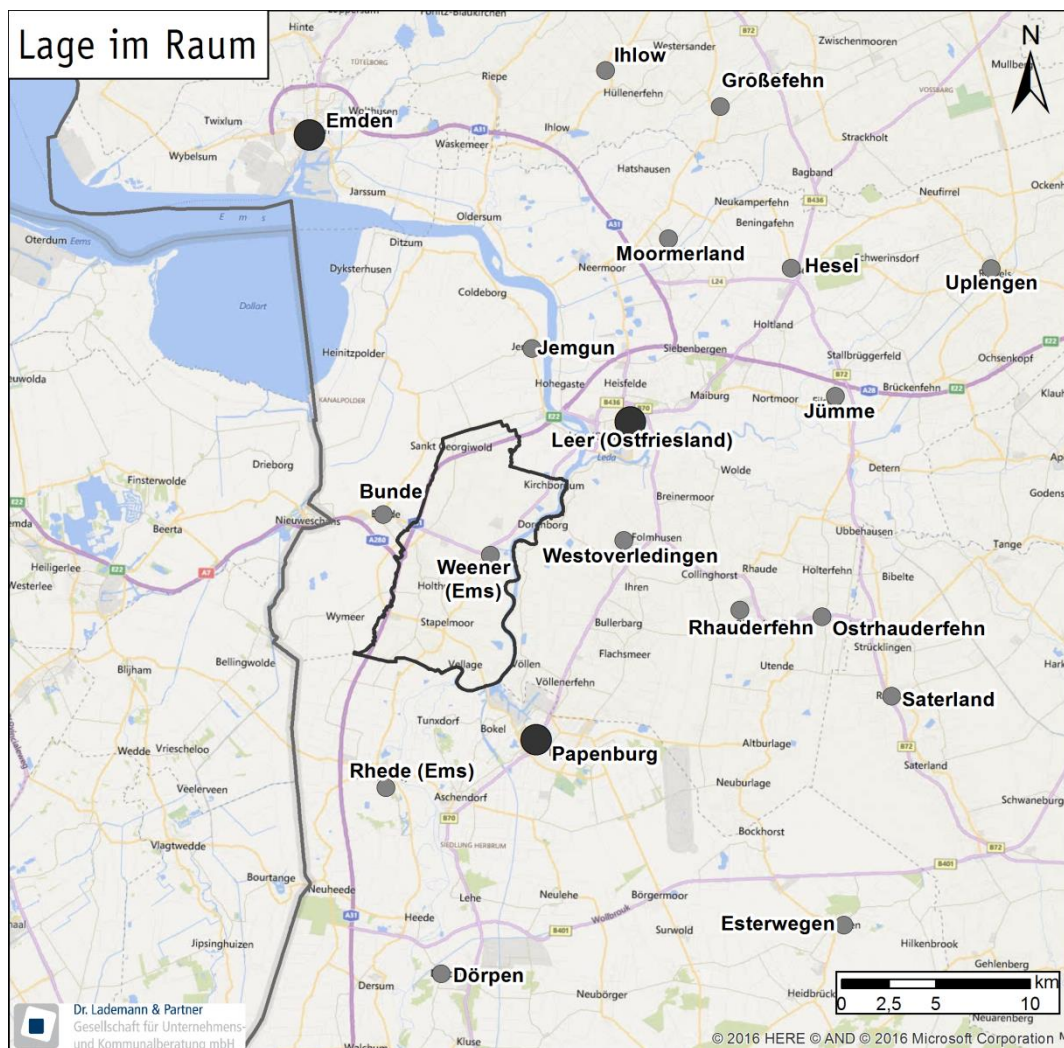


Abbildung 6: Lage im Raum



Die regionale verkehrliche Anbindung der Stadt Weener (Ems) erfolgt v.a. über die BAB 31, welche das Stadtgebiet im Westen flankiert. Über die Anschlussstellen „Weener“ im Ortsteil Möhlenwarf und „Papenburg“ im Ortsteil Stapelmoorerheide ist die Stadt sehr gut an das überregionale Verkehrsnetz angebunden. Die B 436 durchquert das Stadtgebiet und stellt eine Verbindung zwischen der Autobahn und der Kernstadt Weener sowie im weiteren Verlauf bis zur nördlich angrenzenden Stadt Leer dar. Über diverse Landes- bzw. Kreisstraßen (L 17, L 31, K 29, K 30, K 32, K 35, K 44, K 52) wird die innerörtliche Anbindung sowie die Verbindung zu den umliegenden Orten sichergestellt.

Mit einem Haltepunkt ist die Stadt Weener (Ems) an das Bahnnetz angeschlossen. Diese verkehrt zwischen der Stadt Leer und Groningen in den Niederlanden. Bei einem Schiffsunfall wurde die über die Ems führende Friesenbrücke beschädigt, sodass diese voraussichtlich bis zum Jahr 2021 nicht durch den Bahnverkehr genutzt werden kann. Ein Schienenersatzverkehr mit Bussen ist eingerichtet. Die Teilstrecke zwischen Groningen und Weener soll im November 2016 bereits wieder betrieben werden. Darüber hinaus ist Weener durch weitere regional verkehrende Busse an die Nachbarkommunen angeschlossen. Die Stadt Weener (Ems) ist demnach auch mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar.

Durch die naturräumliche Lage in Ostfriesland, zwischen Ems und Dollart, ist die Stadt Weener (Ems) von touristischem Interesse. Insbesondere das dichte Netz an Rad- und Wanderwegen (u.a. die Dollard-Route, der Radfernweg Dortmund-Ems-Kanal-Route sowie der Nordseeküsten-Radweg), der Sportboothafen und der „Alte Hafen“ sind in diesem Zusammenhang zu nennen. Ebenfalls touristisch sowie insbesondere städtebaulich prägend für Weener ist die historische Altstadt mit zahlreichen denkmalgeschützten und stadtbildprägenden Gebäuden (u.a. das Heimatmuseum sowie das überregional bedeutsame Organeum). Die Stadt Weener (Ems) ist staatlich anerkannter Erholungsort.



### 3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Bevölkerungsentwicklung in Weener verlief seit dem Jahr 2012 mit einem jährlichen Anstieg von +0,1 % p.a. leicht positiv. Insgesamt lebten in der Stadt Weener (Ems) zum 01.01.2016 nach Angaben des Statistischen Landesamts

rd. 15.500 Einwohner.

Damit hat sich die Stadt Weener (Ems) im Vergleich mit dem Bundesland Niedersachsen und dem Landkreis Leer deutlich verhaltener entwickelt (+ 0,5 % p.a.). Die Nachbarkommunen von Weener – mit Ausnahme der Stadt Leer (+/- 0,0 % p.a.) - verzeichneten im selben Zeitraum mit +0,3 bis +1,0 % p.a. positivere Bevölkerungsentwicklungen.

| Einwohnerentwicklung in Weener (Ems) im Vergleich                    |                  |                  |                |            |             |
|----------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|----------------|------------|-------------|
| Stadt/Gemeinde                                                       | 2012             | 2016             | +/- 12/16      |            | Veränderung |
| Landkreis/ Bundesland                                                |                  |                  | abs.           | in %       | p.a. in %   |
| <b>Weener</b>                                                        | <b>15.479</b>    | <b>15.510</b>    | <b>31</b>      | <b>0,2</b> | <b>0,1</b>  |
| Leer                                                                 | 33.995           | 34.042           | 47             | 0,1        | 0,0         |
| Papenburg                                                            | 35.194           | 36.690           | 1.496          | 4,3        | 1,0         |
| Bunde                                                                | 7.530            | 7.607            | 77             | 1,0        | 0,3         |
| <b>Landkreis Leer</b>                                                | <b>163.991</b>   | <b>167.548</b>   | <b>3.557</b>   | <b>2,2</b> | <b>0,5</b>  |
| <b>Niedersachsen</b>                                                 | <b>7.774.253</b> | <b>7.926.599</b> | <b>152.346</b> | <b>2,0</b> | <b>0,5</b>  |
| Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.) |                  |                  |                |            |             |

Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Weener kann in Anlehnung an die Prognose des niedersächsischen Statistischen Landesamts sowie dem Demografiebericht für den Landkreis Leer unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren weiterhin leicht steigend sein werden.

Im Jahr 2020 (dem möglichen Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Weener daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 15.600 Einwohnern.



Weener verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>3</sup> von 81,6. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich mit dem Landkreis Leer (87,7) sowie mit dem Landesdurchschnitt (99,1) deutlich unterdurchschnittlich aus.

### 3.3 Zentrensystem und Verflechtungsbereich

Von Seiten der Regionalplanung wird die Kernstadt der Stadt Weener (Ems) als Grundzentrum eingestuft. Damit kommt der Stadt eine Eigenversorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen der qualifizierten Grundversorgung zu.

Dabei steht die Stadt im intensiven kommunalen Wettbewerb mit den umliegenden zentralen Orten. Hierbei handelt es sich vor allem um das nächstgelegene Grundzentrum Bunde (rd. 6 km westlich) sowie die Mittelzentren Leer (rd. 15 km nordöstlich) und Papenburg (rd. 17 km südöstlich).

---

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Weener sind aufgrund der einerseits positiven Bevölkerungsentwicklung sowie andererseits der unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer als neutral anzusehen und induzieren keine zusätzlichen Impulse für die Einzelhandelsentwicklung. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

---

<sup>3</sup> Vgl. GfK Geomarketing: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern. Durchschnitt Deutschland=100.



## 4 Wettbewerb, 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 Weener (Ems) übertragen. Neben der Erreichbarkeit des Standorts und des Agglomerationsumfelds ist 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 sind räumlich-funktionale Barrieren, wie Straßen- und Bahntrassen sowie Flüsse, zu beachten.

Das Einzugsgebiet des Vorhabens wird insbesondere durch die Agglomerationseffekte und damit durch die Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes, dem Ergänzungsbereich Innenstadt, bestimmt.

### 4.2 Überörtliche Wettbewerbssituation

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den Angeboten der Weeneraner Innenstadt sowie mit dem Grundzentrum Bunde und den Mittelzentren Leer und Papenburg.

Im Folgenden werden die wesentlichen überörtlichen Wettbewerbsstandorte des Einzelhandels im Umland der Stadt Weener (Ems) charakterisiert, um die Wettbewerbssituation zu beleuchten.

Die nächstgelegenen regional bedeutsamen Wettbewerbsstandorte sind:

- Leer (rd. 13 km Richtung Nordosten)

Eine zentrale Wettbewerbsposition im Bereich der vorhabenrelevanten Sortimente kommt der Stadt Leer zu. Diese verfügt über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 159.500 qm. Davon entfallen rd. 27.000 qm auf den periodischen Bedarf, rd. 25.000 qm auf Bekleidung sowie rd. 9.900 qm auf Haus-



rat/GPK<sup>4</sup>. Als bedeutsamste Lage ist dabei die Innenstadt einzustufen (rd. 33.900 qm VKF). In der Innenstadt von Leer können eine Vielzahl von Filialisten sowie inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe vorgefunden werden. Weitere frequenzerzeugende Nutzungen sowie Dienstleistungsangebote und Gastronomie ergänzen das Angebot. Die Versorgungsfunktion der Innenstadt ist aufgrund des großen Angebots und der Lage auf ein größeres Einzugsgebiet ausgerichtet. Weitere bedeutsame Handelslagen sind das Einkaufscenter Emspark (rd. 17.100 qm VKF) sowie die SB-Warenhaus-Standorte Multi Nord und Multi Süd.

■ Papenburg (rd. 15 km Richtung Südosten)

Ein weiterer Wettbewerbsstandort ist das Mittelzentrum Papenburg. Die Stadt verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 129.000 qm (ca. 300 Betriebe). Davon entfallen rd. 32.700 qm auf den periodischen Bedarf, rd. 17.800 qm auf Bekleidung sowie rd. 6.900 qm auf Hausrat/GPK.<sup>5</sup> Die Stadtmitte kann als bedeutsamste Handelslage der Stadt angesehen werden (rd. 52.200 qm VKF). Dazu zählt der Kernbereich sowie der angrenzenden Ergänzungsbereichs mit den Einkaufscentern Dever-Park sowie dem Ems-Center. Auch die Stadtmitte Papenburgs verfügt über eine Vielzahl von Filialisten sowie inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben. Weitere frequenzerzeugende Nutzungen sowie Dienstleistungsangebote und Gastronomie ergänzen das Angebot. Die Versorgungsfunktion der Stadtmitte von Papenburg ist aufgrund des großen Angebots und der Lage auf ein größeres Einzugsgebiet ausgerichtet.

---

Die Stadt Weener (Ems) befindet sich im Wettbewerb mit einer Reihe von attraktiven und gut ausgestatteten Einkaufslagen und Einkaufsstädten. Als Wettbewerbsstandorte sind v.a. die Städte Leer und Papenburg zu nennen. Dies deutet auf Kaufkraftabflüsse aus Weener, resp. ein begrenztes Einzugsgebiet für das Planvorhaben hin.

