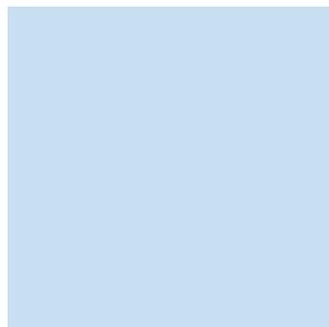


**Stadt Wiesmoor**  
Wirkungsanalyse zu Einzelhandelsvorhaben im  
Geltungsbereich des künftigen Bebauungsplans B 13

## Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta

Köln, 1. April 2020



### **Geschäftsführende**

#### **Gesellschafter:**

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders  
Stadt- und Regionalplanerin SRL  
Dipl.-Ing. Dominik Geyer  
Stadtplaner AK NW, Bauassessor  
Stadt- und Regionalplaner SRL

#### **Gesellschafter/Seniorpartner:**

Dr. Paul G. Jansen

### **Stadt- und Regionalplanung**

#### **Dr. Jansen GmbH**

Neumarkt 49  
50667 Köln

Fon 0221 94072-0

Fax 0221 94072-18

[info@stadtplanung-dr-jansen.de](mailto:info@stadtplanung-dr-jansen.de)

[www.stadtplanung-dr-jansen.de](http://www.stadtplanung-dr-jansen.de)



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Rahmenbedingungen und Aufgabenstellung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Rahmenbedingungen und Projektplanung</b>	<b>3</b>
2.1	Planungsrechtliche Vorgaben	3
2.2	Untersuchungsrelevante Branchenentwicklungen	6
2.2.1	Marktstruktur Lebensmittel-SB-Betriebe	6
2.2.2	Marktstruktur Drogeriemärkte	8
2.3	Großflächige Projektplanungen	9
2.3.1	Aldi-Erweiterungsplanung	10
2.3.2	Rossmann Erweiterungsplanung	11
<b>3</b>	<b>Standort und Einzugsgebiet</b>	<b>12</b>
3.1	Makrostandort Wiesmoor	12
3.1.1	Lage, Einstufung und Verkehrsanbindung	12
3.1.2	Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	13
3.2	Kernstadt Wiesmoor und Planstandort	14
3.3	Einzugsgebiet und Nachfrage	16
3.4	Aktuelle und künftige Marktbedeutung	18
<b>4</b>	<b>Wettbewerbssituation</b>	<b>19</b>
4.1	Methodische Vorgehensweise	19
4.2	Wettbewerbssituation	19
4.2.1	Stadt Wiesmoor	19
4.2.2	Untersuchungsraum	20
4.3	Wettbewerbsdaten	22
<b>5</b>	<b>Handelswirtschaftliche und städtebauliche Effekte</b>	<b>28</b>
5.1	Annahmen und Berechnungsansatz	28
5.2	Wirkungen der Aldi-Erweiterung	29
5.3	Wirkungen der Drogeriemarkt-Erweiterung	30
5.4	Bewertung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Effekte unter perspektivischen Veränderungen	31
<b>6</b>	<b>Empfehlungen für den Bebauungsplan inkl. Einordnung des Schuhmarkts</b>	<b>32</b>
6.1	Bestehende Festsetzungen und faktischer Bestand	32
6.2	Bewertung des Schuhmarkts	33
6.3	Verträgliche Einzelhandelsplanungen und angepasste Festsetzungen	33

<b>7</b>	<b>Kompatibilität mit übergeordneten Vorgaben</b>	<b>36</b>
7.1	Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wiesmoor	36
7.2	Vereinbarkeit mit dem RROP Landkreis Aurich und dem LROP Niedersachsen	37
<b>8</b>	<b>Fazit und Umsetzungsempfehlungen</b>	<b>39</b>

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.



## 1 Rahmenbedingungen und Aufgabenstellung

Im aktualisierten Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wiesmoor aus dem Jahr 2018 werden die wichtigsten Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet im Hinblick auf ihre aktuelle Ausstattung und die Entwicklungsperspektiven geprüft. Besondere Bedeutung übernimmt das Hauptzentrum in der Stadtmitte von Wiesmoor, das sich entlang der Hauptstraße erstreckt. Der räumliche Angebotschwerpunkt hat sich in den letzten Jahren rund um das Kaufhaus Behrends etabliert, er befindet sich im Nordosten dieser Einzelhandelslage. Das Gebäude des Kaufhauses wurde sukzessive erweitert und gliedert sich aktuell in einen kompakten Bau, in dem das Kaufhaus Behrends, der Lebensmittelvollsortimenter Edeka, der Drogeriemarkt Rossmann sowie weitere Nonfood-Fachmärkte und kleinere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe von einer Mall aus zugänglich sind. Nördlich an das Bestandsgebäude schließt sich das Gebäude des Aldi Lebensmitteldiscounters an mit einem eigenen Zugang vom westlich vorgelagerten, allen Einzelhandelsbetrieben dieses Bereichs zugeordneten Parkplatz. Nördlich und nordwestlich befinden sich drei weitere Fachmarktgebäude. Dabei belegen der Lebensmitteldiscounter Lidl und der Möbelfachmarkt Dänisches Bettenlager eigene Gebäude; weitere Fachmärkte befinden sich im dritten Gebäude (sog. Ladenpassage). Den Gebäuden sind jeweils eigene Stellplätze zugeordnet. Die Stellplätze sind über Zufahrten miteinander verbunden.

Derzeit ist nur ein Teil dieses durch Einzelhandel geprägten Gebiets über den Bebauungsplan 6 erfasst, der zudem angrenzend in südwestlicher Richtung weitere Teile der Wiesmoorer Stadtmitte einschließt. Geplant ist nun, die funktional miteinander verknüpften Einzelhandelsbetriebe rund um das Kaufhaus Behrends in einem neuen Bebauungsplan B 13 darzustellen. Hierbei sollen auch zwei Planungen berücksichtigt werden, die im Zuge der Bestandssicherung von bereits ansässigen Einzelhandelsbetrieben verfolgt werden, und die bauliche Veränderungen und eine weitere Ausweitung der durch Einzelhandel belegten Grundfläche umfassen:

- Der Lebensmitteldiscounter Aldi plant die Verlagerung an einen neuen Einzelhandelsstandort östlich der jetzigen Stellplätze. Hierzu soll das dort bestehende Wohngebäude abgerissen und durch einen neuen Baukörper ersetzt werden. Noch offen ist, wie Gebäude und Stellplätze auf diesem Areal angeordnet und mit der bestehenden Einzelhandelslage verknüpft werden sollen.
- Die dann leer gezogene Verkaufsfläche des Aldi Lebensmitteldiscounters bietet dem Drogeriemarkt Rossmann die Möglichkeit, seinen Standort in der Passage des Kaufhausgebäudes aufzugeben und zu erweitern.
- Das aktuell durch Rossmann belegte Ladenlokal soll künftig durch einen Schuhmarkt genutzt werden.

Die neuen Standorte und Nutzungen sollen dann gemeinsam mit dem vorhandenen Einzelhandelsbestand im neuen Bebauungsplan B 13 festgesetzt werden. Hierzu ist ein neues Sondergebiet für den Lebensmitteldiscounter festzusetzen. Für die neuen Märkte in der Behrends-Passage gelten grundsätzlich die auf Sortimentsebene festgelegten Verkaufsflächenobergrenzen für den Standortbereich „Einkaufszentrum“, deren Einhaltung zu überprüfen sind, um ggf. Anpassungen vornehmen zu können.

Während die Einzelhandelswirkungen der Bestandsflächen der beiden verlagerungs- und erweiterungswilligen Märkte bereits in der Vergangenheit ausgelöst wurden, werden die neuen Flächen und der insgesamt attraktivere Marktauftritt von Aldi und Rossmann den Wettbewerbsdruck erhöhen und Umverteilungseffekte hervorrufen. Im Rahmen einer Wirkungsanalyse sollen daher die voraussichtlichen handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen dieser Verlagerungs- und Erweiterungsmaßnahmen aufgezeigt werden.

Zur Bewertung der beiden größeren Einzelhandelsplanungen sind dabei die Vorgaben der Einzelhandelssteuerung – speziell des großflächigen Einzelhandels sowie möglicher Agglomerationen – für die Stadt Wiesmoor, den Landkreis Aurich sowie für das Land Niedersachsen heranzuziehen. Bezogen auf die Ebene des Landes und des Landkreises sind dies

- das seit 2017 gültige LROP Landesraumordnungsprogramm, das einige bedeutsame Änderungen in Bezug auf die Einzelhandelssteuerung enthält sowie
- das auf die Vorgaben des Landes abgestimmte neue RROP Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Aurich aus dem Jahr 2018, das von der oberen Landesplanungsbehörde, dem Amt für regionale Landesentwicklung Weser-Ems, mit der Verfügung vom 28.08.2019 unter Maßgaben und Auflagen genehmigt worden und mit der Bekanntmachung durch Veröffentlichung im Amtsblatt vom 25.10.2019 in Kraft getreten ist.

Für den Schuhmarkt ergibt sich eine tendenziell andere Situation. Zum einen erreicht das Vorhaben nicht annähernd die Großflächigkeit, zum anderen kann in Gegenüberstellung mit dem in der Vergangenheit vorhandenen Bestand und den in den letzten Jahren erfolgten Veränderungen eingeschätzt werden, welche Wettbewerbseinflüsse der neue Markt auslösen wird. Auch ist von Bedeutung, dass das aperiodische Einzelhandelsangebot in der Stadt Wiesmoor aufgrund der zugewiesenen Teilfunktion aperiodischer Einzelhandel deutlich weniger im Fokus der Nachbarkommunen steht als der periodische Bedarf, den die beiden anderen Märkte im Kernsortiment anbieten. Die Aussagen zur Verträglichkeit des Schuhmarktes basieren somit auf einer anderen Methodik und werden getrennt dargestellt.

Die Bearbeitung erfolgt im Auftrag der Stadt Wiesmoor, das Verfahren wird vom Eigentümer des Kaufhauses Behrends und der durch Einzelhandel belegten und für Einzelhandel vorgesehenen Fläche initiiert. Sollten sich die vom Vorhabenträger gewünschten Dimensionierungen und Strukturierungen als nicht verträglich herausstellen, sind für das Vorhaben der Versorgungsbedeutung angemessene Rahmendaten aufzuzeigen. Die Umsetzung der Planung soll dann mit der Aufstellung des Bebauungsplans auf den Weg gebracht werden, der die als verträglich bewerteten Rahmendaten aufgreift.



## 2 Rahmenbedingungen und Projektplanung

### 2.1 Planungsrechtliche Vorgaben

Das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) stellen die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten in Deutschland dar. Sie werden ergänzt um Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels auf Landesebene sowie regionale und kommunale Konkretisierungen.

#### Bundesbaurechtliche Regelungen

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist für Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (ab 1.200 m<sup>2</sup> Geschoss- bzw. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) (*gemäß der Rechtsprechung (u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24. November 2005) wird ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von über 800 m<sup>2</sup> als großflächig eingestuft*) die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebiets erforderlich, sofern sie sich nicht nur unwesentlich auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder die städtebauliche Entwicklung und Ordnung auswirken.

Mit der Vergrößerung von aktuell 850 m<sup>2</sup> auf die geplante Verkaufsfläche von 1.266 m<sup>2</sup> ist das Vorhaben der Verlagerung des Lebensmitteldiscounters weiterhin als großflächiger Einzelhandelsbetrieb einzustufen. Durch die Großflächigkeit werden auch die entsprechenden Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels einschlägig.

Der Drogeriemarkt hingegen erweitert von 410 m<sup>2</sup> auf 795 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und bleibt damit auch nach seiner Vergrößerung knapp unterhalb der Großflächigkeit. Gleichwohl wird er einbezogen in die Prüfung möglicher Auswirkungen, um eine mit den übergeordneten Vorgaben vereinbare Einzelhandelsentwicklung sicherzustellen.

#### Landesplanerische Vorgaben in Niedersachsen (LROP)

Die maßgebliche Steuerungsgrundlage des großflächigen Einzelhandels auf Landesebene stellt das Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) Nieder-

sachsen dar, das auf einer Verordnung aus dem Jahr 1994 basiert und letztmalig im Jahr 2017 geändert wurde. Es enthält verbindliche Aussagen zu raumbedeutsamen Nutzungen und deren Entwicklung und dient damit der Abstimmung oftmals widerstreitender wirtschaftlicher, sozialer, kultureller und ökologischer Interessen an den Raum. Maßgeblich für die kommunale Planungspraxis ist, dass die Ziele der Landesplanung als abschließend abgewogen gelten und zu beachten sind und die Grundsätze im Rahmen der Abwägung in Bauleitplanverfahren zu berücksichtigen sind.

Die für die Vorhabenplanung relevanten Inhalte des LROP 2017 und die diesbezügliche Vorhabenbewertung sind in Kapitel 7.2 beschrieben.

#### Landkreis Aurich (RROP)

Die auf Landesebene bestimmten Regelungen sollen durch die Raumordnungspläne und -programme der Regionalplanungsbehörde räumlich konkretisiert werden. Diese Aufgabe übernimmt der Landkreis Aurich; im Jahr 2009 wurde die Neuaufstellung des Regionalen Raumordnungsprogramms (RROP) beschlossen. Das auf die Vorgaben des Landes abgestimmte neue RROP Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Aurich aus dem Jahr 2018 wurde im letzten Jahr beschlossen und inzwischen auch förmlich genehmigt.

Die für die Vorhabenplanung relevanten Inhalte des RROP 2018 und die diesbezügliche Vorhabenbewertung sind ebenfalls in Kapitel 7.2 erläutert.

#### Kommunale Vorgaben

Unser Büro hat das aktualisierte Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wiesmoor im Jahr 2017 vorgelegt; im Februar 2018 wurde es vom Rat der Stadt Wiesmoor beschlossen. Der Weg der Aktualisierung des Vorläuferkonzepts aus dem Jahr 2007 war dabei geprägt zum einen durch die Einzelhandelsplanungen auf dem Behrends-Gelände, zum anderen durch die Anpassung der einzelhandelsbezogenen Versorgungsfunktionen der Stadt Wiesmoor an die faktische Ausstrahlungskraft. Da sich der Einzelhandelsstandort Wiesmoor aufgrund

seiner zentralen und gut erreichbaren Lage zwischen größeren Nachbarstädten in der Vergangenheit dynamisch entwickeln konnte, stand die Zuordnung grundzentraler Versorgungsfunktionen nicht im Einklang mit der tatsächlichen Bedeutung. Im Austausch der Interessen von Nachbarkommunen sowie den zuständigen Landkreisen Aurich, Wittmund und Leer konnte im Zeitraum zwischen 2012 und 2017 ein Konsens dahingehend erreicht werden, dass der Stadt Wiesmoor eine mittelzentrale Teilfunktion für den aperiodischen Einzelhandel zugesprochen werden sollte. Dies wurde im aktuell gültigen RROP für den Landkreis Aurich berücksichtigt.

Die letzte und beschlossene Fassung der Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Wiesmoor 2018 (basierend auf Daten des Jahres 2017) baut auf der Zuordnung der mittelzentralen Teilfunktion im aperiodischen Einzelhandel auf, sowohl im Hinblick auf die Bewertung der Bestandssituation als auch der Entwicklungsperspektiven. Als Verflechtungsbereich des Wiesmoorer Einzelhandels wurde dabei ein Raum festgelegt, der neben dem Wiesmoorer Stadtgebiet ausgewählte Ortsteile der Nachbarkommunen Großefehn, Uplengen und Friedeburg umfasst.

Folgende weitere Ergebnisse sind relevant:

Im Mai 2017 wurden 100 Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 52.795 m<sup>2</sup> und einer Umsatzleistung von rund 114,9 Mio. EUR erfasst. Unter Berücksichtigung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Wiesmoorer Bevölkerung errechnet sich ein Umsatz/Kaufkraft-Verhältnis (Zentralität) von rund 165 %.

Die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels bis zum Jahr 2025 wurden unter Beachtung folgender Rahmenbedingungen ermittelt:

- Die Bevölkerung im zugeordneten Verflechtungsbereich wird tendenziell steigen.
- Die reale einzelhandelsbezogene Kaufkraft wird nur geringfügig wachsen, da weiterhin andere Ausgabenbestandteile entweder an Bedeutung gewinnen oder sich hinsichtlich steigender Kosten auswirken.

- Die Marktanteile des Wiesmoorer Einzelhandels können sich weiterhin tendenziell positiv entwickeln. Allerdings setzen die abgestimmten Versorgungsfunktionen im periodischen Bedarf Grenzen; in bestimmten Warengruppen des aperiodischen Bedarfs erlaubt die bereits erreichte hohe Marktposition keine größeren Ausweitungen im Angebot, ohne die Wirtschaftlichkeit vorhandener Einzelhandelsbetriebe mit gleichen Sortimenten zu belasten. Größere Verkaufsflächenergänzungen wurden zum Zeitpunkt der Konzepterstellung daher nur in den Warengruppen „Möbel, Einrichtung“ und „Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör“ gesehen.

Nicht nur bezogen auf die Einzelhandelsausstattung, sondern auch auf die Standortsituation des Einzelhandels unterscheidet sich die Stadt Wiesmoor von anderen Kommunen: Mit ca. 31.865 m<sup>2</sup> ist der überwiegende Teil (= 60 %) der im Stadtgebiet vorhandenen Verkaufsfläche im Hauptzentrum entlang der Hauptstraße konzentriert.

Der zweitwichtigste Standort ist Möbel Buss im Ortsteil Voßbarg; dort sind insbesondere Möbel und einrichtungsnahe Sortimente sowie Babybedarf angesiedelt. Auch die Zahl weiterer Nahversorgungsstandorte ist begrenzt, sodass das umfassende Angebot im Stadtkern Wiesmoor zu Lasten der wohnungsnahen Angebote ausgebaut wurde: rund 47 % der Bevölkerung, so die Aussage im aktualisierten Einzelhandels- und Zentrenkonzept, können in fußläufiger Entfernung keinen Nahversorgungsanbieter aufsuchen.

