VERTRÄGLICHKEITSUNTERSUCHUNG

zur Umsiedlung/ Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes und zu den Neuansiedlungen im Altobjekt des Famila in Friesoythe, Ellerbrocker Straße

Bericht für den Auftraggeber

Projektleiter: Dipl.-Geograph Martin Kremming
Projektbearbeitung: Dipl.-Geographin Kristin Just
Geographin Jennifer Schetter M.A.

Stand: 05. August 2009

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck

Tel.: 0451-38968-0
Fax: 0451-38968-28
E-Mail: cima.luebeck@cima.de
Internet: www.cima.de

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Es wurden ggf. Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

Inhaltsverzeichnis

1 AUFTRAG 7

2 DARSTELLUNG DES PLANVORHABENS 10

2.1 Mikrostandort des Vorhabens 10
2.2 Vorhaben 12
2.2.1 Teilvorhaben Umsiedlung/ Erweiterung Famila 12
2.2.2 Teilvorhaben Neuansiedlung Altobjekt (Nachnutzung) 13
2.3 Fazit – Struktur und Standort des Planvorhabens 15

3 RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL 16

3.1 Vorhabenrelevante Nachfragesituation in der Stadt Friesoythe 17
3.2 Vorhabenrelevante Angebotsstruktur in Friesoythe 18
3.3 Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse 21
3.4 Vorhabenrelevante Bestandssituation in Friesoythe und dem Umland 22
3.4.1 Stadt Friesoythe 22
3.4.2 Bestandssituation im Umland 25

4 KOMPATIBILITÄT DES VORHABENS MIT DEM EINZELHANDELSKONZEPT 28

4.1 Grundsätzliche Aussagen des Konzepts 28
4.2 Abgleich von Vorhaben und Einzelhandelskonzept 31

5 ABSCHÄTZUNG DER AUSWIRKUNGEN DES PLANVORHABENS AUF DIE BESTEHENDE EINZELHANDELSSTRUKTUR 36

5.1 Teilvorhaben Umsiedlung/ Erweiterung Famila 40
5.1.1 Struktur des Teilvorhabens Famila mit ergänzendem Textilfachmarkt 40
5.1.2 Herkunft des Neuumsatzes Famila Verbrauchermarkt 41
5.1.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Teilvorhabens Famila Verbrauchermarkt 42
5.1.4 Wirkungsanalyse des Teilvorhabens Famila Verbrauchermarkt (inkl. Textilfachmarkt) 46

5.2 Teilvorhaben Neuansiedlung Altobjekt 48
5.2.1 Drogeriefachmarkt 49
5.2.1.1 Struktur des Drogeriefachmarkt 49
5.2.1.2 Umsatzherkunft des Drogeriefachmarktes 50
5.2.1.3 Ökonomische Wirkungsprognose Drogeriefachmarkt 51
5.2.1.4 Wirkungsanalyse des Drogeriefachmarktes 54

5.2.2 Schuhfachmarkt 56
5.2.2.1 Struktur des Schuhfachmarktes 56
5.2.2.2 Umsatzherkunft des Schuhfachmarktes 57
5.2.2.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Schuhfachmarktes 58
5.2.2.4 Wirkungsanalyse des Schuhfachmarktes 60

5.2.3 Textilfachmarkt 62
5.2.3.1 Struktur des Textilfachmarktes 62
5.2.3.2 Umsatzherkunft des Textilfachmarktes 63
5.2.3.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Textilfachmarktes 64

5.2.3.4 Wirkungsanalyse des Textilfachmarktes 66

5.2.4 Einrichtungsfachmarkt 67

5.2.4.1 Struktur des Einrichtungsfachmarktes 67
5.2.4.2 Umsatzherkunft des geplanten Einrichtungsfachmarkts 68
5.2.4.3 Ökonomische Wirkungsprognose Einrichtungsfachmarkt 69
5.2.4.4 Wirkungsanalyse Einrichtungsfachmarkt 71

6 FAZIT UND EMPFEHLUNGEN 73

7 ANHANG 75

7.1 Friesoyther Sortimentsliste 75
7.2 Methodik 76

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Vorhabenstandort 10

Abb. 2: Übersichtskarte Planareal: Ellerbrocker Straße 11

Abb. 3: Veränderung der Sortimentsstruktur im Teilvorhaben Famila Verbrauchermarkt mit ergänzendem Textilfachmarkt 12

Abb. 4: Sortimentsstruktur des Drogeriefachmarktes (Altobjekt) 13

Abb. 5: Sortimentsstruktur des Schuhfachmarktes (Altobjekt) 13

Abb. 6: Sortimentsstruktur des Textilfachmarktes (Altobjekt) 14

Abb. 7: Sortimentsstruktur des Einrichtungsfachmarktes (Altobjekt) 14

Abb. 8: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial in der Stadt Friesoythe 17

Abb. 9: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Anzahl Betriebe, Verkaufsfläche) 18

Abb. 10: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Umsatz und Handelszentralität) 18

Abb. 11: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 23

Abb. 12: Zentraler Versorgungsbereich Barßeler Straße 23

Abb. 13: Zentraler Versorgungsbereich Altenoythe 23

Abb. 14: Vorhabenrelevante Betriebe in Garrel 26

Abb. 15: Aldi-Lebensmitteldiscounter und Spar-Markt (beide Cloppenburger Straße) in Molbergen 27

Abb. 16: Einordnung des Vorhabenstandortes (Zusatzfläche) in das Einzelhandelskonzept 30

Abb. 17: Sortimentsstruktur des Drogeriefachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“ 31

Abb. 18: Sortimentsstruktur des Schuhfachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“ 31

Abb. 19: Sortimentsstruktur des Textilfachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“ 31

Abb. 20: Sortimentsstruktur des Einrichtungsfachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“ 32

Abb. 21: Einordnung des Vorhabenstandortes (Zusatzfläche) in das Einzelhandelskonzept 33

Abb. 22: Einordnung in das Einzelhandelskonzept 34

Abb. 23: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Famila; ergänzender Textilfachmarkt 40

Abb. 24: Umsatzherkunft der Umsiedlung Famila Verbrauchermarkt (inkl. Textilfachmarkt) 41

Abb. 25: Umsatzumverteilungseffekte durch die Umsiedlung Famila (inkl. Textilfachmarkt) innerhalb der Stadt Friesoythe 43

Abb. 26: Umsatzumverteilungseffekte durch die Umsiedlung Famila im regionalen Untersuchungsgebiet 1 44

Abb. 27: Umsatzumverteilungseffekte durch die Umsiedlung Famila im regionalen Untersuchungsgebiet 2 45

Abb. 28: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Drogeriefachmarkt 49

Abb. 29: Umsatzherkunft des Drogeriefachmarktes 50

Abb. 30: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung des Drogeriefachmarktes innerhalb der Stadt Friesoythe 51

Abb. 31: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung des Drogeriefachmarktes im regionalen Untersuchungsgebiet 1 52

Abb. 32: Umsatzumverteilungseffekte durch den Drogeriefachmarkt im regionalen Untersuchungsgebiet 2 53

Abb. 33: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Schuhfachmarkt 56
Abb. 34: Umsatzherkunft des Schuhfachmarktes 57
Abb. 35: Umsatzumverteilungseffekte durch den Schuhfachmarkt innerhalb der Stadt Friesoythe 58
Abb. 36: Umsatzumverteilungseffekte durch den Schuhfachmarkt im regionalen Untersuchungsgebiet 59
Abb. 37: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Textilfachmarkt 62
Abb. 38: Umsatzherkunft des Textilfachmarktes 63
Abb. 39: Umsatzumverteilungseffekte durch den Textilfachmarkt innerhalb der Stadt Friesoythe 64
Abb. 40: Umsatzumverteilungseffekte durch den Textilfachmarkt im regionalen Untersuchungsgebiet 65
Abb. 41: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Einrichtungsfachmarkt 67
Abb. 42: Umsatzherkunft des geplanten Einrichtungsfachmarkts 68
Abb. 43: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung eines Einrichtungsfachmarkts innerhalb der Stadt Friesoythe 69
Abb. 44: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung eines Einrichtungsfachmarkts im regionalen Untersuchungsgebiet 70
Abb. 45: „Friesoyther Sortimentsliste“ 75
Abb. 46: Die CIMA-Branchen 76
Abb. 47: Von der CIMA differenzierte Betriebstypen 77

1 AUFTRAG

Auftrag

- Erstellung einer gutachterlichen Stellungnahme zur kommunalen und regionalen Verträglichkeit der Umsiedlung und Erweiterung des bestehenden Famila-Verbrauchermarktes sowie der Nachnutzung des Famila-Altobjektes in der Stadt Friesoythe am Standort Ellerbrocker Straße.

Auftraggeber

- Stadt Friesoythe

Analysezeitraum

- Juni und Juli 2009

Untersuchungsdesign

- Untersuchung des Vorhabens nach Einzelsortimenten,
- Darlegung des Einzugsgebiets und Umsatzherkunft des Planvorhabens
- Dokumentation der warengruppenspezifischen kommunalen Umsatzverlagerungen (Verträglichkeitsberechnung) und damit Untersuchung der ökonomischen Auswirkungen auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet,
- Einzeldarstellung und Beurteilung des Vorhabens Umsiedlung mit Erweiterung des Famila-Verbrauchermarkte sowie der Betriebe der Neuansiedlungen im Altobjekt (Nachnutzung) hinsichtlich folgender Aspekte:
  - der zu erwartenden Auswirkungen auf die bestehenden Angebotsstrukturen innerhalb der Stadt Friesoythe und insbesondere die Zentralen Versorgungsbereiche
  - der zu erwartenden ökonomischen Auswirkungen auf die bestehenden Angebotsstrukturen in den Gemeinden im Einzugsgebiet des Vorhabens
- Bewertung des Planvorhabens im Hinblick auf das Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe

Vorbemerkung zur Methodik:

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe basiert auf einer Vollerhebung[1] des Einzelhandels durch die CIMA im September 2008, die im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Friesoythe durchgeführt wurde, sowie einer einzelbetrieblichen Aktualisierung im Februar 2009.

Die Einzelhandelsbestandsdaten aus den übrigen Gemeinden im Umland von Friesoythe basieren auf einer vorhabenrelevante Erhebung des Einzelhandels durch die CIMA im Juli 2009.

Die Berechnung der Umsätze im Einzelhandel der Stadt Friesoythe erfolgt auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2009 für insgesamt 33 Branchen. Diese Flächenproduktivitäten werden vom Institut für Handelsforschung (IfH), Köln, durch Betriebsvergleiche ermittelt und von der BBE-Handelsberatung, München, jährlich durch aktuelle Forschungsergebnisse und eine Vielzahl von einzelbetrieblichen Beratungen durch die CIMA und die BBE aktualisiert. In das vorliegende Gutachten sind in entscheidendem Umfang originäre, einzelbetriebliche Daten eingeflossen.

[1] Erfasst wurden reine Einzelhandelsbetriebe und Ladenhandwerk. Großhandelsnutzungen und Baustoffhandel sowie Betriebe im Bereich der Landtechnik und des Kfz-Handels wurden nicht berücksichtigt.

Vorbemerkungen zum methodischen Untersuchungsaufbau/ -inhalt:

Das Verträglichkeitsgutachten bzw. das Planvorhaben umfasst zwei Teilbereiche, die eine Einzelbewertung erfordern. Einerseits wird das Vorhaben zur Umsiedlung und Erweiterung des bestehenden Famila-Verbrauchermarktes dargestellt und bewertet.

Andererseits das Vorhaben der Nachnutzung und damit verbundenen Einzelhandelsansiedlung im Famila-Altobjekt hinsichtlich der Verträglichkeit in diesem Gutachten untersucht.

Die Untersuchung zur Umsiedlung und Erweiterung des Famila bezieht sich schwerpunktmäßig auf den periodischen Bedarf. Folgende Warengruppen dieses Bedarfsbereiches werden nach der Planung im Neuobjekt des Famila einen flächenmäßigen Zuwachs bekommen:

- Lebensmittel, Reformwaren,
- Gesundheits- und Körperpflege.

Darüber hinaus wird durch den Famila Umzug auch die Flächenerweiterung von weiteren Randsortimenten im aperiodischen Bedarf mit kleineren Flächen auf ihre Verträglichkeit gutachterlich geprüft:

- Geschenke, Glas/ Keramik/ Porzellan,
- Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien,
- Zoo-/ Tierbedarf,
- Gardinen, Teppiche, Heimtextilien,
- Bücher, Schreibwaren.

Der zweite Untersuchungsabschnitt befasst sich mit den Einzelhandelsneuansiedlungen im Altobjekt des Famila-Verbrauchermarktes. Nachstehende Warengruppen des periodischen Bedarfs kommen nach der Planung zur Nachnutzung hinzu:

- Gesundheits- und Körperpflege,
- Lebensmittel, Reformwaren.

Des Weiteren sind die Ansiedlungen folgender Warengruppen des aperiodischen Bedarfs im Famila-Altobjekt geplant:

- Bekleidung, Wäsche,
- Schuhe, Lederwaren,
- Möbel,
- Gardinen, Teppiche, Heimtextilien,
- Baumarktspezifische Sortimente,
- Geschenke, Glas/ Keramik/ Porzellan,
- Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien,
- Spielwaren,
- Bücher, Schreibwaren.

2 DARSTELLUNG DES PLANVORHABENS

2.1 Mikrostandort des Vorhabens

Zurzeit wird in der Stadt Friesoythe die Umsiedlung und Erweiterung des bestehenden Famila-Verbrauchermarktes sowie die Nachnutzung bzw. die damit verbundene Einzelhandelsansiedlung im Famila-Altobjekt in der Ellerbrocker Straße diskutiert.

Für den neuen Famila-Verbrauchermarkt soll gemäß den aktuellen Planungen 988 qm neue bzw. zusätzliche Verkaufsfläche entstehen. Darüber hinaus ist ein Textilfachmarkt mit 180 qm in der Vorkassenzone geplant.

Im Famila-Altobjekt ist geplant, vier Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 2.950 qm anzusiedeln.

Beide Planvorhaben liegen angrenzend an den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auf der sog."Zusatzfläche Innenstadt" (vgl. Kapitel zur Einbindung in das Einzelhandelskonzept). Der Parkplatz an der Weserstraße bietet wichtige Parkmöglichkeiten auch für Kunden der Innenstadt, so dass eine gewisse fußläufige Wegebeziehung zwischen der Zusatzfläche und dem Zentralen Versorgungsbereich vorhanden ist. Eine direkte städtebauliche Anbindung an den Zentralen Versorgungsbereich ist bislang noch nicht gegeben. Die Fläche bietet Entwicklungspotenzial zur Ausweitung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Dies erfordert jedoch die Umsetzung städtebaulicher Maßnahmen, wie ein Verkehrs-, Park- und Gestaltungskonzept, das eine bessere städtebauliche und funktionale Anbindung des Areals an den Zentralen Versorgungsbereich gewährleisten würde. Mit diesen konzeptionellen städtebaulichen Veränderungen bietet dieses Planvorhaben die Chance, die Eingangssituation zum Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt aufzuwerten.

Famila befindet sich bereits heute am beschriebenen Standort und plant nun, auf ein Nachbargrundstück umzusiedeln. Die dort vorhandene Bausubstanz - zwischenzeitlich von einem Möbelmarkt genutzt – wird abgerissen.

Der Vorhabenstandort verfügt über eine gute Verkehrsanbindung und ausreichend Parkmöglichkeiten. Hierdurch verfügt dieser Einzelhandelsstandort über die Möglichkeit sein Einzugsgebiet bis in die Umlandgemeinden Friesoythes auszudehnen und somit auch regional eine Kundenanziehung zu verzeichnen.

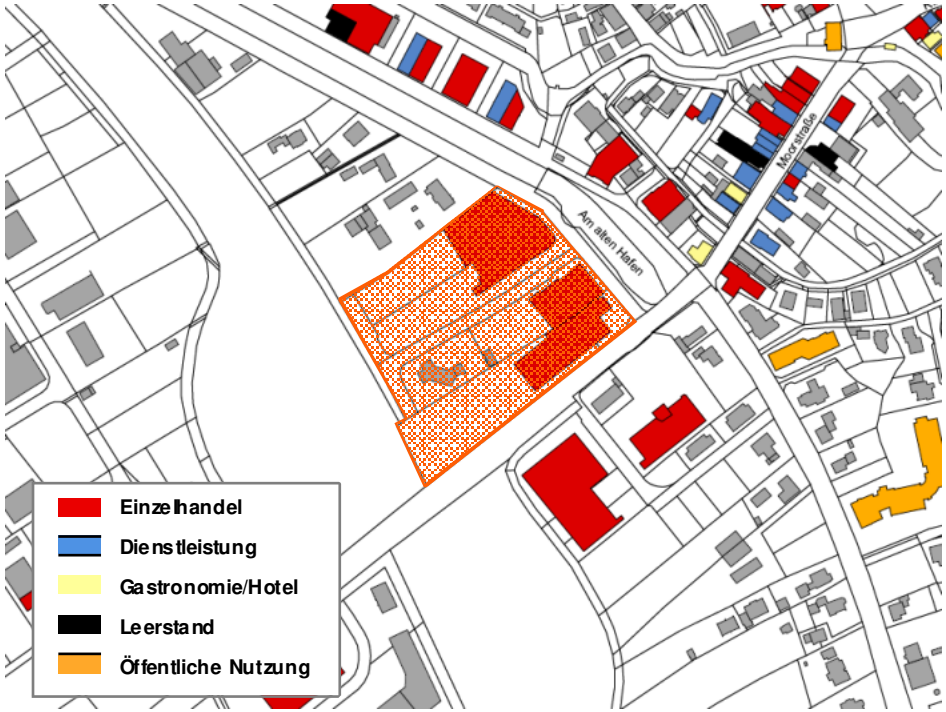
Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage.