---

<sup>4</sup> Vgl. Verträglichkeitsuntersuchung für die Umstrukturierung des Emspark in der Stadt Leer 2016, Dr. Donato Acocella

<sup>5</sup> Vgl. Einzelhandelsgutachten für die Stadt Papenburg 2011, CIMA

### 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 zwei Zonen untergliedert wurde.

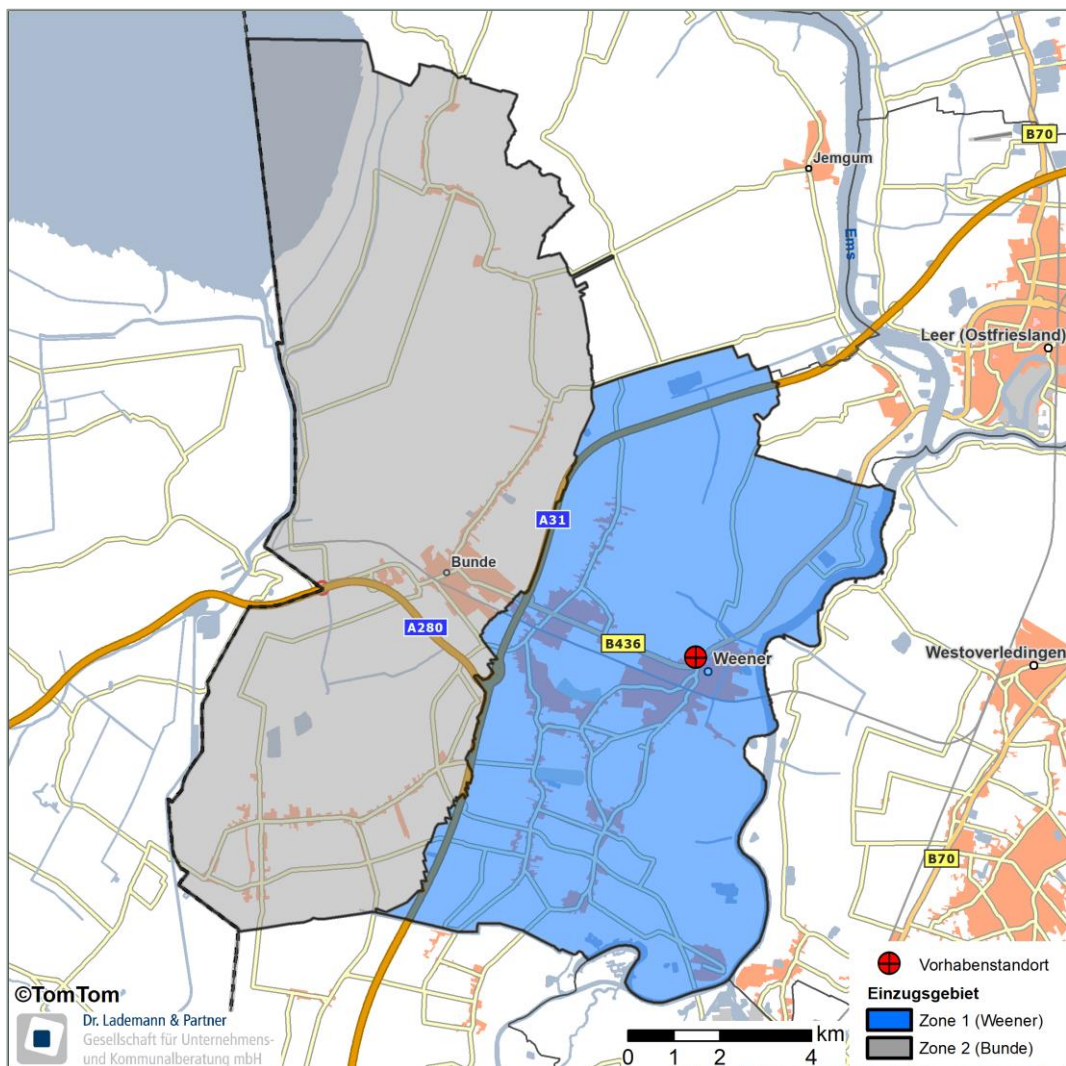


Abbildung 7: Einzugsgebiet des Vorhabens



Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst das Stadtgebiet von Weener (Zone 1) sowie das daran westlich angrenzende Gebiet der Gemeinde Bunde (Zone 2).

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens lebten mit Stand 2017 etwa 23.100 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem leicht steigenden Einwohnerpotenzial bis zum Jahr 2020 ausgegangen werden von insgesamt

rd. 23.300 Einwohnern.

Darüber hinaus ist mit einer Potenzialreserve<sup>6</sup> von insgesamt etwa 10 % des Gesamtnachfragepotenzials (Einwohneräquivalent von rd. 2.600 Personen) zu rechnen. Insgesamt umfasst das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2020 somit

rd. 25.900 Personen.

| <b>Einzugsgebiet des Vorhabens in Weener</b>                 |               |               |
|--------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| <b>Bereich</b>                                               | <b>2017</b>   | <b>2020</b>   |
| Zone 1                                                       | 15.510        | 15.600        |
| Zone 2                                                       | 7.607         | 7.670         |
| <b>Einzugsgebiet</b>                                         | <b>23.117</b> | <b>23.270</b> |
| Potenzialreserve (10 %)                                      | 2.570         | 2.590         |
| <b>Gesamt</b>                                                | <b>25.690</b> | <b>25.860</b> |
| Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH. |               |               |

Tabelle 4: Kundenpotenzial des Vorhabens

<sup>6</sup> 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).



Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes beträgt das Nachfragepotenzial für die vorhabenrelevanten Sortimente inklusive Potenzialreserve aktuell rd. 100,3 Mio. €. Davon entfallen rd. 62,0 Mio. € auf den periodischen Bedarf.

Bis zur prospektiven vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2020 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen von einem leicht wachsenden Nachfragepotenzial (inkl. Potenzialreserve) auszugehen von rd. 101,0 Mio. € (+0,7 Mio. €).

Davon entfallen rd. 62,4 Mio. € auf den periodischen Bedarf.

| Nachfragepotenzial des Vorhabens 2020 in Mio. €                                                |             |             |                   |              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------------|--------------|
| Daten                                                                                          | Zone 1      | Zone 2      | Potenzialreserve* | Gesamt       |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                                     | <b>36,7</b> | <b>18,2</b> | <b>7,5</b>        | <b>62,4</b>  |
| <b>Aperiodischer Bedarf</b>                                                                    | <b>22,7</b> | <b>11,3</b> | <b>4,6</b>        | <b>38,6</b>  |
| Bekleidung/Wäsche                                                                              | 5,6         | 2,8         | 1,1               | 9,5          |
| Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel                                                 | 1,1         | 0,6         | 0,2               | 1,9          |
| Sonstige Hartwaren                                                                             | 16,0        | 7,9         | 3,3               | 27,2         |
| <b>Gesamt</b>                                                                                  | <b>59,4</b> | <b>29,5</b> | <b>12,1</b>       | <b>101,0</b> |
| Quelle: Eigene Berechnungen. *Potenzialreserve: 10 % des Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet. |             |             |                   |              |

Tabelle 5: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2020 etwa 25.900 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird im Jahr der Marktwirksamkeit etwa 101 Mio. € betragen.



## 5 Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

---

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation erfolgte im August 2017 durch Dr. Lademann & Partner eine differenzierte, aktualisierende Vor-Ort-Erhebung des vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens.

Als vorhabenrelevante Sortimente wurden insbesondere die Sortimente

- Periodischer Bedarf,
- Bekleidung/Wäsche sowie
- Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel

identifiziert.

### 5.1 Periodischer Bedarf

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird mit Stand August 2017 im Einzugsgebiet des Vorhabens eine Verkaufsfläche im Segment Periodischer Bedarf von

rd. 12.000 qm

vorgehalten.

Angebotsschwerpunkte liegen im Innenstadtzentrum Weener, dem Ergänzungsbereich Innenstadt (=Vorhabenstandort) sowie der Ortsmitte Bunde. Diese verfügen jeweils über mehrere strukturprägende Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels sowie in der Ortsmitte Bunde und dem Ergänzungsbereich Innenstadt über einen Drogeriemarkt.



| Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels im Einzugsgebiet       |                      |                      |                  |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|------------------|
| Periodischer Bedarf                                                          | Anzahl der Betriebe* | Verkaufsfläche in qm | Umsatz in Mio. € |
| Innenstadtzentrum Weener                                                     | 17                   | 3.490                | 17,6             |
| Ergänzungsbereich Innenstadt                                                 | 4                    | 2.975                | 14,1             |
| Ortsteilzentrum Möhlenwarf                                                   | 5                    | 620                  | 2,3              |
| Streulagen                                                                   | 14                   | 605                  | 2,6              |
| <b>Zone 1 (Weener)</b>                                                       | <b>40</b>            | <b>7.690</b>         | <b>36,6</b>      |
| Ortsmitte Bunde                                                              | 14                   | 4.000                | 21,9             |
| Streulagen                                                                   | 3                    | 280                  | 0,8              |
| <b>Zone 2 (Bunde)</b>                                                        | <b>17</b>            | <b>4.280</b>         | <b>22,8</b>      |
| <b>Einzugsgebiet gesamt</b>                                                  | <b>57</b>            | <b>11.970</b>        | <b>59,3</b>      |
| Quelle: Dr. Lademann & Partner. *nur Anzahl an Betrieben mit Hauptsortiment. |                      |                      |                  |

Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets – Periodischer Bedarf

Die flächengrößten Anbieter im Einzugsgebiet sind in Bezug auf Weener (Ems) v.a. der Combi-Verbrauchermarkt und der Lidl-Discounter im Innenstadtzentrum Weener, der Edeka-Verbrauchermarkt (zugleich Vorhaben), der Aldi-Discounter (zugleich Vorhaben) sowie der Rossmann-Drogeriemarkt im Ergänzungsbereich Innenstadt. Zudem befindet sich ein NP-Discounter im Ortsteilzentrum Möhlenwarf. In Bunde sind v.a. der Combi-Verbrauchermarkt, die Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi sowie der Rossmann-Drogeriemarkt in der Bunder Ortsmitte zu nennen.

Die Zentralität beläuft sich im Untersuchungsgebiet aktuell auf rd. 109 % und deutet auf ein ausgewogenes Versorgungsniveau hin.

Die Umsätze für das Segment Periodischer Bedarf im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenzziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz im Segment Periodischer Bedarf innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 59 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.000 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den umsatzstarken Lebensmitteldiscontnern Lidl und Aldi sowie den Drogeriefachmärkten und den Kleinflächen getrieben.



## 5.2 Bekleidung/Wäsche

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird mit Stand August 2017 im Einzugsgebiet des Vorhabens eine Verkaufsfläche im Segment Bekleidung/Wäsche von

rd. 3.400 qm

vorgehalten.

Rund zwei Drittel des Angebots entfallen davon auf das Stadtgebiet von Weener und ist sowohl in der Innenstadt, dem Ergänzungsbereich sowie in Streulage vorzufinden. Ein weiterer Schwerpunkt des Angebots liegt in der Ortsmitte Bunde.

| Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels im Einzugsgebiet       |                      |                      |                  |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|------------------|
| Bekleidung                                                                   | Anzahl der Betriebe* | Verkaufsfläche in qm | Umsatz in Mio. € |
| Innenstadtzentrum Weener                                                     | 3                    | 840                  | 1,2              |
| Ergänzungsbereich Innenstadt                                                 | 2                    | 510                  | 0,8              |
| Ortsteilzentrum Möhlenwarf                                                   | -                    | -                    | -                |
| Streulagen                                                                   | 1                    | 760                  | 1,4              |
| <b>Zone 1 (Weener)</b>                                                       | <b>6</b>             | <b>2.110</b>         | <b>3,4</b>       |
| Ortsmitte Bunde                                                              | 4                    | 1.145                | 2,7              |
| Streulagen                                                                   | 1                    | 180                  | 0,5              |
| <b>Zone 2 (Bunde)</b>                                                        | <b>5</b>             | <b>1.325</b>         | <b>3,1</b>       |
| <b>Einzugsgebiet gesamt</b>                                                  | <b>11</b>            | <b>3.435</b>         | <b>6,5</b>       |
| Quelle: Dr. Lademann & Partner. *nur Anzahl an Betrieben mit Hauptsortiment. |                      |                      |                  |

Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets – Bekleidung/Wäsche

Die flächengrößten Anbieter im Einzugsgebiet sind u.a. die Bekleidungsfachmärkte NKD und Takko (im Innenstadtzentrum Weener), die Bekleidungsfachmärkte Kik und Ernsting's Family (Ergänzungsbereich Innenstadt = Vorhabenstandort), das Modehaus Borchers (Streulage Weener) sowie die Bekleidungsfachgeschäfte Textilhof, Tido Müller und Ernsting's Family (Ortsmitte Bunde).



Die Umsätze für das Segment Bekleidung/Wäsche im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz beim Sortiment Bekleidung/Wäsche innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 7 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 1.900 € je qm Verkaufsfläche und weist auf eine erhöhte Anzahl an preisfokussierten Anbietern.

Die Zentralität im Segment Bekleidung/Wäsche beläuft sich im Einzugsgebiet aktuell auf rd. 79 % und deutet auf Kaufkraftabflüsse.



### 5.3 Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird mit Stand August 2017 Einzugsgebiet des Vorhabens eine Verkaufsfläche im Segment Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenke von

rd. 1.600 qm

vorgehalten.

Mit rd. 800 qm Verkaufsfläche entfällt rund die Hälfte des Angebots auf den Ergänzungsbereich Innenstadt in Weener.

| Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels im Einzugsgebiet       |                      |                      |                  |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|------------------|
| Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel                               | Anzahl der Betriebe* | Verkaufsfläche in qm | Umsatz in Mio. € |
| Innenstadtzentrum Weener                                                     | 1                    | 285                  | 0,3              |
| Ergänzungsbereich Innenstadt                                                 | 1                    | 810                  | 0,9              |
| Ortsteilzentrum Möhlenwarf                                                   | 1                    | 130                  | 0,1              |
| Streulagen                                                                   | -                    | 20                   | 0,0              |
| <b>Zone 1 (Weener)</b>                                                       | <b>3</b>             | <b>1.245</b>         | <b>1,3</b>       |
| Ortsmitte Bunde                                                              | 2                    | 230                  | 0,3              |
| Streulagen                                                                   | -                    | 150                  | 0,2              |
| <b>Zone 2 (Bunde)</b>                                                        | <b>2</b>             | <b>380</b>           | <b>0,4</b>       |
| <b>Einzugsgebiet gesamt</b>                                                  | <b>5</b>             | <b>1.625</b>         | <b>1,8</b>       |
| Quelle: Dr. Lademann & Partner. *nur Anzahl an Betrieben mit Hauptsortiment. |                      |                      |                  |

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets – Hausrat/GPK

Der flächengrößte Anbieter im Einzugsgebiet ist ein Tedi-Nonfood-Discounter im Ergänzungsbereich Innenstadt in Weener. Darüber hinaus wird das Sortiment v.a. als Randsortiment im Lebensmitteleinzelhandel (insbesondere Edeka und Combi) sowie u.a. in dem Holz+Bau-Fachmarkt (Ergänzungsbereich Innenstadt) angeboten. Des Weiteren sind eine Reihe von kleineren Fachgeschäften mit diesem Sortiment im Einzugsgebiet vorhanden (u.a. Groenewold im Ortsteilzentrum Möhlenwarf).



Die Umsätze für das Segment Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenke im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenndaten, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz bei den Sortimenten Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenke innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 2 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 1.100 € je qm Verkaufsfläche.

Die Zentralität im Segment Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenke beläuft sich im Einzugsgebiet aktuell auf rd. 106 % und deutet auf ein ausgewogenes Versorgungsniveau hin.

---

Im Segment Periodischer Bedarf werden auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 12.000 qm innerhalb des Einzugsgebiets brutto rd. 59 Mio. € Umsatz generiert. Bei Bekleidung/Wäsche beträgt die Verkaufsfläche insgesamt rd. 3.400 qm innerhalb des Einzugsgebiets; es werden brutto rd. 7 Mio. € Umsatz generiert. Bei dem Sortiment Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel werden auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.600 qm innerhalb des Einzugsgebiets brutto rd. 2 Mio. € Umsatz generiert.

---

#### 5.4 Analyse der städtebaulichen Ausgangslage in den untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet des Vorhabens

Innerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens befinden sich vier zentrale Versorgungsbereiche, wobei hier vor allem die Weeneraner Innenstadt und der Ergänzungsbereich Innenstadt in Weener sowie die Ortsmitte in Bunde anzuführen sind. Darüber hinaus gibt es mit dem Ortsteilzentrum Möhlenwarf ein Nebenzentrum in Weener.