Im aktualisierten Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird für Wiesmoor eine Unterscheidung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten getroffen. Die Kernsortimente der beiden Vorhabenbetriebe Aldi und Rossmann sind den Warengruppen Nahrung- und Genussmittel sowie Gesundheit, Körperpflege zuzuordnen, für die eine Einstufung als nahversorgungs- und zentrenrelevant empfohlen wird. Im Unterschied zu den zentrenrelevanten Sortimenten wird damit grundsätzlich auch eine Möglichkeit der Ansiedlung außerhalb der (geplanten) Nahversorgungszentren ermöglicht.



Abbildung 1: Wiesmoorer Sortimentsliste

Warengruppe	zentren-/nahversorgungsrelevante Einzelhandelsortimente	nicht zentren-/nahversorgungsrelevante Einzelhandelsortimente (nicht abschließend)
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	Nahrungs- und Genussmittel	
<b>Gesundheit, Körperpflege</b>	Drogerie und Kosmetik pharmazeutische Artikel Sanitätswaren, Orthopädie Optik, Hörgeräteakustik	
<b>Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf</b>	Blumen Tiernahrung und Zoobedarf	Freilandpflanzen, Sämereien/Düngemittel
<b>Bücher, Spiel, und Schreibwaren</b>	Zeitschriften, Zeitungen Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel Bücher	Bürobedarf/Organisationsartikel (mit gewerblicher Ausrichtung)
<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>	Bekleidung Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer Sportbekleidung, Sportschuhe Uhren, Schmuck	
<b>Sport, Freizeit, Spiel</b>	Kleinteilige Camping- und Sportgeräte Spielwaren Fahrräder und Zubehör (inkl. E-Bikes und Pedelecs) Sonst. Freizeitbedarf (z. B. Bastelartikel, Münzen/Briefmarken, Handarbeitswaren, Modellbau) Musikalien	Großteilige Camping- und Sportgeräte
<b>Elektrowaren</b>	Elektrokleingeräte für den Haushalt Unterhaltungselektronik Bild- und Tonträger Telefone Computer und Zubehör Foto Leuchten, Lampen	Elektrogroßgeräte für den Haushalt
<b>Hausrat, Möbel, Einrichtungen</b>	Glas, Porzellan, Keramik (GPK) Hausrat Kunst/Antiquitäten, Spiegel, Bilder, -rahmen Wohnaccessoires Haus- und Heimtextilien (inkl. Gardinen und Zubehör sowie abgepasste Teppiche)	Möbel, Küchen, Matratzen und Lattenroste
<b>Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör</b>		Bau- und Heimwerkerbedarf Tapeten, Bodenbeläge, Teppichböden Gartenbedarf Autozubehör, Motorradbedarf (ohne Motorradbekleidung)

Quelle: Aktualisiertes Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Wiesmoor 2018

## 2.2 Untersuchungsrelevante Branchenentwicklungen

Da eine vertiefende Prüfung nur für die beiden großflächigen Märkte des periodischen Bedarfs erfolgt, wird auf eine Betrachtung der Marktentwicklung im Schuhsegment verzichtet.

### 2.2.1 Marktstruktur Lebensmittel-SB-Betriebe

Der Handelsverband Deutschland unterscheidet im Lebensmitteleinzelhandel verschiedene Betriebstypen. Aldi Nord im Standortbereich Behrends ist als Lebensmitteldiscounter einzuordnen, unabhängig von der geplanten Erweiterung der Verkaufsfläche von 850 m<sup>2</sup> auf 1.266 m<sup>2</sup>. Lebensmitteldiscounter sind Einzelhandelsgeschäfte, die üblicherweise eine Verkaufsfläche von weniger als 1.000 m<sup>2</sup> aufweisen, „ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood-II“ führen. Nachgefragt werden heute in der Regel von den Betreibern Verkaufsflächen von mindestens ca. 1.200 m<sup>2</sup>. Die gestiegenen Flächenansprüche werden u. a. mit der Einführung von Pfand- und Backautomaten sowie breiteren Gängen und einer niedrigeren Regalhöhe begründet; der Einkauf soll an Qualität und Komfort gewinnen. Eine Erweiterung des Sortiments erfolgt nach Auskunft der Betreiber dagegen nicht. Neben Aldi Nord sind die Betreiber Lidl und Netto in Wiesmoor vertreten, ebenfalls im Standortbereich Behrends. Während der Lidl-Standort bereits eine marktübliche Dimensionierung belegt, liegt der Netto-Markt knapp über der Großflächigkeit.

Neben den benannten Lebensmitteldiscountern sind Combi und Edeka am Standort Wiesmoor präsent. Mit Verkaufsflächen um die 2.400 m<sup>2</sup> sind beide als Supermärkte einzuordnen. Supermärkte belegen als Lebensmittelvollsortimenter eine Verkaufsfläche zwischen 400 m<sup>2</sup> und 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Nach der Betriebstypenklassifizierung des EHI Retail Institutes werden Supermärkte von den großen Supermärkten unterschieden. Diese werden – die Betriebstypendynamik im Einzelhandel berücksichtigend – seit dem Jahr 2007 vom HDE gesondert geführt. Große Supermärkte sind über eine Verkaufsfläche von 2.500 m<sup>2</sup> bis 5.000 m<sup>2</sup> definiert.

Auch von Supermarkt-Betreibern wird mit vergleichbaren Argumenten mehr Verkaufsfläche beansprucht. Die neuen Flächenkonzepte werden bei Neuansiedlungen, aber auch bei Umbau und Erweiterung des bestehenden Filialnetzes gefordert.

Hinsichtlich der Versorgungsfunktion der Betriebstypen bietet sich ein Vergleich der durchschnittlichen Artikelzahl an, die für das Jahr 2016 vom EHI Retail Institute (letztmalige Veröffentlichung) wie folgt dargestellt wird. Demnach werden in Supermärkten durchschnittlich 11.830 Artikel angeboten, in Discountern dagegen nur 2.295. Die Artikelzahlen der Supermärkte werden nur von den größer dimensionierten Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels übertroffen wie z. B. große Supermärkte und SB-Warenhäuser.

Bereits ohne eine Betrachtung der Aufgliederung der Artikelzahlen für die einzelnen Warenbereiche wird damit deutlich, dass durch die Lebensmittelvollsortimenter eine umfassendere Versorgung wahrgenommen werden kann. Dies ist insbesondere dann bedeutsam, wenn keine Einzelhandelsagglomerationen – z. B. in Form zentraler Versorgungsbereiche – vorliegen, sondern die Grundversorgung eines bestimmten Siedlungsbereichs vorwiegend über einen Lebensmittel-SB-Betrieb gewährleistet werden soll.

Zumindest bis in die zweite Hälfte der 2000er Jahre war ein wachsender Marktanteil der Lebensmitteldiscounter im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nachvollziehbar, der mit gleichzeitigen Bedeutungsverlusten der Lebensmittelvollsortimenter verbunden war.

In den vergangenen Jahren zeichnete sich jedoch eine Umkehrung des Trends ab, sowohl was die Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel als auch die Flächenkonzeption der Lebensmitteldiscounter betrifft. Nachvollziehbar ist, dass insbesondere die Supermärkte und die großen Supermärkte seit 2010 an Marktbedeutung gewinnen. Verändertes Verbraucherverhalten im Sinne bewusster Ernährung und Frischeorientierung sowie wachsendes Interesse an Convenience-Produkten sind nur zwei Facetten einer Entwicklung, die die ausschließliche Preisorientierung der Discounter vermehrt unter Druck setzten.



Anhand betrieblicher Kennziffern lassen sich nicht nur Rückschlüsse auf die Versorgungsbedeutung eines Betriebstyps ziehen, sondern auch auf die Frequenzeffekte, die sich für das Standortumfeld ergeben. Diese fallen für Supermärkte in der Ten-

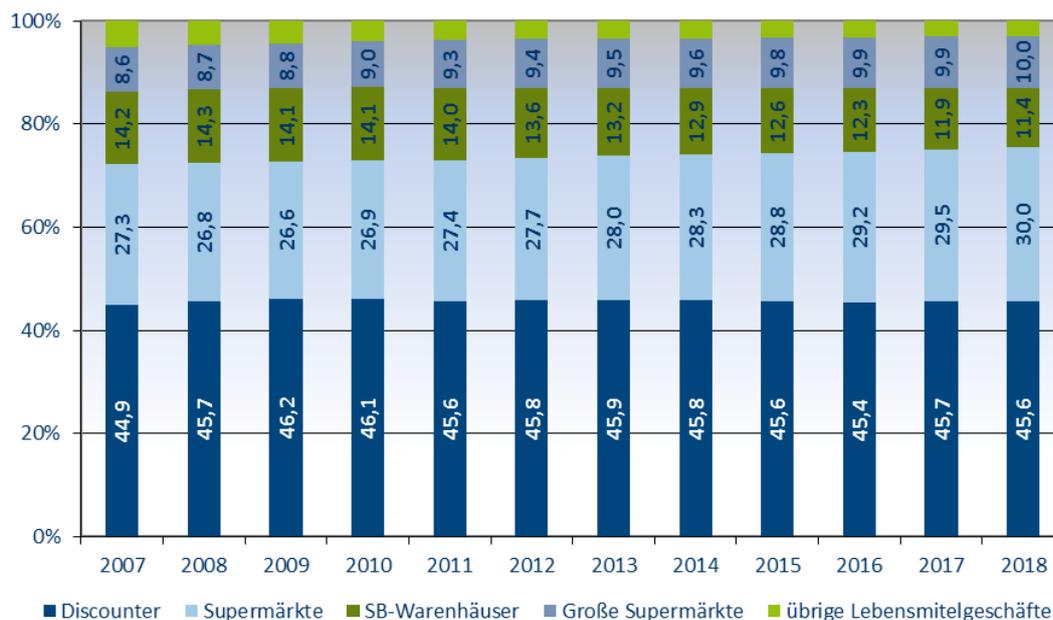
denz höher aus als für Discounter, sodass dieser Betriebstyp den kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in gewachsenen Versorgungslagen stärker unterstützen kann.

Tabelle 1: Durchschnittliche Artikelzahl der Lebensmittel-SB-Betriebe nach Betriebstypen (2016)

Warenbereich	LEH-Discounter	Supermärkte	große Supermärkte	SB-Warenhäuser
Frischwaren	640	2.650	4.360	4.410
Tiefkühlkost/Eis	155	585	850	880
Trockensortiment	960	5.760	10.520	11.180
Nonfood I	265	2.030	4.825	7.900
Nonfood II	275	805	4.450	24.500
<b>Insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>11.830</b>	<b>25.005</b>	<b>48.870</b>

Quelle: Daten: [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de), Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2020

Abbildung 2: Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2020, Daten: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019

Deutliche Unterschiede ergeben sich für die verschiedenen Betreiber von Lebensmittelvollsortimentern und Lebensmitteldiscountern hinsichtlich der Leistungsfähigkeit, die in der Regel über den Umsatz/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ausgewiesen wird.

Im Retail Estate Report 2018/2019 der Hahn-Immobilien-Beteiligungs AG, der teilweise auch vom EHI Retail Institute auf der Plattform [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) zitiert wird, werden die betreiberbezogenen durchschnittlichen Flächenleistungen von Lebensmittel-SB-Betrieben (und Drogeriemärkten, siehe Abschnitt 2.2.2) veröffentlicht (die Wertermittlung erfolgte durch die Gesellschaft für Konsumforschung GfK auf Datenbasis von TradeDimensions).

Demnach wird die mit Abstand größte Flächenproduktivität durch den Anbieter Aldi Süd mit durchschnittlich rund 10.350 EUR brutto/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche generiert, gefolgt von Lidl mit durchschnittlich rund 7.400 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Aldi Nord erreicht im Durchschnitt 6.650 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Für die beiden marktführenden Supermarktketten – Edeka und Rewe – liegen die Flächenleistungen mit circa 4.480 EUR brutto/m<sup>2</sup> bzw. rund 4.010 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche näher beieinander als bei den Discounterbetreibern.

Auffällig ist, dass zwar eine größere Versorgungsbedeutung von Lebensmittelvollsortimentern ausgeht, deren Leistungsfähigkeit aber unter der für die meisten Lebensmitteldiscounter angenommenen Leistungsfähigkeit liegt.

Tabelle 2: Leistungskennzahlen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel für Discounter und Supermärkte

Betrieb	Betriebstyp	Ø-Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Ø-Flächenproduktivität in EUR	Ø-Umsatz Filiale in Mio. EUR
Aldi Nord	Lebensmitteldiscounter	860	6.650	5,7
Aldi Süd	Lebensmitteldiscounter	850	10.350	8,8
Lidl	Lebensmitteldiscounter	870	7.400	6,4
Netto	Lebensmitteldiscounter	780	4.250	3,3
Norma	Lebensmitteldiscounter	720	3.570	2,6
Penny	Lebensmitteldiscounter	720	5.090	3,7
Edeka	Lebensmittelvollsortimenter	1.230	4.480	5,5
Rewe	Lebensmittelvollsortimenter	1.490	4.010	6,0

Quelle: Daten Bundesdurchschnitt Hahn Retail Report 2018/2019; Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2020

### 2.2.2 Marktstruktur Drogeriemärkte

Laut Definition handelt es sich bei einem Drogeriemarkt um einen Einzelhandelsbetrieb mittlerer Betriebsgröße in Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören frei verkäufliche Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel. Ein Großteil der angebotenen Sortimente gehört zum Handel mit Waren des täglichen Bedarfs (Fast Moving Consumer Goods, kurz: FMCG-Handel). Es handelt sich dabei um Produkte, die meist günstig sind, schnell gekauft und innerhalb weniger Tagen oder Wochen verbraucht werden – wie auch Lebensmittel.

Die marktprägenden Anbieter von Drogeriewaren sind die Drogeriefachmärkte dm, Rossmann und Müller. Eine vorwiegend regionale Präsenz weist das Unternehmen Budnikowsky in Norddeutschland auf, das jedoch in Wiesmoor und der Region bislang nicht vertreten ist. Unter dem Namen „DroNova“

besteht zudem ein Zusammenschluss inhabergeführter Drogeriemärkte. Es gibt derzeit keine weiteren Drogeriefachmärkte mit bundesweiter oder verstärkter regionaler Bedeutung. In der Stadt Wiesmoor wird mit Rossmann eine Filiale von einem der beiden marktführenden Betreiber geführt.

Im Geschäftsjahr 2016/2017 lag der Umsatzanteil der Drogeriemärkte am bundesweiten Einzelhandel mit Drogeriewaren bei 47 %. Entsprechend werden rd. 53 % des Umsatzes durch andere Betriebsformen generiert. Zu diesen gehören neben Parfümerien und Warenhäusern insbesondere branchenfremde Anbieter wie Lebensmittel-SB-Betriebe (vgl. EHI Handelsdaten 2017).

Seit der Insolvenz des ehemals größten deutschen Drogeriehandelsunternehmens Schlecker im Jahr 2012 hat sich auf dem deutschen Markt eine bedeutende Verschiebung der Marktanteile ergeben. Neben der bundesweiten Betrachtung ist für die Versorgungssituation in Teilräumen zu beachten,



dass die Schließung der Schlecker-Filialen in Kleinstädten und B-Einkaufslagen vielerorts Versorgungslücken ausgelöst hat, die an einigen Standorten jedoch durch Angebote und Angebotsergänzungen von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels aufgefangen werden konnten. An Standorten, an denen Schlecker-Märkte in der Vergangenheit das einzige

Versorgungsangebot darstellten, brach die Nahversorgung durch die Schließung jedoch vollständig weg. Lediglich ein Teil der profitablen Schlecker-Filialen sowie der Filialen der Schlecker-Tochter „Ihr Platz“ wurde von den Mitbewerbern dm und Rossmann übernommen.

Abbildung 3: Entwicklung der Zahl der Drogeriemärkte insgesamt und der Verkaufsfläche der beiden Marktführer



Quelle: Eigene Darstellung 2020 nach EHI Handelsdaten aktuell 2018 handelsdaten.de, Angaben für den deutschen Markt

Der zuletzt von dm erreichte Gesamtumsatz in Deutschland betrug im Geschäftsjahr 2017/2018 rund 8,1 Mrd. EUR. Dies entspricht einem Umsatzplus zum Vorjahr von ca. 2 %. Mit ca. 6,7 Mrd. EUR Gesamtumsatz belegt der Betreiber Rossmann Platz 2, kann jedoch mit knapp 2.150 Märkten ein dichteres Standortnetz vorweisen als sein Hauptkonkurrent mit rund 1.960 Filialen. Deutlich geringere Umsätze und entsprechend auch Marktanteile weisen die Anbieter Müller und Budnikowsky auf. Das sogenannte „Müller-Erlebniskaufhaus“, das im Unterschied zu den beiden Marktführern eigene Abteilungen mit Parfümerie, Schreib-, Spiel- und Elektrowaren standortbezogen ergänzt, ist in 2017 an rund 530 Standorten in Deutschland vertreten. Mit einem Umsatz von rd. 3,0 Mrd. EUR ist die Handelsbedeutung jedoch im direkten Vergleich geringer. Auch die Kennwerte des lokalen Anbieters Budnikowsky weisen mit derzeit rund 180 Filialen und einem Gesamtumsatz von ca. 0,5 Mrd. EUR auf eine eher geringe Handelsbedeutung hin (vgl. Geschäftsberichte dm, Rossmann, Müller und Budnikowsky; EHI Handelsdaten aktuell 2017 und 2018 2019, Hahn Retail Estate Report 2018/2019).