Baurechtlich handelt es sich bei dem Altobjekt um ein Kerngebiet. Für das neue Objekt soll als SO-Gebiet ausgewiesen werden.

Abb. 1: Vorhabenstandort

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 2: Übersichtskarte Planareal: Ellerbrocker Straße



Kartengrundlage: Stadt Friesoythe;
Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe 2009
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

2.2 Vorhaben

2.2.1 Teilvorhaben Umsiedlung/ Erweiterung Famila

Am Vorhabenstandort an der Ellerbrocker Straße soll der bestehende Famila-Verbrauchermarkt umgesiedelt, erweitert und damit modernisiert werden.

Die Umsiedlung und Erweiterung des Famila-Verbrauchermarktes sehen nach der aktuellen Planung folgende neue und zusätzliche Verkaufsflächen[2] vor:

- **Gesamtverkaufsfläche**: **988 qm**,
- davon im **periodischen Bedarf**: **660 qm**,
- davon im **aperiodischen Bedarf: 328 qm**.

Darüber hinaus ist in der Vorkassenzone des Famila Verbrauchermarktes die **Neuansiedlung eines Textilfachmarktes** mit **180 qm** geplant.

Das gesamte Teilvorhaben Umsiedlung/ Erweiterung Famila mit einem ergänzenden Textilfachmarkt umfasst insgesamt 1.168 qm neue und zusätzliche Verkaufsfläche.

Neben den neuen und zusätzlichen Verkaufsflächen ist im Rahmen der Umsiedlung des Famila Verbrauchermarkt eine Verkaufsflächenverkleinerung im Segment „Baumarktspezifische Sortimente“ um 137 qm geplant.

Abb. 3: Veränderung der Sortimentsstruktur im Teilvorhaben Famila Verbrauchermarkt mit ergänzendem Textilfachmarkt

CIMA Warengruppe	Famila VKF Altobjekt	Famila VKF neues Objekt	Veränderungen der Verkaufsfläche
Vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**1.950**	**2.610**	**660**
Lebensmittel, Reformwaren	1.600	2.205	605
Gesundheits- und Körperpflege	350	405	55
Vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**1.338**	**1.666**	**328**
Bekleidung, Wäsche	180	180	0
Bücher, Schreibwaren	65	68	3
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	200	225	25
Spielwaren	358	360	2
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	400	675	275
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	65	68	3
Tierfutter-/Zoobedarf	70	90	20
Einzelhandel Famila neu insgesamt	**3288**	**4276**	**988**
Bekleidung (separater Textilfachmarkt)	**0**	**180**	**180**
Baumarktspezifische Sortimente	*362*	*225*	*-137*

Quelle: J. Bünting Beteiligungs AG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

[2] Nur Darstellung der neu hinzukommenden Verkaufsflächen. Die Verkaufsflächenverkleinerung im Segment „Baumarktspezifische Sortimente“ ist hier nicht berücksichtigt.

2.2.2 Teilvorhaben Neuansiedlung Altobjekt (Nachnutzung)

Neben der Umsiedlung des Famila Verbrauchermarktes ist am Vorhabenstandort an der Ellerbrocker Straße, eine Nachnutzung des Altobjektes des Famila Verbrauchermarktes geplant. Das Planvorhaben sieht die Ansiedlung von vier Fachmärkten vor:

- **Drogeriefachmarkt** mit **1.000 qm** Verkaufsfläche
- **Schuhfachmarkt** mit **450 qm** Verkaufsfläche
- **Textilfachmarkt** mit **700 qm** Verkaufsfläche
- **Einrichtungsfachmarkt** mit **800 qm** Verkaufsfläche

Somit ergibt sich aus der Planungskonzeption in der Summe eine Neuverkaufsfläche im Altobjekt von

2.950 qm.

Abb. 4: Sortimentsstruktur des Drogeriefachmarktes (Altobjekt)

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**600**	**60**
Lebensmittel, Reformwaren	60	6
Gesundheits- und Körperpflege	540	54
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**400**	**40**
Bekleidung, Wäsche	80	8
Bücher, Schreibwaren	80	8
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	80	8
Spielwaren	80	8
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	80	8
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**1.000**	**100**

Quelle: J. Bünting Beteiligungs AG; prozentuale Branchenaufteilung durch die CIMA
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 5: Sortimentsstruktur des Schuhfachmarktes (Altobjekt)

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**0**	**0**
-	0	-
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**450**	**100**
Schuhe, Lederwaren	450	100
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**450**	**100**

Quelle: J. Bünting Beteiligungs AG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 6: Sortimentsstruktur des Textilfachmarktes (Altobjekt)

CIMA Warengruppe	Verkaufs-fläche in qm	VKF in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**0**	**0**
-	0	-
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**700**	**100**
Bekleidung, Wäsche	700	100
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**700**	**100**

Quelle: J. Bünting Beteiligungs AG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 7: Sortimentsstruktur des Einrichtungsfachmarktes (Altobjekt)

CIMA Warengruppe	Verkaufs-fläche in qm	VKF in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**0**	**0**
-	0	-
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**800**	**100**
Möbel	440	55
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	200	25
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	160	20
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**800**	**100**

Quelle: J. Bünting Beteiligungs AG; prozentuale Branchenaufteilung durch die CIMA
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

2.3 Fazit – Struktur und Standort des Planvorhabens

Das Vorhaben ist auf der Zusatzfläche Innenstadt, angrenzend an den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in Friesoythe geplant. Es handelt sich um eine städtebaulich integrierte Lage.

Die Lage des Standortes bietet derzeit gute Rahmenbedingungen hinsichtlich der verkehrstechnischen Anbindung an den Autoverkehr, auch hinsichtlich des Parkraumangebotes. Durch diese verkehrsgünstige Lage wird die Ausdehnung des Einzugsgebietes bis in alle Ortsteile Friesoythes und in die Umlandgemeinden begünstigt.

Die Anbindung an den Zentralen Versorgungsbereich ist derzeit als unzureichend einzustufen. Hier existieren städtebauliche Barrieren. Das Planvorhaben bietet in Verbindung mit städtebaulichen und funktionalen Veränderungen zur besseren Anbindung an die Innenstadt die Möglichkeit einen modernen und attraktiv gestalteten Eingangsbereich zum Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu schaffen, der als Verbund-Einkaufsstandort fungiert.

Die CIMA wird in den nachfolgenden Berechnungen und Bewertungen eine Untersuchung der vorhabenrelevanten Sortimente vornehmen. Dabei wird untersucht, ob die geplanten zusätzlichen Verkaufsflächen des Famila-Verbrauchermarktes sowie die geplanten neuen Fachmärkte im Altobjekt für die Einzelhandelsstrukturen im Einzugsgebiet als verträglich zu bewerten sind.

In die Berechnungen fließen lediglich die Sortimente ein, bei denen eine Verkaufsflächenerweiterung geplant ist.

Bei der Abwägung ist von Bedeutung, inwieweit die bestehenden Wettbewerber im Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes durch Frequenzverluste und Umsatzverdrängungseffekte betroffen sind und negative städtebauliche Effekte zu erwarten sein könnten.

3 RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL

Die folgenden Ausführungen sind vorhabenrelevante Auszüge aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe.

In Bezug auf die Friesoyther Einzelhandelssituation sind im Rahmen dieser Untersuchung lediglich die Warengruppen von Interesse, die von dem Planvorhaben betroffen wären und somit als vorhabenrelevant einzustufen sind. Dabei handelt es sich um die folgenden Branchen:

Umsiedlung/ Erweiterung des Famila-Verbrauchermarktes

- Lebensmittel und Reformwaren
- Gesundheits- und Körperpflege
- Bekleidung und Wäsche
- Bücher und Schreibwaren
- Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien
- Spielwaren
- Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Gardinen, Teppiche, Heimtextilien

Nachnutzung des Famila-Altobjektes

- Lebensmittel und Reformwaren
- Gesundheits- und Körperpflege
- Bekleidung und Wäsche
- Schuhe und Lederwaren
- Bücher und Schreibwaren
- Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien
- Spielwaren
- Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Möbel und Antiquitäten

3.1 Vorhabenrelevante Nachfragesituation in der Stadt Friesoythe

Die Berechnung des Nachfragepotenzials[3] in der Stadt Friesoythe erfolgt auf der Basis der gemeindescharfen Einwohnerzahlen (20.590)[4] und der jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (90,3 Prozent). Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.297 € für 2008 zu Grunde gelegt. Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer wird dieser an das Niveau jeder Stadt bzw. Gemeinde angepasst. Für Friesoythe ergibt sich somit ein Ausgabesatz von 4.783,19 € je Einwohner pro Jahr.

Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf der Stadt unter dem Bundesdurchschnitt.

Davon sind dem vorhabenrelevanten aperiodischen Bedarfsbereich in der Stadt Friesoythe insgesamt

40,3 Mio. € zuzuordnen.

Im vorhabenrelevanten periodischen Bedarf ergibt sich ein Nachfragepotenzial von

52,2 Mio. €.

Abb. 8: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial in der Stadt Friesoythe

CIMA Warengruppe	Nachfrage-volumen in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**52,2**
Lebensmittel, Reformwaren	38,9
Gesundheit und Körperpflege	13,3
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**40,3**
Bekleidung, Wäsche	8,0
Schuhe, Lederwaren	2,3
Bücher, Schreibwaren	2,8
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	8,7
Spielwaren	0,7
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik	0,8
Möbel, Antiquitäten	5,2
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	1,1
Baumarktspezifische Sortimente	10,7
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**92,4**

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

[3] Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Friesoyther Bevölkerung, die dem Einzelhandel zu Verfügung stehen (statistischer Wert).
[4] Einwohner vom 31.03.2008 (Stand des Einzelhandelskonzeptes 2009)

3.2 Vorhabenrelevante Angebotsstruktur in Friesoythe

An den folgenden Tabellen bilden die Einzelhandelssituation in der Stadt Friesoythe ab:

Abb. 9: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Anzahl Betriebe, Verkaufsfläche)

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m²
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**49**	**12810**
Lebensmittel und Reformwaren	41	10350
Gesundheit und Körperpflege	8	2460
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**84**	**35685**
Bekleidung, Wäsche	20	6165
Schuhe, Lederwaren	5	1525
Bücher, Schreibwaren	2	940
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	10	3965
Spielwaren	3	960
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	1	650
Möbel, Antiquitäten	13	10475
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	5	1410
Baumarktspezifische Sortimente	25	9595
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**133**	**48495**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 10: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Umsatz und Handelszentralität)

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Handelszentralität in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**53,9**	**103,3**
Lebensmittel, Reformwaren	40,9	105,2
Gesundheit und Körperpflege	13,0	97,6
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**60,6**	**150,6**
Bekleidung, Wäsche	16,8	209,1
Schuhe, Lederwaren	4,2	185,5
Bücher, Schreibwaren	3,1	110,8
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	13,4	154,7
Spielwaren	1,6	213,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik	1,1	150,7
Möbel, Antiquitäten	6,8	131,8
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	1,6	143,7
Baumarktspezifische Sortimente	12,0	111,9
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**114,5**	**123,9**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH. 2009

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 Prozent einnimmt, so fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 Prozent, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

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

Ein Mittelzentrum sollte gemäß raumordnerischer Zuordnung neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich auch die Versorgung der angrenzenden Bevölkerung im mittelzentralen Verflechtungsraum im aperiodischen Bedarfsbereich gewährleisten.

Teilvorhaben Umsiedlung/ Erweiterung des Famila-Verbrauchermarktes

Für die Hauptbranche des Famila-Verbrauchermarktes „Lebensmittel und Reformwaren“ wurde eine Zentralität in Höhe von 105,2 Prozent ermittelt. Insgesamt liegt die Einzelhandelszentralität der Stadt Friesoythe bei rd. 124 Prozent (vorhabenrelevante Einzelhandelszentralität bei rd. 123,9 Prozent), so dass diese Branche, gemessen an den übrigen Branchen eine nahezu durchschnittliche Zentralität aufweist. Friesoythe gelingt es, nicht nur die eigene Bevölkerung mit diesen Gütern des periodischen Bedarfs zu versorgen, sondern auch per Saldo Kaufkraft aus dem näheren Umland nach Friesoythe zu ziehen. Für weitere Ansiedlungen ergibt sich somit nur ein begrenztes Potenzial. Allerdings handelt es sich um eine Verkaufsflächenerweiterung eines bestehenden Betriebes und um einen Umzug im direkten Standortumfeld, das eher darauf abzielt, eine **Modernisierung und Konsolidierung eines bestehenden Betriebes** zu erreichen. Das Teilvorhaben zur Umsiedlung des Famila Verbrauchermarktes dient somit nicht vorrangig der Steigerung der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und der Handelszentralität der Stadt Friesoythe.

Teilvorhaben: Nachnutzung des Altobjektes Famila

Für die Hauptbranche des Drogeriemarktes „Gesundheit und Körperpflege“ wurde eine Zentralität in Höhe von 97,6 Prozent ermittelt. Die Handelszentralität dieser Branche liegt, gemessen an den übrigen Branchen deutlich unter dem Durchschnitt (vorhabenrelevante Einzelhandelszentralität 123,9 Prozent). Damit ist diese Branche in Friesoythe, gemessen an der mittelzentralen Funktion, bislang als unterrepräsentiert einzustufen. **Hier besteht aus Sicht der CIMA Potenzial, um weitere Kaufkraftzuflüsse zurück aus dem Umland, eine Steigerung der Handelszentralität in diesem Segment und eine qualitative Verbesserung der Friesoyther Angebotsstruktur zu erzielen.**

Für die Hauptbranche des Schuhfachmarktes **„**Schuhe und Lederwaren**“** wurde eine Einzelhandelszentralität von 185,5 Prozent ermittelt. Damit liegt die Zentralität dieser Branche deutlich über dem Friesoyther Durchschnitt von 123,9 Prozent. **Das Potenzial für eine Neuansiedlung der Verkaufsfläche in diesen Branchen ist demzufolge sehr begrenzt.** Bei Ansiedlungen wären folglich in erster Linie Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt und des Einzugsgebietes zu erwarten. Hierbei spielt die lokale und regionale Angebotsstruktur sowie die aktuellen Einkaufsströme eine wesentliche, die in den folgenden Kapiteln betrachtet werden.

Für die Hauptbranche des Textilfachmarktes „Bekleidung und Wäsche“ wurde eine Zentralität von 209,1 Prozent ermittelt. Damit liegt die Zentralität dieser Branche ebenfalls deutlich über dem Friesoyther Durchschnitt von 123,9 Prozent. **Das Potenzial für eine Neuansiedlung der Verkaufsfläche in diesen Branchen ist auch in der Branche „Bekleidung und Wäsche“ begrenzt.** Ebenso

wie bei der Branche „Lederwaren und Schuhe“ wäre hier eine Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt und des Einzugsgebietes zu erwarten.

Für die Hauptbranche des Einrichtungsfachmarktes **„Möbel“** wurde eine Zentralität in Höhe von 131,8 Prozent ermittelt. Damit liegt die Einzelhandelszentralität dieser Branche leicht über dem Durchschnitt der Stadt von 123,8 Prozent für den vorhabenrelevanten Einzelhandel.

Hier ist aus Sicht der CIMA grundsätzlich eine Steigerung der Kaufkraftbindung möglich, allerdings existiert bereits heute in diesem Segment eine schwierige Konkurrenzsituation, wodurch Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt Friesoythe zu erwarten sind. Das Potenzial zur Steigerung der Handelszentralität steigt, wenn es sich bei der Ansiedlung um angebotsergänzende Strukturen handeln würde.

3.3 Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse

Anhand der dargelegten Daten lässt sich deutlich nachweisen, dass in Friesoythe bezüglich der einzelnen Teilvorhaben bzw. Fachmärkte sehr unterschiedliche Potenziale zur Steigerung der Kaufkraftbindung und Handelszentralität vorliegen.

Das Teilvorhaben zur Umsiedlung und Verkaufsflächenerweiterung des Famila-Verbrauchermarktes dient vorrangig zur Modernisierung und Konsolidierung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes. Dieses Vorhaben zielt nicht primär auf eine Steigerung der Handelszentralität ab.

Anders verhält es sich bei der Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes im Altobjekt. Hier lassen sich deutliche Potenziale ableiten, die zu einer besseren Kaufkraftbindung und somit Steigerung der Handelszentralität im Segment Drogeriewaren führt.

Für die Neuansiedlungen der Textilfachmärkte und des Schuhfachmarktes hingegen ist das Potenzial sehr begrenzt. Hier sind in erster Linie Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt und des Einzugsgebietes zu erwarten.

Für die Neuansiedlung eines Einrichtungsfachmarktes wäre aus Sicht der CIMA grundsätzlich eine Steigerung der Kaufkraftbindung möglich. Allerdings existiert bereits heute in diesem Segment eine schwierige Konkurrenzsituation, wodurch Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt Friesoythe zu erwarten sind. Das Potenzial zur Steigerung der Handelszentralität steigt, wenn es sich bei der Ansiedlung um angebotsergänzende Strukturen innerhalb der Stadt Friesoythe handeln würde.