##### **Innenstadtzentrum Weener (Kernbereich)**

Das ‚Innenstadtzentrum (Kernbereich)‘ von Weener stellt mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.500 qm (über alle Sortimente hinweg) eine wichtige Einzelhandelslage der Stadt Weener (Ems) sowie auch des Einzugsgebiets des Vorhabens insgesamt dar. Diese liegt zentral in der Kernstadt und grenzt unmittelbar südlich an den Vorhabenstandort an. Das Zentrum umfasst den Bereich zwischen Neue Straße im Norden, Risiusstraße/Poststraße/Mühlenstraße im Westen, Norder-/Süderstraße im Osten und der Westerstraße im Süden.



Abbildung 8: Combi-Standort, Innenstadtzentrum Weener



Das erweiterte Innenstadtzentrum<sup>7</sup> von Weener wird durch eine Vielzahl von Einzelhandelsnutzungen – sowohl Filialisten als auch inhabergeführt – sowie ergänzende Dienstleistungen und gastronomische Nutzungen geprägt. Dabei ist zwischen den überwiegend kleinteilig strukturierten Nutzungen im historischen Altstadtbereich sowie den größerflächigen, filialisierten Betrieben entlang der Poststraße/Mühlenstraße zu differenzieren. Als weitere frequenzerzeugende Nutzung grenzt das Rathaus der Stadt an den zentralen Versorgungsbereich an. Als strukturprägende Anbieter und gleichzeitig auch Magnetbetriebe des erweiterten Innenstadtzentrums fungieren der Lebensmitteldiscounter Lidl, ein Combi-Verbrauchermarkt, der Bekleidungsfachmarkt Takko, der Schuhpark Fascies sowie ein NKD-Bekleidungsgeschäft.

Auf die vorhabenrelevanten Sortimente entfällt bei einer Verkaufsfläche von rd. 4.600 qm ein Anteil gemessen an der Gesamtverkaufsfläche des Innenstadtzentrums von rd. 61 %. Dies lässt verstärkte wettbewerbliche Effekte mit dem Planvorhaben erwarten.

Das Zentrum wird obgleich seiner Angebotsdefizite bei den zentrenrelevanten Sortimenten seiner Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt weitgehend gerecht. Es ist trotz einer Vielzahl an Leerständen (insbesondere im erweiterten/historischen Altstadtbereich) mit einem funktionsfähigen Kern als stabil zu bewerten.

### **Ergänzungsbereich Innenstadt, Weener (Vorhabenstandort)**

Der ‚Ergänzungsbereich Innenstadt‘ liegt nördlich in der Weeneraner Kernstadt (Vorhabenstandort) und ist mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 8.100 qm (über alle Sortimente) die größte Einzelhandelslage im Stadt- bzw. Einzugsgebiet des Vorhabens. Es handelt sich bei dieser funktionalen Standortlage um einen zentralen Versorgungsbereich gemäß dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener.

<sup>7</sup> Hierbei ist darauf zu verweisen, dass der hier vorliegenden Beschreibung der städtebaulichen Ausgangslage die bestandsorientierte Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems) zugrunde liegt. Hiervon ist die zielorientierte, d.h. räumlich verkleinerte, Abgrenzung zu unterscheiden. Nur jene Betriebe innerhalb der engeren Abgrenzung genießen aufgrund der Lage im zentralen Versorgungsbereich im Folgenden einen besonderen Schutzstatus.



Dieser Standortbereich liegt östlich und westlich der Neuen Feldstraße, unmittelbar nördlich der B 436, welche eine räumliche Zäsur zum Innenstadtzentrum bildet. Diese ist u.a. über Fußgängerüberwegen erreichbar.

Dieser Standortbereich beherbergt überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe. Als Magnetbetriebe fungieren ein Holz+Bau-Fachmarkt, ein Edeka-Verbrauchermarkt, ein Aldi-Lebensmitteldiscounter, ein Rossmann-Drogeriemarkt, ein Tedi-Nonfood-Discounter sowie die Bekleidungsfachmärkte Kik und Ernsting's Family.

Auf die vorhabenrelevanten Sortimente entfällt eine Verkaufsfläche von rd. 4.300 qm. Das Zentrum ist als stabil zu bewerten.<sup>8</sup>



Abbildung 9: Neue Feldstraße, Ergänzungsbereich Innenstadt, Weener

<sup>8</sup> Es ist darauf zu verweisen, dass innerhalb dieses Zentrums durch das hier in Rede stehende Vorhaben faktisch keine städtebauliche Folgewirkungen eintreten werden, da das Vorhaben selbst zu einer Stärkung der Funktionsfähigkeit führt. D.h. die im Folgenden zu ermittelten Effekte sind rein wettbewerblicher Art.



### **Ortsteilzentrum Möhlenwarf, Weener**

Das ‚Ortsteilzentrum Möhlenwarf‘ liegt im westlichen Randbereich des Weeneraner Stadtgebiets, an der Grenze zur Nachbargemeinde Bunde (rd. 3,5 km Entfernung zum Vorhabenstandort). Es handelt sich hierbei um ein kompaktes Ortsteilzentrum entlang der Alten Bahnhofstraße, zwischen Weener Straße im Norden und der Bürgermeister-Smit-Straße im Süden.

Als Magnetbetrieb fungiert insbesondere ein NP-Lebensmitteldiscounter. Daneben befinden sich hier weitere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe sowie vereinzelt Dienstleistungsbetriebe. Das Ortsteilzentrum Möhlenwarf verfügt über alle Sortimente hinweg über eine Verkaufsflächenausstattung von rd. 2.400 qm. Auf die vorhabenrelevanten Sortimente entfallen davon insgesamt rd. 750 qm Verkaufsfläche. Hierbei ist der Schwerpunkt im periodischen Bedarf zu erkennen.

Es handelt sich insgesamt um ein funktionsfähiges Zentrum, welches mit seiner Funktion als Ortsteilzentrum seine Versorgungsaufgabe für den Nahbereich weitgehend erfüllt. Hinzuweisen ist allerdings auf den nicht zukunftsfähig aufgestellten Magnetbetrieb NP, wobei bereits das Einzelhandelskonzept einen offensichtlichen Handlungsbedarf zur Absicherung des Discounters innerhalb von Möhlenwarf konstatiert. Diese Sensibilität (d.h. die Belastbarkeit gegenüber einer Wettbewerbsverschärfung) des für die verbrauchernahe Versorgung bedeutsamen Nahversorgers ist im Folgenden zu beachten.



Abbildung 10: NP-Discounter, Ortsteilzentrum Möhlenwarf



### **Ortsmitte Bunde**

Das Grundzentrum Bunde befindet sich westlich der Stadt Weener (Ems). Die ‚Ortsmitte‘ ist rd. 6 km vom Vorhabenstandort entfernt. Der zentrale Versorgungsbereich konzentriert sich v.a. auf den Bereich Kirchring/Blinke sowie Neuschanzer Straße bis zur Bahntrasse/Rheiderlandstraße im Südwesten.

Der Einzelhandelsbesatz wird sowohl durch kleinteilig strukturierte inhabergeführte Betriebe als auch durch nationale Filialisten geprägt. Als Magnetbetriebe sind ein Combi-Verbrauchermarkt, die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl, ein Rossmann-Drogeriefachmarkt, die Bekleidungsfachgeschäfte Textilhof, Tido Müller und Ernsting's Family nennen. Ergänzt wird das Angebot durch innenstadttypische bzw. frequenzerzeugende Nutzungen (z.B. Rathaus) sowie Dienstleistungsnutzungen und gastronomische Angebote.



Abbildung 11: Lidl/Rossmann-Standort, Neuschanzer Straße, Ortsmitte Bunde

Die Ortsmitte Bunde verfügte zum Begehungszeitpunkt über eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche von rd. 5.400 qm. Der Schwerpunkt entfällt dabei auf den periodischen Bedarf.



Die Ortsmitte wird seiner Versorgungsfunktion gerecht und ist als stabil zu bewerten. Für die Einwohner aus Bunde sowie für den Grenzhandel mit den Niederlanden stellt der Standort eine wichtige Einkaufsalternative für insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente dar.

---

Mit dem Innenstadtzentrum, dem Ergänzungsbereich Innenstadt (=Vorhabenstandort) sowie dem Ortsteilzentrum Möhlenwarf verfügt die Stadt Weener (Ems) über drei unterschiedlich stabile und funktionsfähige Zentren, welche die jeweils zugewiesene Versorgungsfunktion insbesondere mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten erfüllen. Im überörtlichen Einzugsgebiet ist mit dem zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Bunde eine weitere Wettbewerbslage vorhanden, welche über vorhabenrelevante Anbieter verfügt. Dieses Zentrum wird seiner Versorgungsfunktion gerecht und ist unter zusätzlicher Berücksichtigung des Grenzhandels als stabil zu beschreiben.

---

## 5.5 Analyse der städtebaulichen Ausgangslage unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens

### Innenstadt Leer

Das ‚Innenstadtzentrum‘ von Leer stellt eine wichtige Standortlage des Einzelhandels unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens dar. Diese befindet sich in rd. 13 km Entfernung nordöstlich zum Vorhabenstandort. Der zentrale Versorgungsbereich beinhaltet den Verlauf der Mühlenstraße (als Fußgängerzone ausgebaut) sowie Brunnenstraße/Rathausstraße.

Die Innenstadt von Leer ist durch eine Vielzahl von Einzelhandelsnutzungen – sowohl Filialisten als auch inhabergeführt – sowie ergänzende Dienstleistungen und gastronomische Nutzungen geprägt. Als weitere frequenzerzeugende Nutzung befindet sich das Rathaus der Stadt im Zentrum. Als strukturprägende Anbieter und gleichzeitig auch Magnetbetriebe des Innenstadtzentrums fungieren u.a. ein Rossmann-Drogeriefachmarkt, die Bekleidungsfachgeschäfte bzw. -kaufhäuser Leffers, H&M, S.Oliver, New Yorker und Esprit, die Schuhfachgeschäfte Deichmann und Schuhpark sowie das Ceka-Warenhaus.



Abbildung 12: Mühlenstraße, Innenstadt Leer



Der zentrale Versorgungsbereich weist insgesamt ein breites Angebot an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten auf. Das Zentrum verfügt über eine vorhabenrelevante Verkaufsflächenausstattung von insgesamt rd. 20.800 qm. Das Zentrum wird seiner Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums gerecht und ist als stabil zu bewerten.

### **Stadtmitte Papenburg**

Mit ‚Stadtmitte Papenburg‘ befindet sich ein weiterer zentraler Versorgungsbereich unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens (rd. 15 km Entfernung südöstlich). Der zentrale Versorgungsbereich beinhaltet zum einen den Kernbereich beidseitig entlang des Hauptkanals sowie den angrenzenden Ergänzungsbereich im Nordwesten mit den Einkaufscentern Dever-Park sowie dem Ems-Center.



Abbildung 13: Hauptkanal, Stadtmitte Papenburg

Die Papenburger Stadtmitte ist durch eine Vielzahl von filialisierten (insbesondere im Ergänzungsbereich) als auch inhabergeführten Einzelhandelsnutzungen sowie ergänzende Dienstleistungen und gastronomische Nutzungen geprägt. Als strukturprägende Anbieter und gleichzeitig auch Magnetbetriebe der Stadtmitte fungieren u.a. im Kernbereich das Bekleidungskaufhaus C&A und das Modehaus



Böckmann. Im angrenzenden Ergänzungsbereich befinden sich u.a. die SB-Warenhäuser Kaufland und Real, die Drogeriemärkte dm und Rossmann, ein Media Markt-Elektrofachmarkt, die Bekleidungsfachmärkte Kik und Takko, die Schuhfachgeschäfte K+K und Deichmann sowie ein Obi-Baumarkt, ein Dänisches Bettenlager und ein Hammer-Heimtextilienfachmarkt.

Dieser zentrale Versorgungsbereich weist ebenfalls insgesamt ein breites Angebot an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten auf. Das Zentrum verfügt über eine vorhabenrelevante Verkaufsflächenausstattung von insgesamt rd. 23.400 qm. Das Zentrum wird seiner Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums gerecht und ist als stabil zu bewerten.

---

Mit der Innenstadt von Leer und der Stadtmitte Papenburg befinden sich zwei weitere Einzelhandelslagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets. Diese sind als leistungsstark einzustufen und stellen die nächstgelegenen, wichtigen Einkaufsalternativen für die Verbraucher im Einzugsgebiet des Vorhabens dar.

---

## 6 Einordnung eines weiteren vorhabenrelevanten Planvorhabens im Einzugsgebiet

---

Mit Stand September 2017 liegt der Stadt Weener (Ems) ein weiteres, planungsrechtlich fortgeschrittenes, einzelhandelsrelevantes Planvorhaben vor, welches im Folgenden kurz skizziert wird:

Im Bereich Poststraße/Kirchhofstraße ist durch die Fa. Bünting geplant, am derzeitigen Combi-Standort weitere kerngebietstypische Nutzungen (v.a. Einzelhandelsflächen) zu schaffen. Zum einen soll eine neue Immobilie unmittelbar an die Poststraße angrenzend errichtet werden (bisher durch Wohnbebauung genutzt), welche in Richtung Combi-Parkplatz ausgerichtet ist und sich perspektivisch mit der bereits vorhandenen Immobilie eine Stellplatzanlage teilen soll. Des Weiteren soll das nördlich an die bestehende Fachmarktimmobilie angrenzende Gebäude in Form von Abriss und Neubau durch weitere Handelsbetriebe sowie Gastronomie und Dienstleistungen genutzt werden.



Abbildung 14: Vorhabenstandort des Combi-Verbrauchermarkts im Innenstadtzentrum an der Kirchhofstraße



Die aktuellen Planungen sehen vor, auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.550 qm weitere Einzelhandelsnutzungen anzusiedeln (v.a. nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente). Als potenzielle Einzelhandelsmieter werden derzeit u.a. ein Bekleidungsfachmarkt, ein Drogeriefachmarkt sowie weitere Fachmärkte verschiedener zentrenrelevanter Sortimente diskutiert.

Aufgrund des fortgeschrittenen Planungsstands wurde dieses Vorhabenkonzept der Erstvermietung bereits mit dem Prognosejahr 2020 mit in die Wirkungsprognose eingestellt. So kann unterstellt werden, dass die Vorhabenrealisierung im Umfeld von Combi in etwa zeitgleich mit dem hier prüfungsrelevanten Vorhaben am Ergänzungsstandort zu einer Stärkung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt führt.

Weitere planungsrechtlich vorangeschrittene Planvorhaben des Einzelhandels liegen der Stadt Weener (Ems) aktuell nicht vor. Sowohl für den Lidl-Discounter (im Innenstadtzentrum) als auch für den NP-Discounter (im Ortsteilzentrum Möhlenwarf) wurden im Kontext der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes vage Interessensbekundungen zur Standortabsicherung abgegeben. Da jedoch hierfür jeweils noch Neuordnungen im Standortumfeld erforderlich wären, ist eine kurzfristige Realisierung im realitätsnahen worst-case nicht erwartbar.