Hinsichtlich der durchschnittlichen Leistungsfähigkeit der Betriebe stellt sich das Verhältnis der vier führenden Betreiber ausgeglichener dar, wenngleich auch hier die Marktführungsposition von dm mit durchschnittlich rund 6.720 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und Rossmann mit durchschnittlich ca. 5.390 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ersichtlich wird. Die Vergleichswerte von Müller und Budnikowsky liegen bei rund 4.490 EUR/m<sup>2</sup> bzw. ca. 5.260 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

### 2.3 Großflächige Projektplanungen

Auf Basis branchenüblicher Flächenproduktivitäten kann eine Einschätzung des künftigen Umsatzes für die beiden erweiterten Einzelhandelsbetriebe erfolgen. Dabei wird jeweils die Differenz zwischen aktueller und zukünftiger Umsatztätigkeit in die Prüfung handelswirtschaftlicher und städtebaulicher Wirkungen einfließen. Bei den Umsatzeinschätzungen werden Standortbedingungen, Nachfragepotenzial und Wettbewerbssituation berücksichtigt.

Darüber hinaus wird ein „Worst-case“-Ansatz abgebildet. Damit wird für das Vorhaben nach der Realisierung eine maximale Attraktivität und Leistungsfähigkeit unterstellt. Demgegenüber erfolgt die Umsatzeinschätzung der Wettbewerbsbetriebe

eher vorsichtig. Im Ergebnis kann durch diese Methodik ausgeschlossen werden, dass höhere Umsatzumverteilungen als die nachfolgend berechneten sowie intensivere städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen als die im Folgenden prognostizierten eintreten werden.

### 2.3.1 Aldi-Erweiterungsplanung

Relevant für die Prüfung der Wirkungen ist der Umsatz, der durch die Realisierung der Erweiterungsplanung generiert wird. Der Umsatz auf der Bestandsfläche ist bereits im Einzelhandel der Stadt Wiesmoor und der Region etabliert.

Die durchschnittliche Flächenleistung des Betreibers Aldi Nord wird im Retail Estate Report 2018/2019 der HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG ebenso wie vom EHI Retail Institute auf der Plattform [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) mit rund 6.650 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beziffert. Diese Zahl basiert u. a. auf Berechnungen des Marktforschungsinstituts *Trade-Dimensions*.

Dabei ist anzunehmen, dass die derzeitige Leistungsfähigkeit des Betriebs geringer ist, als die durch die Erweiterung und Modernisierung zukünftig zu erwartende. Ursächlich dafür sind u. a. die Dimensionierung der Verkaufsfläche und eine Ladengestaltung, die nicht die aktuellen Ansprüche von Betreibern und Kunden widerspiegelt.

Auch gehen durch eine geringere Umsatzbewertung des Bestandsmarkts und die überdurchschnittliche Umsatzerwartung des Neubaus maximale Umsatzzuwächse in die handelswirtschaftlichen Berechnungen und städtebaulichen Bewertungen ein (Worst-case-Ansatz).

Unter diesen Prämissen wird für den Bestandsmarkt eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 6.650 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angesetzt. Für den modernisierten und erweiterten Markt wird dagegen eine gesteigerte Leistungsfähigkeit erwartet. Mit der hier angesetzten Flächenproduktivität von rund 7.300 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche würde der Markt künftig deutlich über dem Durchschnitt aller Aldi Nord-Filialen liegen.

Tabelle 3: Eckdaten der Aldi-Erweiterungsplanung

Betrieb	VKF in m <sup>2</sup>		Umsatz in Mio. EUR/m <sup>2</sup> VKF		Umsatz in Mio. EUR	
	aktuell	Planung	aktuell	Planung	aktuell	Planung
Aldi Nord	850	1.266	6.650	7.300	5,6	9,2

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2020

Im Ergebnis ist davon auszugehen, dass die Umsatzleistung des erweiterten Aldi Lebensmitteldiscounters von rund 5,6 Mio. EUR auf etwa 9,2 Mio. EUR ansteigen wird; dies entspricht einem Wachstum von rund 40 %. Grundsätzlich gilt, dass der Standort in einem zentralen Versorgungsbereich – dies setzt hier eine erweiterte Abgrenzung voraus – die Führung eines größeren Nonfood-II-Sortiments ermöglicht. Aufgrund der zugewiesenen zentralörtlichen Funktionen im Einzelhandel, die für Vorhabenplanungen des primär periodischen Bedarfs eine Orientierung an der Kaufkraft der Standortgemeinde erfordert, wird jedoch als eine Prämisse des Worst-case-Szenarios ein möglichst hoher Anteil an nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche gesetzt.

Bezogen auf die Umsatzentwicklung im Bereich Food/Nonfood I wird daher ein Anstieg von rund 5,0 Mio. EUR auf etwa 8,3 Mio. EUR erwartet. Damit geht ein nahversorgungsrelevanter Umsatz von ca. 3,3 Mio. EUR in die Prüfung ein.

Vom Umsatz eines erweiterten Aldi Lebensmittel-discounters entfallen dann

- ca. 78 bis 80 % auf das Kernsortiment der Nahrungs- und Genussmittel (dies entspricht durchschnittlich ca. 7,3 Mio. EUR des künftigen Gesamtumsatzes bzw. durchschnittlich etwa 2,8 Mio. EUR des durch die Erweiterung erzielten zusätzlichen Umsatzes).



- Ca. 5 bis 10 % werden mit Drogeriewaren erzielt (ca. 0,6 Mio. EUR bzw. ca. 0,3 Mio. EUR).
- Ca. 3 bis 5 % entfallen auf Tiernahrung/ Zoobedarf (ca. 0,4 Mio. EUR bzw. 0,1 bis 0,2 Mio. EUR).

Für die Bewertung der wohnungsnahen Versorgungsfunktion hingegen ist der Gesamtumsatz entscheidend, insbesondere in Gegenüberstellung der im näheren Umfeld vorhandenen Kaufkraft.

### 2.3.2 Rossmann Erweiterungsplanung

Auch bei der Bewertung der Rossmann-Verlagerungsplanung steht im Fokus die Umsatzgröße, die durch die Realisierung der Erweiterung generiert wird. Auch hier ist der Umsatz auf der Bestandsfläche bereits im Einzelhandel der Stadt Wiesmoor und der Region etabliert.

Die durchschnittlichen Flächenleistungen von Rossmann werden ebenfalls im Retail Estate Report 2018/2019 der HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG und auf der Plattform [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) des EHI Retail Institute behandelt. Die erwartete Flächenleistung für Rossmann wird dabei mit rund 5.390 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beziffert.

Auch für den neuen Drogeriemarkt ist anzunehmen, dass ein zeitgemäßes und leistungsfähiges Konzept umgesetzt wird. Die betriebliche Leistungsfähigkeit wird daher mit ca. 10 % über dem Durchschnitt der übrigen Filialen des jeweiligen Betreibers angesetzt.

Die Umsatzerwartung wird daher bei etwa 4,7 Mio. EUR liegen. Der derzeitige Umsatz hingegen dürfte sich auf ca. 2,2 Mio. EUR belaufen.

Im Hinblick auf die Auswirkungen ist zudem zu berücksichtigen, dass nicht die gesamte zusätzliche Verkaufsfläche eines Drogeriemarkts durch Produkte aus Food und Nonfood I belegt wird. Überschlägig können – wiederum im Rahmen eines Worst-case-Ansatzes ca. 75 bis 80 % für diese nahversorgungsrelevanten Produkte veranschlagt werden. Damit liegt der erwartete Umsatz für Nahversorgungsangebote bei ca. 3,7 Mio. EUR und erhöht sich gegenüber dem Bestandsumsatz in diesen Sortimenten – dies sind ca. 1,7 Mio. EUR – um rund 2,0 Mio. EUR.

Bezüglich der Umsatzbedeutung des nahversorgungsrelevanten Sortiments kann näherungsweise eingeschätzt werden, dass durchschnittlich

- ca. 55 bis 60 % des Gesamtumsatzes mit dem Kernsortiment Drogeriewaren erzielt werden, dies entspricht einem Umsatz von ca. 2,8 Mio. EUR.
- Weitere ca. 15 bis 16 % des Umsatzes entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel, damit ca. 0,7 Mio. EUR,
- während der Umsatzanteil von Tiernahrung/ Zoobedarf mit ca. 5 % des Gesamtumsatzes, somit ca. 0,2 Mio. EUR, angesetzt werden kann.

Tabelle 4: Eckdaten der Rossmann-Erweiterungsplanung

Betrieb	VKF in m <sup>2</sup>		Umsatz in Mio. EUR/m <sup>2</sup> VKF		Umsatz in Mio. EUR	
	aktuell	Planung	Aktuell	Planung	aktuell	Planung
Rossmann	410	795	5.390	5.900	2,2	4,7

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2020

### 3 Standort und Einzugsgebiet

#### 3.1 Makrostandort Wiesmoor

##### 3.1.1 Lage, Einstufung und Verkehrsanbindung

Die Ende des Jahres 2018 rd. 13.140 Einwohner zählende Stadt Wiesmoor liegt zwischen Jadebusen und Dollart in dem größten zusammenhängenden waldlosen Hochmoorgebiet Ostfrieslands, dem Zentralmoor. Im Zuge der Moorkultivierung wurde Wiesmoor 1922 mit der Einrichtung des ersten Torfkraftwerks Deutschlands gegründet. Heute ist die Stadt Luftkurort und beherbergt touristische Attraktionen und Naherholungsangebote.

Administrativ ist die Stadt Wiesmoor der Region Weser-Ems zugeordnet und liegt im Südosten des Landkreises Aurich. In der Neuaufstellung des Regionalen Raumordnungsprogramms (RROP) 2018 des Landkreises Aurich ist die Stadt als Grundzentrum

mit mittelzentraler Teilfunktion aperiodischer Einzelhandel eingestuft. Die Lage der Stadt Wiesmoor im Raum sowie die zentralörtliche Gliederung können der Abbildung 4 entnommen werden. Es wird deutlich, dass die unmittelbaren Nachbargemeinden Großefehn, Friedeburg und Uplengen grundzentrale Versorgungsfunktionen übernehmen. Die nächstgelegenen Mittelzentren Aurich, Jever, Westerstede und Wittmund liegen in jeweils ca. 20 km Entfernung zur Stadt Wiesmoor. Das nächste Oberzentrum, die Stadt Wilhelmshaven, befindet sich in rd. 25 km Entfernung.

Neben der Wettbewerbssituation wird die Entwicklung des Wiesmoorer Einzelhandels u. a. durch die Verkehrsanbindung und die Siedlungsstruktur in der Region beeinflusst.

Abbildung 4: Lage der Stadt Wiesmoor im Raum und zentralörtliche Gliederung



Kartengrundlage: openstreetmap.org; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017



Die Einbindung in das überregionale Verkehrsnetz ist einer Stadt im ländlichen Raum angemessen. So beträgt die Entfernung zu den nächsten Autobahnanschlüssen der Autobahnen (A) 28, 29 oder 31 rd. 20 bis 30 Fahrminuten.

Die A 28 als Ost-West-Verbindungsachse und die A 29 als Nord-Süd-Verbindungsachse werden diagonal durch die Bundesstraße (B) 436 miteinander verknüpft. Diese verläuft vom Ortsteil Bagband der Gemeinde Großefehn bis zur Gemeinde Sande am Jadebusen. Dabei kreuzt die Bundesstraße direkt das Stadtzentrum der Stadt Wiesmoor. Eine ebenfalls das Stadtgebiet Wiesmoor querende Landesstraße erschließt wiederum das nördliche und südliche Umland mit der Stadt Wiesmoor. Diese beiden wichtigen Verkehrsachsen kreuzen sich im Wiesmoorer Stadtkern. Sie werden unterstützt durch Kreisstraßen.

Eine direkte Einbindung in das Verkehrsnetz der Deutschen Bahn ist innerhalb der Stadt Wiesmoor hingegen nicht gegeben. Der nächste Bahnhof befindet sich in der ca. 22 km entfernten Ortschaft Augustfehn der Gemeinde Apen. Die ÖPNV-Anbindung der Stadt Wiesmoor an das Umland wird vor allem durch drei Regionalbuslinien des Verkehrsverbunds Ems-Jade sichergestellt, die wochentags zwischen 6:00 Uhr morgens und 19:00 Uhr abends im Stundentakt betrieben werden. Zwischen der Wiesmoorer Stadtmitte und den Mittelzentren Aurich und Leer im Westen verkehren dabei zwei Buslinien, die mit Haltepunkten in der Gemeinde Großefehn sowie den westlichen Ortsteilen Wiesmoors für eine verhältnismäßig gute Anbindung sorgen. In östlicher Richtung besteht über die Nachbargemeinde Friedeburg zudem eine Buslinie entlang der B 436 mit direkter Verbindung zum Oberzentrum Wilhelmshaven sowie zum Mittelzentrum Wittmund mit Umstieg in Friedeburg. Davon abgesehen existieren einige weitere Linien zur Verbindung der Ortsteile Wiesmoors untereinander und mit dem Umland. Im Gegensatz zu den Regionalbuslinien orientieren sich diese jedoch primär an den Schulzeiten und verkehren dementsprechend in unregelmäßigen, längeren Takt-Zeiten von teilweise über zwei Stunden.

Es wird deutlich, dass vor allem die durch die Regionalbuslinien erschlossenen Ortsteile Wiesmoors eine im Vergleich gute ÖPNV-Anbindung mit verhältnismäßig dichter Taktung aufweisen. Das übrige Gemeindegebiet wird hingegen über Buslinien angebunden, die über für ländliche Räume typische längere Takt-Zeiten verfügen.

### 3.1.2 Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

Sowohl für die aktuelle Einzelhandelssituation als auch für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet Wiesmoor ist die Betrachtung der Bevölkerungsverteilung sowie der künftigen Bevölkerungsentwicklung von Bedeutung.

Die offizielle Einwohnerzahl der Stadt Wiesmoor betrug am 31. Dezember 2018 insgesamt ca. 13.141 Einwohner; das Einwohnermeldeamt der Stadt hat 757 Einwohner mehr erfasst. Rund 76 % der Einwohner lebten im Ortsteil Wiesmoor, dem Haupt-siedlungsbereich der Stadt. Die übrigen Einwohner verteilen sich auf kleinteilige Gemarkungen des ländlich geprägten Stadtgebiets und werden fünf Ortsteilen zugeordnet (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5: Einwohnerverteilung nach Ortsteilen

Stadtteil	Einwohner
Wiesmoor	9.996
Voßbarg	547
Zwischenbergen	310
Wiesederfehn	1.503
Marcadsmoor	785
<b>Gesamt</b>	<b>13.141</b>

Quelle: Gesamteinwohnerzahl LSN-Online, Einwohnerzahl zum 31.12.2018; relative Verteilung nach Einwohnermeldeamt Stadt Wiesmoor, 30.06.2018, eigene Darstellung

Im Zeitraum von 2007 bis 2017 ist für die Stadt Wiesmoor ein leichter Bevölkerungsrückgang von ca. 2 % zu konstatieren. Der relativ deutliche Bevölkerungsverlust zwischen den Jahren 2011 und 2012 ist dabei auf eine durch den Zensus 2011 bedingte geänderte Datengrundlage zurückzuführen. Betrachtet man die beiden Zeiträume getrennt, lässt sich sowohl von 2008 bis 2011 als auch von 2012 bis 2016 eine zunehmende Einwohnerentwicklung feststellen.

Tabelle 6: Einwohnerentwicklung in Wiesmoor

Jahr	Einwohner	
	Absolut	2008 = 100 %
2008	13.261	100,0
2009	13.299	100,3
2010	13.389	101,0
2011	13.335	100,6
2012	12.790	96,4
2013	12.887	97,2
2014	12.878	97,1
2015	13.005	98,1
2016	13.236	99,8
2017	13.743	103,6
2018	13.768	103,8

Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Wiesmoor 2019, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2020

Um Aussagen zu der künftigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Wiesmoor treffen zu können, kann grundsätzlich auf die Bevölkerungsprognosen des Landesamts für Statistik Niedersachsen und der Bertelsmann Stiftung zurückgegriffen werden. Beide prognostizieren auf der Grundlage der dem Landesamt vorliegenden Bevölkerungsdaten. Die Statistikstelle des Landes Niedersachsen geht dabei von einem Anstieg auf 13.407 Einwohnern im Jahr 2023 aus, bis 2028 wird ein Anstieg auf 13.673 Bürger erwartet. Dies entspricht einem Zuwachs von 4 %. Die Bertelsmann Stiftung ist in ihrer Prognose zurückhaltender und geht aus von einem Wachstum um ca. 2 %.

Neben einer Veränderung der Einwohnerzahl wird sich auch in der Stadt Wiesmoor der demografische Wandel widerspiegeln. Dabei ist davon auszugehen, dass sich der Bevölkerungsanteil von Kindern und Jugendlichen – der bundesweiten demografischen Entwicklung folgend – zukünftig verringern und der Anteil der älteren Menschen tendenziell ansteigen wird. Insgesamt lässt sich im Hinblick auf die Bevölkerungsprognose festhalten, dass für den Einzelhandelsstandort Wiesmoor durch die Bevölkerungsentwicklung kaum Impulse zu erwarten sind.

### 3.2 Kernstadt Wiesmoor und Planstandort

Der Standort der beiden Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben liegt in der Wiesmoorer Kernstadt und ist dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum zugeordnet. Das Hauptzentrum zieht sich entlang der Hauptstraße von der Höhe Mohnblumenweg im Südwesten (Hausnummer 228) bis zu den Standorten Sonderpostenmarkt Zimmermann/Combi (Hausnummer 131) im Nordosten.