3.4 Vorhabenrelevante Bestandssituation in Friesoythe und dem Umland

Die Beschreibung der Einzelhandelssituation in Friesoythe und in den Umlandgemeinden bezieht sich auf die vorhabenrelevanten Sortimente im Kern- und Randsortiment des Vorhabens. Hierbei handelt es sich nicht um eine vollständige Dokumentation des vorhabenrelevanten Angebotes.

3.4.1 Stadt Friesoythe

Das Angebot im Bereich Lebensmittel und Reformwaren in Friesoythe wird zum großen Teil rund um den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorgehalten. Außerhalb des Kernorts verfügt nur Altenoythe über einen großflächigen Nahversorger; in den übrigen Ortschaften finden sich lediglich Betriebe mit unter 200 qm Verkaufsfläche.

Der Bereich Gesundheits- und Körperpflege ist in Friesoythe eher unterrepräsentiert. Am Fachmarktstandort Am Alten Hafen befindet sich ein Rossmann-Drogeriefachmarkt, in den Ortsteilen Altenoythe, Gehlenberg und Markhausen sind Betriebe der Firma Schlecker angesiedelt. An den übrigen Standorten übernehmen die Lebensmittelanbieter auch die Versorgung in der Branche „Gesundheits- und Körperpflege".

Das Angebot im Bereich Bekleidung wird in Friesoythe dominiert von inhaberbezogenen Fachgeschäften innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Dort sind zahlreiche Facheinzelhandelsgeschäfte entlang der Moorstraße, der Kirchstraße, der Langen Straße und der Bahnhofstraße angesiedelt. Abgerundet wird dieses Angebot durch die Textildiscounter KIK und Takko am Fachmarktstandort Alter Hafen. In den Ortsteilen finden sich keine relevanten Anbieter.

Die Branche „Möbel und Antiquitäten" ist innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt durch die Firmen Möbel Meyer und Dumstorff vertreten. Am Fachmarktstandort Europastraße hat sich das Dänische Bettenlager niedergelassen und an der Elbestraße existieren ein Möbelgeschäft und ein Küchenfachgeschäft. In den Ortsteilen findet sich einzig in Neuvrees ein Möbelfachgeschäft.

Das Angebot im Bereich der Schuhe und Lederwaren wird in Friesoythe von den Firmen ABC-Schuhcenter und Deichmann am Fachmarktstandort Alter Hafen dominiert, einzelne Fachanbieter finden sich noch in der Kirchstraße und in der Moorstraße. In dem Ortsteil Markhausen befindet sich ein Schuhgeschäft in der Vorderthüler Straße.

Zentrale Versorgungsbereiche Friesoythe

In den **Zentralen Versorgungsbereichen** der Stadt Friesoythe sind insgesamt nur zwei großflächige Lebensmittelbetriebe mit über 800 qm Verkaufsfläche angesiedelt: der Vollsortimenter K+K in Altenoythe und der Netto-Lebensmitteldiscounter in der Barßeler Straße. In der Innenstadt liegt der Schwerpunkt des Angebots hingegen bei den Sortimenten des aperiodischen Bedarfs.

Der **Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** hat in den Bedarfsbereichen Lebensmittel und Gesundheits- und Körperpflege lediglich kleinflächige Anbieter (z.B. Reformhaus, Bäckereifilialen) vorzuweisen. Das Angebot in den Branchen Bekleidung und Wäsche wird von zahlreichen inhabergeführten Bekleidungsfachgeschäften gestellt. Sie sind vor allem entlang von Moorstraße, Langer Straße und Bahnhofstraße angesiedelt. Aus dem Bereich Schuhe findet sich hier allerdings nur ein Fachanbieter, weitere Geschäfte führen auch Lederwaren. Möbel werden unter anderem von den beiden großflächigen Anbietern Meyer und Dumstorff angeboten. Tameling führt neben einer Auswahl an Gar-

tenmöbeln auch Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke und Hausrat. Weitere Anbieter führen vorhabenrelevante Sortimente im Randsortiment.

Abb. 11: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Im **Zentralen Versorgungsbereich Barßeler Straße** sind neben dem Netto-Lebensmitteldiscounter zwei weitere kleinflächige Lebensmittelanbieter adressiert.

Abb. 12: Zentraler Versorgungsbereich Barßeler Straße

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Im **Zentralen Versorgungsbereich Altenoythe** befinden sich neben dem schon erwähnten Vollsortimenter K+K zwei Bäckereifilialen. Zudem verfügt dieser Versorgungsbereich über einen Schlecker-Drogeriefachmarkt.

Abb. 13: Zentraler Versorgungsbereich Altenoythe

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Sonstiges Friesoyther Stadtgebiet

Von den Betrieben aus dem weiteren Kernstadtgebiet treten die Lebensmitteldiscounter Aldi (einmal in der Europastraße und einmal Am alten Hafen), Lidl sowie insbesondere der Vollsortimenter E-Center in Konkurrenz zum Planvorhaben. Dieses Lebensmittelangebot wird ergänzt durch zahlreiche kleinflächige Anbieter und einen Getränkemarkt. Weiterhin vorhabenrelevant sind die beiden in der Elbestraße ansässigen Möbelanbieter Küchentreff und Möbel Hemmen und das Dänische Bettenlager (Grüner Hof) sowie das Schuhgeschäft Drees. In direkter Nähe zum Standort für das geplante Fachmarktzentrum am alten Hafen liegen die Fachmärkte KIK, Takko, ABC-Schuhe und Deichmann. Weitere Anbieter führen vorhabenrelevante Sortimente im Randsortiment.

Im Ortsteil **Altenoythe** findet sich neben den schon im Zentralen Versorgungsbereich vorgestellten Angebotsstrukturen außer dem Möbelanbieter "Betten Höffmann" kein weiterer relevanter Einzelhandel.

Neuvrees verfügt mit Janßen über einen großflächigen Möbelanbieter.

Im Ortsteil **Gehlenberg** sind ein Spar-Markt, ein Schlecker-Drogeriefachmarkt und ein Getränkemarkt angesiedelt. Ergänzend ist die Entwicklung eines neuen Nahversorgungsstandortes - mit dem Hauptanbieter NP - in Planung.

Markhausens vorhabenrelevantes Angebot beschränkt sich auf kleinflächige Anbieter, wozu neben dem Dorfladen Plate in der Hauptstraße auch ein Drogeriefachmarkt (Schlecker), ein Schuh- und Sportgeschäft, ein Quelleshop, ein Bäcker und ein Fleischer zählen.

Die übrigen Ortsteile Friesoythes sind hinsichtlich der Grundversorgung der Bevölkerung eher schlecht ausgestattet; zu finden sind vor allem Bäckereien, Dorf- oder Hofläden.

3.4.2 Bestandssituation im Umland

Gemeinde Bösel (rd. 7.500 Einwohner)

Das Lebensmittelangebot in der Gemeinde Bösel erstreckt sich vornehmlich auf die zentral gelegenen Lebensmitteldiscounter Netto und Lidl und den Vollsortimenter Coma. Ergänzt wird dies unter anderem durch zwei Bäckereien und weitere Spezialanbieter. Aus dem Bereich Drogeriebedarf ist hier neben einer inhabergeführten Drogerie ein Schlecker-Fachmarkt adressiert. Bösel verfügt auch über vier Anbieter von Bekleidung und ein inhabergeführtes Schuhgeschäft.

Gemeinde Barßel (rd. 12.550 Einwohner)

Die Gemeinde Barßel setzt sich aus 13 Ortsteilen zusammen, wobei sich das Einzelhandelsangebot auf die Ortsteile Barßel, Barßeler Moor, Elisabethfehn und Harkebrügge beschränkt.

Im Ortsteil Barßel sind aus dem Bereich Lebensmittel neben den Discountern Netto, Lidl, Aldi und Plus auch ein E neukauf-Verbrauchermarkt, ein Getränkemarkt und mehrere kleinflächige Anbieter – v.a. Bäckereien –angesiedelt, wobei sich der Plus-Lebensmitteldiscounter und der Getränkemarkt im Ortskern befinden. Des Weiteren befindet sich zentrennah ein KIK - Textildiskont sowie ein inhabergeführtes Modegeschäft.

Im Ortsteil Elisabethfehn sind neben kleinflächigen Lebensmittelanbietern auch ein Markant-Markt, ein Schlecker-Drogeriefachmarkt und ein Bekleidungsgeschäft (Second-Hand) adressiert.

Der Ortsteil Harkebrügge hat neben einem „Nah und gut“-Supermarkt u. a. einen Schlecker-Drogeriefachmarkt und ein großflächiges Modehaus vorzuweisen.

Gemeinde Edewecht (rd. 21.000 Einwohner)

Die Gemeinde Edewecht setzt sich aus 15 Bauernschaften zusammen, wobei nur in den Gemeindeteilen Edewecht, Jeddeloh I und Jeddeloh 2, Osterscheps und Portsloge Einzelhandel angesiedelt ist. Außer je einer Bäckerei in Jeddeloh I, Jeddeloh II und Osterscheps befinden sich alle relevanten Anbieter im Gemeindeteil Edewecht.

Aus dem Bereich Lebensmittel finden sich hier die Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Netto, die Vollsortimenter Rewe, E neukauf und Combi und zwei Getränkemärkte. Ergänzt wird dieses Angebot durch mehrere kleinflächige Lebensmittelanbieter. Das Angebot an Möbeln konzentriert sich in der Gemeinde Edewecht auf den großflächigen Anbieter Möbelrampe und einen kleinen Badausstatter. Der Bereich Bekleidung setzt sich zusammen aus den beiden größeren Filialisten KIK und Woolworth und mehreren kleinflächigen Geschäften. Schuhe werden von immerhin drei Anbietern vertrieben, wobei es sich um eine relativ große Filiale des Filialisten Quick-Schuh handelt. Weiterhin sind in Edewecht zwei Schlecker- und ein Ihr Platz-Drogeriefachmarkt zentral adressiert.

Gemeinde Esterwegen (rd. 5.200 Einwohner)

Die westlich von Friesoythe gelegene Gemeinde Esterwegen verfügt im Bereich Lebensmittel über die Lebensmitteldiscounter Aldi, Netto und Lidl, die Vollsortimenter Coma und K+K und über einen Getränkemarkt. Ergänzt wird dieses Angebot durch vier Bäckereien und mehrere kleinflächige Spezialgeschäfte. Bekleidung wird in Esterwegen in fünf kleinflächigen Geschäften angeboten. Der Bereich Drogeriewaren wird in Esterwegen durch die beiden Fachmärkte Rossmann und Schlecker und einen inhabergeführten Markt abgedeckt. Einziger Schuhanbieter ist hier der Filialist Quick-Schuh. Möbel werden in Esterwegen höchstens im Randsortiment angeboten.

Gemeinde Garrel (rd. 12.950 Einwohner)

Die Gemeinde Garrel liegt zwischen Friesoythe und Cloppenburg und setzt sich aus 12 Bezirken zusammen, wobei sich der Einzelhandel auf Varrelbusch und Garrel-Ort beschränkt. Über vorhabenrelevante Verkaufsflächen von mehr als 800 qm verfügen hier die Lebensmittelanbieter Lidl, Aldi, Netto und Rewe, die Möbelanbieter Kemper Mobifix und Möbelhaus Kemper sowie das Bekleidungshaus Wendeln.

Abb. 14: Vorhabenrelevante Betriebe in Garrel

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

In Garrel sind ergänzend im Bereich Lebensmittel ein Getränkefachmarkt, der Smack Lebensmittelmarkt, und mehrere kleinflächige Betriebe vorhanden, wobei insbesondere das „Fleischparadies" in der Von-Galen-Straße hervorzuheben ist, das über eine Verkaufsfläche von über 200 qm verfügt. Ein „Ihr-Kette"-Lebensmittelmarkt befindet sich in dem Bezirk Varrelbusch an der Alten Bundesstraße.

Das Angebot im Bereich Möbel umfasst neben den beiden großflächigen Anbietern Kemper Möbelfix und Möbelhaus Kemper noch den kleineren Anbieter „Szenenwechsel" in der Hauptstraße. Ebenfalls vorhabenrelevant sind in Garrel die Drogeriefachmärkte Rossmann und Schlecker und ein inhabergeführtes Geschäft adressiert. Im Bereich Bekleidung wird das umfassende Angebot des Anbieters Wendeln (Hauptstraße) durch zahlreiche kleinflächige Geschäfte ergänzt. Auch ein inhabergeführtes Schuhgeschäft findet sich in Garrel.

Gemeinde Lorup (rd. 3.200 Einwohner)

In der Gemeinde Lorup ist im Bereich des vorhabenrelevanten Einzelhandels vor allem der Vollsortimenter Markant an der Hauptstraße zu nennen. Ergänzend sind hier neben einem Bäcker, einem Fleischer und einem Bekleidungsanbieter auch der Drogeriefachmarkt Schlecker adressiert.

Gemeinde Molbergen (rd.7.800 Einwohner)

Die Gemeinde Molbergen setzt sich aus den Ortsteilen Peheim, Grönheim, Dwergte, Resthausen, Stalförden sowie Molbergen-Ort zusammen, wobei sich der Einzelhandel hauptsächlich auf Molbergen-Ort konzentriert. Lediglich in Peheim (nah und gut) und in Ermke (Spar-Supermarkt/ EP: Grote) sind außerhalb vereinzelt Einzelhandelsbetriebe zu finden.

Im Bereich Lebensmittel sind in Molbergen neben den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl die zwei Vollsortimenter Coma und Spar und eine Getränke-

markt adressiert. Ergänzt wird dieses Angebot durch vier weitere kleinflächige Anbieter.

Abb. 15: Aldi-Lebensmitteldiscounter und Spar-Markt (beide Cloppenburger Straße) in Molbergen

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Gemeinde Saterland (rd. 12.900 Einwohner)

Die Gemeinde Saterland setzt sich zusammen aus den vier Gemeindeteilen Ramsloh, Scharrel, Sedelsberg und Strücklingen. Die vorhabenrelevanten Hauptanbieter finden sich hier vornehmlich in Ramsloh (Aldi, Lidl, Markant) und Strücklingen (K+K-Markt).

Im Gemeindeteil **Ramsloh** haben neben den beiden Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl auch der Vollsortimenter Markant an der Hauptstraße angesiedelt. Dieses Angebot wird ergänzt durch einen Schlecker-Drogeriefachmarkt, einen Getränkemarkt, zwei Anbieter von Bekleidung (KIK und Naber) und kleinflächigen Anbietern.

Der Gemeindeteil **Scharrel** verfügt an der Hauptstraße über einen "nah und gut"-Supermarkt, einen Schlecker-Drogeriefachmarkt und zwei Bekleidungsfachgeschäfte.

In **Sedelsberg** sind neben einem E aktiv Markt vornehmlich auch ein Schlecker-Drogeriefachmarkt und ein Getränkefachmarkt adressiert.

Ergänzend zu einem großflächigen K+K-Markt in der Bahnhofstraße finden sich im Gemeindeteil **Strücklingen** ein Getränkemarkt, zwei kleinflächige Lebensmittelanbieter, ein Schlecker-Drogeriefachmarkt und ein Schuhanbieter.

Übrige Umlandgemeinden (Hilkenbrook, Rastdorf, Vrees) (mit insgesamt rd. 3.500 Einwohnern)

Das vorhabenrelevante Angebot in der Gemeinde Hilkenbrook beschränkt sich auf einen am Dorfplatz adressierten Dorfladen, in der Gemeinde Rastdorf auf einen Bäcker und in der Gemeinde Vrees über ein durch einen Bäcker und Fleischer ergänzten Dorfladen.

4 KOMPATIBILITÄT DES VORHABENS MIT DEM EINZELHANDELSKONZEPT

4.1 Grundsätzliche Aussagen des Konzepts

Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe (CIMA 2009) liegt der Standort des Planvorhabens im Bereich der sogenannten **Zusatzfläche Innenstadt,** die an den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angrenzt.