## 7 Vorhaben- und Wirkungsprognose

---

### 7.1 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 das Vorhaben zu einer räumlichen Veränderung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist von einer stärkeren Marktdurchdringung des heutigen Einzugsgebiets der bestehenden Angebote im Ergänzungsbereich Innenstadt auszugehen.

Die Umsatzprognose für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurde dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum berücksichtigt.

#### 7.1.1 Vorhabenkonzept des Eigentümers

Für das Gesamtvorhaben ist davon auszugehen, dass es künftig insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 21 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird bei unterstellter stärkerer Marktdurchdringung dabei bei Hausrat/GPK (rd. 46 %) erzielt. Im Segment Bekleidung wird dieser bei rd. 11 % liegen. Im periodischen Bedarf wird im Mittel ein Marktanteil von rd. 29 % erzielt. In der Zone 1 wird dieser bei rd. 36 %, in der Zone 2 bei rd. 15 % liegen.



Die Marktanteile im Einzugsgebiet stellen sich nach den einzelnen Sortimenten wie folgt dar:

| <b>Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet<br/>(nach Vorhabenrealisierung)*</b> |               |               |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|-------------|
|                                                                                     | <b>Zone 1</b> | <b>Zone 2</b> | <b>EZG</b>  |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                          |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                             | 36,5          | 18,1          | 54,5        |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                            | 13,2          | 2,6           | 15,8        |
| Marktanteil                                                                         | 36%           | 15%           | 29%         |
| <b>Bekleidung</b>                                                                   |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                             | 5,5           | 2,7           | 8,3         |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                            | 0,7           | 0,2           | 0,9         |
| Marktanteil                                                                         | 13%           | 8%            | 11%         |
| <b>Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel</b>                                  |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                             | 1,1           | 0,6           | 1,7         |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                            | 0,6           | 0,2           | 0,8         |
| Marktanteil                                                                         | 54%           | 31%           | 46%         |
| <b>Sonstige Hartwaren</b>                                                           |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                             | 15,9          | 7,9           | 23,8        |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                            | 0,5           | 0,2           | 0,7         |
| Marktanteil                                                                         | 3%            | 2%            | 3%          |
| <b>Gesamt</b>                                                                       |               |               |             |
| <b>Marktpotenzial (Mio. €)</b>                                                      | <b>59,0</b>   | <b>29,3</b>   | <b>88,3</b> |
| <b>Umsatz Vorhaben (Mio. €)</b>                                                     | <b>15,0</b>   | <b>3,2</b>    | <b>18,2</b> |
| <b>Marktanteil</b>                                                                  | <b>25%</b>    | <b>11%</b>    | <b>21%</b>  |
| Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.                    |               |               |             |

Tabelle 9: Marktanteile des Vorhabens innerhalb des Einzugsgebiets – Teilbereich I des B-Plans

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 10 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der o.g. Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens.

Danach wird sich der Brutto-Umsatz des Vorhabens im standortspezifischen worst-case bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 4.000 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 20,2 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 17,6 Mio. € der Schwerpunkt eindeutig auf den periodischen Bedarf entfällt.



| Sortiments- und Flächenstruktur des Vorhabens (nach Vorhabenrealisierung)                              |                              |                                 |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|---------------------|
| Branchenmix                                                                                            | Verkaufs-<br>fläche<br>in qm | Flächen-<br>produk-<br>tivität* | Umsatz<br>in Mio. € |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                                             | <b>3.782</b>                 | <b>4.640</b>                    | <b>17,6</b>         |
| davon Edeka*                                                                                           | 2.681                        | 4.200                           | 11,3                |
| davon Aldi                                                                                             | 1.080                        | 5.800                           | 6,3                 |
| davon Kik                                                                                              | 21                           | 1.400                           | 0,03                |
| <b>Aperiodischer Bedarf</b>                                                                            | <b>1.305</b>                 | <b>2.010</b>                    | <b>2,6</b>          |
| <b>Bekleidung/Wäsche</b>                                                                               | <b>667</b>                   | <b>1.580</b>                    | <b>1,1</b>          |
| davon Kik                                                                                              | 468                          | 1.400                           | 0,7                 |
| davon Ernsting's Family                                                                                | 199                          | 2.000                           | 0,4                 |
| <b>Hausrat, GPK, Wohnaccessoires,<br/>Geschenkartikel</b>                                              | <b>346</b>                   | <b>2.260</b>                    | <b>0,8</b>          |
| davon Kik                                                                                              | 92                           | 1.200                           | 0,1                 |
| davon Edeka                                                                                            | 194                          | 2.600                           | 0,5                 |
| davon Aldi                                                                                             | 60                           | 2.800                           | 0,2                 |
| <b>Sonstige Hartwaren</b>                                                                              | <b>292</b>                   | <b>2.690</b>                    | <b>0,8</b>          |
| davon Edeka                                                                                            | 104                          | 3.400                           | 0,4                 |
| davon Aldi                                                                                             | 60                           | 4.000                           | 0,2                 |
| davon Kik                                                                                              | 128                          | 1.500                           | 0,2                 |
| <b>Gesamt</b>                                                                                          | <b>5.087</b>                 | <b>3.970</b>                    | <b>20,2</b>         |
| Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet. * inkl. Bäckerei/Lotto/Mall |                              |                                 |                     |

Tabelle 10: Umsatzstruktur des Vorhabens im Einzugsgebiet (Teilbereich I des B-Plans - nach Erweiterung)

Bei dem Vorhaben handelt es sich allerdings um die Erweiterung von bereits in Weener ansässigen Betrieben. Die bestehenden Betriebe haben mit ihren Umsätzen ihre Wirkungen jeweils bereits in der Vergangenheit induziert.

Aktuell stellen sich die Marktanteile der Vorhabenbetriebe (ohne Holz + Bau) im Einzugsgebiet wie folgt dar:

- insgesamt rd. 14 %,
- im periodischen Bedarf rd. 20 %,
- bei Bekleidung/Wäsche rd. 8 %,
- bei Hausrat/GPK rd. 31 %,
- bei sonstigen Hartwaren rd. 2 %.



Aktuell stellt sich die Umsatzstruktur am Standort demzufolge wie folgt dar:

| Sortiments- und Flächenstruktur des Vorhabens (status quo)                                             |                              |                                 |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|---------------------|
| Branchenmix                                                                                            | Verkaufs-<br>fläche<br>in qm | Flächen-<br>produk-<br>tivität* | Umsatz<br>in Mio. € |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                                             | <b>2.532</b>                 | <b>4.840</b>                    | <b>12,2</b>         |
| davon Edeka*                                                                                           | 1.799                        | 4.400                           | 7,9                 |
| davon Aldi                                                                                             | 719                          | 6.000                           | 4,3                 |
| davon Kik                                                                                              | 14                           | 1.400                           | 0,02                |
| <b>Aperiodischer Bedarf</b>                                                                            | <b>895</b>                   | <b>2.020</b>                    | <b>1,8</b>          |
| <b>Bekleidung/Wäsche</b>                                                                               | <b>474</b>                   | <b>1.620</b>                    | <b>0,8</b>          |
| davon Kik                                                                                              | 300                          | 1.400                           | 0,4                 |
| davon Ernsting's Family                                                                                | 174                          | 2.000                           | 0,3                 |
| <b>Hausrat, GPK, Wohnaccessoires,<br/>Geschenkartikel</b>                                              | <b>229</b>                   | <b>2.270</b>                    | <b>0,5</b>          |
| davon Kik                                                                                              | 59                           | 1.200                           | 0,1                 |
| davon Edeka                                                                                            | 130                          | 2.600                           | 0,3                 |
| davon Aldi                                                                                             | 40                           | 2.800                           | 0,1                 |
| <b>Sonstige Hartwaren</b>                                                                              | <b>192</b>                   | <b>2.710</b>                    | <b>0,5</b>          |
| davon Edeka                                                                                            | 70                           | 3.400                           | 0,2                 |
| davon Aldi                                                                                             | 40                           | 4.000                           | 0,2                 |
| davon Kik                                                                                              | 82                           | 1.500                           | 0,1                 |
| <b>Gesamt</b>                                                                                          | <b>3.427</b>                 | <b>4.100</b>                    | <b>14,1</b>         |
| Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet. * inkl. Bäckerei/Lotto/Mall |                              |                                 |                     |

Tabelle 11: Umsatzstruktur des Vorhabens (Status quo - Teilbereich I des B-Plans)



Der Umsatzzuwachs<sup>9</sup> (inkl. Streuumsätzen) wird im standortspezifischen worst-case insgesamt etwa bei rd. 6,1 Mio. € liegen. Dieser entfällt mit rd. 5,3 Mio. € ganz überwiegend auf den periodischen Bedarfsbereich.

| Umsatzzuwachs des Vorhabens (durch Vorhabenrealisierung)                                               |                              |                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------|
| Branchenmix                                                                                            | Verkaufs-<br>fläche<br>in qm | Umsatz<br>in Mio. € |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                                             | <b>1.251</b>                 | <b>5,3</b>          |
| davon Edeka*                                                                                           | 882                          | 3,3                 |
| davon Aldi                                                                                             | 361                          | 1,9                 |
| davon Kik                                                                                              | 8                            | 0,01                |
| <b>Aperiodischer Bedarf</b>                                                                            | <b>409</b>                   | <b>0,8</b>          |
| <b>Bekleidung/Wäsche</b>                                                                               | <b>193</b>                   | <b>0,3</b>          |
| davon Kik                                                                                              | 168                          | 0,2                 |
| davon Ernsting's Family                                                                                | 25                           | 0,1                 |
| <b>Hausrat, GPK, Wohnaccessoires,<br/>Geschenkartikel</b>                                              | <b>117</b>                   | <b>0,3</b>          |
| davon Kik                                                                                              | 33                           | 0,0                 |
| davon Edeka                                                                                            | 64                           | 0,2                 |
| davon Aldi                                                                                             | 20                           | 0,1                 |
| <b>Sonstige Hartwaren</b>                                                                              | <b>100</b>                   | <b>0,3</b>          |
| davon Edeka                                                                                            | 34                           | 0,1                 |
| davon Aldi                                                                                             | 20                           | 0,1                 |
| davon Kik                                                                                              | 46                           | 0,1                 |
| <b>Gesamt</b>                                                                                          | <b>1.660</b>                 | <b>6,1</b>          |
| Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet. * inkl. Bäckerei/Lotto/Mall |                              |                     |

Tabelle 12: Umsatzzuwachs des Vorhabens durch Realisierung – Teilbereich I des B-Plans

<sup>9</sup> Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat (vgl. z.B. BVerwG 12.02.2009 4B 3/09). Allerdings ist neben der quantitativen Verkaufsflächenerweiterung v.a. der Attraktivitätszuwachs bei der Delta-Betrachtung als umsatzfördernd zugunsten des Gesamtbetriebes mit zu berücksichtigen.



Die Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet zeigen demnach folgendes Bild:

| <b>Marktanteilszuwächse des Vorhabens im Einzugsgebiet<br/>(durch Vorhabenrealisierung)*</b> |               |               |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|-------------|
|                                                                                              | <b>Zone 1</b> | <b>Zone 2</b> | <b>EZG</b>  |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                                   |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                      | 36,5          | 18,1          | 54,5        |
| Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)                                                              | 3,4           | 1,4           | 4,8         |
| Marktanteilszuwachs                                                                          | 9%            | 8%            | 9%          |
| <b>Bekleidung</b>                                                                            |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                      | 5,5           | 2,7           | 8,3         |
| Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)                                                              | 0,2           | 0,1           | 0,3         |
| Marktanteilszuwachs                                                                          | 4%            | 2%            | 3%          |
| <b>Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel</b>                                           |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                      | 1,1           | 0,6           | 1,7         |
| Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)                                                              | 0,2           | 0,1           | 0,3         |
| Marktanteilszuwachs                                                                          | 18%           | 10%           | 15%         |
| <b>Sonstige Hartwaren</b>                                                                    |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                      | 15,9          | 7,9           | 23,8        |
| Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)                                                              | 0,2           | 0,1           | 0,2         |
| Marktanteilszuwachs                                                                          | 1%            | 1%            | 1%          |
| <b>Gesamt</b>                                                                                |               |               |             |
| <b>Marktpotenzial (Mio. €)</b>                                                               | <b>59,0</b>   | <b>29,3</b>   | <b>88,3</b> |
| <b>Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)</b>                                                       | <b>3,9</b>    | <b>1,6</b>    | <b>5,5</b>  |
| <b>Marktanteilszuwachs</b>                                                                   | <b>7%</b>     | <b>5%</b>     | <b>6%</b>   |
| Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.                             |               |               |             |

Tabelle 13: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung

Zur Analyse und der Bewertung der Auswirkungen durch sonstige Sortimente (sonstige Hartwaren) wurde ausschließlich auf eine Marktanteilsberechnung abgestellt (Marktanteilszuwachs von etwa 1 %-Pkt.). Die zu erwartende Ausstrahlkraft dieser sonstigen Randsortimente ist insofern moderat. Der Vorhabenstandort befindet sich überdies in einem zentralen Versorgungsbereich (Nebenzentrum) eines Grundzentrums. Insofern wurde bei diesen Sortimenten auf eine Wirkungsmodellierung verzichtet.

Für das favorisierte Vorhabenkonzept, der Erweiterung des Teilbereichs auf rd. 5.100 qm VKF, ist von einem Marktanteilszuwachs insgesamt von rd. 6 %-Punkten auszugehen. Im periodischen Bedarf liegt dieser bei rd. 9 %-Punkten, im Segment Hausrat/GPK bei rd. 15 %-Punkten sowie bei Bekleidung bei rd. 3 %-Punkten. Nach den Modellrechnungen ergibt sich unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen daraus im worst-case ein Umsatzpotenzial von rd. 6,1 Mio. €, davon rd. 5,3 Mio. € im periodischen Bedarf.



### 7.1.2 Flächenreduzierte Variante

Im Vorgriff auf die Wirkungsmodellierung, die sich an einer Umsatzumverteilungswirkung orientiert, die der Abwägung noch zugänglich wäre, lässt sich festhalten, dass die o.g. Wunschvariante des Eigentümers ohne Kompensationsmaßnahmen (Absicherung des für die verbrauchernahe Versorgung bedeutsamen Anbieters in Möhlenwarf) nicht realisierbar ist. Dr. Lademann & Partner empfehlen daher eine Reduzierung der geplanten Verkaufsfläche des Edeka-Verbrauchermarkts um rd. 180 qm.