Den Angebotsschwerpunkt des Hauptzentrums bildet der Standortbereich rund um das Kaufhaus Behrends am nordöstlichen Rand: Hier haben sukzessive Erweiterungen des Kaufhauses, einer angeschlossenen Mall und ebenfalls baulich angegliederten Gebäuden zusammen mit weiteren Bebauungen auf den angrenzenden Flächen eine Agglomeration entstehen lassen, die sich von der Bebauungs- und Nutzungsstruktur entlang der Hauptstraße insbesondere durch ihre größeren Dimensionierungen und SB-orientierte Angebotsformate unterscheidet. Nahezu alle Magnetbetriebe des Einzelhandelsstandorts Hauptzentrum, insbesondere des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, sind hier oder in der Nachbarschaft angesiedelt. Eine Ausnahme bildet lediglich das Blumencenter Wiesmoor im südwestlichen Teil des Hauptzentrums.

Von Vorteil ist, dass die Einzelhandelsbetriebe in diesem Standortbereich von den Verbundeffekten profitieren. Dagegen bestehen nur geringe Synergien für den kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in den übrigen Bereichen des Hauptzentrums, der zunehmend von Leerständen und Mindernutzungen geprägt wird. Auch der nördlich angrenzende Einzelhandelsstandort am Amaryllisweg, ehemals auch genutzt durch frequentierte Lebensmittel-SB-Betriebe, profitiert wegen fehlender Sichtbeziehungen nur wenig von der Leistungsfähigkeit des benachbarten Standortbereichs.

Die aktuellen und künftigen Standorte der beiden verlagerungswilligen Betriebe befinden sich hingegen bereits in dieser funktionierenden Agglomeration: Aldi belegt heute ein direkt an die Mall des Kaufhauses angeschlossenes Geschäftsgebäude, das jedoch über einen eigenen Eingang vom Parkplatz verfügt. Geplant ist die Verlagerung in ein neues Gebäude auf einem Areal, das aktuell noch nicht durch Einzelhandel belegt ist. Es liegt angrenzend



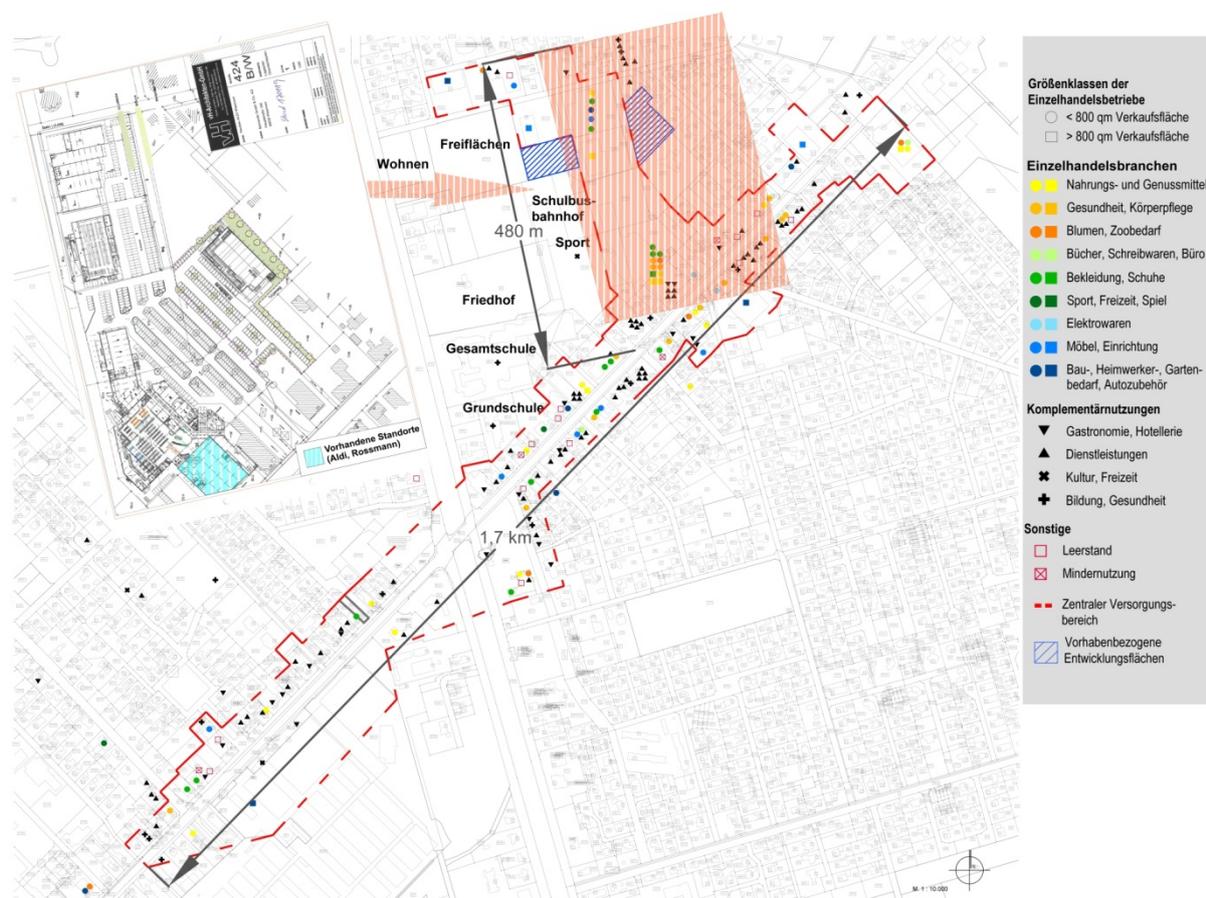
zum zentralen Versorgungsbereich und südlich einer Fläche, die im aktualisierten Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wiesmoor als „vorhabenbezogene Entwicklungsfläche“ für Einzelhandlungsergänzungen zur Diskussion gestellt wurde. Allerdings wurde sie bewusst nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen, da ihre Aktivierung und Integration in den zentralen Versorgungsbereich eine das Hauptzentrum fördernde und verträgliche Einzelhandlungsnutzung voraussetzt.

Das für die Aldi-Verlagerung vorgesehene Areal liegt auf der gegenüberliegenden Seite des Stellplatzes auf Höhe der heutigen Filiale, sodass sich Kunden gut orientieren können. Geplant ist, weitere Parkplätze in gleicher Anordnung östlich zu ergänzen

und das Marktgebäude am östlichen Rand des Areals zu platzieren. Die Pkw-Erschließung erfolgt über die Zufahrt zu den Stellplätzen, die dem Kaufhaus, der Mall und den weiteren Einzelhandelsbetrieben am Standort zugeordnet sind. Das Gebäude schließt damit an die Stichstraße Tulpenweg an, ohne diese Straße in die Planung einzubeziehen. Südöstlich, östlich und nordöstlich schließen sich Wohngebäude an. Bei der Brachfläche im Norden des Areals handelt es sich um die bereits thematisierte „vorhabenbezogene Entwicklungsfläche“, sodass dort vermutlich perspektivisch eine weitere Einzelhandlungsnutzung platziert werden könnte.

Diese Fläche ist im Entwurf des Bebauungsplans B 13 bislang nicht enthalten.

Abbildung 5: Standort des Planvorhabens



Quelle: Kartengrundlage: ALK Stadt Wiesmoor 2012, Planung Vh Architekten Wiesmoor, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2020

Die Altfläche von Aldi soll künftig durch den Rossmann-Drogeriemarkt belegt werden, der dafür den bestehenden Standort in der Mall des Kaufhauses Behrends aufgibt. Die dort vorgesehene Folgenutzung ist nicht bekannt, ihre Belegung wird im Rahmen der vorliegenden Wirkungsanalyse nicht behandelt. Erschließung und Zuordnung der Stellflächen zum neuen Rossmann-Standort basieren auf der vorhandenen Infrastruktur.

Westlich des Standortbereichs rund um das Kaufhaus Behrends schließen sich Schulen mit einem Freizeit- und Bewegungsareal, der Schulbusbahnhof und ein Friedhof an.

Aus betrieblicher und städtebaulicher Sicht sind folgende Bewertungen relevant:

- + Planstandort des Drogeriemarkts innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, Aldi-Planstandort direkt angrenzend
- + Etablierter Einzelhandelsstandort mit umfassenden Synergieeffekten für beide Verlagerungsvorhaben
- + Streuumsätze zu erwarten durch gute regionale Pkw-Erreichbarkeit und angemessene Außenwirkung zur gut frequentierten B 436
- + Nahegelegene ÖPNV-Haltestelle gegeben
- Zusätzliche Bebauung durch Aldi-Marktgebäude wird aufgrund zu erwartender funktionaler Architektur den Charakter eines Fachmarktstandorts weiter unterstützen – an Stelle einer städtebaulich angemessenen Gestaltung der Ortskernlage
- Weiterhin keine ansprechende Verkehrsführung auf dem gesamten Stellplatz sowie fehlende Wege und Querungsmöglichkeiten für Fußgänger
- Unter Umständen verstärkte Lärmbelästigung für die östliche Anwohnerschaft durch Pkw-Kundenverkehre und die Anlieferung des Aldi-Markts

Daten und Standorte der Verlagerungsplanungen lassen erkennen, dass nur das Erweiterungsvorhaben Aldi als großflächiges Erweiterungsvorhaben die Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in Niedersachsen zu beachten hat.

### 3.3 Einzugsgebiet und Nachfrage

Grundsätzlich gibt das Einzugsgebiet den Raum wieder, in dem Kunden das Planobjekt voraussichtlich regelmäßig aufsuchen werden. Die Abgrenzung des Einzugsgebiets des Planvorhabens basiert insbesondere auf folgenden Aspekten:

- Zeit-Distanz-Werte
- Attraktivität und Leistungsfähigkeit des Vorhabens
- Verkehrsinfrastrukturelle Situation
- Spezifische topografische, siedlungsstrukturelle und stadträumliche Gegebenheiten
- Derzeitige und zukünftige lokale und regionale Wettbewerbssituation

Grundsätzlich lässt dabei die Anbindungsintensität der Bewohner bei zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort nach.

Für den Einzelhandelsstandort Wiesmoor wurde im Rahmen der Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ein Einzugsbereich abgegrenzt, der neben dem eigenen Stadtgebiet auch ausgewählte Ortsteile der Nachbarkommunen Friedeburg, Großefehn und Uplengen umfasst. Diese Bewertung wurde im RROP für den Landkreis Aurich übernommen bei der Abgrenzung des Verflechtungsbereichs, der für die mittelzentrale Teilfunktion Einzelhandel mit aperiodischem Bedarf Gültigkeit hat. In diesem Verflechtungsbereich leben aktuell ca. 15.215 Einwohner. Faktisch decken die in diesem Verflechtungsbereich wohnhaften Einwohner auch Teile ihres periodischen Bedarfs mit Angeboten aus Wiesmoor ab. Die raumordnerisch relevanten Bewertungen hingegen beziehen sich nur auf das Stadtgebiet Wiesmoor als für den periodischen Bedarf relevanten Verflechtungsbereich.

Das Kaufhaus Behrends und die im Standortumfeld ansässigen Einzelhandelsbetriebe tragen dabei wesentlich zu dieser Ausstrahlungskraft und der damit verbundenen Versorgungsfunktion im aperiodischen Bedarf bei.

Allerdings handelt es sich bei den beiden Planvorhaben um Einzelhandelsbetriebe mit einem Kernsortiment im periodischen Bedarf, sodass das überörtliche Einzugsgebiet lediglich ergänzend betrachtet werden kann im Hinblick auf die Generie-



zung von Kunden. Allerdings fordert die Einhaltung der überörtlichen Vorgaben u. a. auch, bei der Realisierung großflächiger Einzelhandelsvorhaben mögliche Beeinträchtigungen an anderen integrierten Einzelhandelsstandorten in den Blick zu nehmen, sodass der Untersuchungsraum für die Prüfung der beiden Vorhaben nicht nur auf die dem Verflechtungsbereich zugeordneten Ortsteile, sondern die gesamten Stadt- bzw. Gemeindegebiete ausgerichtet wird.

Das Einzugsgebiet der beiden erweiterungswilligen Märkte wird jedoch mit dem Stadtgebiet gleichgesetzt. Hier lebten am 31.12.2018 ca. 13.768 Einwohner.

Die Kaufkraft ist wichtiger Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Kosten, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für eine Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.).

Nach eigenen Berechnungen und Veröffentlichungen der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, betrug die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2018 in Deutschland pro Kopf ca. 5.895 EUR. Bei Untertei-

lung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in Nahrungs- sowie Genussmittel einerseits und Nichtlebensmittel andererseits entfallen mit ca. 2.180 EUR ungefähr 37 % auf Lebensmittel und mit circa 3.715 EUR etwa 63 % auf Nonfood-Angebote.

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Wiesmoor beträgt nach Angaben der Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, im Jahr 2019 rund 93,5 und liegt damit unter dem bundesweiten Durchschnitt.

Für die nachfolgende Kaufkraftberechnung sind die Verbrauchsausgaben auf die projektrelevanten Sortimente abzustimmen. Folgende Sortimente und Pro-Kopf-Ausgaben werden hierzu angesetzt:

- Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.180 EUR
- Drogeriewaren ca. 245 EUR
- Tiernahrung/Zoobedarf ca. 52 EUR

Zu beachten ist, dass in beiden zu prüfenden Betriebstypen in der Regel neben den genannten nahversorgungsrelevanten Sortimenten („Food- und Nonfood-I-Sortimente“) auch ein Verkaufsflächenanteil durch Nonfood-II-Sortimente (inkl. Aktionswaren) belegt wird. Dazu zählen beispielsweise Schreib-, Haushalts-, Spielwaren, Bekleidung, Sportartikel oder Elektrowaren. Diese stehen jedoch nicht im Fokus der vorliegenden Analyse.

Tabelle 7: Untersuchungsrelevante warengruppenspezifische Kaufkraft

Zone Einzugsgebiet	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren	Tiernahrung/ Zoobedarf	Summe
Zone 1: Wiesmoor mit 13.768 EW	28,1	3,1	0,7	31,9
Zone 2: Verflechtungsbereich für mittelzentrale Teilfunktion aperiodischer Einzelhandel: 15.215 EW	-	-	-	-
<b>Summe untersuchungsrelevante Kaufkraft</b>	<b>28,1</b>	<b>3,1</b>	<b>0,7</b>	<b>31,9</b>

Quelle: Kaufkraftkennziffern von MB Research 2019, Einwohner der Stadt Wiesmoor am 31.12.2018; Berechnungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2020

Auf Grundlage der vorstehenden Daten lässt sich ein vorhaben- und nahversorgungsrelevantes Nachfragevolumen von rund 31,9 Mio. EUR ermitteln. Ca. 28,1 Mio. EUR sind der Warengruppe Nahrungs-

und Genussmittel zuzuordnen, rund 3,1 Mio. EUR den Drogeriewaren und etwa 0,7 Mio. EUR der Produktgruppe Tiernahrung/Zoobedarf.

### 3.4 Aktuelle und künftige Marktbedeutung

Durch die Gegenüberstellung von aktuellem Umsatz und Zielumsätzen lässt sich die Versorgungsaufgabe eines Markts einschätzen. Die Relation gibt zudem einen Hinweis darauf, welche Ausstrahlungskraft ein Standort faktisch entfaltet oder entfalten wird. Diese Betrachtung kann für die beiden vorhandenen Märkte erfolgen, sowie die perspektivischen Funktionen des erweiterten Lebensmitteldiscounters und des erweiterten Drogeriemarkts.

Stellt man die Kaufkraft im Stadtgebiet dem derzeitigen Umsatz des Aldi Lebensmitteldiscounters gegenüber, so werden mit dem nahversorgungsrelevanten Umsatz von ca. 4,1 Mio. EUR aktuell ca. 13 % der verfügbaren Kaufkraft von ca. 31,9 Mio. EUR für diese Sortimente abschöpft.

Künftig würde sich mit einem Zielumsatz von circa 9,2 Mio. EUR (in nahversorgungsrelevanten Sortimenten) die Relation auf rund 29 % erhöhen. Das bedeutet, dass der erweiterte Aldi Lebensmittel-discounter eine starke Marktposition erreichen kann.

Auch die Umsatzerwartungen des aktuellen und eines erweiterten Drogeriemarkts fügen sich mit dem Umsatzanteil für nahversorgungsrelevante Sortimente von ca. 1,7 und später 3,7 Mio. EUR in die vorhandene nahversorgungsrelevante Kaufkraft von ca. 31,9 Mio. EUR ein. Die Bindungsquote würde sich von ca. 5 bis 6 % auf ca. 11 bis 12 % erhöhen.

Auch eine Differenzierung der Betrachtung nach den einzelnen nahversorgungsrelevanten Sortimenten der beiden Vorhaben zeigt eine Vereinbarkeit mit der Vorgabe, den Umsatz aus der Kaufkraft im grundzentralen Versorgungsbereich generieren zu können:

- Der erwartete Umsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters im Kernsortiment der Nahrungs- und Genussmittel liegt bei 7,3 Mio. EUR und damit unter der im Einzugsgebiet verfügbaren sortimentsspezifischen Kaufkraft. Auch bei den nahversorgungsrelevanten Randsortimenten zeigt sich, dass die Kaufkraft unter der jeweiligen Umsatzerwartung liegt.
- Für den Drogeriemarkt liegt der angestrebte Umsatz im Kernsortiment der Drogeriewaren bei ca. 2,8 Mio. EUR. Damit wird er in diesem Segment eine hohe Marktbedeutung erzielen, bindet die verfügbare Kaufkraft jedoch nicht vollständig. Auch bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie im Randsortiment Tiernahrung/ Zoobedarf zielt der künftige Umsatz nur auf einen Teil der im Stadtgebiet vorhandenen Kaufkraft.