Im Einzelhandelskonzept wurden für die Zusatzfläche Innenstadt wie folgt beschrieben:

- *Dieses Areal rund um ZOB und das Famila-Warenhaus stellt einen wichtigen Versorgungsstandort für die Friesoyther Nahversorgung dar und bietet Ersatz für den fehlenden Lebensmittelanbieter im historischen Ortskern.*
- *Durch den Großparkplatz an der Weserstraße, der sowohl von Famila-Kunden wie auch von Besuchern der Innenstadt genutzt wird, besteht zudem eine gewisse funktionale Anbindung dieser Fläche an den historischen Ortskern.*
- *Wegen ihrer Schlüsselposition am Ortseingang und der bereits vorhandenen, wenn auch eher schwach ausgeprägten Anbindung an den heutigen Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt verfügt diese Zusatzfläche grundsätzlich über das Potenzial, in diesen integriert zu werden und so den starken südlichen Abschluss der Innenstadt zu bilden.*
- *Eine Integration dieses Areals in den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ist jedoch an bestimmte Voraussetzungen gebunden: zum einen muss ein innenstadtverträgliches Konzept zur Einzelhandelsentwicklung auf dieser Fläche vorliegen, zum anderen ist eine verbesserte städtebauliche und funktionale Anbindung an die bestehenden Einkaufslagen in der Moorstraße nötig.*
- *Auch eine Neuordnung des Verkehrs sollte erfolgen.*

Als Strategie für die quantitative und qualitative Entwicklung und Stärkung der Innenstadt wird auf Seite 105 des Konzeptes u.a. Folgendes genannt:

- *Um die Innenstadt als Ganzes zu stärken, sollte sich die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf die Entwicklungskorridore* [s. Abb. 16] *fokussieren. Erst wenn dort – z.B. aufgrund mangelnder Flächenverfügbarkeit – keine Ansiedlung möglich ist, sollte auf den Ergänzungsbereich Innenstadt bzw. die Zusatzfläche Innenstadt (bei zentrenrelevanten Sortimenten) oder die Sondergebiets- und Fachmarktstandorte (bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten) ausgewichen werden.*

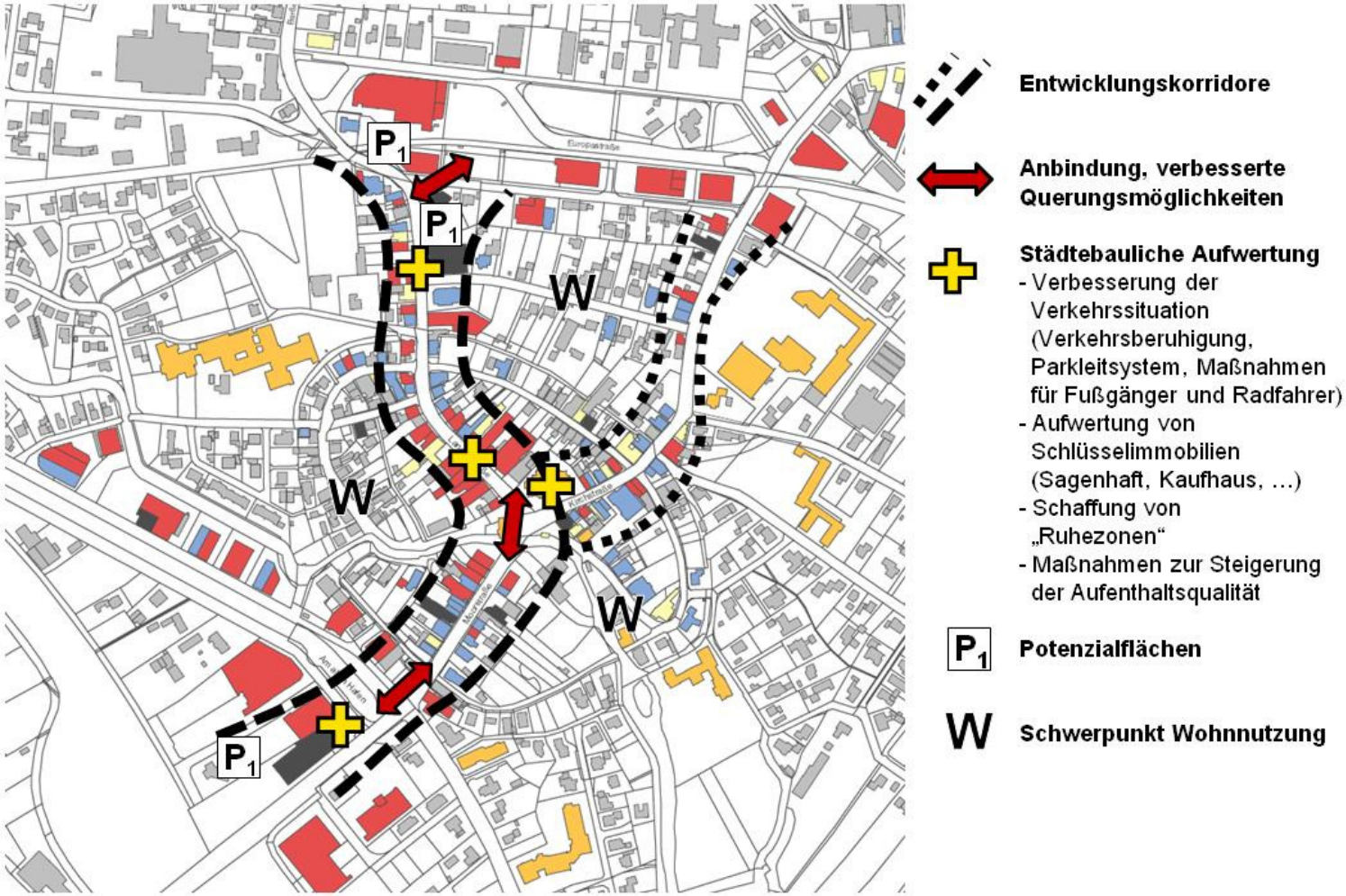
Zum hier geprüften Planvorhaben wurden folgende Aussagen getroffen (S. 110 des Konzeptes):

- *Der Prüfstandort ist für die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente grundsätzlich geeignet.*
- *Die Umsiedlung und Vergrößerung des Famila bietet aus Sicht der CIMA die Chance, die Funktion des Friesoyther Hauptgeschäftszentrums als wichtiger Nahversorgungsstandort auch für das Umland weiter zu stärken. Auch eine Aufwertung des Ortseingangs kann auf diese Weise gewährleistet werden.*
- *Aufgrund des geplanten Flächenzuwachses (+1.200 qm) des Famila sind spürbare Verdrängungseffekte auf den vorhandenen Einzelhandelsbestand zu erwarten. Negative Auswirkungen – kommunal und regional – sind deshalb durch eine zusätzliche Verträglichkeitsprüfung auszuschließen.*
- *Die Ansiedlung weiterer zentrenrelevanter Fachmärkte am Altstandort des Famila birgt nach Einschätzung der CIMA ein gewisses Risiko für den Standort Innenstadt. Hier ist aus Gutachtersicht eine genaue Abwägung, auch in Form einer Verträglichkeitsuntersuchung notwendig, sobald ge-*

nauere Informationen über den geplanten Branchenmix vorliegen. Insbesondere bei den innenstadtrelevanten Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe sollte nur eine sehr zurückhaltende Ansiedlungspolitik erfolgen. Diese sollten primär in den Entwicklungskorridoren innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt werden.

- *Bei der Bekanntgabe konkreter Ansiedlungsvorhaben gilt es letztlich auch genau zu bilanzieren, inwiefern Flächenzuwächse bestimmter Branchen einer Rücknahme bestehenden Baurechts gegenüberstehen.*
- *Sollte es zu einer Einzelhandelsentwicklung am Standort Ellerbrocker Straße kommen, ist parallel ein Verkehrs-, Park- und Gestaltungskonzept für das Areal zu entwickeln. Eine städtebauliche und funktionale Anbindung an den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ist essenziell, um keinen weiteren autoorientierten Standort ohne Austauschbeziehungen zur Innenstadt zu schaffen.*
- *Wichtig ist insbesondere die Art und Qualität der Nutzung im Bereich zwischen Famila und den Einzelhandelsbetrieben der Moorstraße, da letztendlich die subjektiv empfundene Entfernung über die Anbindung entscheidet.*
- *Sobald bezüglich einer Ansiedlung von Einzelhandel klare Planungsabsichten bestehen, die den hier genannten Bedingungen entsprechen, sollte die Zusatzfläche offiziell in den ZV Innenstadt integriert werden.*

Abb. 16: Einordnung des Vorhabenstandortes (Zusatzfläche) in das Einzelhandelskonzept



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Friesoythe 2009, CIMA GmbH 2009
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH. 2009

4.2 Abgleich von Vorhaben und Einzelhandelskonzept

In Anlehnung an die „Friesoyther Sortimentsliste“ (siehe Anhang) ergibt sich folgende Aufteilung der Sortimentsstruktur für die Planvorhaben:

Abb. 17: Sortimentsstruktur des Drogeriefachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	in %
zentrenrelevantes Sortiment	**400**	**40**
Bekleidung, Wäsche	80	8
Bücher, Schreibwaren	80	8
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik,	80	8
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	80	8
Spielwaren	80	8
nahversorgungsrelevantes Sortiment	**600**	**60**
Gesundheits- und Körperpflege	540	54
Lebensmittel, Reformwaren	60	6
nicht-zentrenrelevantes Sortiment	**-**	**-**
-	-	-
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**1.000**	**100**

Quelle: J. Bünting Beteilgungs AG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 18: Sortimentsstruktur des Schuhfachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %
zentrenrelevantes Sortiment	**450**	**100**
Schuhe, Lederwaren	450	100
nahversorgungsrelevantes Sortiment	**0**	**0**
-	0	-
nicht-zentrenrelevantes Sortiment	**0**	**-**
-	0	-
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**450**	**100**

Quelle: J. Bünting Beteilgungs AG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 19: Sortimentsstruktur des Textilfachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %
zentrenrelevantes Sortiment	**700**	**100**
Bekleidung, Wäsche	700	100
nahversorgungsrelevantes Sortiment	**0**	**0**
-	0	-
nicht-zentrenrelevantes Sortiment	**0**	**-**
-	0	-
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**700**	**100**

Quelle: J. Bünting Beteilgungs AG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 20: Sortimentsstruktur des Einrichtungsfachmarktes entsprechend „Friesoyther Sortimentsliste“

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %
zentrenrelevantes Sortiment	**360**	**45**
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	200	25
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	160	20
nahversorgungsrelevantes Sortiment	**0**	**0**
-	-	-
nicht-zentrenrelevantes Sortiment	**440**	**55**
Möbel	440	55
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**800**	**45**

Quelle: J. Bünting Beteilgungs AG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

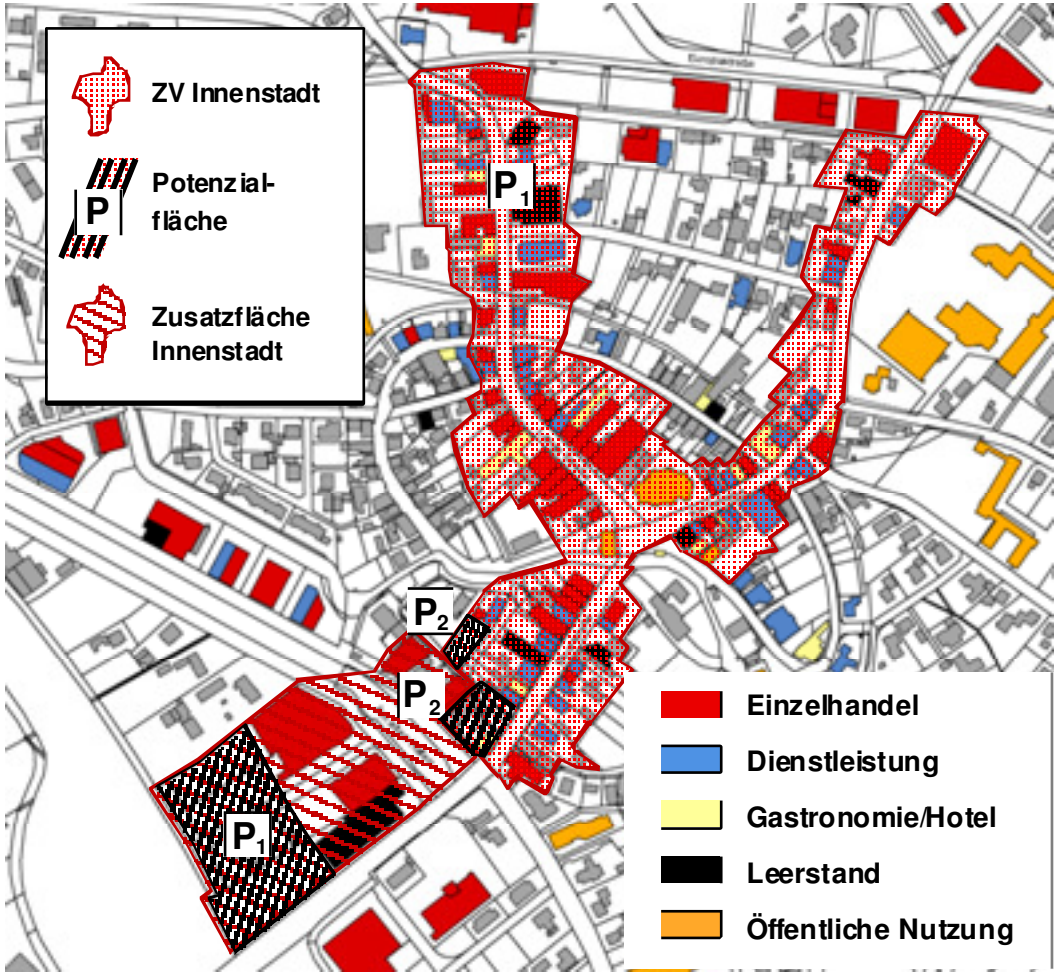
Der Standort der Planvorhaben an Ellerbrocker Straße befindet sich in städtebaulich integrierter Lage im Bereich der Zusatzfläche Innenstadt. Durch eine Entwicklung dieser Fläche bietet sich die Chance, den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt langfristig zu stärken, indem eine attraktive Eingangssituation zum historischen Ortskern geschaffen wird. Entsprechend des Einzelhandelskonzepts sind hier Ansiedlungen im Bereich des nahversorgungsrelevanten wie auch des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs möglich, wenn sowohl die Verträglichkeit für den bestehenden Einzelhandel als auch die städtebauliche und verkehrliche Anbindung gesichert sind.

Damit stehen der Erweiterungswunsch des Famila-Verbrauchermarkts sowie die Ansiedlung eines Drogerie- und eines Einrichtungsfachmarkts grundsätzlich im Einklang mit dem Einzelhandelskonzept.

Als problematischer erweist sich hingegen die gewünschte Umnutzung des Famila-Altgebäudes für einen Schuh- sowie einen Textilfachmarkt. Die Ansiedlung dieser zentrenrelevanten Leitsortimente sollte laut Einzelhandelskonzept nämlich primär in den Entwicklungskorridoren innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgen (vgl. Abb. 16).

Ausgehend von den heutigen Rahmenbedingungen ist es erforderlich, bei diesem Planvorhaben die Verträglichkeit mit den bestehenden Angebotsstrukturen, v.a. in den Zentralen Versorgungsbereichen, nachzuweisen. Von den Planungen dürfen somit keine negativen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt ausgehen. Die Auswirkungen werden im Rahmen dieser Verträglichkeitsuntersuchung nachgewiesen. In diesem Gutachten wird abgewogen, inwieweit der bestehende Einzelhandel im Einzugsgebiet von Frequenzverlusten und Verdrängungsumsätzen betroffen und negative städtebauliche Effekte zu erwarten wären. Insbesondere die Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche in Friesoythe werden in diesem Gutachten kritisch geprüft.

Abb. 21: Einordnung des Vorhabenstandortes (Zusatzfläche) in das Einzelhandelskonzept



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Friesoythe 2009, CIMA GmbH 2009
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH. 2009

Abb. 22: Einordnung in das Einzelhandelskonzept

A Innenstadt (ZV)

mit Zusatzfläche

Nahversorgungszentren (ZV)

- **B** Barßeler Straße
- **C** Altenoythe

Ergänzungsgebiet Innenstadt

- **D** Europastraße

Solitärstandort

- **E** Spreestraße

Sondergebiets-/ Fachmarktstandort

- **F** Alter Hafen
- **G** Böseler Straße

Vorhabenstandort

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Friesoythe 2009, CIMA GmbH 2009
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH. 2009

Fazit

Der Prüfstandort ist für die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente, nicht-zentrenrelevanter Sortimente sowie nach erfolgter Empfehlung durch ein Verträglichkeitsgutachten auch für zentrenrelevante Sortimente geeignet.

Eine weitere Entwicklung des Standorts im Bereich des Einzelhandels bietet darüberhinaus das Potenzial, den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt langfristig zu stärken, in dem eine attraktive Eingangssituation zur Moorstraße geschaffen wird. Das Vorhaben kann somit dem Einzelhandelskonzept im Punkt zur Sicherung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt grundsätzlich gerecht werden, wenn eine städtebauliche und funktionale Anbindung an den historischen Ortskern entsteht, wie sie im Einzelhandelskonzept empfohlen wurde.

5 ABSCHÄTZUNG DER AUSWIRKUNGEN DES PLANVORHABENS AUF DIE BESTEHENDE EINZELHANDELSSTRUKTUR

Vorbemerkungen zum Aufbau

Das Planvorhaben setzt sich aus zwei Teilvorhaben zusammen:

In der Stadt Friesoythe ist als ein Teilvorhaben die Umsiedlung und Erweiterung des bestehenden Famila-Verbrauchermarktes am Standort Ellerbrocker Straße geplant. Für den Markt selbst sind insgesamt 988 qm neue und zusätzliche Verkaufsfläche geplant. Ergänzend ist in der Vorkassenzone des Famila Verbrauchermarktes die Ansiedlung eines Textilfachmarktes mit 180 qm Verkaufsfläche angedacht.
Bei den übrigen Betrieben in der Vorkassenzone handelt es sich um Umsiedlungen von bestehenden Betrieben aus dem Altobjekt (Betriebe aus der heutigen Vorkassenzone), bei denen keine Verkaufsflächenerweiterung gegenüber dem Altobjekt vorgesehen ist.

Das zweite Teilvorhaben umfasst die geplanten Neuansiedlungen im Altobjekt des heutigen Famila Verbrauchermarktes. Das Planvorhaben sieht die Ansiedlung von vier Fachmärkten (Drogeriefachmarkt: 1.000 qm; Schuhfachmarkt: 450 qm, Textilfachmarkt: 700 qm, Einrichtungsfachmarkt: 800 qm Verkaufsfläche) vor. Somit ergibt sich aus der Teilplanungskonzeption in der Summe eine Neuverkaufsfläche durch das gesamte Vorhaben von 2.950 qm Verkaufsfläche.