Die in Teilen erfolgte rekursive Ermittlung von Verkaufsflächenpotenzialen für die Vorhabenssortimente ergibt demnach folgendes Bild:

| Modifizierte Flächenstruktur des Vorhabenstandorts (Geltungsbereich des B-Plans Nr. 95 W)                      |                         |                      |                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Betreiber/Betriebstyp                                                                                          | VKF in qm<br>Status quo | VKF in qm<br>Zuwachs | VKF in qm<br>nach Erweiterung |
| Edeka-Verbrauchermarkt*                                                                                        | 1.999                   | 801                  | 2.800                         |
| Aldi-Discounter                                                                                                | 799                     | 401                  | 1.200                         |
| Kik-Bekleidungsfachmarkt                                                                                       | 455                     | 254                  | 709                           |
| Ernsting's Family-Bekleidungsfachgeschäft                                                                      | 174                     | 25                   | 199                           |
| Holz+Bau-Fachmarkt                                                                                             | 3.735                   | -                    | 3.735                         |
| <b>Gesamtverkaufsfläche</b>                                                                                    | <b>7.162</b>            | <b>1.481</b>         | <b>8.643</b>                  |
| Quelle: Eigene Annahmen von Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers. * inkl. Bäckerei/Lotto/Mall |                         |                      |                               |

Tabelle 14: Sortiments- und Flächenstruktur des Vorhabens (flächenreduzierte Variante – B-Plan gesamt)



Hieraus ergeben sich folgende Marktanteile für das Gesamtvorhaben (Teilbereich):

| <b>Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet<br/>(nach Vorhabenrealisierung - flächenreduzierte Variante)*</b> |               |               |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|-------------|
|                                                                                                                  | <b>Zone 1</b> | <b>Zone 2</b> | <b>EZG</b>  |
| <b>Periodischer Bedarf</b>                                                                                       |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                                          | 36,5          | 18,1          | 54,5        |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                                                         | 12,7          | 2,5           | 15,2        |
| Marktanteil                                                                                                      | 35%           | 14%           | 28%         |
| <b>Bekleidung</b>                                                                                                |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                                          | 5,5           | 2,7           | 8,3         |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                                                         | 0,7           | 0,2           | 0,9         |
| Marktanteil                                                                                                      | 13%           | 8%            | 11%         |
| <b>Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel</b>                                                               |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                                          | 1,1           | 0,6           | 1,7         |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                                                         | 0,6           | 0,2           | 0,7         |
| Marktanteil                                                                                                      | 52%           | 30%           | 44%         |
| <b>Sonstige Hartwaren</b>                                                                                        |               |               |             |
| Marktpotenzial (Mio. €)                                                                                          | 15,9          | 7,9           | 23,8        |
| Umsatz Vorhaben (Mio. €)                                                                                         | 0,5           | 0,1           | 0,7         |
| Marktanteil                                                                                                      | 3%            | 2%            | 3%          |
| <b>Gesamt</b>                                                                                                    |               |               |             |
| <b>Marktpotenzial (Mio. €)</b>                                                                                   | <b>59,0</b>   | <b>29,3</b>   | <b>88,3</b> |
| <b>Umsatz Vorhaben (Mio. €)</b>                                                                                  | <b>14,5</b>   | <b>3,1</b>    | <b>17,5</b> |
| <b>Marktanteil</b>                                                                                               | <b>25%</b>    | <b>10%</b>    | <b>20%</b>  |
| Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.                                                 |               |               |             |

Tabelle 15: Marktanteile des Vorhabens (flächenreduzierte Variante – Teilbereich I des B-Plans)

Bei der flächenreduzierten Variante, die die Reduzierung der Gesamtverkaufsfläche des Edeka-Verbrauchermarkts um rd. 180 qm umfasst, ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb des Einzugsgebiets des Prüfobjekts (Teilbereich) von insgesamt rd. 20 % auszugehen.

Unter Zugrundelegung der Deltabetrachtung zwischen Bestandsbetrieben aktuell zu geplantem Vorhabenkonzept sowie der zusätzlichen Berücksichtigung der Streuumsätze ergibt sich nach den Modellrechnungen in Bezug auf die Erweiterung im standortspezifischen worst-case ein Umsatzpotenzial von rd. 5,4 Mio. €, davon entfallen rd. 4,6 Mio. € auf den periodischen Bedarf.



## 7.2 Wirkungsprognose für die flächenreduzierte Variante

### 7.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Mehrumsatz des Vorhabens (hier: +5,4 Mio. € bei einer Zusatz-VKF von 1.481 qm) unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2020 voll 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 dem Einzugsgebiet auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentrale Versorgungsbereiche, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort. Daneben ist zu berücksichtigen, dass ein stärker agglomerierter Standort tendenziell weniger von einem Vorhaben betroffen ist.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind für die Sortimente Periodischer Bedarf, Bekleidung/Wäsche sowie Hausrat/GPK nicht direkt am Marktanteil ablesbar; vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2020) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Sowohl das Vorhaben als auch die bereits vorhandenen Betriebe werden von einem Marktwachstum infolge der leichten Bevölkerungsgewinne im Einzugsgebiet profitieren. Die Partizipation des Vorhabens wird dabei in der Höhe des Marktanteilszuwachses, die der bereits vorhandenen Betriebe in der Höhe der derzeitigen Nachfragebindung berücksichtigt. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, erhöht allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsmildernd zu berücksichtigen.
- Wirkungsmildernd schlägt allerdings zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet zu reduzieren. Das heißt der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zu Gute gekommen 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 für die Sortimente periodischer Bedarf sowie Hausrat/GPK in der Zone 1 mit berücksichtigt, da die Zentralität hier über 100 % liegt, d.h. die Nachfragezuflüsse die Nachfrageabflüsse deutlich übersteigen.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe umverteilt wird.

Von dem Vorhaben in Weener werden auch jene Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets betroffen sein, die über ein wesentliches vorhabenrelevantes Angebot verfügen. Die Kompensationseffekte durch die Umlenkung von Nachfragezuflüssen wurden dabei wirkungsverschärfend zulasten der prägenden Standortlagen in Leer und Papenburg ermittelt. Hinsichtlich der Betroffenheit wurden dabei die Befunde aus der Haushaltsbefragung (vgl. Einzelhandelskonzept) beachtet. Damit ist sichergestellt, dass der Vorhabenumsatz größtenteils raumwirksam abgebildet wird.

Bei den sonstigen Hartwaren, die allesamt Randsortimente darstellen, ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass allein auf eine Marktanteilsanalyse abgestellt wurde. Die Wirkungen in diesem Randsortimentsbereich (diverse Sortimente des aperiodischen Bedarfs) wurden demnach 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 sonstigen Hartwaren angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen nicht erreichen. Würde man diese Umsätze auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Schuhe/Lederwaren, Elektro, Bücher/ Schreibwaren, Spielwaren, Babybedarf, Haus- und Heimtextilien, Tierbedarf, Uhren/Schmuck) herunter brechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteile und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen im Kontext der Vorhabenrealisierung nur gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den unter Sonstige Hartwaren erfassten Randsortimentsbereichen verzichtet.



### 7.3 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen – Periodischer Bedarf

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen Mehrumsatz im Segment periodischer Bedarf von rd. 4,2 Mio. € p.a. erzielen (zzgl. Streuumsätze von 10 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der positiven Marktentwicklung und der Nachfrageströme (- 0,7 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 3,5 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment periodischer Bedarf im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich unter Berücksichtigung der Planvorhaben am Combi-Standort (Innenstadtzentrum Weener, Zone 1), prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 7 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als in der Zone 2.

Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass die Angebote im Ergänzungsbereich Innenstadt mit rd. 12 % Umsatzrückgang am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein werden. Die sonstigen Lagen in Weener sind mit bis zu 9 % tangiert. Im Umland (Bunde) weisen die Betriebe Umsatzrückgänge von bis zu 5 % auf.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen und Zonen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.



| Wirkungsprognose des Planvorhabens "Neue Feldstraße" in Weener (flächenreduzierte Variante: + 1.089 qm VKF) |                                  |                                      |                                    |             |                  |                    |             |                  |             |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------------|--------------------|-------------|------------------|-------------|-------------|
| Periodischer Bedarf                                                                                         | Innenstadt-<br>zentrum<br>Weener | Ergänzungs-<br>bereich<br>Innenstadt | Ortsteil-<br>zentrum<br>Möhlenwarf | Streulagen  | Zone 1<br>Gesamt | Ortsmitte<br>Bunde | Streulagen  | Zone 2<br>Gesamt | Gesamt      |             |
| Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €                                            | 2,17                             | 0,26                                 | 0,23                               | 0,20        | 2,86             | 1,27               | 0,04        | 1,31             | 4,17        | 4,17        |
| abzgl. Wirkungsmilderung durch Marktwachstum zu Gunsten des Vorhabens in Mio. €                             | -                                | 0,01                                 | -                                  | 0,00        | -                | 0,01               | -           | 0,01             | -           | 0,03        |
| abzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktwachstum in Mio. €                                    | -                                | 0,13                                 | -                                  | 0,01        | -                | 0,13               | -           | 0,13             | -           | 0,31        |
| abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €                                | -                                | 0,22                                 | -                                  | 0,02        | -                | 0,29               | -           | 0,06             | -           | 0,35        |
| zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €                                 | 0,01                             | 0,00                                 | 0,00                               | 0,00        | 0,01             | -                  | -           | -                | -           | 0,01        |
| <b>Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €</b>                                         | <b>1,81</b>                      | <b>0,21</b>                          | <b>0,19</b>                        | <b>0,17</b> | <b>2,39</b>      | <b>1,07</b>        | <b>0,03</b> | <b>1,10</b>      | <b>3,49</b> | <b>3,49</b> |
| <b>Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels</b>                                     | <b>8,6%</b>                      | <b>11,8%</b>                         | <b>8,1%</b>                        | <b>6,5%</b> | <b>8,6%</b>      | <b>4,9%</b>        | <b>4,0%</b> | <b>4,8%</b>      | <b>6,9%</b> | <b>6,9%</b> |

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge von < 0,1 Mio. € sind technischerisch nicht exakt nachweisbar.

Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens – Periodischer Bedarf (2020)

In einer überschlägigen Betrachtung sind für die Angebote im periodischen Bedarf unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets (Innenstädte in Leer und Papenburg) Umsatzrückgänge von bis zu 1 % zu erwarten. Faktisch wirkt das Vorhaben allerdings auch gegen andere Standortlagen, wie die Streulagen in Leer, wodurch die Umsätze auf „mehrere Schultern“ verteilt werden.



---

Für die flächenreduzierte Variante, der Reduzierung der Verkaufsfläche des Edeka-Verbrauchermarkts um rd. 180 qm, liegen die Werte bei rd. 7 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit rd. 12 % prospektiv für den relevanten Einzelhandel im Ergänzungsbereich Innenstadt (=Vorhabenstandort) sowie mit 7 % bis 9 % für die sonstigen Lagen Weeners zu erwarten. Im Umland (Bunde) liegen die Umsatzrückgänge unterhalb von 5 %.

Würde man mit der gewünschten Vorhabenvariante des Investors höhere Wirkungen zulasten des Angebots in Weener in Kauf nehmen, würden die Umsatzumverteilungswirkungen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner zulasten von Weener im Schnitt bei etwa 10 % liegen. Hierfür bedarf es jedoch der vorzeitigen Absicherung des NP-Marktes in Möhlenwarf, um die Wahrscheinlichkeit von städtebaulich relevante Folgewirkungen zu reduzieren.

---



## 7.4 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen – Bekleidung/Wäsche

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen Mehrumsatz im Segment Bekleidung/Wäsche von rd. 0,3 Mio. € p.a. erzielen (zzgl. Streuumsätze von 10 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der positiven Marktentwicklung und der Nachfrageströme (- 0,1 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,1 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment Bekleidung/Wäsche im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich unter Berücksichtigung der Planvorhaben am Combi-Standort (Innenstadtzentrum Weener, Zone 1), prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 2 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als in der Zone 2. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass für alle Standortlagen im Einzugsgebiet keine rechnerischen Umsatzrückgänge nachweisbar sind (bei Umsatzrückgängen von <0,1 Mio. €).

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Zonen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

| Wirkungsprognose des Planvorhabens "Neue Feldstraße" in Weener                                                                                |                  |   |                  |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---|------------------|-------------|
| Bekleidung/Wäsche                                                                                                                             | Zone 1<br>Gesamt |   | Zone 2<br>Gesamt |             |
| Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €                                                                              | 0,20             |   | 0,06             | 0,26        |
| abzgl. Wirkungsmilderung durch Marktwachstum zu Gunsten des Vorhabens in Mio. €                                                               | - 0,00           | - | 0,00             | - 0,00      |
| abzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktwachstum in Mio. €                                                                      | - 0,02           | - | 0,02             | - 0,04      |
| abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €                                                                  | - 0,09           | - | 0,00             | - 0,09      |
| zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €                                                                   | -                |   | -                | -           |
| <b>Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €</b>                                                                           | <b>0,09</b>      |   | <b>0,03</b>      | <b>0,12</b> |
| <b>Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels</b>                                                                       | <b>2,2%</b>      |   | <b>1,0%</b>      | <b>1,7%</b> |
| <small>Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet.<br/>Umsatzrückgänge von &lt; 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.</small> |                  |   |                  |             |

Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens – Bekleidung/Wäsche (2020)



In einer überschlägigen Betrachtung sind für die Angebote im Segment Bekleidung/Wäsche unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets (Innenstädte in Leer und Papenburg) ebenfalls Umsatzrückgänge von <0,1 Mio. € zu erwarten und somit ebenfalls rechnerisch nicht nachweisbar.

---

Die Umsatzumverteilungswirkungen erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 2 %. Da die Umsatzrückgänge in den einzelnen Standortlagen im Einzugsgebiet jedoch <0,1 Mio. € betragen, sind diese im Lichte der Rechtsprechung rechnerisch nicht nachweisbar.

---



## 7.5 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen – Hausrat/GPK

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen Mehrumsatz im Segment Hausrat/GPK von rd. 0,2 Mio. € p.a. erzielen (zzgl. Streuumsätze von 10 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der annähernd stabilen Marktentwicklung und der Nachfrageströme (+/- 0,0 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz weiterhin rd. 0,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment Hausrat/GPK im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich unter Berücksichtigung der Planvorhaben am Combi-Standort (Innenstadtzentrum Weener, Zone 1), prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 18 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1) höher ausfallen als in der Zone 2.

Bei der Interpretation der Wirkungen müssen jedoch folgende Aspekte beachtet werden:

- Die Wirkungen werden sich primär und ganz überwiegend auf die Angebote im Ergänzungsbereich Innenstadt (=Vorhabenstandort) erstrecken. Da dieser wiederum selber durch das Vorhaben gestärkt werden soll, sind die Wirkungen hier ohne städtebauliches Gewicht, sondern rein wettbewerblicher Art.
- Für alle weiteren Standortlagen im Einzugsgebiet sind keine rechnerischen Umsatzrückgänge nachweisbar (Umsatzrückgänge jeweils <0,1 Mio. €).