Geht man von der Realisierung beider Planungen aus, so liegt die gemeinsam verfolgte Umsatzgrößenordnung nur bei Nahrungs- und Genussmitteln unter der im Stadtgebiet verfügbaren Kaufkraft, während sie bei Drogeriewaren und Tiernahrung/ Zoobedarf das Niveau der Kaufkraft erreicht. Dies lässt Rückschlüsse auf eine intensive Wettbewerbsauseinandersetzung zu.



## 4 Wettbewerbssituation

### 4.1 Methodische Vorgehensweise

Die nachfolgende Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Wettbewerbssituation im Stadtgebiet sowie im Untersuchungsraum basiert auf einer von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Juli 2019 durchgeführten Erhebung. Die Zuordnungen der Wettbewerbsbetriebe zu den Standortkategorien folgen den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten oder eigenen Einschätzungen.

Als Wettbewerber für die zur Diskussion stehenden Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben sind dabei grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe einzuordnen, in denen vergleichbare Sortimente angeboten werden. Aufgrund der Flächengrößen, der Betriebstypen und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung ist davon auszugehen, dass sich die Wirkungen nicht gleichmäßig auf alle Wettbewerber verteilen, sondern dass die Anbieter des jeweils gleichen Betriebstyps von Wettbewerbswirkungen stärker betroffen sein werden. Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, sodass bei deren Analyse auf die strukturprägenden Anbieter von Lebensmitteln und Drogeriewaren abzustellen ist. Dies sind Lebensmittel-SB-Betriebe, unterschieden nach Lebensmittelvollsortimentern (dazu gehören: Supermärkte, große Supermärkte u. a.) und Lebensmitteldiscountern, sowie Drogeriemärkte. Ergänzende kleinteilige Lebensmittelanbieter (z. B. Bäckereien, Metzgereien) und größere Einzelhandelsformate mit spezialisiertem Angebot (z. B. Getränkemärkte) werden nur nachgeordnet von Wettbewerbseffekten betroffen sein, städtebauliche Wirkungen sind hier ausgeschlossen.

Auch Einzelhandelsbetriebe, die primär Sortimentsüberschneidungen mit den Nonfood-Sortimenten der geprüften Betriebe aufweisen, wurden im Rahmen der Wettbewerbsbetrachtung nicht berücksichtigt. Auf einzelne Wettbewerbsbetriebe bezogen verursachen die beiden zu prüfenden Erweiterungen voraussichtlich lediglich Effekte unterhalb einer messbaren und quantitativ darstellbaren Größe.

Alle projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe wurden auf Basis branchen- und marktüblicher Flächenproduktivitäten sowie unter Berücksichtigung der jeweiligen objektspezifischen Rahmenbedingungen (u. a. Lage und Sichtbarkeit des Standorts, Sortimentsstruktur/-tiefe, Innen- und Außengestaltung, Parkplatzsituation, Kundenfrequenzen) bewertet.

Zudem wurde im Hinblick auf einen „Worst-case-Ansatz“ ausgeschlossen, dass eine Überschätzung der betrieblichen Leistungsfähigkeit der Wettbewerbsbetriebe erfolgt.

Der Untersuchungsraum geht wie beschrieben über das zuvor definierte Einzugsgebiet hinaus und richtet sich auf die gesamten Stadt- bzw. Gemeindegebiete, bei denen ausgewählte Ortsteile dem mittelfernen Verflechtungsbereich aperiodischer Bedarf des Einzelhandelsstandorts Wiesmoor zugeordnet wurden. Während bei der Darstellung des Einzugsgebiets die Wohnstandorte der Kunden im Fokus der Betrachtung stehen, beschreibt das Untersuchungsgebiet den Raum, innerhalb dessen sich der gesamte oder überwiegende Teil der durch die geprüften Vorhaben induzierten Wettbewerbseffekte niederschlagen wird.

Für das Angebot von Drogeriemärkten ist von Bedeutung, dass dieser Betriebstyp im Untersuchungsraum nur an zwei anderen Standorten vertreten ist. Daraus lässt sich ableiten, dass auch Lebensmittel-SB-Betriebe in der Betrachtung der Umverteilungswirkungen zu berücksichtigen sind.

### 4.2 Wettbewerbssituation

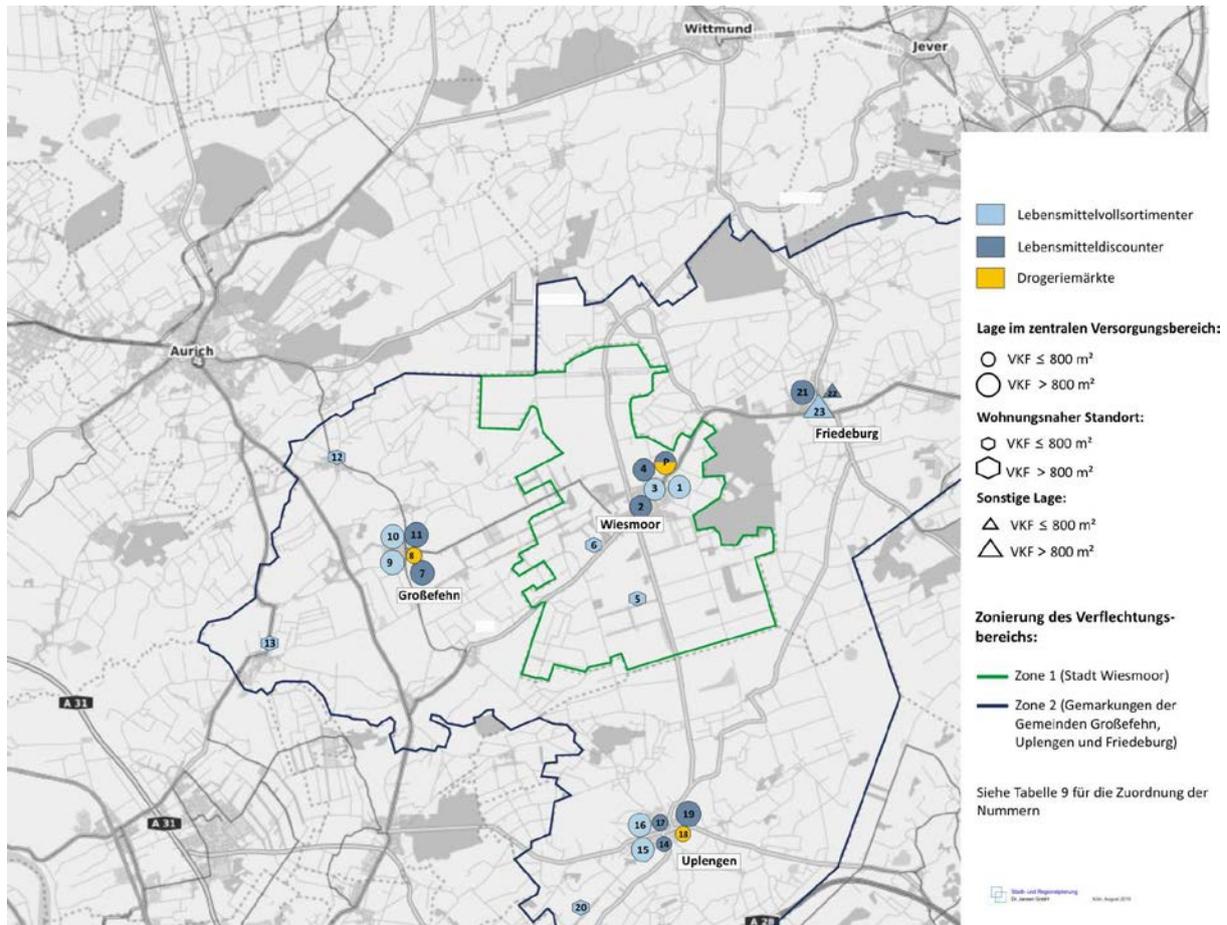
#### 4.2.1 Stadt Wiesmoor

Im Stadtgebiet **Wiesmoor** befinden sich vier weitere größere Lebensmittel-SB-Betriebe, die ebenfalls dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wiesmoor zuzuordnen sind. Dabei befinden sich der Lidl Lebensmitteldiscounter und der Edeka Supermarkt in der unmittelbaren Nachbarschaft und in Sichtbeziehung zu den beiden Planstandorten. Der Supermarkt Combi liegt ebenfalls nur ca. 400 bis 500 m entfernt in östlicher Richtung, der konkurrierende Lebensmitteldiscounter Netto ca. 300 bis 400

m südwestlich. Damit ist eine starke räumliche Bündelung des Angebots an Lebensmittel-SB-Betrieben im Stadtkern gegeben.

Wohnungsnaher Versorgungsstandorte kleinerer Supermärkte ergänzen die Versorgung. Die Standorte befinden sich in den Wiesmoorer Ortsteilen Hinrichsfehn und Voßbarg.

Abbildung 6: Wettbewerbssituation



Quelle: Recherche und Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2019/20

#### 4.2.2 Untersuchungsraum

Die Standorte aller Lebensmittel-SB-Betriebe und ergänzenden Nahversorgungsanbieter in den zum Untersuchungsraum zählenden Umlandkommunen sind in die Siedlungsstrukturen integriert. Die größeren Märkte sind in den Ortskernen größerer Siedlungsbereiche ansässig und übernehmen dort Magnetfunktionen. Die meisten der kleineren Märkte befinden sich an einer ausreichend frequentierten Verkehrsachse, sodass gerade bei einem dünn besiedelten fußläufigen Einzugsbereich die Möglichkeit besteht, die Tragfähigkeit des Markts durch Streuumsätze zu sichern.

Wie in Wiesmoor sind auch die zentralen Versorgungsbereiche und Standorte der Lebensmittel-SB-Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen der Nachbarkommunen verkehrsgünstig gelegen und weisen ein ausreichendes Stellplatzangebot auf, sodass diese sich andernorts oft unterscheidenden Standortkriterien nicht in die Darstellung der städtebaulichen Rahmenbedingungen (vgl. Tabelle 9) aufgenommen wurden.

Der zentrale Versorgungsbereich der **Gemeinde Großefehn** hat sich dabei im Ortsteil **Ostgroßefehn** gebildet. Um die Kreuzung von Kanalstraße und Postweg sind vier Lebensmittel-SB-Betriebe verteilt:



- Ein Combi Supermarkt, ein Textildiscounter und weitere kleinere Betriebe belegen im Südwesten einen älteren Standortbereich um den Marktplatz, während
- ein Lidl Lebensmitteldiscounter und der Drogeriemarkt Rossmann im Südosten angesiedelt sind und
- ein Edeka Supermarkt und der Aldi Lebensmitteldiscounter im Nordwesten ebenfalls an einem neueren Standort starke Verbundwirkungen entfalten.

Allen Standortlagen sind eigene Zufahrten und großzügige Parkplätze zugeordnet. Dies verlängert teilweise die Wegebeziehungen zwischen den Märkten und beeinträchtigt die fußläufige Erlebbarkeit. Im Hinblick auf die Wettbewerbssituation der Erweiterungsplanungen in der Stadt Wiesmoor ist von Bedeutung, dass die Filialen von Aldi und Rossmann zeitgemäß gestaltet sind und attraktive Standortbedingungen aufweisen.

Mit der Ansiedlung eines Drogeriemarkts und der Erweiterung der Lebensmittel-SB-Betriebe in marktconforme Größenordnungen wurden die Stabilisierungsmaßnahmen umgesetzt, die im Jahr 2012 im Rahmen des „Einzelhandelsentwicklungskonzepts der Gemeinde Großefehn – Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung bis 2020“, erstellt durch das Büro Dr. Lademann Partner, Hamburg, vorgeschlagen worden waren.

Auch die Wettbewerbsstandorte im zentralen Versorgungsbereich der **Gemeinde Uplengen**, die sich im Ortsteil **Remels** ebenfalls in verkehrsgünstiger Lage konzentrieren, weisen eine starke Pkw-Orientierung auf. Eine Zweiteilung ergibt sich durch die Einmündung der Raiffeisenstraße in die den Siedlungsbereich in Ost-West-Richtung querende Ostertorstraße auf Höhe der den Ortskern prägenden St.-Martin-Kirche mit den umgebenden kirchlichen Einrichtungen.

Östlich dieser Einmündung befinden sich mit einem Rossmann Drogeriemarkt und einem Lidl Lebensmitteldiscounter zwei wichtige Wettbewerbsstandorte der Verlagerungsplanungen in Wiesmoor. Ihre Leistungsfähigkeit ist jedoch nachgeordnet, da der westliche Standortbereich mit jeweils zwei Supermärkten (Combi, NEZ) und Lebensmitteldiscontnern

(Aldi, Netto) sowie einem stärkeren Nonfood-Besatz (u. a. Bolte Bauen Wohnen Garten, Mode de Buhr, Kaufhaus Lüschen) die stärkere Attraktivität entfaltet.

Mit ca. 700 m Ausdehnung ist dieser Versorgungsbereich entlang der Ostertorstraße grundsätzlich fußläufig erlebbar, allerdings schränkt auch hier die starke Orientierung der Wegegestaltung auf Pkw die Verweilqualität ein. Standorte und betrieblicher Marktauftritt von Aldi und Rossmann sind insofern in Remels schwächer einzustufen als in Großefehn.

Dies wurde auch durch das Beratungsbüro CIMA im Juni 2016 so bewertet und zum Anlass genommen, im Rahmen einer „Gutachterlichen Stellungnahme: Modernisierung des Lebensmitteleinzelhandels in der Gemeinde Uplengen, OT Remels“ umfassende Erweiterungsmöglichkeiten für die bestehenden Lebensmittel-SB-Betriebe zu empfehlen. Diese Erweiterung wurde durch den Lidl Lebensmitteldiscounter bereits realisiert, der Lebensmitteldiscounter Netto und die beiden Supermärkte Combi und NEZ (geplant: künftig Edeka) hingegen haben die aufgezeigten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume noch nicht genutzt. Nicht bekannt ist, warum Aldi als dann einziger nicht modernisierter und erweiterter Lebensmittel-SB-Betrieb keine Veränderungsabsichten verfolgt.

Während jedoch beide Einzelhandelsstandorte in den jeweiligen Ortskernen unter Berücksichtigung ergänzender kleinteiliger Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe umfassende Verbundwirkungen ermöglichen, sind die Synergieeffekte für die Wettbewerbsbetriebe im **Friedeburger Ortskern** schwach ausgeprägt. Dies ergibt sich zum einen aus dem geringeren Besatz, zum anderen aus der Standortsituation. So befinden sich der Aldi Lebensmitteldiscounter und ein Combi Supermarkt zwar im Standortverbund, jedoch am nördlichen Siedlungsrand. Fußläufige Verbindungen zur 500 m südlich gelegenen Netto-Filiale ergeben sich trotzdem nicht, weil Wohngebäude das gewerbliche Nutzungsband unterbrechen.

In den Flächengemeinden Großefehn und Uplengen sind darüber hinaus kleinere Lebensmittelmärkte in den Ortsteilen ansässig und übernehmen dort Nahversorgungsfunktionen. Sie firmieren entweder mit

„nah und gut“ oder „Edeka“ und sind somit der Edeka-Gruppe angeschlossen. In Großefehn sind es derzeit nur noch größere Märkte (ca. 600 bis 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) in den Ortsteilen Holtrop und Timmel, die die Versorgung sichern, während zwei kleinere Märkte in den Ortsteilen Strackholt und Mittegroschfehnh im letzten Sommer schließen mussten. In der Gemeinde Uplengen befindet sich nur ein Nahversorgungsbetrieb mit ca. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Ortsteil Hollen.

### 4.3 Wettbewerbsdaten

Bei den Lebensmittel-SB-Betrieben sind es 21 Einzelhandelsbetriebe, die in direktem Wettbewerb zur Verlagerungs- und Erweiterungsplanung von Aldi stehen. Es handelt sich dabei um neun Lebensmittel-discounter, davon drei Aldi-Filialen an Standorten in den drei Umlandkommen. Die Dimensionierung der Filialen in Friedeburg und Remels liegt dabei deutlich unter der in Ostgroßfehnh bereits realisierten und der in Wiesmoor geplanten Verkaufsflächengröße, sodass diese beiden Standorte tendenziell stärker von Wettbewerbseffekten betroffen sein werden. Daneben werden 12 Vollsor-

timer durch die Realisierung der Erweiterungsplanung unter verstärkten Wettbewerbsdruck gesetzt, davon jeweils sieben in zentralen Versorgungsbereichen und an wohnungsnahen Standorten.

Die Leistungsfähigkeit, die im Rahmen des Worst-case-Berechnungsansatzes für alle Betriebe und Standorte tendenziell schwächer eingestuft wurde, ergibt im nahversorgungsrelevanten Sortiment einen Umsatz von insgesamt ca. 87,3 Mio. EUR, davon werden ca. 25,5 Mio. EUR im Stadtgebiet Wiesmoor erzielt.

Die Verlagerungs- und Erweiterungsplanung von Rossmann am Standort Wiesmoor steht primär im Wettbewerb mit zwei Standorten im Untersuchungsraum, dies sind die Standorte in Remels und Ostgroßfehnh. Insgesamt werden ca. 1.450 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche an den beiden Standorten vorgehalten, der Gesamtumsatz dürfte sich auf ca. 7,4 Mio. EUR belaufen, davon werden rund 5,7 Mio. EUR (ca. 75 bis 80 %, angesetzt wird der Mittelwert) im nahversorgungsrelevanten Sortiment erzielt.