Es muss davon ausgegangen werden, dass als Folge der geplanten Einzelhandelsansiedlung Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt Friesoythe und im Umland zu erwarten sind. Aus diesem Grund werden nachfolgend die Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO (§ 34 Abs. 3 BauGB) auf den Einzelhandel in der Stadt Friesoythe und im darüber hinaus reichenden regionalen Untersuchungsgebiet des Vorhabens dargestellt und bewertet.

Zur Berechnung der Umsätze sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der örtlichen Wettbewerbssituation in der Stadt Friesoythe und in der Region orientieren sowie auf Grundlage der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten entsprechender Betriebstypen und vergleichbarer Verkaufsflächendimensionierungen im Bundesdurchschnitt ermittelt worden sind.

Vorbemerkungen zur Berechnung der Umsatzherkunft

Für die Ermittlung des Untersuchungsgebietes des Vorhabens ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation erforderlich. Anhand der Attraktivität der konkurrierenden Einkaufslagen bzw. Wettbewerber im Stadtgebiet und in der Region wird ermittelt, woher das Vorhaben seinen Umsatz generiert. Dafür kann die CIMA auf umfangreiche Analysen in der Stadt bzw. der Region zurückgreifen, die durch „Vor-Ort"-Recherchen des CIMA-Teams ergänzt wurde.

Wichtige Informationen über die Bindungsquoten beziehen wir aus Echtzahlen der Anbieter, die wir i.d.R. aus ähnlich gelagerten Analysen, aus der direkten Betriebsberatung der relevanten Märkte und aus den offiziellen Veröffentlichungen beziehen. Diese Erkenntnisse werden dann an die regionale Situation angepasst. Insbesondere die Lage, Entfernung und Größe der Wettbewerber ist dabei von großer Relevanz.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes kann auf Basis dieser Recherchen mittels des ökonometrischen HUFF-Simulationsmodells schlussendlich berechnet und in Prozent dargestellt werden.

Das HUFF-Modell, das sich in vielen Planverfahren auch als „gerichtsfest" erwiesen hat, quantifiziert die dabei durch das Planvorhaben entstehenden Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum für den Einzelhandel. Das Verfahren basiert auf den Untersuchungen von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area").

Einflussgrößen sind z.B.:

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

Bei der Bewertung des Vorhabens und der Berechnung der Umsatzverdrängungswirkung wird von einem „Worst-Case-Ansatz" ausgegangen. Die ermittelten Verdrängungsquoten entsprechen demnach der maximal zu erwartenden Umsatzverdrängungswirkung auf den vorhandenen Einzelhandel.

Die in den Kapiteln zuvor dargestellte Angebotssituation in Friesoythe verdeutlicht lediglich im Bereich des Angebotes bei den „Drogeriewaren" Defizite und somit Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Friesoythe.

In den übrigen Branchen werden hingegen bereits heute zum Teil hohe Kaufkraftzuflüsse generiert. Das Potenzial für Verkaufsflächenerweiterungen in diesen Branchen ist demzufolge begrenzt, ebenso wie eine weitere Steigerbarkeit der entsprechenden Handelszentralitäten.

Vorbemerkungen zur Umsatzverdrängungsquote

Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Kaufkraftumlenkungsquote, die in Mio. € und in Prozent ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine unzumutbare Auswirkung. Denn allein die Veränderung der bestehenden Wettbewerbslage ist baurechtlich irrelevant.[5] Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die so genannte „städtebauliche Effekte" nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.).[6]

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

Bei der Beurteilung des Kaufkraftabzuges ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert" einerseits und dem „Hindernisschwellenwert" andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offen gelassen.[7]

Das OVG Koblenz und das OVG Lüneburg haben unmittelbare Auswirkungen gewichtiger Art angenommen (=„Abstimmschwellenwert"), wenn ein Planvorhaben der Standortgemeinde zu Lasten der Nachbargemeinde eine Umsatzumverteilung von wenigstens 10 Prozent erwarten lassen.[8] [9]

Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojektes in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 Prozent und 20 Prozent relevant.[10]

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojektes haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.[11]

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwertes" ist ein Kaufkraftabfluss nach der obergerichtlichen Rechtssprechung zumeist erst dann, wenn die Umsatzumverteilung deutlich mehr als 10 Prozent beträgt. Genannt wird – allerdings abhängig unter anderem vom maßgeblichen Sortiment – ein Mindestwert von etwa 20 bis 25 Prozent.[12] Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B 51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzab-

[5] Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

[6] OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6. 2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentrO)

[7] BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BverwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mühlheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01, S. 15 UA

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

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

[10] Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

[11] OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201; OVG Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76 = auch Internetseite des OVG Lüneburg www.dbovg.niedersachsen.de.

[12] OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, NVwZ-RR 2001, 638 = BauR 2002, 577; VGH München, Urteil vom 07.06.2000, 26 N 99.2961, NVwZ-RR 2001, 88 = BRS 63 Nr. 62.

fluss von bis zu 20 Prozent für vertretbar gehalten und die Berufung zum OVG zugelassen.

Einschränkend muss angefügt werden, dass die Abwägung in Abhängigkeit vom Standort erfolgt. Außerdem geht die CIMA bei der Bewertung von Vorhaben davon aus, dass die reine Berechnung der Kaufkraftumlenkungsquote nicht allein ausschlaggebend für oder gegen die Realisierung eines Planvorhabens sein sollte. Es bleibt bei der Abwägung zu bedenken, dass der Kaufkraftabfluss nur ein Indiz im Sinne eines „Anfangsverdachtes" ist. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch „Trading-Down-Effekte" gekennzeichnet sind. Maßgeblich sind bei Bewertungen letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzumverteilungen ab ca. 7 bis 11 Prozent eintreten können. Diese Funktionsverluste können sich ausdrücken in städtischen Verödungen und zu erwartende „Trading-Down-Effekte".

Als Richtwert für die Verträglichkeit von Neuansiedlungen verwendet die CIMA im Allgemeinen jedoch die oben genannte 10 Prozent-Grenze als wesentlichen Bewertungsmaßstab. Je nach Situation vor Ort sollten dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich sein. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung.

5.1 Teilvorhaben Umsiedlung/ Erweiterung Famila

5.1.1 Struktur des Teilvorhabens Famila mit ergänzendem Textilfachmarkt

Die CIMA Beratung + Management GmbH prognostiziert für die Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes mit einem ergänzenden Textilfachmarkt in der Vorkassenzone einen neuen Einzelhandelsumsatz (brutto), der bei insgesamt **3,3 Mio. € im Jahr** liegen dürfte.

Im **periodischen Bedarf** wird ein zusätzlicher Umsatz von **rd. 2,4 Mio. €** erwartet.

Für die Sortimente im **aperiodischen Bedarfsbereich** wird ein zusätzlicher Umsatz von insgesamt **rd. 1,0 Mio. €** berechnet, der als umverteilungsrelevant zu bewerten ist.

Von diesem Umsatz entfällt rd. 0,5 Mio. € auf den ergänzenden Textilfachmarkt, die im aperiodischen Bedarf zu zuordnen sind.

In die ökonomische Wirkungsanalyse werden lediglich die neuen und zusätzlichen Verkaufsflächen und somit der neue Umsatz des Famila Verbrauchermarktes und des ergänzenden Textilfachmarktes einbezogen.

Darüber hinaus weist diese Planung eine Verkaufsflächenreduzierung im Segment „Baumarktspezifische Sortimente“ auf.

Abb. 23: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Famila; ergänzender Textilfachmarkt

CIMA Warengruppe	Neue Verkaufsfläche in qm	Neuumsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**660**	**2,4**
Lebensmittel, Reformwaren	605	2,1
Gesundheits- und Körperpflege	55	0,2
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**328**	**0,5**
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	275	0,3
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik,	25	0,1
Bücher, Schreibwaren	3	0,0
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	3	0,0
Spielwaren	2	0,0
Tierfutter- / Zoobedarf	20	0,0
vorhabenrelevanter neuer Einzelhandel Famila separat	**988**	**2,8**
Bekleidung, Wäsche*	180	0,5
vorhabenrelevanter neuer Einzelhandel Famila und Textilfachmarkt gesamt	**1.168**	**3,3**

* separater Textilfachmarkt in der Famila - Vorkassenzone
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009
Anmerkung: Umsatz geschätzt in Bruttoumsatz/Jahr nach Erfahrungen der CIMA Beratung + Management GmbH und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation; Rundungsdifferenzen möglich

5.1.2 Herkunft des Neuumsatzes Famila Verbrauchermarkt

Abb. 24: Umsatzherkunft der Umsiedlung Famila Verbrauchermarkt (inkl. Textilfachmarkt)

Umsatzherkunft aus ...	in Mio. €	in %
Stadt Friesoythe insgesamt	**2,4**	**73**
davon Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	0,4	13
davon Nahversorgungszentrum Barßler Straße	0,2	6
davon Nahversorgungszentrum Altenoythe	0,3	8
davon sonstiges Stadtgebiet Friesoythes	1,5	46
Außerhalb des Stadtgebietes Friesoythe insgesamt	**0,9**	**27**
davon Gemeinde Barßel	0,1	3
davon Gemeinde Bösel	0,1	3
davon Gemeinde Edewecht	0,1	4
davon Gemeinde Esterwegen	0,1	4
davon Gemeinde Garrel	0,1	4
davon Gemeinde Lorup	0,0	0
davon Gemeinde Molbergen	0,1	3
davon Gemeinde Saterland	0,1	4
davon übrigen Gemeinde (Hilkenbrook, Rastorf, Vrees)	0,0	0
davon außerhalb des Untersuchungsgebietes	0,1	2
Gesamtsumme	**3,3**	**100**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Insgesamt würden rund **2,4 Mio. Euro** des Umsatzes der Umsiedlung und Erweiterung des Familas Verbrauchermarktes mit der Ansiedlung eines ergänzenden Textilfachmarktes in der Vorkassenzone innerhalb des Stadtgebietes von Friesoythe verdrängt.

Die höchsten Umsatzanteile stammen aus dem sonstigen Stadtgebiet Friesoythes. Hier sind u.a. mehrere Lebensmittelbetriebe (Aldi, Lidl, E-Center) niedergelassen.

Etwa **0,9 Mio. Euro** des Planvorhabenumsatzes stammen von **außerhalb der Stadt Friesoythe**. 27 Prozent des Vorhabenumsatzes werden in den direkten Umlandgemeinden Friesoythes abgeschöpft.

Zudem liegt der Anteil an Umsatzverdrängung in Orten außerhalb des dargestellten Untersuchungsgebietes (auch Zuflüsse durch Touristen, Tagesbesucher, Pendler etc.) bei zwei Prozent.

5.1.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Teilvorhabens Famila Verbrauchermarkt

Nachfolgend wird der Umsatz der geplanten Umsiedlung mit entsprechender Verkaufsflächenerweiterung des Famila Verbrauchermarktes und der Neuansiedlung eines ergänzenden Textilfachmarktes in der Vorkassenzone den heutigen Umsätzen des Einzelhandels in dessen Einzugsgebiet gegenübergestellt.

Abb. 25: Umsatzumverteilungseffekte durch die Umsiedlung Famila (inkl. Textilfachmarkt) innerhalb der Stadt Friesoythe

Sortiment	Stadtgebiet Friesoythe														
	Zentrale Versorgungsbereiche									Sonstiges Stadtgebiet			Friesoythe gesamt		
	Innenstadt			Barßler Straße			Altenoythe								
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**3,6**	**0,1**	**2,1**	**3,2**	**0,2**	**5,8**	**5,6**	**0,3**	**4,6**	**34,2**	**1,3**	**3,8**	**46,6**	**1,8**	**3,9**
Lebensmittel, Reformwaren	1,1	0,0	3,9	2,8	0,2	6,2	4,6	0,2	5,1	25,7	1,2	4,6	34,2	1,6	4,8
Gesundheits- und Körperpflege	2,5	0,0	1,3	***	0,0	***	***	0,0	***	8,5	0,1	1,3	12,4	0,2	1,4
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**15,0**	**0,4**	**2,4**	**0,3**	**0,0**	**1,2**	**0,1**	**0,0**	**1,0**	**22,3**	**0,3**	**1,2**	**37,7**	**0,6**	**1,6**
Bekleidung, Wäsche*	10,6	0,2	2,3	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0	5,8	0,1	2,5	16,5	0,4	2,4
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,7	0,1	14,8	0,0	0,0	4,1	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	11,1	1,0	0,1	13,7
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0,2	0,0	2,0	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0	12,6	0,0	0,4	12,8	0,1	0,5
Bücher, Schreibwaren	1,6	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	***	0,0	***	1,2	0,0	0,3	2,8	0,0	0,3
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	0,6	0,0	0,1	***	0,0	***	***	0,0	***	0,9	0,0	0,1	1,6	0,0	0,2
Spielwaren	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	0,2	0,0	0,2	1,5	0,0	0,1
Tierfutter	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,9	0,0	0,0	0,4	1,3	0,0	1,9	1,4	0,0	1,7
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**18,6**	**0,4**	**2,3**	**3,5**	**0,2**	**5,4**	**5,7**	**0,3**	**4,5**	**56,5**	**1,5**	**2,7**	**84,3**	**2,4**	**2,9**

* separater Textilfachmarkt in der Vorkassenzone des geplanten Verbrauchermarktes

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

Abb. 26: Umsatzumverteilungseffekte durch die Umsiedlung Famila im regionalen Untersuchungsgebiet 1

Sortiment	Gemeinde Barßel			Gemeinde Bösel			Gemeinde Edewecht			Gemeinde Esterwegen			Gemeinde Garrel		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**39,2**	**0,1**	**0,2**	**14,9**	**0,1**	**0,5**	**48,4**	**0,1**	**0,1**	**21,7**	**0,1**	**0,4**	**38,2**	**0,1**	**0,2**
Lebensmittel, Reformwaren	27,7	0,1	0,2	10,6	0,1	0,6	38,9	0,1	0,2	16,0	0,1	0,5	26,9	0,1	0,2
Gesundheits- und Körperpflege	11,6	0,0	0,1	4,3	0,0	0,1	9,6	0,0	0,1	5,7	0,0	0,1	11,3	0,0	0,1
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**18,6**	**0,0**	**0,2**	**4,5**	**0,0**	**0,5**	**12,1**	**0,1**	**0,4**	**4,5**	**0,0**	**0,6**	**19,7**	**0,1**	**0,4**
Bekleidung, Wäsche*	7,2	0,0	0,2	3,2	0,0	0,2	5,8	0,0	0,3	2,3	0,0	0,4	13,4	0,0	0,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,0	0,0	2,1	***	0,0	***	1,5	0,0	2,1	0,8	0,0	1,7	2,1	0,0	2,2
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	***	0,0	***	***	0,0	***	2,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,9	2,5	0,0	0,3
Bücher, Schreibwaren	7,9	0,0	0,0	***	0,0	***	1,6	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	1,0	0,0	0,1
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	0,3	0,0	0,2	0,2	0,0	0,2
Spielwaren	***	0,0	***	***	0,0	***	0,6	0,0	0,1	0,2	0,0	0,1	0,3	0,0	0,1
Tierfutter	0,3	0,0	0,5	***	0,0	***	0,5	0,0	0,7	0,2	0,0	0,5	0,2	0,0	0,6
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**57,8**	**0,1**	**0,2**	**19,4**	**0,1**	**0,5**	**60,5**	**0,1**	**0,2**	**26,2**	**0,1**	**0,5**	**57,9**	**0,1**	**0,2**

* separater Textilfachmarkt in der Vorkassenzone des geplanten Verbrauchermarktes
*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

Abb. 27: Umsatzumverteilungseffekte durch die Umsiedlung Famila im regionalen Untersuchungsgebiet 2

Sortiment	Gemeinde Lorup			Gemeinde Molbergen			Gemeinde Saterland			übrige Umlandgemeinden Hilkenbrook, Rastorf, Vrees		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**5,9**	**0,0**	**0,0**	**24,8**	**0,1**	**0,3**	**35,5**	**0,1**	**0,3**	**1,4**	**0,0**	**0,0**
Lebensmittel, Reformwaren	4,0	0,0	0,0	19,6	0,1	0,3	25,5	0,1	0,3	1,4	0,0	0,0
Gesundheits- und Körperpflege	2,0	0,0	0,1	5,1	0,0	0,1	10,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**1,0**	**0,0**	**1,4**	**6,7**	**0,0**	**0,5**	**13,3**	**0,1**	**0,4**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
Bekleidung, Wäsche*	***	0,0	***	3,2	0,0	0,3	5,6	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	***	0,0	***	1,0	0,0	2,0	3,4	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	***	0,0	***	1,9	0,0	0,2	3,3	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
Bücher, Schreibwaren	***	0,0	***	0,3	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0
Spielwaren	***	0,0	***	0,1	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tierfutter	***	0,0	***	0,2	0,0	0,6	0,3	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**6,9**	**0,0**	**0,2**	**31,5**	**0,1**	**0,3**	**48,8**	**0,1**	**0,3**	**1,4**	**0,0**	**0,0**

* separater Textilfachmarkt in der Vorkassenzone des geplanten Verbrauchermarktes
*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

5.1.4 Wirkungsanalyse des Teilvorhabens Famila Verbrauchermarkt (inkl. Textilfachmarkt)

Anhand der ökonomischen Wirkungsanalyse wurde die Verdrängungswirkung der Umsiedlung und Erweiterung des bestehenden Famila Verbrauchermarktes am Standort Ellerbrocker Straße in der Stadt Friesoythe untersucht. Dabei wurde eine differenzierte lokale Betrachtung in der Stadt Friesoythe hinsichtlich der Zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe sowie dem sonstigen Friesoyther Stadtgebiet und eine regionale Betrachtung des Untersuchungsgebietes vorgenommen, um räumliche unterschiedlichen Effekte auf bestehende Einzelhandelsstrukturen beurteilen zu können.