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Zonen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.



| Wirkungsprognose des Planvorhabens "Neue Feldstraße" in Weener                                                                                |   |                  |                  |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------------|------------------|--------------|
| Hausrat, GPK, Wohnaccessoires,<br>Geschenkartikel                                                                                             |   | Zone 1<br>Gesamt | Zone 2<br>Gesamt | Gesamt       |
| Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich<br>(unbereinigt) in Mio. €                                                                           |   | 0,18             | 0,05             | 0,23         |
| abzgl. Wirkungsmilderung durch Marktwachstum zu<br>Gunsten des Vorhabens in Mio. €                                                            | - | 0,00             | - 0,00           | - 0,00       |
| abzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe<br>an Marktwachstum in Mio. €                                                                   | - | 0,01             | - 0,00           | - 0,01       |
| abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung<br>von Nachfrageabflüssen in Mio. €                                                               | - | 0,01             | - 0,01           | - 0,02       |
| zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von<br>Nachfragezuflüssen in Mio. €                                                                |   | 0,03             | -                | 0,03         |
| <b>Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz<br/>(bereinigt) in Mio. €</b>                                                                       |   | <b>0,19</b>      | <b>0,03</b>      | <b>0,23</b>  |
| <b>Umsatzumverteilung in % vom Umsatz<br/>des bestehenden Einzelhandels</b>                                                                   |   | <b>24,0%</b>     | <b>7,6%</b>      | <b>18,2%</b> |
| <small>Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet.<br/>Umsatzrückgänge von &lt; 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.</small> |   |                  |                  |              |

Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens – Hausrat/GPK (2020)

In einer überschlägigen Betrachtung sind für die Angebote im Segment Hausrat/GPK unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets (Innenstädte in Leer und Papenburg) ebenfalls Umsatzrückgänge von <0,1 Mio. € zu erwarten und somit ebenfalls rechnerisch nicht nachweisbar.

Die Umsatzumverteilungswirkungen erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 18 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen prospektiv für den relevanten Einzelhandel im Ergänzungsbereich Innenstadt zu erwarten (=Vorhabenstandort). Da die Umsatzrückgänge in den weiteren Standortlagen im Einzugsgebiet jedoch <0,1 Mio. € betragen, sind diese dort im Lichte der Rechtsprechung rechnerisch nicht nachweisbar.



## 8 Bewertung des Vorhabens

---

### 8.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Vorhaben in Weener mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.100 qm ist Adressat des § 11 Abs. 3 BauNVO, in Verbindung mit § 1 Abs. 6 Nr. 8a und § 1 Abs. 4 BauGB sowie mit den Bestimmungen der Landesplanung Niedersachsen<sup>10</sup> und der Regionalplanung für den Landkreis Leer<sup>11</sup>.

Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit des 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 grundzentral)

In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten.

<sup>10</sup> Die Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP-VO) ist am Tag nach der Veröffentlichung im Niedersächsischen Gesetz- und Verordnungsblatt (Nds. GVBl. vom 16.02.2017) in Kraft getreten.

<sup>11</sup> Vgl. Landkreis Leer - Regionales Raumordnungsprogramm 2006 (i.F. RROP Leer).



Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 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.

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. Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zu mindestens 90 von Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.

LROP 2017 2.3 Ziffer 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.



Im Regionalen Raumordnungsprogramm für den Landkreis Leer aus dem Jahre 2006 heißt es im Punkt 1.6.03 ergänzend:

Bei der Ansiedlung neuer großflächiger Einzelhandelsvorhaben sind die Vereinbarungen der regionalen Kooperation zur Einzelhandelsentwicklung, wie sie im Rahmen der Strukturkonferenz abgestimmt wurden, zu beachten. Weiterhin finden die Bestimmungen des LROP Anwendung.

In Bezug auf die Ansiedlung neuer großflächiger Einzelhandelsvorhaben sind alle Gemeinden des Landkreises Leer, ausgenommen die Gemeinden Rhaderfehn und Ostrhaderfehn, den Vereinbarungen der regionalen Kooperation zur Einzelhandelsentwicklung, wie sie im Rahmen der Strukturkonferenz abgestimmt wurden, beigetreten. Unabhängig von dieser freiwilligen Vereinbarung sind entsprechend dem geltenden Raumordnungsrecht wie bisher raumordnerische Beurteilungen geplanter großflächiger Einzelhandelsvorhaben durchzuführen und die Vereinbarkeit mit ausgeglichenen Versorgungsstrukturen zu prüfen.

Bei der Ermittlung der Kaufkraft in den Rheiderlandgemeinden, insbesondere der Gemeinde Bunde, sind Kaufkraftzuflüsse aus den benachbarten Niederlanden zu berücksichtigen.

Ergänzend ist das Vorhaben auf Übereinstimmung mit dem Verfahren zur interkommunalen Abstimmung großflächiger Einzelhandelsvorhaben in der Region Ost-Friesland sowie auf Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems) zu prüfen.

Gemäß dem Verfahren zur interkommunalen Abstimmung großflächiger Einzelhandelsvorhaben sind in der Region Ost-Friesland zusätzlich einem fünfstufigen Prüfschema zu unterziehen. Das regionale Einzelhandelskonzept stellt dabei v.a. auf die o.g. landes- und regionalplanerischen Aspekte (v.a. raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot und Integrationsgebot) ab, um eine interkommunal ausgewogene Einzelhandelsstruktur zu sichern.

Darüber hinaus sind für Grundzentren Vorgaben für typische Angebotsformen zu beachten. Der grundzentrale Versorgungsauftrag umfasst in der Warengruppe „Periodischer Bedarf“ folgende grundzentrumstypische Angebotsformen: u.a. kleinflächiger Lebensmitteleinzelhandel, Getränkemarkt, Discountmarkt, Supermarkt, kleiner Verbrauchermarkt (bis 3.000 qm), Drogeriemarkt und Apotheke. In der Warengruppe „Modischer Bedarf“ werden u.a. folgende grundzentrumstypische Angebotsformen definiert: Textilfachgeschäft, Schuhgeschäft, kleinere Textil- und Schuhfachmärkte.



Durch das regionale Einzelhandelskonzept sollen v.a. interkommunal bedeutsame Fehlentwicklungen des Einzelhandels vermieden werden und die Transparenz und Kommunikation bei grenzüberschreitenden Einzelhandelsvorhaben erreicht werden.

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

## 8.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das Kongruenz- bzw. Konzentrationsgebot, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab. Nach dem Kongruenzgebot darf das Einzugsgebiet eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens den Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreiten (30 % des Vorhabenumsatzes). Hierbei wird zwischen periodischen und aperiodischen Sortimenten unterschieden.

Die Kernstadt der Stadt Weener (Ems) ist gemäß der Regionalplanung des Landkreises Leer als Grundzentrum eingestuft. Nach den landes- und regionalplanerischen Bestimmungen haben Grundzentren einen auf das Stadtgebiet ausgerichteten Versorgungsauftrag für die allgemeine, tägliche Grundversorgung. Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist die Stadt Weener (Ems) demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit periodischen Sortimenten sowie für kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit aperiodischem Schwerpunkt geeignet. Die projektierten Erweiterungsvorhaben (Verbrauchermarkt, Lebensmittel-discounter sowie Bekleidungsgeschäfte) sind damit dem Grundzentrum funktional richtig zugeordnet.

Das Einzugsgebiet des Vorhabens setzt sich wie folgt zusammen:

- Die Zone 1 umfasst dabei das Stadtgebiet von Weener.
- Die Zone 2 wird von der westlich angrenzenden Nachbargemeinde Bunde gebildet.

Die Umsatzherkunft mit Streukunden (z.B. aus den übrigen Bereichen des Landkreises sowie Touristen/Durchreisenden) ist überschaubar.



Im periodischen Bedarf (Kongruenzgebot grundzentral) rekrutiert das Vorhaben rd. 75 % seines Umsatzes mit Bewohnern aus Weener. Etwa 15 % des Vorhabenumsatzes wird aus der Zone 2 (Bunde) generiert. Rd. 10 % des Umsatzes entfallen auf räumlich nicht zuordenbare Streuumsätze, die diffus durch Kunden aus den übrigen Bereichen rekrutiert werden.

Im aperiodischen Bedarf rekrutiert das Vorhaben rd. 70 % seines Umsatzes mit Bewohnern aus Weener. Etwa 20 % des Vorhabenumsatzes wird aus der Zone 2 (Bunde) generiert. Rd. 10 % des Umsatzes entfallen auf räumlich nicht zuordenbare Streuumsätze, die diffus durch sonstige Kunden rekrutiert werden.

Der 70-30 %-Regelvermutung zur Feststellung der Kompatibilität mit dem Kongruenzgebot wird damit sowohl für die nahversorgungsrelevanten Vorhaben (Verbrauchermarkt, Discounter) als auch den zentrenrelevanten Vorhaben (Bekleidungsgeschäfte) entsprochen. Das Vorhaben generiert seinen Umsatz maßgeblich aus dem eigenen, raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich.

Der Vorhabenstandort liegt innerhalb des grundzentralen Ortsteils, der Kernstadt Weeners, und damit auch innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets. Dem Konzentrationsgebot wird somit entsprochen.

---

Das Erweiterungsvorhaben ist mit dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot vollständig in Einklang zu bringen.

---



### 8.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung

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 Grundversorgung 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 verbrauchernahen Versorgung 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 verbrauchernahe Versorgung 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. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert).

Das Vorhaben wird eine durchschnittliche prospektive Umsatzumverteilungsquote von

- rd. 7 % im periodischen Bedarf (umverteilungsrel. Umsatz < 0,1 Mio. €)
- rd. 2 % bei Bekleidung/Wäsche
- rd. 18 % bei Hausrat/GPK (umverteilungsrel. Umsatz < 0,1 Mio. €)

innerhalb des Einzugsgebiets auslösen und den 10 %-Schwellenwert damit bei dem Sortiment Hausrat/GPK überschreiten.



Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das Vorhaben vorrangig gegen den Ergänzungsbereich Innenstadt (Vorhabenstandort) wirkt und auch nur dort für die einzelnen Sortimente die 10 %-Schwelle (teilweise) überschritten wird (Periodischer Bedarf: >10 %; Hausrat/GPK >20 %). Darüber hinaus liegt der Erhalt der Funktionsfähigkeit des Innenstadtzentrums Weener, des Ortsteilzentrums Möhlenwarf in Weener und der Ortsmitte Bunde (Grundzentrum) im Fokus der Untersuchung.

Bei der Abwägung von langfristigen Chancen und möglichen kurzfristigen Risiken kommt es auf das jeweilige Gewicht der konkurrierenden Interessen an:

Das Vorhaben soll an einem durch großflächigen Einzelhandel bereits vorgeprägten Standort innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs realisiert werden. Damit soll ein zentraler Versorgungsbereich gestärkt und zukunftsfähig aufgestellt werden.

Die differenzierte Betrachtung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Effekte stellt sich wie folgt dar:

Im Sortiment **Periodischer Bedarf** wird das Vorhaben in der flächenreduzierten Variante die vorhabenrelevante Angebotssituation in Bewegung bringen, was sich an den rechnerischen Umsatzumverteilungen von bis zu 12 % (Ergänzungsbereich Innenstadt) und rd. 8 bis 9 % (Innenstadtzentrum Weener sowie Ortsteilzentrum Möhlenwarf) widerspiegelt.

In Bezug auf das raumordnerische Gefüge sind bei einem Umsatzrückgang von max. 5 % mehr als unwesentliche Auswirkungen nicht zu erwarten. So sind die Angebote in der Ortsmitte von Bunde innerhalb von Siedlungsstrukturen mit wesentlichen Einwohneranteilen integriert. Eine vorhabeninduzierte Umlenkung von Nachfrageströmen ist insbesondere aufgrund der Distanzsensibilität der Verbrauchernachfrage dieses Sortiments nicht zu erwarten.

In erster Linie wird der Drogeriefachmarkt Rossmann im Ergänzungsbereich Innenstadt in Weener (Vorhabenstandort) sowie typgleiche und typähnliche strukturprägende Lebensmittelmärkte im Innenstadtzentrum Weener (Combi, Lidl) sowie im Ortsteilzentrum Möhlenwarf (NP) betroffen sein, da diese stärkere Angebotsüberschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen. Es ist zu beachten, dass die laufende Modernisierung des Combi-Verbrauchermarkts sowie die nun beabsichtigte Arrondierung durch weitere Fachmärkte dessen Umfeld im Innenstadtzentrum Weener zu einer Stärkung der Funktionsfähigkeit führt.

Insofern ist die Vorhabenrealisierung gewissenhaft hinsichtlich möglicher Risiken (insb. Beeinträchtigung des Rossmann-Markts im Ergänzungsbereich Innen-



stadt Weener sowie des NP-Discounters in Möhlenwarf) auszuloten. Sofern eine leichte Flächenreduzierung vorgenommen wird, sind für die Zentren- und Nahversorgungsstruktur mehr als unwesentlichen Auswirkungen nicht zu erwarten. U.E. wäre zugleich zielführend zu prüfen, ob einerseits sich der Rossmann-Drogeriemarkt sowie der NP-Discounter zeitgemäß aufstellen könnten (Erweiterung), um die möglichen Umsatzrückgänge abfedern zu können. Kann der Fortbestand des NP-Marktes im Ortsteil Möhlenwarf andererseits vorzeitig vereinbart werden, würde die Belastbarkeit leicht steigen (d.h. keine Flächenreduzierung des E-Centers erforderlich).

Im Sortiment **Bekleidung/Wäsche** wird das Vorhaben Umsatzumverteilungsquoten von rd. 2 % auslösen. Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass in allen Standortlagen des Einzugsgebiets nur ein sehr geringer Vorhabenumsatz (jeweils <0,1 Mio. €) wirkt. Die Wirkungen sind dort rechnerisch somit nicht exakt nachweisbar. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können daher in jedem Falle für dieses Sortiment ausgeschlossen werden.

In Bezug auf Angebote, die sich außerhalb der zielorientierten Abgrenzung der Innenstadt, d.h. somit in Streulage befinden, kann ein Schutz vor Wettbewerb nicht angeführt werden. Die Funktionsfähigkeit des ZVB „Ergänzungsbereich Innenstadt“ wäre vielmehr höher einzuordnen als der mögliche frühzeitige bzw. beschleunigte Marktaustritt eines einzelnen Anbieters.