Tabelle 8: Wettbewerbssituation bei Lebensmittel-SB-Betrieben im Überblick

Lage	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. EUR	Umsatz Food und Nonfood I in Mio. EUR
<b>Im Stadtgebiet Wiesmoor</b>	<b>6</b>	<b>7.150</b>	<b>29,3</b>	<b>25,5</b>
Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs	4	6.760	28,3	24,5
Wohnungsnah Standorte	2	390	1,0	1,0
<b>Innerhalb des Untersuchungsraums</b>	<b>15</b>	<b>16.685</b>	<b>68,4</b>	<b>60,3</b>
Innerhalb zentraler Versorgungsbereiche	12	14.890	63,6	55,8
An wohnungsnahen/siedlungsintegrierten Standorten	3	1.795	4,8	4,5
<b>Summe</b>	<b>21</b>	<b>23.835</b>	<b>97,7</b>	<b>85,8</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2020



Tabelle 9: Hauptwettbewerber bei Lebensmittel- und Drogeriemärkten

Foto des Betriebs	Name, Adresse und städtebauliche Einordnung <sup>1</sup>	Marktauftritt und betriebliche Rahmenbedingungen
	<p>1 Combi (Lebensmittelvollsortimenter) Hauptstraße 131, Wiesmoor Mitte ca. 2.450 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte durch Lage im ZVB, jedoch siedlungsstrukturelle Randlage</li> <li>▪ Gute Einsehbarkeit und Parkmöglichkeit</li> <li>▪ Ausrichtung auf Pkw-Kunden</li> </ul>
	<p>2 Netto (Lebensmitteldiscounter) Hauptstraße 154 – 156 Wiesmoor Mitte ca. 810 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Intersport und durch Lage im ZVB</li> <li>▪ Benachteiligt im Vergleich mit Agglomeration rund um Kaufhaus Behrends</li> <li>▪ Gute Einsehbarkeit von der Hauptstraße</li> </ul>
	<p>3 Edeka (Lebensmittelvollsortimenter) Hauptstraße 138, Wiesmoor Mitte ca. 2.400 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte durch Einbindung in Kaufhaus Behrends und angeschlossene Einzelhandelsagglomeration, u. a. Aldi, Lidl, Netto, Kik, Ernsting's Family, Deichmann, Dänisches Bettenlager</li> <li>▪ Separater Eingang zu Mall und Kaufhaus Behrends</li> </ul>
	<p>4 Lidl (Lebensmitteldiscounter) Amaryllisweg 7, Wiesmoor Mitte ca. 1.100 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Direkte Nachbarschaft zu Deichmann und Edeka Getränkemarkt, zudem Verbundeffekte durch Einbindung in Kaufhaus Behrends und angeschlossene Einzelhandelsagglomeration, u. a. Edeka, Aldi, Netto, Kik, Ernsting's Family, Dänisches Bettenlager</li> <li>▪ Separater Eingang vom Parkplatz aus</li> <li>▪ Von Hauptstraße nicht einsehbar</li> </ul>
	<p>5 Supermarkt Smit, Spar (Dorfladen) Fliederstraße 2, Wiesmoor Hinrichsfehn ca. 230 m<sup>2</sup> VKF wohnungsnahe Standort</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine Verbundeffekte</li> <li>▪ Nahversorgungsfunktion</li> <li>▪ Standort mit geringer Außenwirkung</li> </ul>

Foto des Betriebs	Name, Adresse und städtebauliche Einordnung <sup>1</sup>	Marktauftritt und betriebliche Rahmenbedingungen
	<p>6 Nah und Gut (Lebensmittelvollsortimenter) Hauptstraße 308, Wiesmoor Voßbarg ca. 160 m<sup>2</sup> VKF wohnungsnaher Standort</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bäckerei mit ergänzendem Lebensmittelangebot</li> <li>▪ Nahversorgungsfunktion</li> <li>▪ Mitnahmeeffekte durch verkehrsgünstige Lage an stark befahrener Hauptstraße</li> <li>▪ Nachgeordnete Verbundeffekte mit benachbartem Möbelhaus</li> </ul>
	<p>7 Lidl (Lebensmitteldiscounter) Postweg 28, Ostgroßefehn ca. 1.050 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Rossmann und NKD</li> </ul>
	<p>8 Rossmann (Drogeriemarkt) Postweg 30, Ostgroßefehn ca. 720 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Lidl und NKD</li> </ul>
	<p>9 Combi (Lebensmittelvollsortimenter) Kanalstraße Süd 58-60, Ostgroßefehn ca. 2.025 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begrenzte Verbundeffekte durch benachbarten Kik</li> </ul>
	<p>10 Edeka (Lebensmittelvollsortimenter) Müllers Kamp 4 – 6, Ostgroßefehn ca. 1.710 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Aldi</li> <li>▪ Jüngerer und leistungsfähiger Markt</li> </ul>



Foto des Betriebs	Name, Adresse und städtebauliche Einordnung <sup>1</sup>	Marktauftritt und betriebliche Rahmenbedingungen
	11 Aldi (Lebensmitteldiscounter) Müllers Kamp 21 – 23, Ostgroßefehn ca. 1.000 m <sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Edeka</li><li>▪ Jüngerer und leistungsfähiger Markt</li></ul>
	12 Edeka Lienemann (Lebensmittelvollsortimenter) Am Denkmal 1, Großefehn Holtrop ca. 680 m <sup>2</sup> VKF wohnungsnaher Standort	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Keine Verbundeffekte, jedoch Nähe zu Sparkasse</li></ul>
	13 Nah und Gut (Lebensmittelvollsortimenter) Ankerweg 2, Großefehn Timmel ca. 650 m <sup>2</sup> VKF wohnungsnaher Standort	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Primär gastronomisch geprägtes Umfeld</li><li>▪ Ergänzende Umstände durch Touristen</li></ul>
	14 Netto (Lebensmitteldiscounter) Ostertorstraße 66, Uplengen Remels ca. 750 m <sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Combi und Einzelhandelsagglomeration an der Ostertorstraße, u. a. Kik, Takko, Aldi, NEZ</li><li>▪ Gemeinsam genutzte Stellplätze</li></ul>
	15 Combi (Lebensmittelvollsortimenter) Ostertorstraße 62, Uplengen Remels ca. 1.550 m <sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Netto und Einzelhandelsagglomeration an der Ostertorstraße, u. a. Kik, Takko, Aldi, NEZ</li><li>▪ Gemeinsam genutzte Stellplätze</li><li>▪ Gut erreichbar und einsehbar</li></ul>

Foto des Betriebs	Name, Adresse und städtebauliche Einordnung <sup>1</sup>	Marktauftritt und betriebliche Rahmenbedingungen
	<p>16 NEZ (Lebensmittelvollsortimenter) Ostertorstraße 52, Uplengen Remels ca. 1.300 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Aldi und Einzelhandelsagglomeration an der Ostertorstraße, u. a. Kik, Takko, Netto, Combi</li> <li>▪ Gemeinsam genutzte Stellplätze</li> </ul>
	<p>17 Aldi (Lebensmitteldiscounter) Ostertorstraße 60, Uplengen Remels ca. 735 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem NEZ und Einzelhandelsagglomeration an der Ostertorstraße, u. a. Kik, Takko, Netto, Combi</li> <li>▪ Gemeinsam genutzte Stellplätze</li> <li>▪ Eingeschränkte Einsehbarkeit durch zurückgesetzte Lage</li> </ul>
	<p>18 Rossmann (Drogeriemarkt) Ostertorstraße 71 – 75, Uplengen Remels ca. 730 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Lidl und durch Lage im ZVB, jedoch räumlich abgegrenzt von Agglomeration/Randlage</li> <li>▪ Einziger Drogeriemarkt in Umgebung</li> </ul>
	<p>19 Lidl (Lebensmitteldiscounter) Ostertorstraße 75, Uplengen Remels ca. 1.430 m<sup>2</sup> VKF Lage im zentralen Versorgungsbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbundeffekte mit benachbartem Rossmann als einzigem Drogeriemarkt am Standort und durch Lage im ZVB, jedoch räumlich abgegrenzt von Agglomeration/Randlage</li> <li>▪ Gute Einsehbarkeit und Parkmöglichkeit</li> </ul>
	<p>20 Nah und Gut (Lebensmittelvollsortimenter) Hollender Landstraße 27, Uplengen Hollen ca. 465 m<sup>2</sup> VKF wohnungsnaher Standort</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine Verbundeffekte, jedoch Nähe zu Bank und Gasthof</li> <li>▪ Ausreichende Parkmöglichkeiten</li> </ul>



Foto des Betriebs	Name, Adresse und städtebauliche Einordnung <sup>1</sup>	Marktauftritt und betriebliche Rahmenbedingungen
	21 Netto (Lebensmitteldiscounter) Friedeburger Hauptstraße 81, Friedeburg ca. 980 m <sup>2</sup> VKF Lage im Ortskern	▪ Verbundeffekte innerhalb des Ortskerns mit kleineren Einzelhandelsbetrieben, z. B. NKD, Gastronomie und Dienstleistungen
	22 Aldi (Lebensmitteldiscounter) Friedeburger Hauptstraße 119, Friedeburg ca. 800 m <sup>2</sup> VKF Ortskern Randlage	▪ Verbundeffekte mit benachbartem Combi ▪ Primär Pkw-Kunden orientiert
	23 Combi (Lebensmittelvollsortimenter) Friedeburger Hauptstraße 123, Friedeburg ca. 1.560 m <sup>2</sup> VKF Ortskern Randlage	▪ Verbundeffekte mit benachbartem Aldi ▪ Primär Pkw-Kunden orientiert

1) Anm.: VKF = Verkaufsfläche, ZVB = Zentraler Versorgungsbereich (Einstufung nach Einzelhandelskonzept oder Bestandssituation, vgl. Text)

Quelle: Recherche und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2019/20

## 5 Handelswirtschaftliche und städtebauliche Effekte

### 5.1 Annahmen und Berechnungsansatz

Im Folgenden werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umsatzumverteilungseffekte) der Einzelhandelsentwicklungen dargestellt. Als Eingangsgröße dient jeweils der voraussichtlich zusätzlich (gegenüber der Bestandssituation) generierte Umsatz. Dabei konzentriert sich die Bewertung auf die Umsätze im nahversorgungsrelevanten Kernsortiment Food und Nonfood I. Alle weiteren Umsätze von Planvorhaben und Wettbewerbsbetrieben werden in den Berechnungen und Darstellungen ausgeblendet. Die Verteilung der verbleibenden Umsätze auf unterschiedliche Sortimente ergibt Umsatzgrößenordnungen, deren Wirkungen nicht belastbar festgestellt werden können.

Bei den Umsatzumverteilungsrechnungen für diese Kernsortimente werden folgende Kriterien für die Zuordnung von Auswirkungen berücksichtigt:

- Dimensionierung sowie Warenausrichtung des Wettbewerbsbetriebs
- Käuferpräferenzen
- Relevante lokale Einzelhandelsstrukturen sowie sonstige Rahmenbedingungen an den Wettbewerbsstandorten
- Distanzen zwischen den Einkaufslagen bzw. Wettbewerbern und dem Planstandort

Des Weiteren werden den Berechnungen folgende Annahmen zugrunde gelegt:

- Im Rahmen der Wirkungsanalyse wird davon ausgegangen, dass die Wettbewerber, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit den potenziellen Ansiedlungsbetrieben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden. Die größten Überschneidungen liegen zunächst bei Einzelhandelsbetrieben des gleichen Unternehmens vor, im Weiteren bei denen des gleichen Betriebstyps. Für die Aldi-Erweiterung sind demnach nahe gelegene Aldi-Standorte, ansonsten andere Lebensmittel-discounter- und Supermarkt-Standorte relevant. Gleiches gilt für die vermutlich höhere Betroffenheit der nächstgelegenen Rossmann-

Standorte. Allerdings ist aufgrund der Ausstattung mit Drogeriemärkten auch davon auszugehen, dass Lebensmittel-SB-Betriebe im Stadtgebiet und im Untersuchungsraum Umsatzumverteilungen erfahren werden, wie auch weitere entfernte Drogeriemärkte in den nächstgelegenen Mittelzentren.

- Allerdings ist grundsätzlich zu erwarten, dass mögliche wettbewerbliche Auswirkungen mit zunehmender Entfernung zum Planstandort abnehmen werden.

In einem weiteren Schritt der Begutachtung werden unter Würdigung der städtebaulichen Struktur und Vorprägung der von Umsatzumverteilungseffekten betroffenen integrierten Versorgungsstandorte Schlussfolgerungen hinsichtlich möglicher negativer versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen gezogen.

Entscheidend für die städtebauliche Bewertung der zur Diskussion stehenden Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen ist die Frage, ob durch die aufgezeigten handelswirtschaftlichen Umsatzeffekte die Funktionalität zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

Oftmals wird dabei die kritische Schwelle einer 10-%-igen Umsatzumverteilung angenommen, ab der nicht unwesentliche, durch das Vorhaben induzierte Auswirkungen zu erwarten sind. In der Rechtsprechung wird jedoch darauf verwiesen, dass für die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben stets auch die spezifischen Gegebenheiten eines zentralen Versorgungsbereichs und die wirtschaftliche Stabilität der Anbieter zu berücksichtigen sind (vgl. *OVG Münster 10 D 148/04.NE vom 28. Dezember 2005 („Centro-Urteil“)*).

In der Folge ist davon auszugehen, dass auch bei Nicht-Erreichen einer Umsatzumverteilung von 10 % je nach Ausgangssituation negative städtebauliche Auswirkungen induziert werden können, gleichzeitig aber Umsatzumverteilungen >10 % nicht zwangsläufig zu diesen mehr als unwesentlichen Auswirkungen führen müssen. Dementspre-



chend wird auch die Spannweite möglicher Schwellenwerte in der Rechtsprechung zwischen 10 % und 30 % diskutiert.

## 5.2 Wirkungen der Aldi-Erweiterung

Es ist davon auszugehen, dass die Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters in erster Linie bei den Lebensmittel-SB-Betrieben im direkten Standortumfeld, bei weiteren Aldi-Standorten in der Umgebung und an anderen Discounterstandorten in der Umgebung wirksam wird. Supermärkte außerhalb des direkten Standortumfelds werden in deutlich geringerem Umfang betroffen, und wenn, nur in den zentralen Versorgungsbereichen. Deutlich nachgeordnet sind die Umverteilungseffekte in den weiteren Lagekategorien und bei den Nicht-Lebensmittelbetrieben im Untersuchungsgebiet.

Im zentralen Versorgungsbereich in der Stadt Wiesmoor ist insbesondere der gegenüberliegende Standort des Wettbewerbers Lidl von der Neupositionierung der Aldi-Filiale betroffen. Dieser Markt konnte sich in den letzten Jahren in eigenem Gebäude und zeitgemäßer Dimensionierung gegenüber der in die Jahre gekommenen Aldi-Filiale positionieren. Umsatzrückgänge dürfte auch der Wettbewerber Netto erfahren, dessen Standort zwar im zentralen Versorgungsbereich, jedoch außerhalb des Behrends-Areals liegt. Nach der Aldi-Erweiterung wird seine im Vergleich mit beiden Systemwettbewerbern geringere Flächenausstattung deutlicher auffallen. Nachgeordnete Effekte richten sich auf die Supermärkte Edeka und Combi im Zentralen Versorgungsbereich Wiesmoor. Die Umsatzverlagerungen erreichen für die Lebensmittel-SB-Betriebe im zentralen Versorgungsbereich in Wiesmoor eine Größenordnung von durchschnittlich 6 bis 7 %.

Auch wenn sich der Rückgang beim nächsten Wettbewerber Lidl auf dem Niveau von ca. 10 % bewegen dürfte, ist die Leistungsfähigkeit dieses Markts als hoch zu bewerten, sodass eine Betriebsaufgabe nicht erwartet wird. Alle anderen Lebensmittel-SB-Betriebe werden von geringeren Effekten betroffen. Selbst wenn ein schwacher Wettbewerber (z. B. Netto) den Betrieb aufgeben würde, kann die Versorgungsfunktion in den untersuchungsrelevanten Sortimenten weiterhin wahrgenommen werden, da andere Anbieter vergleichbare Sortimente und Produkte führen.

Auch der Standort könnte wiederbelegt werden, da größere Ladeneinheiten am Standort Wiesmoor nachgefragt werden.

Die beiden wohnungsnahen Standorte der kleineren Lebensmittelmärkte werden die Wettbewerbsveränderung hingegen nicht spüren.

Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung in Folge der Aldi-Erweiterung im Wiesmoorer Stadtgebiet kann daher ausgeschlossen werden.

Gleiches gilt für den Untersuchungsraum: Auch hier werden nicht die wohnungsnahen Standorte der kleineren Lebensmittelmärkte im Zentrum der zunehmenden Wettbewerbsauseinandersetzung stehen, sondern die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen. Dies gilt insbesondere für drei bestehenden Aldi-Filialen. Die Standorte in Friedeburg und Remels dürften dabei stärkere Umsatzrückgänge erfahren als der zeitgemäß aufgestellte Markt in Ostgroßefehn. Gleichmaßen lässt wiederum der (kleinere) Netto-Standort in Remels eine stärkere Wettbewerbsanfälligkeit erkennen als die ausreichend dimensionierten Lidl-Filialen in Ostgroßefehn und Remels und der fast vergleichbar große Netto-Markt in Friedeburg. Weiterhin betroffen, jedoch in geringerem Umfang als die Systemwettbewerber, werden die Supermärkte in den zentralen Versorgungsbereichen der drei Nachbarkommunen. Die Umverteilungsquote beträgt im Durchschnitt 3 % und wird auch bei den konkurrierenden Lebensmitteldiscountern die Quote von 5 bis 6 % des derzeitigen Umsatzes nicht überschreiten. Damit lassen sich Betriebsaufgaben und damit verbundene mögliche städtebauliche Wirkungen auch in den Umlandkommunen ausschließen.