Die Umsiedlung und Verkaufsflächenerweiterung des Famila Verbrauchermarkts kann, mit einer Einschränkung, als verträglich für den bestehenden Einzelhandel in Friesoythe gewertet werden. Die Einschränkung umfasst eine Empfehlung zur Modifizierung des Vorhabens hinsichtlich der Verkaufsflächengröße in einem Einzelsortiment.

Verträglichkeit Stadt Friesoythe

Zentrale Versorgungsbereiche

Im Kernsortiment **Lebensmittel / Reformwaren** bleiben die Umsatzverdrängungsquoten in den Zentralen Versorgungsbereichen deutlich unterhalb der abwägungsrelevanten 10- Prozent -Grenze.

Für die *Zentralen Versorgungsbereiche* Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe ergeben sich hier Quoten von 3,9 Prozent; 6,2 Prozent bzw. 5,1 Prozent.

In der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** werden in den Zentralen Versorgungsbereichen durchweg verträgliche Umsatzverdrängungsquoten erreicht (maximal 2,8 Prozent).

Im Bereich der weiteren geplanten Randsortimente **Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien, Bücher, Schreibwaren, Gardinen, Teppiche, Heimtextilien und Spielwaren** liegt die Umsatzverdrängung ebenfalls im gesamten Stadtgebiet im verträglichen Rahmen. Die maximale Verdrängung wird im *Zentralen Versorgungsbereich* Innenstadt für das Sortiment Bekleidung/Wäsche erreicht (2,3 Prozent).

Als unverträglich sind hingegen die Umsatzverdrängungsquoten in der zentrenrelevanten Warengruppe **Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat** (Randsortiment) zu bewerten: der Wert von 14,8 Prozent im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt lässt auf mögliche negative städtebauliche Auswirkungen durch das Planvorhaben zur Umsiedlung/ Erweiterung des Famila schließen.

Sonstiges Stadtgebiet

Im Kernsortiment **Lebensmittel / Reformwaren** bleiben die Umsatzverdrängungsquoten im sonstigen Stadtgebiet deutlich unterhalb der abwägungsrelevanten 10- Prozent -Grenze.

Das sonstige Stadtgebiet ist im Bereich Lebensmittel / Reformwaren lediglich von einer Umsatzumverteilung in Höhe von 4,6 Prozent belastet. Das E-Center als voraussichtlich am stärksten durch das Planvorhaben betroffener Betrieb verfügt aus Gutachtersicht über eine ausreichende Wettbewerbsfähigkeit, um sich auch zukünftig gegen den Famila zu behaupten.

Auch in der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** wird im sonstigen Stadtgebiet eine verträgliche Umsatzverdrängungsquote erreicht. Das sonstige Stadtgebiet wird mit 1,3 Prozent belastet.

Im Bereich der weiteren geplanten Randsortimente **Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien, Bücher, Schreibwaren, Gardinen, Teppiche, Heimtextilien und Spielwaren** liegt die Umsatzverdrängung ebenfalls im sonstigen Stadtgebiet im verträglichen Rahmen.

In der zentrenrelevanten Warengruppe **Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat** (Randsortiment) werden auch im sonstigen Stadtgebiet Umsatzumverteilungen von 11,1 Prozent nachgewiesen, die als unverträglich einzustufen sind.

Wir empfehlen deshalb eine Reduzierung der Neuverkaufsflächen im Bereich Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat um 100 qm auf 175 qm, um eine Gefährdung des vorhandenen Einzelhandelsbestands, insbesondere im Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, auszuschließen.

Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet

Die regionale Untersuchung zur Umsatzumverteilung durch die Erweiterung des Famila-Verbrauchermarkts in der Stadt Friesoythe kommt zu dem Ergebnis, dass rd. 27 Prozent des Planvorhabenumsatzes in Orten außerhalb der Stadt Friesoythe verdrängt werden würde. Im „worst-case" wird hier eine Umsatzumverteilung in Höhe von insgesamt 0,9 Mio. € angenommen.

Die Umsatzverdrängungsquoten des Vorhabens zur Umsiedlung des Famila Verbrauchermarktes liegen im regionalen Umfeld ohne Ausnahme deutlich unterhalb der baurechtlich relevanten 10- Prozent -Marke. Hier werden keine unverträglichen Umsatzumverteilungen dokumentiert.

Fazit

Das Teilvorhaben zur Umsiedlung und Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes kann, mit einer Einschränkung, als verträglich für den bestehenden Einzelhandel in Friesoythe gewertet werden.

Die Einschränkung bezieht sich auf die zentrenrelevante Warengruppe Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat. Mit der geplanten Verkaufsflächenerweiterung sind unverträgliche Umsatzumverteilungen für den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und das sonstige Stadtgebiet Friesoythes zu erwarten. Diese können negative städtebauliche Auswirkungen auf die bestehenden Angebotsstrukturen in diesem Segment ausüben.

Wir empfehlen deshalb eine Reduzierung der Neuverkaufsflächen im Bereich Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat um 100 qm auf 175 qm, um eine Gefährdung des vorhandenen Einzelhandelsbestands, insbesondere im Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, auszuschließen.

In der regionalen Betrachtung kann das geplante Teilvorhaben zur Umsiedlung/ Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes als verträglich eingestuft werden.

Für die geplante Ansiedlung eines ergänzenden Textilfachmarktes in der Vorkassenzone kann grundsätzlich eine Verträglichkeit anhand der ermittelten Umsatzumverteilungsquoten nachgewiesen werden.

5.2 Teilvorhaben Neuansiedlung Altobjekt

Der zweite Teil des Planvorhabens umfasst die Neuansiedlung von vier Fachmärkten im Altobjekt des Famila Verbrauchermarktes. Hierbei handelt es sich um

- einen **Drogeriefachmarkt** mit **1.000 qm** Verkaufsfläche,
- einen **Schuhfachmarkt** mit **450 qm** Verkaufsfläche,
- einen **Textilfachmarkt** mit **700 qm** Verkaufsfläche sowie
- einen **Einrichtungsfachmarkt** mit **800 qm** Verkaufsfläche.

Somit ergibt sich in der Summe im Altobjekt eine Neuverkaufsfläche von 2.950 qm.

Aufgrund der Großflächigkeit des Teilvorhabens muss auch hier davon ausgegangen werden, dass als Folge der geplanten Einzelhandelsansiedlung Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt Friesoythe und im Umland zu erwarten sind. Aus diesem Grund werden nachfolgend die Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO auf den Einzelhandel in der Stadt Friesoythe und im darüber hinaus reichenden regionalen Untersuchungsgebiet des Vorhabens dargestellt und bewertet.

Zur Berechnung der Umsätze sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der örtlichen Wettbewerbssituation in der Stadt Friesoythe und in der Region orientieren sowie auf Grundlage der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten entsprechender Betriebstypen und vergleichbarer Verkaufsflächendimensionierungen im Bundesdurchschnitt ermittelt worden sind.

Im Kapitel 5.2 werden die Umsätze im Rahmen der ökonomischen Wirkungsanalyse der geplanten Fachmärkte den heutigen Umsätzen des Einzelhandels in dessen Untersuchungsgebiet gegenübergestellt.

Die CIMA verwendet auch hierbei als Richtwert für die Verträglichkeit von Neuansiedlungen die zuvor genannten 10 Prozent-Grenze der Umsatzumverteilung als wesentlichen Bewertungsmaßstab. Je nach Situation vor Ort sollten dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich sein. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung. Auch hierbei wurde das HUFF-Modell zur Abgrenzung des Untersuchungsgebietes angesetzt (vgl. Kap. 4.1.3).

Anhand der ökonomischen Wirkungsanalyse wurde die Verdrängungswirkung der Ansiedlungen untersucht. Dabei wurde eine differenzierte lokale Betrachtung in der Stadt Friesoythe selbst nach den Zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe sowie dem sonstigen Friesoyther Stadtgebiet und eine regionale Betrachtung des Untersuchungsgebietes vorgenommen, um räumliche differenzierte Effekte auf bestehende Einzelhandelsstrukturen beurteilen zu können.

5.2.1 Drogeriefachmarkt

5.2.1.1 Struktur des Drogeriefachmarkt

Die CIMA Beratung + Management GmbH prognostiziert für die Neuansiedlung eines Drogeriefachmarktes im Altobjekt des Famila am Standort Ellerbrocker Straße einen Einzelhandelsumsatz (brutto),

der bei **3,0 Mio. € im Jahr** liegen dürfte.

Im **periodischen Bedarf** wird ein zusätzlicher Umsatz von

rd. 1,9 Mio. € erwartet

Für die Sortimente im **aperiodischen Bedarfsbereich** wird ein zusätzlicher Umsatz von insgesamt

rd. 1,1 Mio. € berechnet,

der als umverteilungsrelevant zu bewerten ist.

Abb. 28: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Drogeriefachmarkt

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**600**	**1,9**
Lebensmittel, Reformwaren	60	0,2
Gesundheits- und Körperpflege	540	1,6
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**400**	**1,1**
Bekleidung, Wäsche	80	0,2
Bücher, Schreibwaren	80	0,3
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	80	0,3
Spielwaren	80	0,2
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	80	0,1
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**1.000**	**3,0**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009
Anmerkung: Umsatz geschätzt in Bruttoumsatz/Jahr nach Erfahrungen der CIMA Beratung + Management GmbH und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation; Rundungsdifferenzen möglich

5.2.1.2 Umsatzherkunft des Drogeriefachmarktes

Abb. 29: Umsatzherkunft des Drogeriefachmarktes

Umsatzherkunft aus ...	in Mio. €	in %
Stadt Friesoythe insgesamt	**2,1**	**72**
davon Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	0,6	21
davon Nahversorgungszentrum Barßler Straße	0,1	2
davon Nahversorgungszentrum Altenoythe	0,1	4
davon sonstiges Stadtgebiet Friesoythes	1,3	45
Außerhalb des Stadtgebietes Friesoythe insgesamt	**0,8**	**28**
davon Gemeinde Barßel	0,1	4
davon Gemeinde Bösel	0,1	2
davon Gemeinde Edewecht	0,1	4
davon Gemeinde Esterwegen	0,1	3
davon Gemeinde Garrel	0,2	5
davon Gemeinde Lorup	0,0	0
davon Gemeinde Molbergen	0,1	2
davon Gemeinde Saterland	0,1	5
davon übrigen Gemeinde (Hilkenbrook, Rastorf,	0,0	0
davon außerhalb des Untersuchungsgebietes	0,1	3
Gesamtsumme	**3,0**	**100**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009
Anmerkungen: Rundungsdifferenzen enthalten

Die aktuelle Handelszentralität in der Branche Drogeriebedarf, weist auf Kaufkraftabflüsse aus Friesoythe hin. Es lassen sich anhand der Handelszentralität Potenziale für eine Verkaufsflächenerweiterung in Bereich Drogeriebedarf ableiten.

Durch das geplante Vorhaben zur Neuansiedlung eines Drogeriefachmarktes im Altobjekt des Familas würden rund **2,1 Mio. Euro** des Umsatzes innerhalb des Stadtgebietes von Friesoythe verdrängt.

Etwa **0,8 Mio. Euro** des Planvorhabenumsatzes stammen von **außerhalb der Stadt Friesoythe**. 28 Prozent des Vorhabenumsatzes werden in den direkten Umlandgemeinden Friesoythes abgeschöpft.

Zudem liegt der Anteil an Umsatzverdrängung in Orten außerhalb des dargestellten Untersuchungsgebietes (auch Zuflüsse durch Touristen, Tagesbesucher, Pendler etc.) bei drei Prozent.

5.2.1.3 Ökonomische Wirkungsprognose Drogeriefachmarkt

Abb. 30: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung des Drogeriefachmarktes innerhalb der Stadt Friesoythe

Sortiment	Stadtgebiet Friesoythe														
	Zentrale Versorgungsbereiche									Sonstiges Stadtgebiet			Friesoythe gesamt		
	Innenstadt			Barßler Straße			Altenoythe								
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	**2,5**	**0,2**	**8,4**	***	**0,0**	***	***	**0,1**	***	**8,5**	**0,8**	**9,5**	**12,4**	**1,1**	**9,1**
Gesundheits- und Körperpflege	2,5	0,2	8,4	***	0,0	***	***	0,1	***	8,5	0,8	9,5	12,4	1,1	9,1
vorhabenrelevanter Randsortiment	**15,3**	**0,4**	**2,6**	**2,9**	**0,0**	**0,9**	**4,6**	**0,0**	**0,8**	**37,9**	**0,5**	**1,4**	**60,6**	**1,0**	**1,6**
Bekleidung, Wäsche	10,6	0,1	1,1	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0	5,8	0,1	1,0	16,5	0,2	1,1
Bücher, Schreibwaren	1,6	0,1	7,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	1,2	0,1	7,1	2,8	0,2	7,4
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	0,2	5,2	4,6	0,2	5,2
Spielwaren	***	0,1	***	***	0,0	***	***	0,0	***	0,2	0,0	7,0	1,5	0,1	8,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,7	0,0	5,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	4,3	1,0	0,1	5,3
Lebensmittel, Reformwaren	1,1	0,0	1,1	2,8	0,0	0,9	4,6	0,0	0,8	25,7	0,1	0,5	34,2	0,2	0,6
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**17,8**	**0,6**	**3,4**	**3,3**	**0,1**	**1,8**	**5,7**	**0,1**	**2,1**	**46,4**	**1,3**	**2,9**	**73,1**	**2,1**	**2,9**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

Abb. 31: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung des Drogeriefachmarktes im regionalen Untersuchungsgebiet 1

	Gemeinde Barßel			Gemeinde Bösel			Gemeinde Edewecht			Gemeinde Esterwegen			Gemeinde Garrel		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	**11,6**	**0,1**	**0,7**	**4,3**	**0,0**	**1,1**	**9,6**	**0,1**	**0,7**	**5,7**	**0,1**	**1,1**	**11,3**	**0,1**	**0,7**
Gesundheits- und Körperpflege	11,6	0,1	0,7	4,3	0,0	1,1	9,6	0,1	0,7	5,7	0,1	1,1	11,3	0,1	0,7
vorhabenrelevanter Randsortiment	**44,3**	**0,0**	**0,1**	**14,4**	**0,0**	**0,1**	**48,6**	**0,0**	**0,1**	**19,8**	**0,0**	**0,1**	**45,2**	**0,1**	**0,2**
Bekleidung, Wäsche	7,2	0,0	0,1	3,2	0,0	0,1	5,8	0,0	0,1	2,3	0,0	0,1	13,4	0,0	0,1
Bücher, Schreibwaren	7,9	0,0	0,3	***	0,0	***	1,6	0,0	0,9	0,4	0,0	0,3	1,0	0,0	0,3
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	***	0,0	***	***	0,0	***	0,2	0,0	0,8	0,2	0,0	0,9	1,5	0,0	1,9
Spielwaren	***	0,0	***	***	0,0	***	0,6	0,0	1,7	0,2	0,0	2,0	0,3	0,0	3,7
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,0	0,0	0,4	***	0,0	***	1,5	0,0	0,6	0,8	0,0	0,3	2,1	0,0	0,5
Lebensmittel, Reformwaren	27,7	0,0	0,0	10,6	0,0	0,0	38,9	0,0	0,0	16,0	0,0	0,1	26,9	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**55,8**	**0,1**	**0,2**	**18,7**	**0,1**	**0,3**	**58,1**	**0,1**	**0,2**	**25,5**	**0,1**	**0,3**	**56,5**	**0,2**	**0,3**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

Abb. 32: Umsatzumverteilungseffekte durch den Drogeriefachmarkt im regionalen Untersuchungsgebiet 2

	Gemeinde Lorup			Gemeinde Molbergen			Gemeinde Saterland			übrige Umlandgemeinden Hilkenbrook, Rastorf, Vrees		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	**2,0**	**0,0**	**0,0**	**5,1**	**0,0**	**0,9**	**10,0**	**0,1**	**0,6**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
Gesundheits- und Körperpflege	2,0	0,0	0,0	5,1	0,0	0,9	10,0	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Randsortiment	**4,6**	**0,0**	**0,1**	**24,6**	**0,0**	**0,1**	**36,2**	**0,1**	**0,2**	**1,4**	**0,0**	**0,0**
Bekleidung, Wäsche	***	0,0	***	3,2	0,0	0,1	5,6	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Bücher, Schreibwaren	***	0,0	***	0,3	0,0	0,3	0,3	0,0	4,3	0,0	0,0	0,0
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	***	0,0	***	0,3	0,0	1,0	1,2	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0
Spielwaren	***	0,0	***	0,1	0,0	1,1	0,2	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	***	0,0	***	1,0	0,0	0,5	3,4	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0
Lebensmittel, Reformwaren	***	0,0	***	19,6	0,0	0,0	25,5	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**6,6**	**0,0**	**0,0**	**29,8**	**0,1**	**0,2**	**46,3**	**0,1**	**0,3**	**1,4**	**0,0**	**0,0**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

5.2.1.4 Wirkungsanalyse des Drogeriefachmarktes

Die Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes ist sowohl für Friesoythe als auch das regionale Einzugsgebiet als verträglich einzustufen.