Im Sortiment **Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel** wird das Vorhaben rechnerische Umsatzumverteilungen von bis zu 24 % (Zone 1: Weener) auslösen und somit die vorhabenrelevante Angebotssituation in Bewegung bringen. Tendenziell stärker von dem Vorhaben betroffen sind aufgrund der Angebotsüberschneidungen und der räumlichen Nähe insbesondere der Tedi-Nonfood-Discounter sowie der Holz+Bau-Fachmarkt im Ergänzungsbereich Innenstadt. Da das Vorhaben exakt in diesem zentralen Versorgungsbereich realisiert werden soll, sind auf diesen keine negativen Auswirkungen zu erwarten. In Bezug auf die Wirkungen innerhalb des Ergänzungsbereichs Innenstadt lassen gewisse Verschiebungen und Umsatzumverteilungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs dessen grundsätzliche Funktionsfähigkeit unberührt.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass einerseits ein Nonfood-Discounter sowie der Holz+Bau-Fachmarkt (welcher das Sortiment lediglich als untergeordnetes Randsortiment führt) in der Lage wären, ihr Sortiment leicht umzustrukturieren. Andererseits wird das Vorhaben lediglich in einem Teilbereich Überschneidungen aufweisen und damit auch nur zum Teil betroffen sein. Eine wesentliche Beeinträchtigung kann daher ausgeschlossen werden. Zusammenfassend kann dem-



nach festgehalten werden, dass in Bezug auf das Sortiment Haushaltswaren/GPK generell nicht zu erwarten ist, dass ein möglicher Umsatzrückgang in der vorgenannten Größenordnung zu einer Bestandsgefährdung der tangierten Gesamtobjekte führt. Die Heranziehung der 10 %-Marke als Beurteilungskriterium stellt in diesem Zusammenhang u.E. nur bedingt ein hilfreiches Instrument dar. Somit ist selbst bei sortimentspezifischen Umsatzumverteilungswirkungen von über 10 % nicht eine Schließung ansonsten marktfähiger Betriebe zu erwarten.

Es ist außerdem darauf hinzuweisen, dass in allen weiteren Standortlagen des Einzugsgebiets nur ein sehr geringer Vorhabenumsatz (jeweils <0,1 Mio. €) wirkt. Die Wirkungen sind dort rechnerisch somit nicht exakt nachweisbar. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können daher in diesen Lagen jedem Falle für das Sortiment Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel ausgeschlossen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass ‚mehr als unwesentliche Auswirkungen‘ im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche für die Sortimente „Periodischer Bedarf“, „Bekleidung/Wäsche“ und „Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel“ in der flächenreduzierten Variante<sup>12</sup> ausgeschlossen werden können. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.

Im Bereich der sonstigen Neben- und Randsortimente wurde vor dem Hintergrund der moderaten Marktanteile (max. 3 %) auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Dabei ist insbesondere auf die Lage des Vorhabens in einem zentralen Versorgungsbereich zu verweisen. Die Angebote in diesen Sortimentsbereichen sind u.E. nicht in der Lage, wesentliche zusätzliche Frequenzen zu generieren. Vielmehr profitieren sie von den bestehenden Angeboten, runden diese ab und werden zu keinem eigenen Besuchsanlass führen.

---

Ein Umschlagen der zum Teil erhöhten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann für die flächenreduzierte Variante ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

---

<sup>12</sup> Eine Reduzierung wäre nur dann nicht erforderlich, wenn der NP-Markt vorzeitig innerhalb des Ortsteiles z.B. durch Ersatzneubau abgesichert werden kann.



#### 8.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Niedersachsen sind Vorhaben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten grundsätzlich nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig. Städtebaulich integrierte Lagen stehen in Niedersachsen 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.

Das Erweiterungsvorhaben befindet sich nach dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems) in der Funktion als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in einem zentralen Versorgungsbereich, dem eine wichtige Versorgungsfunktion für das Stadtgebiet von Weener zukommt. Der Vorhabenstandort ist unmittelbar westlich und südlich von Wohngebieten umgeben und ist von diesen auch fußläufig erreichbar. Das Vorhaben lässt sich damit als städtebaulich integriert bewerten und steht im funktionellen Zusammenhang mit Wohngebieten.

Zwei Bushaltestellen in fußläufiger Entfernung (rd. 400 m) zum Vorhabenstandort sichern die Einbindung in das Netz des Öffentlichen Personennahverkehrs. Eine gute Erreichbarkeit im modal split (einschließlich Fuß- und Radwegeanbindung) ist ebenfalls bereits heute gegeben.

---

Der Vorhabenstandort befindet sich im grundzentralen Ortsteil von Weener und ist städtebaulich in wesentliche Wohnsiedlungsbereiche eingebunden. Das städtebauliche Integrationsgebot ist aufgrund der Lage in einem zentralen Versorgungsbereich mit gesamtstädtischer Bedeutung erfüllt.

---



## 8.5 Zur Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems)

Die Stadt Weener (Ems) verfolgt in ihrem Einzelhandelskonzept<sup>13</sup> für die Weiterentwicklung des Einzelhandels die Strategie „Stärken stärken“. Damit ist die Fokussierung der Einzelhandelsentwicklung und die Sicherung der Betriebe innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche erwünscht.

Hierbei wird empfohlen, noch mehr großflächige und sogkräftige Magnetbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vorzuhalten, da diesen Frequenz erzeugende Wirkung zukommt. Dies umfasst auch die Erweiterung der bestehenden Betriebe.

Dem Ergänzungsbereich Innenstadt kommt darüber hinaus eine wichtige - die Innenstadt funktional ergänzende - Versorgungsfunktion für das Stadtgebiet von Weener zu.

Die geplanten Erweiterungen tragen zur nachhaltigen Absicherung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Weener (Ems) bei. So weist das Grundzentrum Weener signifikante Angebotslücken bei den zentrenrelevanten Sortimenten auf, die die Innenstadt von Weener alleine nicht schließen kann. Die geplanten Erweiterungen werden die Sortimentsbreite und -tiefe leicht ausbauen.

Das Vorhabenkonzept unterstützt das Entwicklungsziel, den ZVB „Ergänzungsbereich Innenstadt“ durch fachmarktorientierte Nutzungen zu stärken: Die Strategie „Stärken stärken“ unterstreicht dabei insbesondere das komplementäre Zusammenwirken von Innenstadt und Ergänzungsbereich. In Bezug auf den Vorhabenstandort heißt es:

*„Der Ergänzungsbereich Innenstadt an der Neuen Feldstraße ist als fachmarktorientierte Standortlage zu behandeln. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte räumlich noch stärker auf den durch Fachmärkte vorgeprägten Bereich konzentriert werden. Insbesondere Großflächen (> 800 qm VKF), die räumlich nicht im Kernbereich des Innenstadtzentrums angesiedelt werden können, tragen zur Funktionsergänzung dieser Lage bei und sollten vor allem auf den nach Weeneraner Liste nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten liegen. Unter Verweis auf die kleinteilige Ladenstruktur bei zentrenrelevanten Sortimenten (in Weener im Mittel*

<sup>13</sup> Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Weener (Ems) – Einzelhandelskonzept 2017 (Dr. Lademann & Partner)



*230 qm je Betrieb) ist eine Weiterentwicklung von Kleinstflächen demgegenüber nicht zu empfehlen (Ausnahme: funktionale PKW-Orientierung).“*

Das Erweiterungsvorhaben ist mit den Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Weener kongruent.

Nach Aussage des Einzelhandelskonzepts ergibt sich für die Stadt Weener (Ems) insgesamt bis zum Jahr 2025 folgender Verkaufsflächenspielraum:

- Periodischer Bedarf: rd. 1.700 qm VKF
- Zentrenrelevante Sortimente: rd. 1.400 qm VKF

Für den periodischen Bedarf wird dabei folgende Ausschöpfung der Flächenpotenziale empfohlen:

*„Hinsichtlich der steigenden Relevanz einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern resp. Drogeriefachmärkten sind nahversorgungsrelevante Sortimente in städtebaulich integrierten Lagen (Mantelbevölkerung) und hierbei in den unterschiedlichen Zentrentypen bevorzugt anzusiedeln. Die Flächenpotenziale sollten dazu genutzt werden, etablierte Nahversorgungsstrukturen durch Flächenanpassungen zukunftsfähig abzusichern. So ist davon auszugehen, dass die Erweiterung bzw. Neuaufstellung bestehender Betriebe Flächenbedarfe generieren wird.“*

Der Verkaufsflächenspielraum im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente soll gemäß Einzelhandelskonzept wie folgt genutzt werden:

*„Das bestehende Angebot sollte durch Erweiterungen und gezielte Neuansiedlungen, v.a. mit den Sortimenten Bekleidung und Sport, qualifiziert werden. Dabei sollte ein Schwerpunkt auf die Ansiedlung mittelpreisiger Filialisten und fachmarktorientierter Konzepte gelegt werden. Mehrere mittel- bis großflächige Betriebe (v.a. >400 qm VKF) können zur Ergänzung der bisher kleinteiligen Betriebstypenstruktur und zur Steigerung der Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandorts Weener beitragen. Dabei kommen sowohl bestehende Leerstände als auch Potenzialflächen in Frage.“*

*Diese Betriebe sollten vorrangig im Innenstadtzentrum (Kernbereich) angesiedelt werden. Ausnahmsweise kann auch der Innenstadt-Ergänzungsbereich Neue Feldstraße als Standort für zentrenrelevante Vorhaben dienen, die sonst aufgrund ihrer Flächenansprüche nicht in den Kernbereich des Innenstadtzentrums integriert werden können (sofern innenstadtverträglich).“*



Das in Rede stehende Erweiterungsvorhaben umfasst im periodischen Bedarf eine zusätzliche Verkaufsfläche von rd. 1.100 qm und bei den zentrenrelevanten Sortimenten rd. 400 qm. Das Vorhaben ist mit dem tragfähigen Verkaufsflächenrahmen vereinbar. Das verbleibende Flächenpotenzial von 600 qm (periodischer Bedarf) und 1.000 qm stünde zur Absicherung sonstiger Umstrukturierungsbegehren und zur Arrondierung der innerstädtischen Angebote bzw. im Ortsteilzentrum Möhlenwarf weiterhin zur Verfügung.

Als Entwicklungsziele für den Ergänzungsbereich Innenstadt in Weener (Ems) werden im Einzelhandelskonzept u.a. genannt:

- noch stärkere Positionierung der Standortlage als fachmarktorientierter Ergänzungsbereich in Funktionsergänzung zum Innenstadtzentrum Weener;
- Profilschärfung der Standortlage für flächenextensive und vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente (sofern verträglich);
- es ist zu empfehlen, kleinere Einzelhandelsbetriebe und Konzessionäre auf den Status quo zu begrenzen, da gerade das Profil der Fachmärkte gestärkt werden soll;
- Verbesserung der Anbindung für Fußgänger und Radfahrer sowie bessere optische Ausrichtung des Standorts an die Innenstadt

---

Die Erweiterung des bestehenden, bereits großflächigen Einzelhandelsstandorts ist mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Weener (Ems) vollständig in Einklang zu bringen.

---



## 8.6 Zur Kompatibilität mit den Vorgaben der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland

Im Rahmen des Verfahrens zur interkommunalen Abstimmung großflächiger Einzelhandelsvorhaben in der Region Ost-Friesland wurde ein fünfstufiges Prüf-schema entwickelt:

Prüfregel 1: Welche Auswirkungen auf Nachbarkommunen sind aufgrund der Erreichbarkeit des geplanten Standorts zu erwarten?

Das in Rede stehende Vorhaben befindet sich in der Kernstadt von Weener, der eine grundzentrale Versorgungsfunktion zugewiesen ist. Es liegt ein prospektives Einzugsgebiet zu Grunde, das seinen Umsatz maßgeblich (zu > 70 %) aus dem eigenen Stadtgebiet rekrutiert. Bei den überörtlichen Umsatzzuflüssen gehen die Gutachter von einer Potenzialreserve von 10 % in Bezug auf das Gesamtnachfragepotenzial aus, die z.T. diffuser Herkunft ist.

Da es sich bei dem Vorhaben um eine Erweiterung einer bereits großflächigen Fachmarktimmobilie handelt, die im Standortverbund mit weiteren (großflächigen) Betrieben liegt, ist die Erschließung des Vorhabenstandorts gegeben. Über den südlich des zentralen Versorgungsbereichs verorteten Kreisverkehr (B 436) besteht Anbindung an die Neue Feldstraße. Aufgrund der Lage erstreckt sich die Ausstrahlkraft des Vorhabens sowohl auf die Stadt Weener als auch darüber hinausgehende Bereiche (v.a. Gemeinde Bunde). Eine vorhabeninduzierte Ausweitung des Einzugsgebiets des Ergänzungsbereichs Innenstadt ist nicht anzunehmen. Vielmehr wird das Erweiterungsvorhaben die Marktdurchdringung im bestehenden Einzugsgebiet der Standortlage erhöhen.

Zusätzlich ist abzu prüfen, ob eine Typgleichheit der geplanten Nutzungen mit bestehenden Angeboten besteht und ob Anhaltspunkte für eine stärkere Betroffenheit bestehen.

Als nächstgelegene typgleiche/-ähnliche Anbieter mit mehr als 200 qm Verkaufsfläche sind zu nennen:

- Innenstadtzentrum Weener: Combi-Verbrauchermarkt, Lidl-Lebensmittel-discounter, Takko-Bekleidungsfachmarkt, NKD-Bekleidungsfachgeschäft
- Ergänzungsbereich Innenstadt: Rossmann-Drogeriemarkt, Tedi-Nonfood-Discounter
- Ortsteilzentrum Möhlenwarf (Weener): NP-Lebensmitteldiscounter
- Streulagen Weener: Modehaus Borchers



- Ortsmitte Bunde: Combi-Verbrauchermarkt, Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl, Drogeriefachmarkt Rossmann, Bekleidungsfachgeschäfte Textilhof, Tido Müller

Darüber hinaus liegen einige Angebote vor, die nur in ihren Neben- oder Randsortimenten Angebotsüberschneidungen aufweisen (z.B. Lebensmitteleinzelhandel, Baumarkt, etc.). Im Lichte der Angebotssituation ist damit zu rechnen, dass die größte Betroffenheit zwischen den Angeboten in Weener (Innenstadtzentrum, Ergänzungsbereich Innenstadt) und der Ortsmitte Bunde bestehen. Durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen werden die Angebote in Leer und Papenburg (marginal) tangiert sein. Diese Aspekte wurden bei der Bewertung des Vorhabens berücksichtigt.

Prüfregel 2: Welche Auswirkungen sind aufgrund der Lage des Vorhabens in der Ansiedlungsgemeinde auf die Nachbarkommunen zu erwarten?

Zur Einschätzung der Lagequalität, resp. zur Einordnung in die Lagekategorien der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland, ist ein kommunales Einzelhandelskonzept heranzuziehen. Der Vorhabenstandort ist nach dem Einzelhandelskonzept für Weener als Teil des ZVB „Ergänzungsbereich Innenstadt“ zu bewerten. Das Vorhaben ist damit der Kategorie 1 „Zentraler Versorgungsbereich im Zentralen Ort“ zuzuordnen.

Aufgrund der Dimensionierung und des Sortimentsschwerpunkts mit überwiegend zentrenrelevanten Angeboten (gemäß Weeneraner Sortimentsliste) ist das Vorhaben insbesondere auf die Absicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion ausgerichtet. Zugleich dient es der Abrundung der verbrauchernahen Versorgung in Weener. Unter Verweis auf die o.g. Ausführungen zum städtebaulichen und raumordnerischen Beeinträchtigungsverbot kann bei der flächenreduzierten Variante eine mehr als unwesentliche Beeinträchtigung ausgeschlossen werden. Die vorhabeninduzierten Wirkungen werden sich damit insbesondere auf die Angebote in Weener selbst beziehen.