Einflüsse auf die Umsetzungen von Planungen für Lebensmittel-SB-Betriebe sind durch die Realisierung des Erweiterungsvorhabens nicht zu erwarten:

- Die Vorhaben im zentralen Versorgungsbereich in Ostgroßefehn wurden bereits realisiert und konnten die Zukunftsfähigkeit der Märkte sichern.
- Zur Umsetzung der Planungen im Ortskern Remels liegen keine aktuellen Informationen vor, sodass unklar ist, ob die Gemeinde die In-

halte der Empfehlungen als Planungsziele verfolgt.

- Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben des untersuchungsrelevanten Einzelhandels in der Gemeinde Friedeburg sind nicht bekannt.
- Die Ergebnisse zeigen auf, dass die Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters in der Stadt Wiesmoor Umverteilungswirkungen bei

den Wettbewerbsbetrieben auslöst, deren Größenordnung keine Einschränkungen der Ausstrahlungskraft erwarten lassen, keine städtebaulichen Wirkungen nach sich ziehen und auch die Umsetzungschancen laufender Planungen nicht beeinträchtigen.

Tabelle 10: Umsatzumverteilungseffekte der Aldi -Erweiterung

Standorte der Lebensmittel-SB-Betriebe	Umsatz in Mio. EUR Food/ Nonfood I	Umsatzumverteilung Food/ Nonfood I		Anteil am Vorhabenumsatz Food/ Nonfood I in %
		in %	in Mio. EUR	
<b>Im Stadtgebiet Wiesmoor</b>	<b>25,5</b>	<b>6,7</b>	<b>1,7</b>	<b>51</b>
Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs	24,5	6,9	1,7	51
An wohnungsnahen Standorten	1,0	-	-	-
<b>Bei sonstigen Anbietern innerhalb des Untersuchungsgebiets</b>	<b>60,3</b>	<b>-</b>	<b>1,6</b>	<b>49</b>
Innerhalb zentraler Versorgungsbereiche	55,8	2,9	1,6	49
An wohnungsnahen Standorten	4,5	-	-	-
<b>Summe</b>	<b>85,8</b>	<b>3,8</b>	<b>3,3</b>	<b>100</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2020

### 5.3 Wirkungen der Drogeriemarkt-Erweiterung

Die Erweiterung des Drogeriemarkts um ca. 385 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche geht mit einer Umsatzerhöhung von voraussichtlich ca. 2,0 Mio. EUR im nahversorgungsrelevanten Sortiment einher.

Davon dürfte rund ein Drittel, dies entspricht ca. 0,7 Mio. EUR, den benachbarten Lebensmittelmärkten im zentralen Versorgungsbereich Wiesmoor entzogen werden. Deren Betroffenheit würde sich somit durch die beiden Erweiterungsvorhaben verstärken und eine maximale Umverteilungsquote von 10 % erreichen, jedoch keine städtebaulich relevanten Auswirkungen nach sich ziehen.

Etwas höher dürfte der Umsatz liegen, der den Rossmann-Filialen an den Standorten Ostgroßefehn und Remels entzogen wird. Ein Umsatzrückgang um rund 0,6 bis 0,7 Mio. EUR entspricht bei einem Gesamtumsatz beider Märkte von ca. 5,7 Mio. EUR einem Anteil von ca. 10 bis 12 %. Trotz dieser vergleichsweise hohen Umverteilung ist nicht zu erwarten, dass die Rossmann-Erweiterung am Standort Wiesmoor zur Aufgabe einer der beiden Filialen an

den nächstgelegenen Standorten führen wird und damit städtebauliche Relevanz erreicht:

- Aus betrieblicher Sicht wird es wichtig sein, die Rossmann-Präsenz an den leistungsstarken Nahversorgungsstandorten in der Region zu sichern. Die Erweiterung an einem Standort bei Aufgabe eines anderen Standorts könnte nur dann sinnvoll sein, wenn ein Nahversorgungsstandort auch im Lebensmittelsektor deutlich an Attraktivität verliert. Dies ist in Anbetracht erfolgter Entwicklungen in Ostgroßefehn und geplanter Veränderungen in Remels nicht zu erwarten.
- Denn: an einem durch den Lebensmittel-SB-Einzelhandel weiterhin stark ausstrahlenden Nahversorgungsstandort könnte die Aufgabe eines oder beider Rossmann-Standorte dazu führen, dass ein Wettbewerber den Standort zu belegen versucht, da das Kaufkraftpotenzial grundsätzlich gegeben ist. Da vermutlich entsprechende Folgenutzungen am Rossmann-Altstandort ausgeschlossen würden, wäre es eine andere Einzelhandelsimmobilie, die hierfür in Betracht käme. Hinweis: Auch wenn der



Betreiber dm in Ostfriesland derzeit nicht aktiv ist, zeigen Planungen und Pilotprojekte, dass neue Konzepte für Drogeriefachmärkte gesucht werden.

Von dem verbleibenden Drittel, ca. 0,6 bis 0,7 Mio. EUR, die als zusätzlicher Umsatz generiert werden, verteilen sich

- ca. 0,2 bis maximal 0,3 Mio. EUR auf die Lebensmittel-SB-Betriebe in den beiden Nachbarkommunen, sodass sich dort auch die Umsatzumverteilungseffekte leicht erhöhen, jedoch keine städtebaulich relevante Größenordnung erreichen,
- ca. 0,2 bis maximal 0,3 Mio. EUR auf die Drogeriemärkte in den umgebenden Mittelzentren (z. B. Aurich, Leer), und
- ca. 0,2 Mio. EUR auf eine Vielzahl von Anbietern in Stadt, Einzugsgebiet sowie Untersuchungsraum mit einem nicht nahversorgungsrelevanten Angebotsschwerpunkt (z. B. Sonderpostenmärkte).

Damit lässt sich auch bei Drogeriewaren ausschließen, dass die Erweiterung der Rossmann-Filiale in Wiesmoor städtebauliche Auswirkungen nach sich zieht.

#### **5.4 Bewertung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Effekte unter perspektivischen Veränderungen**

Die Rechtsprechung fordert, die ermittelten Wirkungen auch dahingehend zu prüfen, ob zum Zeitpunkt der Vorhabenbewertung zu erwartende Entwicklungen bekannt sind, die die aufgezeigten Wirkungen verändern können. Hier sind sowohl nachfrage- wie angebotsseitige Entwicklungen möglich.

Für die Nachfrageseite ist festzustellen, dass die Bevölkerungsentwicklung für Wiesmoor zwar nur moderat ansteigt, jedoch in der Tendenz eine positive Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung erwarten lässt. Damit sind nachfrageseitig keine Negativeinflüsse erkennbar, die eine die dargestellten Wirkungen verschärfende Aussage erfordern.

Angebotsseitig lassen die Steuerungsvorgaben auf Ebene des Landes Niedersachsen, der Region Aurich und der Standortkommunen der betroffenen Wettbewerber eine überschaubare Wettbewerbsentwicklung erwarten. Allerdings dürften in der Gemeinde Uplengen noch Erweiterungsmaßnahmen im Lebensmitteleinzelhandel umgesetzt werden, die am Standort Remels eine Stärkung der Nahversorgungsfunktion erwarten lassen, die sich ggf. auch zu Lasten der Perspektiven der beiden Vorhaben und der sich im zentralen Versorgungsbereich Wiesmoor befindlichen Wettbewerber auswirken könnten.

Ein weiterer Einflussfaktor der angebotsseitigen Rahmenbedingungen ist der Onlinehandel. Aufgrund der Produktlebigkeit und der häufigen Bedarfsdeckung ist die Lebensmittel-Branche bislang nur durch geringe Marktanteile des Onlinehandels gekennzeichnet; nach Angaben von Handelsforschungsinstituten lag er 2019 bei ca. 1,4 bis 1,6 %. Bei diesem niedrigen Ausgangswert lassen auch überdurchschnittliche Zuwachsraten – sie lagen zwischen 2015 und 2019 bei rund 17 bis 20 % – für die nächsten Jahre keine beachtenswerten Marktanteile erwarten. So erwartet das IfH Forschungsinstitut für 2025 einen Anteil bis zu 3,6 %. Derzeit sind es eher Lieferdienste von stationären Händlern im Rahmen von Omnichannelstrategien als sog. „Pure player“ des Internethandels, die sich im Markt auswirken. Insofern werden durch diese Veränderungen auf Anbieterseite im relevanten Zeitraum keine gravierenden Abweichungen von den ermittelten Wettbewerbswirkungen erwartet.

## 6 Empfehlungen für den Bebauungsplan inkl. Einordnung des Schuhmarkts

### 6.1 Bestehende Festsetzungen und faktischer Bestand

Die Festsetzungen des Bebauungsplans B 6 sehen in der 2. Änderung für das Kaufhaus Behrends sowie die einbezogene Passage ein Sondergebiet Einkaufszentrum mit einer Gesamtverkaufsfläche von 11.375 m<sup>2</sup> und folgende Festsetzungen zu den sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen vor:

- Nahrungs- und Genussmittel: max. Verkaufsfläche von 2.940 m<sup>2</sup>
- Gesundheit und Körperpflege (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel): max. Verkaufsfläche von 625 m<sup>2</sup>
- Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf: max. Verkaufsfläche von 170 m<sup>2</sup>
- Bücher, Schreibwaren, Büroartikel: max. Verkaufsfläche von 260 m<sup>2</sup>
- Bekleidung, Schuhe, Sportbekleidung: max. Verkaufsfläche von 4.780 m<sup>2</sup>
- Sportgeräte, Spiel, Freizeit: max. Verkaufsfläche von 440 m<sup>2</sup>
- Elektrowaren: max. Verkaufsfläche von 860 m<sup>2</sup>
- Möbel, Einrichtungsgegenstände (inkl. Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik, Heimtextilien): max. Verkaufsfläche von 1.300 m<sup>2</sup>, davon max. 1.265 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente dieser Warengruppe

Eine Modifikation dieser sortimentsbezogenen Verkaufsflächenvorgaben erfolgte im Zuge der 4. Änderung anlässlich der Belegung eines Teils der bis dahin durch einen Elektrofachmarkt genutzten

Verkaufsfläche durch einen Zoofachmarkt. Diese Änderung wurde als Satzung auf den Weg gebracht. Sie reduziert die zulässige maximale Verkaufsfläche bei Elektrowaren auf 210 m<sup>2</sup> und ermöglicht zusätzlich „Zoologischer Bedarf in Form eines Fachmarkts mit einer maximalen Verkaufsfläche von 650 m<sup>2</sup>“.

Im Zuge der nun vorgesehenen vollständigen Überplanung des durch Einzelhandel geprägten Gebiets ist zudem zu berücksichtigen, dass im Zuge der 2. Änderung des Bebauungsplans B 6 der bereits seit dem Jahr 2001 bestehende Aldi Lebensmitteldiscounter mit einem geringfügigen Flächenanteil im nördlichen Bereich außerhalb des Geltungsbereichs dieser 2. Änderung lag. Auch die Satzung für das 4. Änderungsverfahren griff diese Diskrepanz nicht auf. Diese Situation soll nun geändert werden, indem der Bebauungsplan B 13 diesen geringfügigen Flächenanteil mit in das vorgesehene Sondergebiet Einkaufszentrum aufnimmt. Die sich aus dem Bestand ergebende Gesamtverkaufsfläche erhöht sich somit um 82 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf 11.457 m<sup>2</sup> und teilt sich wie in Tabelle 11 dargestellt auf die Warengruppen auf.

Der Teil des Plangebiets, auf dem künftig der Aldi Lebensmitteldiscounter angesiedelt werden soll, ist bislang aufgeteilt auf zwei Bebauungsplangebiete (B 1, 1. Änderung und B 6, 1. Änderung) und dort als Mischgebiet ausgewiesen. Künftig soll ein Bebauungsplan für dieses Areal ein Sondergebiet für einen Lebensmitteldiscounter mit einer maximalen Verkaufsfläche von 1.266 m<sup>2</sup> festsetzen.



Tabelle 11: Aktuelle Festsetzungen für den BP B 6 und angrenzender faktischer VKF-Bestand

Warengruppe	VKF laut B-Plan 6/ Satzung aktuell	Faktischer Bestand Aldi-Ergänzungsfläche	zulässige/faktische VKF im künftigen Gebiet des B-Plan 13
Nahrungs- und Genussmittel	2.940	75	3.015
Gesundheit, Körperpflege	625	7	632
Blumen, Pflanzen	125		125
Zoologischer Bedarf	695		695
Bücher, Schreibwaren, Büro	260		260
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	4.780		4.780
Sport, Freizeit, Spiel	440		440
Elektrowaren	210		210
Möbel, Einrichtung	1.300		1.300
<b>Summe</b>	<b>11.375</b>	<b>82</b>	<b>11.457</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2020

## 6.2 Bewertung des Schuhmarkts

Der Schuhmarkt wird künftig eine Verkaufsfläche von 410 m<sup>2</sup> belegen, somit die gesamte von Rossmann aufgegebene Verkaufsfläche.

Bei der Wertung der hierdurch entstehenden Wettbewerbseffekte sind folgende Rahmenbedingungen zu berücksichtigen:

- In den letzten Jahren hat das Schuhhaus Jaspers (ca. 420 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) aufgegeben und das Fachgeschäft Stiletto (ca. 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) eröffnet. Der Schuhmarkt wird das Fachangebot am Einzelhandelsstandort Wiesmoor somit nur unwesentlich erhöhen.
- Das Sortiment Schuhe und Lederwaren zählt zum mittelfristigen und somit aperiodischen Bedarf. Selbst ein höherer Verkaufsflächenzuwachs stünde somit im Einklang mit der mittelzentralen Teilfunktion aperiodischer Einzelhandel, wobei die tatsächlich verträgliche Dimensionierung noch zu berechnen wäre. Der hier zu erwartende Zuwachs von ca. 40 m<sup>2</sup> ist aufgrund der geringen Größe kaum belastbar hinsichtlich seiner Wirkungen zu bewerten.

Aus diesem Grund wurde auf eine vertiefende Prüfung im Rahmen dieser Analyse verzichtet. Gleichwohl ist das Sortiment in den notwendigen Anpassungen der Festsetzungen für die Verkaufsflächenobergrenzen der Sortimente zu berücksichtigen.

## 6.3 Verträgliche Einzelhandelsplanungen und angepasste Festsetzungen

Festzuhalten ist zunächst, dass die geplante Ansiedlung eines Schuhmarkts und die mit Erweiterungen verbundenen Verlagerungen des Aldi Lebensmittel-discounters und Rossmann Drogeriemarkts als verträglich eingestuft wurden. Die bauleitplanerische Begleitung der Umsetzung dieser Planungen betrifft zum einen die Ausweisung eines neuen Sondergebiets für den Lebensmittel-discounter und die Anpassung der Vorgaben bei der Überführung des Bebauungsplans B 6 in den künftigen Bebauungsplan B 13.

Für das Areal, das künftig durch den Aldi Lebensmittel-discounter belegt wird, ist ein Sondergebiet für einen großflächigen Lebensmittel-discounter mit einer maximalen Verkaufsfläche von 1.266 m<sup>2</sup> festzusetzen.

Für den künftigen Bebauungsplan B 13 ergibt sich in verschiedener Hinsicht:

- Räumlich ist die angrenzende Fläche zu berücksichtigen, die einen Teil der Verkaufseinheit des künftigen Rossmann Drogeriemarkts bildet.
- Die Festsetzungen für die Verkaufsflächenobergrenzen in den Warengruppen sollten die geprüften Vorhaben ermöglichen und angepasst werden.
- Im Rahmen des Verfahrens empfiehlt es sich auch, ggf. erforderliche Anpassungen der Systematik vorzunehmen, wenn sie inhaltlich keine gravierenden Veränderungen bedeuten und die Übersichtlichkeit erhöhen.

In Bezug zum letztgenannten Aspekt steht die Empfehlung, folgende Änderungen in der sortimentsbezogenen Systematik vorzunehmen, um einerseits missverständlichen Auslegungen vorzubeugen, andererseits eine praktikable Umsetzung zu ermöglichen:

- Im Zuge der Aufnahme von Fressnapf wurde die vorhandene Sortimentsvorgabe „Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf“ ergänzt um die Sortimentsvorgabe „Zoologischer Bedarf in Form eines Fachmarkts mit einer maximalen Verkaufsfläche von 650 m<sup>2</sup>“. Vorgeschlagen wird eine Aufgliederung in die Sortimente „Blumen, Pflanzen“ und „zoologischer Bedarf“. Die Werte wurden aus dem Bestand abgeleitet und berücksichtigen die sich ergebenden Einzelhandelsveränderungen.
- In der Vorgabe „Möbel, Einrichtungsgegenstände (inkl. Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik, Heimtextilien) max. Verkaufsfläche von 1.300 m<sup>2</sup>“, „davon 1.265 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für klassisch zentrenrelevante Sortimente Hausrat, Wohnaccessoires, Glas/Porzellan/Keramik sowie Heimtextilien“ sollte auf den Zusatz verzichtet werden, sodass das nicht zentrenrelevante Sortiment der Möbel unbegrenzt zulässig wäre und sich die zulässige sortimentsbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Produkte um maximal 35 m<sup>2</sup> erhöhen könnte.

Während die Einbeziehung einer zugehörigen Fläche und die Anpassung der Systematik keine größeren faktischen Veränderungen abbilden, setzen die

aus den Bestandsveränderungen der Einzelhandelsnutzungen ergebenden Anpassungen der sortimentsbezogenen Obergrenzen einen neuen Rahmen für die künftige Sortimentsstruktur des Einkaufszentrums.