Verträglichkeit Stadt Friesoythe

Zentrale Versorgungsbereiche

In den Zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe sind durch die Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Altstandort des Famila keine abwägungsrelevanten Verdrängungseffekte zu erwarten.

In den Zentralen Versorgungsbereichen liegen die Umsatzverdrängungsquoten im Leitsortiment „**Gesundheits- und Körperpflege**“ mit maximal 8,4 Prozent noch im verträglichen Bereich.

Die maximale Verdrängungsquote liegt bei den Randsortimenten im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt im Sortiment **Bücher, Schreibwaren** bei 7,8 Prozent. Im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind in diesem Segment ein Fachgeschäft und mehrere Betriebe, die diesen Einzelhandelsbereich als Randsortiment führen, angesiedelt. Es ist davon auszugehen, dass sich durch das Vorhaben der Wettbewerbsdruck auf diese Anbieter erhöht. Aus Gutachtersicht verfügen diese Betriebe über eine ausreichende Wettbewerbsfähigkeit, um sich gegen die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit Büchern, Schreibwaren im Randsortiment zu behaupten. Daher sind negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.
Für die übrigen Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Friesoythe können aufgrund von wenig vorhabenrelevanten Bestand keine abwägungsrelevanten Umsatzverlagerungen dokumentiert werden.

Die Umsatzverdrängungsquoten in der zentrenrelevanten Warengruppe **Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat** (Randsortiment) liegt bei maximal 5,5 Prozent (Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt). Mit der Ansiedlung von 80 qm Verkaufsfläche in diesem Segment würde eine Verträglichkeit in den Zentralen Versorgungsbereichen nachgewiesen werden.

Die Umsatzumverteilungsquoten der **übrigen Randsortiment** dieses geplanten Drogeriefachmarktes lassen für die Zentralen Versorgungsbereiche verträgliche Umsatzverteilungen erwarten.

Sonstiges Stadtgebiet

Die Betrachtung der Auswirkungen zur Umsatzumverteilung durch die Ansiedlung eines Drogeriemarktes zeigt für die vorhabenrelevanten Anbieter im sonstigen Stadtgebiet eine Quote von 9,5 Prozent im Leitsortiment „**Gesundheits- und Körperpflege**“. Hiervon sind weniger die bestehenden Supermärkte und Discounter betroffen, als vor allem die konkurrierenden Drogeriemärkte. Diese hätten vorrangig mit Umsatzeinbußen zu rechnen. Die derzeitigen Angebotsstrukturen im Sortiment „Gesundheits- und Körperpflege“ weisen jedoch darauf hin, das eine Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes zu einer qualitativen Aufwertung der Friesoyther Angebotsstruktur und gleichzeitig zu einer stärkeren Kaufkraftbindung in diesem Segment führen würde. Aus Gutachtersicht ist eine Abwägung zur Ansiedlung des Drogeriemarktes, trotz einer Quote von 9,5 Prozent, als positiv einzustufen.

Für die Randsortimente des Drogeriemarktes bleiben die Umsatzverdrängungsquoten mit maximal 7,1 Prozent im Bereich Bücher / Schreibwaren durchgängig unterhalb der abwägungsrelevanten 10- Prozent -Grenze.

Es ist allerdings zu berücksichtigen, dass die gleichzeitige Vergrößerung des Famila Verbrauchermarktes weiteren Konkurrenzdruck auf die Wettbewerber im Bereich Drogerie ausüben würde.

Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet

Die Umsatzverdrängungsquoten im regionalen Umfeld liegen ohne Ausnahme deutlich unterhalb der baurechtlich relevanten 10- Prozent -Marke. Hier werden keine unverträglichen Umsatzumverteilungen dokumentiert.

Aus Gutachtersicht wäre die Realisierung des Drogeriefachmarktes auch in der regionalen Betrachtung als unbedenklich einzustufen.

Fazit

Aus Gutachtersicht sind durch die Ansiedlung des Drogeriefachmarktes am Altstandort des Famila insgesamt keine abwägungsrelevanten Verdrängungseffekte zu erwarten. Die Ansiedlung ist sowohl für Friesoythe als auch das regionale Einzugsgebiet als verträglich einzustufen.

Gleichzeitig würde die Ansiedlung eines modernen und großflächigen Drogeriefachmarktes in Friesoythe die lokale Angebotsstruktur qualitativ verbessern.

5.2.2 Schuhfachmarkt

5.2.2.1 Struktur des Schuhfachmarktes

Die CIMA Beratung + Management GmbH prognostiziert für die Neuansiedlung eines Schuhfachmarktes im Altobjekt des Famila am Standort Ellerbrocker Straße einen Einzelhandelsumsatz (brutto),

der bei **1,3 Mio. € im Jahr** liegen dürfte.

Der vorhabenrelevante Umsatz ist vollständig dem aperiodischen Bedarf zu zuordnen.

Abb. 33: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Schuhfachmarkt

CIMA Warengruppe	Verkaufs-fläche in qm	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**0**	**0,0**
-	0	0,0
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**450**	**1,3**
Schuhe, Lederwaren	450	1,3
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**450**	**1,3**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009
Anmerkung: Umsatz geschätzt in Bruttoumsatz/Jahr nach Erfahrungen der CIMA Beratung + Management GmbH und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation

5.2.2.2 Umsatzherkunft des Schuhfachmarktes

Abb. 34: Umsatzherkunft des Schuhfachmarktes

Umsatzherkunft aus ...	in Mio. €	in %
Stadt Friesoythe insgesamt	**0,7**	**55**
davon Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	0,2	12
davon Nahversorgungszentrum Barßler Straße	0,0	0
davon Nahversorgungszentrum Altenoythe	0,0	0
davon sonstiges Stadtgebiet Friesoythes	0,5	43
Außerhalb des Stadtgebietes Friesoythe insgesamt	**0,6**	**45**
davon Gemeinde Barßel	0,0	4
davon Gemeinde Bösel	0,0	1
davon Gemeinde Edewecht	0,1	9
davon Gemeinde Esterwegen	0,1	7
davon Gemeinde Garrel	0,1	6
davon Gemeinde Lorup	0,0	1
davon Gemeinde Molbergen	0,0	1
davon Gemeinde Saterland	0,0	3
davon übrigen Gemeinde (Hilkenbrook, Rastorf,	0,0	0
davon Zuflüsse von außerhalb des Untersuchungsgebietes und Touristen	0,2	15
Gesamtsumme	**1,3**	**100**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Die aktuelle Handelszentralität in der Branche „Schuhe, Lederwaren“ verdeutlicht, dass bereits heute hohe Kaufkraftzuflüsse generiert werden. Das Potenzial für Verkaufsflächenerweiterungen in dieser zentrenrelevanten Branche ist daher begrenzt. Bei Ansiedlungen wären in erster Linie Umsatzumverteilungen und nur eine eingeschränkte Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse zu erwarten.

Durch das geplante Vorhaben zur Neuansiedlung eines Schuhfachmarktes im Altobjekt des Familas würden rund **0,7 Mio. Euro** des Umsatzes innerhalb des Stadtgebietes von Friesoythe verdrängt. Hierbei handelt es sich um 55 Prozent des geplanten Umsatzes.

Etwa **0,6 Mio. Euro** des Planvorhabenumsatzes stammen von **außerhalb der Stadt Friesoythe**. 45 Prozent des Vorhabenumsatzes werden somit im regionalen Einzugsgebiet abgeschöpft. Da in diesem Segment die konkurrierenden Mittelzentren und die Oberzentren über eine gute Angebotsstruktur verfügen, liegt der zu erwartende Umsatz aus Orten außerhalb des dargestellten Untersuchungsgebietes (auch Zuflüsse durch Touristen, Tagesbesucher, Pendler etc.) bei fünfzehn Prozent.

5.2.2.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Schuhfachmarktes

Abb. 35: Umsatzumverteilungseffekte durch den Schuhfachmarkt innerhalb der Stadt Friesoythe

Sortiment	Stadtgebiet Friesoythe														
	Zentrale Versorgungsbereiche									Sonstiges Stadtgebiet			Friesoythe gesamt		
	Innenstadt			Barßler Straße			Altenoythe								
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	**1,1**	**0,2**	**14,4**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**3,2**	**0,5**	**17,0**	**4,2**	**0,7**	**16,3**
Schuhe, Lederwaren	1,1	0,2	14,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,2	0,5	17,0	4,2	0,7	16,3
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**1,1**	**0,2**	**14,4**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**3,2**	**0,5**	**17,0**	**4,2**	**0,7**	**16,3**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

Abb. 36: Umsatzumverteilungseffekte durch den Schuhfachmarkt im regionalen Untersuchungsgebiet

Sortiment	Regionales Einzugsgebiet														
	Gemeinde Barßel			Gemeinde Bösel			Gemeinde Edewecht			Gemeinde Esterwegen			Gemeinde Garrel		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	***	**0,0**	***	***	**0,0**	***	**2,5**	**0,1**	**4,3**	***	**0,1**	***	***	**0,1**	***
Schuhe, Lederwaren	***	0,0	***	***	0,0	***	2,5	0,1	4,3	***	0,1	***	***	0,1	***
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	***	**0,0**	***	***	**0,0**	***	**2,5**	**0,1**	**4,3**	***	**0,1**	***	***	**0,1**	***

Sortiment	Gemeinde Lorup			Gemeinde Molbergen			Gemeinde Saterland			übrige Umlandgemeinden Hilkenbrook, Rastorf, Vrees		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	***	**0,0**	***	**0,3**	**0,0**	**3,8**	***	**0,0**	***	**0,0**	**0,0**	**0,0**
Schuhe, Lederwaren	***	0,0	***	0,3	0,0	3,8	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	***	**0,0**	***	**0,3**	**0,0**	**3,8**	***	**0,0**	***	**0,0**	**0,0**	**0,0**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

5.2.2.4 Wirkungsanalyse des Schuhfachmarktes

Insgesamt stellt sich die Ansiedlung eines Schuhfachmarkts ohne eine Verkaufsflächenreduzierung als kritisch dar.

Verträglichkeit Stadt Friesoythe

Zentrale Versorgungsbereiche

Im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ergibt sich in der Branche **Schuhe/ Lederwaren** eine unverträgliche Umsatzverdrängungsquote von 14,4 Prozent.

Der Wettbewerbsdruck auf die vorhandenen Anbieter würde entsprechend zunehmen. Die Wettbewerber wären u.E. maßgeblich von Frequenzverluste und Umsatzverdrängung betroffen. Ein Schuhfachmarkt in der geplanten Dimensionierung würde eine neue Wettbewerbsdynamik im Stadtgebiet hervorrufen, die aus Gutachtersicht Geschäftsaufgaben im Bestand oder Investitionsentscheidungen in die Modernisierung von Altstandorten beeinflussen könnte. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind durch die Ansiedlung des geplanten Schuhfachmarktes nicht auszuschließen.

Für die übrigen Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Friesoythe können aufgrund von fehlendem vorhabenrelevanten Bestand keine abwägungsrelevanten Umsatzverlagerungen dokumentiert werden.

Sonstiges Stadtgebiet

Die Betrachtung der Auswirkungen zur Umsatzumverteilung durch die Ansiedlung eines Schuhmarktes zeigt für die vorhabenrelevanten Anbieter im sonstigen Stadtgebiet ebenfalls kritische Umsatzverdrängungsquote in Höhe von 17 Prozent.

Auch im sonstigen Stadtgebiet wären die vorhabenrelevanten Anbieter maßgeblich von einer Umsatzverdrängung und Frequenzverlusten durch die Ansiedlung des geplanten Schuhfachmarktes mit 450 qm Verkaufsfläche betroffen.

Friesoythe allgemein

Zusätzlich zu den in der ökonomischen Wirkungsanalyse nachgewiesenen negativen städtebaulichen Effekten ist darauf hinzuweisen, dass laut Einzelhandelskonzept zentrenrelevante Leitsortimente (wie Schuhe) „primär in den Entwicklungskorridoren innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt werden“ sollten.

Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet

Für die Umlandgemeinden sind durch die Ansiedlung eines Schuhfachmarkts in Friesoythe keine negativen Auswirkungen zu erwarten.

Die insgesamt niedrigen Verdrängungsquoten von maximal 5,7 Prozent deuten auf eine eindeutige städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit der geplanten Ansiedlung hin.

Fazit

Die Ansiedlung eines Fachmarkts im Bereich Schuhe / Lederwaren in der geplanten Dimensionierung muss als unverträglich für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt eingestuft werden. Aus diesem Grund und unter Berücksichtigung der Aussagen des Einzelhandelskonzeptes, das eine Ansiedlung zentrenrelevanter Leitsortimente „primär in den Entwicklungskorridoren innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt“ vorsieht, empfehlen wir eine Modifikation des Planvorhabens.

Auf Basis einer Verkaufsflächenreduzierung um 150 qm auf 300 qm könnten unverträgliche Auswirkungen für die Friesoyther Innenstadt sowie die Anbieter im sonstigen Stadtgebiet ausgeschlossen werden. Wenn die Modifizierung gemäß dieser Empfehlung erfolgt, attestieren wir dem Planvorhaben die kommunale Verträglichkeit. Die Umsatzverdrängungsquoten für das gesamte Stadtgebiet würden unterhalb der 10 Prozent bleiben.

Nach unserer Erfahrung ist eine Verkaufsfläche von 300 qm mit der Shop-Konzeption und der Rentabilität der meisten Betreiber (speziell bei expansionsorientierten Filialunternehmen) nur eingeschränkt vereinbar. Besser geeignet wäre eine Ansiedlung eines nicht-zentrenrelevanten Fachmarktes, beispielsweise ein Elektrofachmarkt, der jedoch eine deutlich größere Verkaufsfläche benötigen würde. Im Falle eines solchen nicht-zentrenrelevanten Fachmarktes wären keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche Friesoythes zu erwarten, da dort i.d.R. keine vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen vorhanden sind.

5.2.3 Textilfachmarkt

5.2.3.1 Struktur des Textilfachmarktes

Die CIMA Beratung + Management GmbH prognostiziert für die Neuansiedlung eines Textilfachmarktes im Altobjekt des Famila am Standort Ellerbrocker Straße einen Einzelhandelsumsatz (brutto),

der bei **1,8 Mio. € im Jahr** liegen dürfte.

Der vorhabenrelevante Umsatz ist vollständig dem aperiodischen Bedarf zuzuordnen.

Abb. 37: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Textilfachmarkt

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**0**	**0,0**
-	0	0,0
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**700**	**1,8**
Bekleidung, Wäsche	700	1,8
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**700**	**1,8**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009
Anmerkung: Umsatz geschätzt in Bruttoumsatz/Jahr nach Erfahrungen der CIMA Beratung + Management GmbH und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation

5.2.3.2 Umsatzherkunft des Textilfachmarktes

Abb. 38: Umsatzherkunft des Textilfachmarktes

Umsatzherkunft aus ...	in Mio. €	in %
Stadt Friesoythe insgesamt	**1,3**	**70**
davon Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	0,7	40
davon Nahversorgungszentrum Barßler Straße	0,0	0
davon Nahversorgungszentrum Altenoythe	0,0	0
davon sonstiges Stadtgebiet Friesoythes	0,5	30
Außerhalb des Stadtgebietes Friesoythe insgesamt	**0,5**	**30**
davon Gemeinde Barßel	0,1	3
davon Gemeinde Bösel	0,0	1
davon Gemeinde Edewecht	0,0	2
davon Gemeinde Esterwegen	0,0	1
davon Gemeinde Garrel	0,1	5
davon Gemeinde Lorup	0,0	0
davon Gemeinde Molbergen	0,0	2
davon Gemeinde Saterland	0,0	2
davon übrigen Gemeinde (Hilkenbrook, Rastorf,	0,0	0
davon Zuflüsse von außerhalb des Untersuchungsgebietes und Touristen	0,3	15
Gesamtsumme	**1,8**	**100**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Die aktuelle Handelszentralität in der Branche „Bekleidung, Wäsche“ verdeutlicht, dass bereits heute hohe Kaufkraftzuflüsse generiert werden. Das Potenzial für Verkaufsflächenerweiterungen in dieser zentrenrelevanten Branche ist daher begrenzt. Bei Ansiedlungen wären in erster Linie Umsatzumverteilungen und nur eine eingeschränkte Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse zu erwarten.

Durch das geplante Vorhaben zur Neuansiedlung eines Textilfachmarktes im Altobjekt des Familas würden rund **1,3 Mio. Euro** des Umsatzes innerhalb des Stadtgebietes von Friesoythe verdrängt. Hierbei handelt es sich um 70 Prozent des geplanten Umsatzes.

Etwa **0,5 Mio. Euro** des Planvorhabenumsatzes stammen von **außerhalb der Stadt Friesoythe**. 30 Prozent des Vorhabenumsatzes werden somit im regionalen Einzugsgebiet abgeschöpft. Da in diesem Segment die konkurrierenden Mittelzentren und die Oberzentren über eine gute Angebotsstruktur verfügen, liegt der zu erwartende Umsatz aus Orten außerhalb des dargestellten Untersuchungsgebietes (auch Zuflüsse durch Touristen, Tagesbesucher, Pendler etc.) bei fünfzehn Prozent.