Prüfregel 3: Welche Auswirkungen auf Nachbarkommunen bestehen aufgrund der Erhöhung der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche?

Die Verkaufsflächendichte in der Warengruppe **Periodischer Bedarf** beträgt in Weener derzeit rd. 500 qm je 1.000 Einwohner und fällt im kommunalen Vergleich mit dem angrenzenden Grundzentrum Bunde (rd. 560 qm) sowie den angrenzenden Mittelzentren Leer (rd. 800 qm) und Papenburg (rd. 890 qm) unterdurchschnittlich aus.



Die Verkaufsflächendichte in der Warengruppe **Bekleidung/Wäsche** beträgt in Weener derzeit rd. 140 qm je 1.000 Einwohner und fällt im kommunalen Vergleich mit dem angrenzenden Grundzentrum Bunde (rd. 170 qm) sowie den angrenzenden Mittelzentren Leer (rd. 730 qm) und Papenburg (rd. 490 qm) ebenfalls unterdurchschnittlich aus.

Die Verkaufsflächendichte in der Warengruppe **Hausrat/GPK** beträgt in Weener derzeit rd. 80 qm je 1.000 Einwohner und fällt im kommunalen Vergleich mit dem angrenzenden Grundzentrum Bunde (rd. 50 qm) durchschnittlich sowie den angrenzenden Mittelzentren Leer (rd. 290 qm) und Papenburg (rd. 190 qm) unterdurchschnittlich aus.

Dies zeigt, dass das Grundzentrum Weener derzeit nicht dazu in der Lage ist, die örtliche Nachfrage vor Ort mit einem angemessenen Angebot zu bedienen und damit seiner grundzentralen Versorgungsfunktion gerecht zu werden.

Durch das Erweiterungsvorhaben wird sich die Verkaufsfläche bei den vorhabenrelevanten Sortimenten in der Stadt Weener (Ems) um knapp 13 %-Punkte auf knapp 12.500 qm erhöhen. Die Ausstattung würde um 96 qm je 1.000 Einwohner auf bis zu 810 qm je 1.000 Einwohner ansteigen. Die prospektive Verkaufsflächenausstattung im Grundzentrum Weener wird sich auch nach Vorhabenrealisierung im Bereich des benachbarten Grundzentrums Bunde sowie deutlich unterhalb der benachbarten Mittelzentren Leer und Papenburg bewegen und damit bei den zentrenrelevanten Sortimenten weiterhin Angebotslücken aufweisen.

Die Zentralität beläuft sich in Weener aktuell:

- im periodischen Bedarf auf 100 %,
- im Segment Bekleidung auf 62 % sowie
- im Segment Hausrat/GPK auf 119 %.

Bei Realisierung des Vorhabens bis zum Jahr 2020 würden sich diese maßvoll erhöhen:

- im periodischen Bedarf auf 112 %,
- im Segment Bekleidung auf 67 % sowie
- im Segment Hausrat/GPK auf 141 % (worst-case-Annahme).

Bei unterstellter zeitgleicher Stärkung des Innenstadtzentrums (Ansiedlung Drogerie- und Textilfachmärkte) würde die Zentralität prospektiv für Weener insgesamt bei rd. 120 % liegen (Periodischer Bedarf: ca. 125 %, aperiodischer Bedarf



rd. 97 %). Hierbei wären jedoch noch gegenseitige „Kannibalisierungseffekte“ zu beachten (Umsatzrückgang, mögliche Aufgabe eines Drogeriemarkts).

Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind auch mit Verweis auf das Beeinträchtigungsverbot (keine Wirkungen rechnerisch nachweisbar) auf das leistungsfähige Nahversorgungsangebot der Nachbarkommunen auszuschließen. Eine raumordnerische Schieflage kann somit ausgeschlossen werden, so dass ein raumordnerisches Verfahren nicht erforderlich ist.

Prüfregel 4: Welche Auswirkungen auf Nachbarkommunen gehen von einer möglichen Steigerung der Attraktivität bestehender Einzelhandels-Agglomerationen durch eine Neuansiedlung bzw. Erweiterung aus?

Die Prüfregel findet Anwendung bei Einzelhandelsvorhaben in Einzelhandels-Agglomerationen. Der Vorhabenstandort ist allerdings Teil eines zentralen Versorgungsbereichs und ist damit funktional dem Ergänzungsbereich Innenstadt richtig zugeordnet. Die Erweiterung der Vorhabenbetriebe hat keine wesentlichen Auswirkungen auf die Nachbarkommunen von Weener. Die Umverteilungsquoten für Bunde (Zone 2) liegen unterhalb von 8 %, die der Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets (Leer und Papenburg) liegen jeweils sogar im Bereich von max. 1 %.

Die Ansiedlung wird auf Nachbarkommunen keine nennenswerte Attraktivitätssteigerung induzieren, da einerseits das bestehende Sortiment im gleichen Angebotsspektrum erweitert wird sowie andererseits das Standortnetz insbesondere des Lebensmitteleinzelhandels in den angrenzenden Orten ebenfalls engmaschig ausgebildet ist.

Zwar wird die Verkaufsfläche am Standort in den drei Hauptsortimenten des Vorhabens um insgesamt etwa 43 % erweitert. Insbesondere die zentrenrelevanten Komponenten der Bekleidungsfachgeschäfte werden u.E. dennoch nicht in der Lage sein, die Kundenzahlen am Standort zu steigern. Lediglich der Verbrauchermarkt sowie der Lebensmitteldiscounter würden in einer modernsten Dimensionierung u.E. eher in der Lage sein, die Attraktivität am Standort zu erhöhen. Insbesondere für die reduzierte Verkaufsfläche von rd. 180 qm beim Verbrauchermarkt (v.a. im periodischen Bedarf) sind auch hier keine wesentliche Ausweitung der Kundenzahlen erwartbar. Das Vorhaben trägt vielmehr dazu bei, die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs aufrechtzuerhalten und nachhaltig zu sichern.



Prüfregel 5: Deckt sich die Neuansiedlung/Erweiterung mit den für die verschiedenen zentralörtlichen Stufen typischen Angebotsformen?

Der grundzentrale Versorgungsauftrag umfasst in der Warengruppe Periodischer Bedarf folgende grundzentrumstypische Angebotsformen: kleinflächiger Lebensmitteleinzelhandel, Getränkemarkt, Discountmarkt, Supermarkt, kleinerer Verbrauchermarkt, Drogeriemarkt, Apotheke, Heimtierfachgeschäft, Blumengeschäft. Im modischen Bedarf umfasst der Versorgungsauftrag u.a. Textil- und Schuhfachgeschäfte sowie kleinere Textil- und Schuhfachmärkte.

Das Vorhaben wird mit dem geplanten Verbrauchermarkt, dem Lebensmitteldiscounter sowie den zwei Bekleidungsfachgeschäften mit einer projektierten Gesamtverkaufsfläche als grundzentrentypische Angebotsformen dem zugewiesenen Versorgungsauftrag der Stadt Weener (Ems) gerecht. Durch die Vorhabenrealisierung wird es zu keiner Veränderung der heutigen Betriebstypen kommen.

Aufgrund der Größe der einzelnen Prüfkomponenten werden jedoch die Schwellen für das Moderationsverfahren erreicht. Diese liegen für Grundzentren bei:

- Discounter: 800 qm VKF (hier: später max. 1.200 qm VKF)
- Lebensmittelmarkt: 1.500 qm VKF (hier: später max. 2.979 qm VKF)
- Fachmarkt 800 qm VKF (hier: später max. 709 qm VKF je Betrieb)
- Baumarkt 2.500 qm VKF (hier: weiterhin max. 3.735 qm VKF)
- Einzelhandelsagglomeration 1.500 qm VKF (hier: später max. 8.822 qm VKF)

---

Das Vorhaben lässt sich mit den Prüfkriterien der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland vollständig in Einklang bringen. Eine raumordnerische Schieflage kann ausgeschlossen werden. Das Vorhaben unterliegt jedoch den Vorgaben des interkommunalen Meldeverfahrens.

---



## 8.7 Flankierende Empfehlungen für die Bauleitplanung

Dr. Lademann & Partner kommen zum Ergebnis, dass die in die Prüfung eingehenden Verkaufsflächen und Sortimente für die projektierte Erweiterung als städtebaulich und raumordnerisch verträglich zu bewerten sind. Nach der Sachlage in September 2017 wäre auf eine maßvolle Verkaufsflächenreduzierung des Edeka-marktes hinzuwirken (da bislang keine Aussage zum Fortbestand des NP-Marktes).

Dr. Lademann & Partner empfehlen in Bezug auf die Einzelhandelskomponenten folgende Sortimente und Verkaufsflächen in die Festsetzungen des Bebauungsplans Nr. 95 W zu überführen:

### Teilbereich I: Standort Edeka/Aldi/Kik/Ernsting's Family

- Festsetzung als SO „Einkaufszentrum“
- ein Lebensmitteldiscounter mit max. 1.200 qm VKF
  - rd. 90 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen davon auf nahversorgungsrelevante Sortimente (gemäß Weeneraner Sortimentsliste 2017), d.h. rd. 1.080 qm VKF
- ein Lebensmittelverbrauchermarkt: max. 2.800 qm VKF<sup>14</sup>;
  - rd. 90 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen davon auf nahversorgungsrelevante Sortimente (gemäß Weeneraner Sortimentsliste 2017), d.h. bis zu 2.520 qm VKF
  - ein Bäcker (max. 130 qm VKF) inkl. Gastronomiebereich
- zwei Bekleidungsfachmärkte: zusammen max. 910 qm VKF;
  - Bekleidung/Wäsche: mind. 65 % der Gesamtverkaufsfläche
  - sonstige gem. Weeneraner Sortimentsliste 2017 als zentren- oder nicht-zentrenrelevant definierter Sortimente

<sup>14</sup> Sollte im Gegenzug der NP-Markt frühzeitig in seinem Bestand in Möhlenwarf abgesichert werden können, wäre eine Reduzierung der Edeka-Verkaufsfläche aus städtebaulichen Gründen nicht mehr erforderlich. Als Obergrenze kann für den Edeka-Markt inkl. Konzessionäre (d.h. Bäckereiverkauf, Lotto, Mall) eine VKF von 2.999 qm angesehen werden.



Teilbereich II: Holz+Bau-Fachmarkt

- Festsetzung als SO „Bau- und Gartenfachmarkt“: max. 3.740 qm VKF
- Zulässige Sortimente:
  - Bau- und Gartenbedarf: mind. 75 % der Gesamtverkaufsfläche
  - sonstige gem. Weeneraner Sortimentsliste 2017 als zentren- oder nicht-zentrenrelevant definierter Sortimente sind auf 25 % der Gesamtverkaufsfläche begrenzt - zentrenrelevante Randsortimente sind dabei wie folgt auf den Status quo zu begrenzen:
    - Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/ Geschenkartikel: max. 250 qm VKF;
    - Spielwaren: max. 240 qm VKF;
    - Haus- und Heimtextilien: max. 10 qm VKF.

Eine Überschreitung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale resp. der Abweichung von der empfohlenen Betriebstypenstruktur bedarf ggf. der Abwägung der Chancen und Risiken sowie ggf. einer ergänzenden gutachterlichen Betrachtung (z.B. hinsichtlich überörtlicher Auswirkungen).



## 9 Fazit

---

In der Stadt Weener (Ems) ist im Geltungsbereich des B-Plans 95 W „ Nördlich B 436“ ist die Erweiterung verschiedener Einzelhandelsbetriebe beabsichtigt. Dabei handelt es sich um einen Edeka-Verbrauchermarkt, einen Aldi-Lebensmitteldiscounter sowie die Bekleidungsfachmärkte Kik und Ernsting's Family. Die prospektive Gesamtverkaufsfläche soll für den Teilbereich I bei rd. 5.100 qm liegen (Erweiterung um knapp 1.700 qm).

In der Bewertung des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 6 Nr. 8a und § 1 Abs. 4 BauGB ist Folgendes festzuhalten:

Im periodischen Bedarf wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 12.000 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 59 Mio. € Umsatz generiert. Auf das Segment Bekleidung/Wäsche entfallen rd. 3.400 qm und ein Umsatz von 7 Mio. € sowie auf das Segment Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel entfallen rd. 1.600 qm und ein Umsatz von 2 Mio. €.

Das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2020 beträgt etwa 25.900 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial für die vorhabenrelevanten Haupt-, Neben- und Randsortimente liegt im Einzugsgebiet bei rd. 101 Mio. €.

Unter der Annahme der leichten Modifizierung des bisherigen Nutzungskonzepts des Eigentümers (Reduzierung der Verkaufsfläche des Edeka-Verbrauchermarkts um rd. 180 qm) errechnet sich nach den Modellrechnungen durch das verkleinerte Vorhabenkonzept ein Umsatzpotenzial von rd. 19,5 Mio. €. Das entspricht für den Teilbereich I insgesamt einem Marktanteil im Einzugsgebiet von insgesamt rd. 20 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner nur im periodischen Bedarf rechnerisch nachweisbare Werte von im Schnitt etwa 7 %. Bei Bekleidung/Wäsche sowie Haushaltswaren/GPK erlangen die wettbewerblichen Effekte kein städtebauliches Gewicht. Die höchsten Umsatzumverteilungswirkungen sind - neben dem Ergänzungsbereich Innenstadt, dem das Vorhaben selbst zuzuordnen ist - für das Innenstadtzentrum von Weener sowie dem Ortsteilzentrum Möhlenwarf zu erwarten.

Damit liegen auch bei einer reduzierten Vorhabendimensionierung für die bestehenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels gewisse Umsatzverschiebungen vor. Die langfristigen Chancen der Absicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Weener (Ems), insbesondere durch den Abbau vorliegender



Defizite bei den zentrenrelevanten Sortimenten, überwiegen gegenüber möglichen städtebaulichen Folgen, die nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner sowohl bei dem periodischen Bedarf als auch bei Bekleidung/Wäsche sowie Hausrat/GPK keine Wirkungen von städtebaulicher Relevanz sind. Die geplante Erweiterung wird den zentralen Versorgungsbereich (Ergänzungsbereich Innenstadt) und die grundzentrale Versorgungsfunktion von Weener maßvoll stärken.

Für das Grundzentrum Bunde werden im worst-case Umsatzrückgänge von bis zu 8 % prognostiziert, für die Mittelzentren Leer und Papenburg von max. 1 %. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann ausgeschlossen werden. Vielmehr werden bereits bestehende Nachfrageabflüsse (u.a. nach Leer und Papenburg) nunmehr in Teilen in Richtung Weener umgelenkt.

Das Vorhaben entspricht den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung und lässt sich mit den Empfehlungen der Einzelhandelskooperation in Ost-Friesland und des Einzelhandelskonzept der Stadt Weener in Einklang bringen. Eine raumordnerische Schieflage kann ausgeschlossen werden.

Hamburg, September 2017

gez. Sandra Emmerling

gez. Sascha Denneng

Dr. Lademann & Partner GmbH