Denn: Mit der Verlagerung der Filiale des Aldi Lebensmitteldiscounters, der Ansiedlung einer vergrößerten Rossmann-Drogeriemarkt-Filiale auf dieser Fläche und der Folgenutzung eines Schuhmarkts in der derzeit durch Rossmann belegten Ladeneinheit verschieben sich die tatsächlichen sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattungen. Insofern sind die bestehenden und künftigen Belegungen gegenüberzustellen, und es ist aufzuzeigen, welche Anpassungen in den Festsetzungen erforderlich werden. Im Ergebnis zeigen sich zum einen leichte Verschiebungen zwischen den beiden wichtigsten Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs, den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren, zum anderen eine Verkaufsflächenstärkung des aperiodischen Bedarfs, ausgelöst durch den Schuhmarkt.

Da der Rossmann Drogeriemarkt nicht die gesamte Verkaufsfläche des Aldi Lebensmitteldiscounters belegen wird, ergibt sich bei der Überführung der nun geplanten Sortimente in neue Festsetzungen eine Differenz zur bisher zulässigen Verkaufsfläche von 55 m<sup>2</sup>. Dieser Bestand soll allerdings nicht aufgegeben werden, sondern als „Puffer“ für betriebliche Entwicklungen künftig genutzt werden können. Im Einklang mit den bisher geltenden Vorgaben wird daher vorgesehen, diese Verkaufsfläche auf das Kernsortiment „Nahrungs- und Genussmittel“ zu konzentrieren, in dem ansonsten eine noch stärkere Reduzierung der laut Festsetzungen zulässigen Verkaufsfläche erfolgen würde.

Bei der Anpassung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen für das Sondergebiet Einkaufszentrum im Bebauungsplan B 13, das die Vorgaben für das Kaufhaus sowie die angrenzende Passage mit dem vorhandenen Aldi-Markt (einschließlich der bisher nicht im Geltungsbereich der 2. Änderung des Bebauungsplans B 6 liegenden Flächen von 82 m<sup>2</sup> VKF) umfasst, sind auf Grundlage der Bestandssituation, den vorliegenden Veränderungsabsichten und den Ergebnissen dieser Wirkungsanalyse folgende Veränderungen bei den sortimentsbezogenen Festsetzungen zu empfehlen:



Tabelle 12: Verkaufsflächenänderungen und empfohlene Festsetzungen für B-Plan 13

Warengruppe	zulässige/ faktische VKF im Gebiet des B-Plan 13	Verkaufsflächenänderung in m <sup>2</sup> VKF				Empfohlene VKF-Fest- setzungen für B-Plan 13
		Aufgabe Aldi	Saldo Flächen- veränderung Rossmann	Ansiedlung Schuhmarkt	Status quo- Erhalt	
Nahrungs- und Genussmittel	3.015	-725	+ 90		+ 55	2.435
Gesundheit, Körperpflege	632	-50	+ 215			797
Blumen, Pflanzen	125	-5	-			120
Zoologischer Bedarf	695	-15	+20			700
Bücher, Schreibwaren, Büro	260	-5	+ 15			270
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	4.780	-15	+ 5	+ 410		5.180
Sport, Freizeit, Spiel	440	-5	+ 5			440
Elektrowaren	210	-15	+ 15			210
Möbel, Einrichtung	1.300	-15	+ 20			1.305
<b>Summe</b>	<b>11.457</b>	<b>-850</b>	<b>+ 385</b>	<b>+410</b>	<b>+ 55</b>	<b>11.457</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2020

## 7 Kompatibilität mit übergeordneten Vorgaben

### 7.1 Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wiesmoor

Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wiesmoor enthaltenen vorhabenrelevanten Zielsetzungen betreffen insbesondere die Lenkung der Entwicklungsmöglichkeiten des Wiesmoorer Einzelhandels, speziell mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, auf den Stadtkern. Diese Vorgabe wird durch die Vorhabenplanung nur in Teilen unterstützt, da die Empfehlungen zur städtebaulichen Entwicklung weder eine Fortsetzung der handelswirtschaftlichen Konzentration von Magnetbetrieben im Bereich um das Kaufhaus Behrends beinhalten noch eine weitere Ausweitung der dort durch Einzelhandel belegten Flächen. So wurden auch die zum Zeitpunkt der Konzepterstellung bekannten möglichen Entwicklungsflächen für neue Einzelhandelsansiedlungen in diesem Standortbereich nicht in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs einbezogen. Die Aktivierung und Einbindung der beiden Flächen wurde vielmehr unter den Vorbehalt des expliziten Nachweises einer verträglichen Angebotsergänzung gestellt. Gleichwohl waren es die beiden einzigen größeren Entwicklungsflächen, die in mittelfristiger Perspektive zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Hauptzentrum Wiesmoor gesehen wurden.

Auch zu weiteren städtischen Zielen der Einzelhandelssteuerung steht das Vorhaben im Widerspruch: dies betrifft zum einen die konzeptionell empfohlenen Erweiterungsspielräume für Verkaufsflächen mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren, zum anderen den Wunsch nach einer möglichst flächendeckenden Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln.

Mit insgesamt ca. 600 bis 650 m<sup>2</sup> zusätzlicher Verkaufsfläche, die in etwa mit diesen beiden nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten belegt werden, werden die bis zum Jahr 2025 ermittelten Zusatzbedarfe im Rahmen der Bestandssicherung in Höhe von ca. 380 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche um ca. 60 bis 70 % überschritten. Betriebsaufgaben oder Rücknahme von Verkaufsfläche in den beiden Sortimenten bei den übrigen Bestandsbetrieben sind nicht bekannt, sodass diese Zielgröße weiterhin Gültigkeit

hat. Auch Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklungen, die eine Erhöhung begründen würden, ohne die Versorgungsfunktion zu erhöhen, liegen nicht vor. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass diese Annahmen zur Verkaufsflächenbelegung der Planvorhaben auf Durchschnittswerten der beiden Betreiber basieren. Dabei kann in zentralen Versorgungsbereichen durchaus von der üblichen Sortimentszusammensetzung abgewichen werden, da im Hauptzentrum Wiesmoor – im Vergleich zu Standorten der Nahversorgung – höhere Flächenanteile mit zentrenrelevanten Sortimenten zulässig sind.

Zum Aspekt der möglichen Beeinflussung der Realisierung von Angeboten der Nahversorgung durch das Planvorhaben ist anzuführen, dass die hier zu prüfende Angebotsausweitung die ohnehin geringen Erfolgsaussichten, die Grundversorgung im Stadtgebiet, insbesondere in den dünner besiedelten Ortsteilen, zu verbessern, nicht nennenswert beeinträchtigen wird. Dies ist zurückzuführen darauf, dass bislang kaum Konzepte von Lebensmittel-SB-Unternehmen vorliegen, die sich auf vergleichbare Siedlungsstrukturen richten.

Im Hinblick auf die städtischen Zielvorgaben der Einzelhandelsentwicklung ist somit nur eine eingeschränkte Vereinbarkeit der Planvorhaben festzustellen, bezüglich der Dimensionierung liegt die gewünschte Erweiterung leicht über den avisierten Verkaufsflächenentwicklungsspielräumen. Gleichwohl konnte die Betrachtung der voraussichtlichen handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen der Erweiterungs- und Verlagerungsmaßnahmen aufzeigen, dass die Situation der Wettbewerbsbetriebe in den Nachbarkommunen nicht beeinträchtigt wird, und die neue Wettbewerbssituation einer Umsetzung von Planungen nicht entgegensteht. Zudem ist zu erkennen, dass sich insbesondere die Wettbewerber des Lebensmittel-SB-Einzelhandels an den beiden wichtigsten Wettbewerbsstandorten des Wiesmoorer Einzelhandels im Umland, das sind Ostgroßefehn und Remels, in den letzten Jahren leistungsfähig aufgestellt haben bzw. weitere Veränderungen planen, sodass sich nach Realisierung aller Planungen wieder eine ausgeglichene Wettbewerbssituation einstellen wird.



## 7.2 Vereinbarkeit mit dem RROP Landkreis Aurich und dem LROP Niedersachsen

Da auf der Ebene der Landesplanung Niedersachsen die Ober- und Mittelzentren festgelegt werden, die Grundzentren jedoch auf regionaler Ebene, ist das aktuelle RROP Landkreis Aurich (genehmigt in 2019) die hier relevante Beurteilungsgrundlage.

Im Unterschied zur Vorläuferfassung ordnet das neue RROP der Stadt Wiesmoor zwar die Funktion eines Grundzentrums zu, ergänzt diese jedoch um „mittelzentrale Teilfunktionen im aperiodischen Einzelhandel“. Der für diese Funktion bedeutsame Kongruenzraum umfasst ausgewählte Ortsteile der benachbarten Kommunen Großefehn, Friedeburg und Uplengen, die einzeln im RROP aufgeführt werden.

Die hier in Rede stehenden Sortimente der beiden Planvorhaben sind jedoch überwiegend als nahversorgungsrelevant einzuordnen, sodass zur Bewertung der grundzentrale Kongruenzraum, das ist das Stadtgebiet Wiesmoor, heranzuziehen ist.

Die für Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels relevanten Vorgaben übernimmt das RROP Landkreis Aurich aus dem LROP des Landes Niedersachsen.

Hinsichtlich der räumlichen Steuerung sind dabei zunächst das Konzentrations- und das Integrationsgebot zu beachten:

Das **Konzentrationsgebot** fordert, die Standorte von Einzelhandelsgroßprojekten auf das zentrale Siedlungsgebiet des jeweiligen zentralen Orts zu konzentrieren (Konzentrationsgebot). Die Kernstadt Wiesmoor ist zentrales Siedlungsgebiet. **Im Hinblick auf das Konzentrationsgebot ist somit eine Kompatibilität festzustellen.**

Für die Einhaltung des **Integrationsgebots** ist die Zuordnung des Einzelhandelsgroßprojekts zu einer städtebaulich integrierten Lage entscheidend. Die Merkmale städtebaulich integrierter Lagen decken sich dabei weitgehend mit den Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche, die insbesondere durch die Rechtsprechung konkretisiert wurden. Umfang und Dichte von Versorgungsangeboten, fußläufige Erlebbarkeit und ÖPNV-Anbindung sind

wichtige Kriterien. Festzuhalten ist, dass der bestehende Standort der verlagerungswilligen Aldi-Filiale im zentralen Versorgungsbereich liegt, **sodass der künftige Rossmann-Standort dieser übergeordneten Vorgabe entspricht. Der neue Aldi-Standort befindet sich angrenzend zum zentralen Versorgungsbereich und erfordert dessen Ausweitung, damit die Einhaltung des Integrationsgebots gewährleistet** werden kann. Da im aktualisierten Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wiesmoor bereits ein dem Aldi-Planstandort benachbartes Areal als vorhabenbezogene Entwicklungsfläche thematisiert wurde, könnte dieses Areal durch das Grundstück des Planstandorts ersetzt werden, um die Vereinbarkeit von konzeptionellen Vorgaben und Projektplanung zu unterstützen.

Landes- und Regionalplanung fordern für die wohnortnahe Versorgung zudem die Überprüfung des Kongruenzgebots, das die maßstäbliche Dimensionierung ermittelt, indem der zu erwartende Umsatz des geplanten Einzelhandelsgroßprojekts der entsprechenden Kaufkraft der Bevölkerung gegenübergestellt wird.

Für das Vorhaben der Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters steht die nahversorgungsrelevante Kaufkraft von 31,9 Mio. EUR im zugeordneten Kongruenzraum, das ist das Stadtgebiet Wiesmoor, dem maximalen nahversorgungsrelevanten Umsatz von 8,3 Mio. EUR gegenüber. Auch in den einzelnen Sortimenten wird die Vorgabe, dass der erwartete Umsatz des Vorhabens unter der im Stadtgebiet liegenden Kaufkraft liegen muss, erfüllt.

Gleiches gilt für den Drogeriemarkt, dessen Umsatz-erwartung mit dem Kernsortiment Food/Nonfood I von ca. 3,7 Mio. EUR ebenfalls unter der verfügbaren vorhabenrelevanten Kaufkraft der Einwohner im Stadtgebiet liegt. Auch auf der Ebene der einzelnen Sortimente ergeben sich keine Diskrepanzen, die einer Einhaltung des Kongruenzgebots entgegenstehen.

**Beide Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben entsprechen insofern in ihren vorgesehenen Dimensionierungen dem Kongruenzgebot.**

Voraussetzung für die Zulässigkeit großflächiger Einzelhandelsvorhaben ist deren regionale Abstimmung. Die Abstimmung des hier projektierten Vorhabens ist demnach im weiteren Planungsverfahren verpflichtend. Dabei wird sich der Nachweis unterstützend auswirken, dass beide Erweiterungsvorhaben der Nahversorgung dienen und keine städtebaulich relevanten Auswirkungen in Nachbarkommunen zu erwarten sind. Das im RROP Aurich vorgesehene Moderationsverfahren auf der Grundlage der Fortschreibung der Vorgaben der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland ist somit durchzuführen, allerdings fehlen derzeit noch die fortgeschriebenen Grundlagen.

Durch das **Beeinträchtungsverbot** soll verhindert werden, dass ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wesentlich beeinträchtigt werden. Die Prüfung städtebaulicher Auswirkungen in dieser Analyse (vgl. Kapitel 5.2 und 5.3) kommt für beide Vorhaben zu dem Ergebnis, dass keine entsprechenden Beeinträchtigungen zu erwarten sind und **dementsprechend eine Kompatibilität mit dem Beeinträchtungsverbot vorliegt.**



## 8 Fazit und Umsetzungsempfehlungen

Der Standortbereich rund um das Kaufhaus Behrends hat sich in den letzten Jahren zum Handlungsschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereichs in der Stadtmitte von Wiesmoor entwickelt, das sich entlang der Hauptstraße über eine Entfernung von ca. 1,7 km erstreckt.

Das Gebäude des Kaufhauses wurde dabei sukzessive erweitert und gliedert sich aktuell in einen kompakten Bau mit dem Kaufhaus Behrends, dem Supermarkt Edeka, dem Drogeriemarkt Rossmann sowie Fachmärkte und kleinere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Nördlich an das Bestandsgebäude schließt sich das Gebäude des Aldi Lebensmitteldiscounters an mit einem eigenen Zugang vom westlich vorgelagerten Parkplatz. Im Laufe der Zeit wurden nördlich und nordwestlich weitere Fachmarktgebäude ergänzt, wiederum mit westlich gelegenen Stellflächen, die über Zufahrten miteinander verbunden sind. Die Synergieeffekte dieser Märkte sind hoch, allerdings fällt die städtebauliche Qualität deutlich ab und steht in starkem Kontrast zum weiteren Stadtbild. Die kleinstädtische Prägung verändert sich hier in Richtung eines austauschbaren funktionalen Fachmarktstandorts. Daher wurde im aktualisierten Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wiesmoor die Zielsetzung formuliert und durch den Stadtrat beschlossen, „in der nächsten Phase der Weiterentwicklung des Hauptzentrums weniger eine quantitative Perspektive als vielmehr eine qualitative Verbesserung und Aufwertung, insbesondere unter städtebaulichen Aspekten, zu verfolgen“.

Mit der nun geplanten Angebotsausweitung, die sich aus der Verlagerung der Aldi-Filiale an einen an den zentralen Versorgungsbereich grenzenden Standort, der Verlagerung der Rossmann-Filiale in die Aldi-Altfläche und einer Folgenutzung von Rossmann durch einen Schuhmarkt zusammensetzt, würde der Standortbereich weiter an Bedeutung gewinnen, möglicherweise weiterhin ohne Ansprüche an die städtebauliche Qualität. Die Größenordnungen der Angebotsausweitung liegen dabei im periodischen Bedarf leicht über den bis 2025 empfohlenen Dimensionen, jedoch stehen Standort und die voraussichtliche Gestaltungsqualität der neuen Aldi-Filiale voraussichtlich im Widerspruch zur intendierten städtebaulichen Aufwertung.

Mit Ausnahme der bislang fehlenden Einordnung des Planstandorts in den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wiesmoor stehen dem Vorhaben keine Vorgaben von Kommune, Region oder Land Niedersachsen entgegen. Daher sollte die Zustimmung daran geknüpft werden, dass nicht nur das neue Verkaufsgebäude angemessen gestaltet wird, sondern gemeinsam mit dem bestehenden Standortbereich (einschließlich der Stellplätze) überplant und sukzessive aufgewertet wird.

## Abbildungen

Abbildung 1: Wiesmoorer Sortimentsliste	5
Abbildung 2: Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	7
Abbildung 3: Entwicklung der Zahl der Drogeriemärkte insgesamt und der Verkaufsfläche der beiden Marktführer	9
Abbildung 4: Lage der Stadt Wiesmoor im Raum und zentralörtliche Gliederung	12
Abbildung 5: Standort des Planvorhabens	15
Abbildung 6: Wettbewerbssituation	20



## Tabellen

Tabelle 1: Durchschnittliche Artikelzahl der Lebensmittel-SB-Betriebe nach Betriebstypen (2016)	7
Tabelle 2: Leistungskennzahlen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel für Discounter und Supermärkte	8
Tabelle 3: Eckdaten der Aldi-Erweiterungsplanung	10
Tabelle 4: Eckdaten der Rossmann-Erweiterungsplanung	11
Tabelle 5: Einwohnerverteilung nach Ortsteilen	13
Tabelle 6: Einwohnerentwicklung in Wiesmoor	14
Tabelle 7: Untersuchungsrelevante warengruppenspezifische Kaufkraft	17
Tabelle 8: Wettbewerbssituation bei Lebensmittel-SB-Betrieben im Überblick	22
Tabelle 9: Hauptwettbewerber bei Lebensmittel- und Drogeriemärkten	23
Tabelle 10: Umsatzumverteilungseffekte der Aldi -Erweiterung	30
Tabelle 11: Aktuelle Festsetzungen für den BP B 6 und angrenzender faktischer VKF-Bestand	33
Tabelle 12: Verkaufsflächenänderungen und empfohlene Festsetzungen für B-Plan 13	35