5.2.3.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Textilfachmarktes

Abb. 39: Umsatzumverteilungseffekte durch den Textilfachmarkt innerhalb der Stadt Friesoythe

Sortiment	Stadtgebiet Friesoythe														
	Zentrale Versorgungsbereiche									Sonstiges Stadtgebiet			Friesoythe gesamt		
	Innenstadt			Barßler Straße			Altenoythe								
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevanter Kernsortiment	**10,6**	**0,7**	**6,8**	***	**0,0**	***	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**6,1**	**0,5**	**9,0**	**16,8**	**1,3**	**7,6**
Bekleidung, Wäsche	10,6	0,7	6,8	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0	6,1	0,5	9,0	16,8	1,3	7,6
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**10,6**	**0,7**	**6,8**	***	**0,0**	***	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**6,1**	**0,5**	**9,0**	**16,8**	**1,3**	**7,6**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

Abb. 40: Umsatzumverteilungseffekte durch den Textilfachmarkt im regionalen Untersuchungsgebiet

	Gemeinde Barßel			Gemeinde Bösel			Gemeinde Edewecht			Gemeinde Esterwegen			Gemeinde Garrel		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
Sortiment	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevanter Kernsortiment	**7,2**	**0,1**	**0,8**	**3,2**	**0,0**	**0,3**	**5,8**	**0,0**	**0,6**	**2,3**	**0,0**	**0,8**	**13,4**	**0,1**	**0,7**
Bekleidung, Wäsche	7,2	0,1	0,8	3,2	0,0	0,3	5,8	0,0	0,6	2,3	0,0	0,8	13,4	0,1	0,7
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**7,2**	**0,1**	**0,8**	**3,2**	**0,0**	**0,3**	**5,8**	**0,0**	**0,6**	**2,3**	**0,0**	**0,8**	**13,4**	**0,1**	**0,7**

	Gemeinde Lorup			Gemeinde Molbergen			Gemeinde Saterland			übrige Umlandgemeinden Hilkenbrook, Rastorf, Vrees		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
Sortiment	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevanter Kernsortiment	***	**0,0**	***	**3,2**	**0,0**	**0,8**	**5,6**	**0,0**	**0,7**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
Bekleidung, Wäsche	***	0,0	***	3,2	0,0	0,8	5,6	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	***	**0,0**	***	**3,2**	**0,0**	**0,8**	**5,6**	**0,0**	**0,7**	**0,0**	**0,0**	**0,0**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

5.2.3.4 Wirkungsanalyse des Textilfachmarktes

Insgesamt stellt sich die Ansiedlung eines Textilfachmarkts als eingeschränkt verträglich dar.

Verträglichkeit Stadt Friesoythe

Zentrale Versorgungsbereiche

Im den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegt die Umsatzverdrängungsquote mit 6,8 Prozent im verträglichen Bereich.

Für die übrigen Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Friesoythe können aufgrund von fehlendem Bestand keine abwägungsrelevanten Umsatzverlagerungen dokumentiert werden.

Sonstiges Stadtgebiet

Da der Textilfachmarkt aufgrund von Angebotsstruktur und Kundenorientierung vor allem in Konkurrenz zu anderen Fachmärkten treten würde, sind insbesondere die Anbieter im sonstigen Stadtgebiet betroffen; sie müssten mit einer Umsatzverdrängung von 9,0 Prozent rechnen.

Friesoythe allgemein

Auch wenn die Verträglichkeit des Vorhabens in der Stadt Friesoythe nachgewiesen ist, ist darauf hinzuweisen, dass laut Einzelhandelskonzept zentrenrelevante Leitsortimente wie Schuhe und Bekleidung „primär in den Entwicklungskorridoren innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt werden“ sollten. Die Ansiedlung dieses Fachmarktes entspricht zwar nicht dieser Empfehlung, lässt aber wie nachgewiesen keine negativen städtebaulichen Effekte auf die Zentralen Versorgungsbereiche erwarten.

Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet

Die Betrachtung der Umsatzverdrängungsquoten im regionalen Einzugsgebiet zeigt ohne Ausnahme Verdrängungsquoten, die unterhalb der baurechtlich relevanten 10-Prozent-Marke liegen. In der regionalen Betrachtung erweist sich die Ansiedlung dieses Textilfachmarktes als verträglich.

Fazit

Insgesamt stellt sich die Ansiedlung eines Textilfachmarkts als eingeschränkt verträglich dar.

Auch wenn die Verträglichkeit des Vorhabens mit den Umsatzumverteilungsquoten nachgewiesen ist, ist darauf hinzuweisen, dass laut Einzelhandelskonzept zentrenrelevante Leitsortimente wie Schuhe und Bekleidung „primär in den Entwicklungskorridoren innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt werden“ sollten. Damit der Vorhabenstandort Teil dieses Zentralen Versorgungsbereiches wird, sind die im Einzelhandelskonzept dargelegten Maßnahmen zur städtebaulichen und funktionalen Anbindung des Standortes umzusetzen.

5.2.4 Einrichtungsfachmarkt

5.2.4.1 Struktur des Einrichtungsfachmarktes

Die CIMA Beratung + Management GmbH prognostiziert für die Neuansiedlung eines Einrichtungsfachmarktes im Altobjekt des Famila am Standort Ellerbrocker Straße einen Einzelhandelsumsatz (brutto),

der bei **0,8 Mio. € im Jahr** liegen dürfte.

Der vorhabenrelevante Umsatz ist vollständig dem aperiodischen Bedarf zu zuordnen.

Abb. 41: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Einrichtungsfachmarkt

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	**0**	**0,0**
-	0	0,0
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	**800**	**0,8**
Möbel	440	0,4
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	200	0,2
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	160	0,2
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**800**	**0,8**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009
Anmerkung: Umsatz geschätzt in Bruttoumsatz/Jahr nach Erfahrungen der CIMA Beratung + Management GmbH und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation

5.2.4.2 Umsatzherkunft des geplanten Einrichtungsfachmarkts

Abb. 42: Umsatzherkunft des geplanten Einrichtungsfachmarkts

Umsatzherkunft aus ...	in Mio. €	in %
Stadt Friesoythe insgesamt	**0,4**	**57**
davon Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	0,1	19
davon Nahversorgungszentrum Barßler Straße	0,0	0
davon Nahversorgungszentrum Altenoythe	0,0	0
davon sonstiges Stadtgebiet Friesoythes	0,3	38
Außerhalb des Stadtgebietes Friesoythe insgesamt	**0,3**	**43**
davon Gemeinde Barßel	0,0	2
davon Gemeinde Bösel	0,0	1
davon Gemeinde Edewecht	0,0	5
davon Gemeinde Esterwegen	0,1	7
davon Gemeinde Garrel	0,1	9
davon Gemeinde Lorup	0,0	2
davon Gemeinde Molbergen	0,0	1
davon Gemeinde Saterland	0,0	4
davon übrigen Gemeinde (Hilkenbrook, Rastorf,	0,0	0
davon außerhalb des Untersuchungsgebietes	0,1	12
Gesamtsumme	**0,8**	**100**

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Durch den neuen geplanten Einrichtungsfachmarkt im Altobjekt des Famila würden rund **0,4 Mio. Euro** (57 Prozent des Umsatzes) innerhalb des Stadtgebietes von Friesoythe verdrängt. Die höchsten Umsatzanteile stammen dabei aus dem sonstigen Stadtgebiet, wo unter anderem das Dänische Bettenlager angesiedelt ist. Darüber hinaus stammen 19 Prozent des Umsatzes aus dem Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt mit Möbel Meyer und Dumstorff.

Etwa **0,3 Mio. Euro** (43 Prozent) des Planvorhabenumsatzes stammen von außerhalb der Stadt Friesoythe. 31 Prozent des Vorhabenumsatzes werden in den direkten Umlandgemeinden Friesoythes abgeschöpft.

5.2.4.3 Ökonomische Wirkungsprognose Einrichtungsfachmarkt

Abb. 43: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung eines Einrichtungsfachmarkts innerhalb der Stadt Friesoythe

Sortiment	Stadtgebiet Friesoythe														
	Zentrale Versorgungsbereiche									Sonstiges Stadtgebiet			Friesoythe gesamt		
	Innenstadt			Barßler Straße			Altenoythe								
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	**2,0**	**0,1**	**2,6**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**4,7**	**0,2**	**3,7**	**6,7**	**0,2**	**3,4**
Möbel	2,0	0,1	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,7	0,2	3,7	6,7	0,2	3,4
vorhabenrelevanter Randsortiment	**1,3**	**0,1**	**6,9**	**0,0**	**0,0**	**5,4**	***	**0,0**	***	**1,2**	**0,1**	**9,6**	**2,5**	**0,2**	**8,1**
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	0,6	0,0	7,5	***	0,0	***	***	0,0	***	0,9	0,1	9,5	1,6	0,1	8,7
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,7	0,0	6,3	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	9,2	1,0	0,1	7,3
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**3,3**	**0,1**	**4,3**	**0,0**	**0,0**	**5,4**	***	**0,0**	***	**5,9**	**0,3**	**4,9**	**9,2**	**0,4**	**4,7**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

Abb. 44: Umsatzumverteilungseffekte durch die Ansiedlung eines Einrichtungsfachmarkts im regionalen Untersuchungsgebiet

Sortiment	Gemeinde Barßel			Gemeinde Bösel			Gemeinde Edewecht			Gemeinde Esterwegen			Gemeinde Garrel		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**1,8**	**0,0**	**1,0**	**3,2**	**0,0**	**0,8**	**4,1**	**0,0**	**0,9**
Möbel	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	1,0	3,2	0,0	0,8	4,1	0,0	0,9
vorhabenrelevanter Randsortiment	***	**0,0**	***	**0,4**	**0,0**	**1,3**	***	**0,0**	***	**1,0**	**0,0**	**2,6**	**2,3**	**0,0**	**1,4**
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	0,3	0,0	7,1	0,2	0,0	6,6
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,0	0,0	1,1	***	0,0	***	1,5	0,0	1,0	0,8	0,0	0,9	2,1	0,0	0,9
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	***	**0,0**	***	**0,4**	**0,0**	**1,3**	***	**0,0**	***	**4,3**	**0,1**	**1,2**	**6,3**	**0,1**	**1,1**

Sortiment	Gemeinde Lorup			Gemeinde Molbergen			Gemeinde Saterland			übrige Umlandgemeinden Hilkenbrook, Rastorf, Vrees		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs-umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevantes Kernsortiment	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,4**	**0,0**	**0,5**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
Möbel	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Randsortiment	**0,5**	**0,0**	**3,2**	**1,0**	**0,0**	**0,7**	***	**0,0**	***	**0,0**	**0,0**	**0,0**
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	***	0,0	***	1,0	0,0	0,7	3,4	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	**0,5**	**0,0**	**3,2**	**1,4**	**0,0**	**0,6**	***	**0,0**	***	**0,0**	**0,0**	**0,0**

*** Datenschutz: Darstellung erst ab drei Betrieben / Umsätze liegen unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2009

5.2.4.4 Wirkungsanalyse Einrichtungsfachmarkt

Verträglichkeit Stadt Friesoythe

Die Ansiedlung eines Einrichtungsfachmarktes kann als verträglich für den bestehenden Einzelhandel in Friesoythe gewertet werden. Im Kernsortiment Möbel bleiben die Umsatzverdrängungsquoten sowohl in den Zentralen Versorgungsbereichen als auch im sonstigen Stadtgebiet deutlich unterhalb der abwägungsrelevanten 10- Prozent -Grenze.

Zentrale Versorgungsbereiche

Im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird im Bereich Möbel lediglich eine Umsatzverdrängungsquote von 2,6 Prozent erreicht. Für die zentrenrelevanten Warengruppen **Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat** und **Gardinen, Teppiche, Heimtextilien** liegen die Umsatzverdrängungsquoten mit 6,3 Prozent und 7,5 Prozent noch im verträglichen Bereich. Am Standort Barßeler Straße ergeben sich im Bereich Gardinen, Teppiche, Heimtextilien ebenfalls Quoten in verträglicher Höhe. Der Zentrale Versorgungsbereich Altenoythe ist aufgrund fehlender Anbieter bzw. zu geringer Umsätze in dieser Branche durch das Vorhaben nicht betroffen.

Sonstiges Stadtgebiet

Im sonstigen Stadtgebiet befinden sich nicht nur die meisten Möbelanbieter, sondern vor allem auch diejenigen Betriebe, die aufgrund ihrer Betriebs- und Preisstruktur am ehesten in Konkurrenz zu einem Einrichtungsfachmarkt treten würden, wie z.B. das Dänische Bettenlager. Hier prognostiziert die CIMA eine geringe Umsatzverdrängungsquote für das Kernsortiment **Möbel** von 3,7 Prozent.

In den zentrenrelevanten Branchen **Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat** sowie **Gardinen, Teppiche, Heimtextilien** werden Umsatzverdrängungsquoten in Höhe von 9,5 Prozent bzw. 9,2 Prozent für das sonstige Stadtgebiet nachgewiesen. Mit negativen Effekten für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen ist aus Gutachtersicht nicht zu rechnen, da keine Zentren betroffen sind.

Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet

Im Einzugsgebiet außerhalb der Stadt Friesoythe liegen in keiner der Gemeinden Verdrängungsquoten vor, die die kritische 10-Prozent-Grenze überschreiten.

Im Kernsortiment **Möbel** sind allenfalls Quoten von 1,0 Prozent zu erwarten, für die Bereiche **Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik und Hausrat** sowie **Gardinen, Teppiche, Heimtextilien** maximal 7,1 Prozent bzw. 1,5 Prozent.

Aus Gutachtersicht wäre die Realisierung des Einrichtungsfachmarktes mit den geplanten 800 qm Verkaufsfläche auch in der regionalen Betrachtung als unbedenklich einzustufen.

Fazit

Nach Abwägung der Chancen und Risiken schätzt die CIMA die Ansiedlung eines Einrichtungsfachmarktes als verträglich für den bestehenden Einzelhandel ein.

Durch die prognostizierten Umsatzverlagerungen ergeben sich weder in Friesoythe noch im regionalen Untersuchungsgebiet abwägungsrelevante Verdrängungsquoten. Negative städtebauliche Auswirkungen sind deshalb durch das geprüfte Vorhaben nicht zu erwarten.

Im Rahmen der Projektentwicklung sollte eruiert werden, ob die kritische Schuhfachmarktfläche durch eine Anhebung der qm-Anzahl für die Sortimente Möbel und/ oder Gardinen/ Teppiche/ Heimtextilien z.B. im Rahmen dieses Fachmarkts kompensiert werden könnte.

6 FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

In der Stadt Friesoythe wird aktuell die Umsiedlung/ Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes mit einem ergänzenden Textilfachmarkt in der Vorkassenzone sowie die Nachnutzung des Famila Altobjektes mit vier Fachmärkten am Standort Ellernbrocker Straße diskutiert.

Das Vorhaben ist auf der Zusatzfläche Innenstadt, angrenzend an den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in Friesoythe geplant in einer städtebaulich integrierten Lage. Entsprechend dem **Einzelhandelskonzept** ist der Prüfstandort für die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente, nichtzentrenrelevanter Sortimente sowie nach erfolgter Empfehlung durch ein Verträglichkeitsgutachten auch für zentrenrelevante Sortimente geeignet. Langfristig wird für diesen Standort Entwicklungspotenzial gesehen, den Zentralen Versorgungsbereich zu stärken, in dem eine attraktive Eingangssituation zur Innenstadt mit dieser Planung geschaffen wird. Hierfür ist, wie im Einzelhandelskonzept empfohlen, die Verbesserung der städtebaulichen und funktionalen Anbindung an den Zentralen Versorgungsbereich erforderlich.

In diesem Gutachten wurde die Verträglichkeit der Umsatzumverteilung für die bestehenden Angebotsstrukturen in der Stadt Friesoythe (speziell in den Zentralen Versorgungsbereichen) sowie im regionalen Einzugsgebiet untersucht. Daraus lassen sich für die einzelnen Planungselemente folgende gutachterliche Empfehlungen zusammen fassen:

Vorhaben zur Ansiedlung von Märkten mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment

Die **Umsiedlung/ Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes** kann, mit einer Einschränkung im Randsortiment Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat, als verträglich eingestuft werden. Für das Randsortiment Geschenke, Glas/ Porzellan/Keramik, Hausrat wird eine Modifizierung dieses Teilvorhabens in Form einer **Reduzierung der Neuverkaufsfläche um 100 qm** auf insgesamt 175 qm empfohlen, um eine Gefährdung des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und negative städtebauliche Auswirkungen für den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auszuschließen.

Durch die geplante Ansiedlung des **Drogeriefachmarktes** am Altstandort des Familas sind aus Gutachtersicht insgesamt keine abwägungsrelevanten Verdrängungseffekte zu erwarten. Die Ansiedlung ist sowohl für Friesoythe als auch das regionale Einzugsgebiet als **verträglich** einzustufen. Gleichzeitig würde die Ansiedlung eines modernen und großflächigen Drogeriefachmarktes in Friesoythe die lokale Angebotsstruktur qualitativ verbessern.

Vorhaben zur Ansiedlung von Märkten mit zentrenrelevantem Kernsortiment

Für die Ansiedlung des **ergänzenden Textilfachmarktes** in der Vorkassenzone des neuen **Famila** Verbrauchermarktes wurden verträgliche Umsatzumverteilungsquoten ermittelt. Dieser Markt liegt innerhalb des Entwicklungskorridors Innenstadt und ist somit mit dem Einzelhandelskonzept vereinbar.

Die Ansiedlung eines weiteren **Textilfachmarktes** zur Nachnutzung des **Altobjektes des Familas** ist für die bestehenden Einzelhandelsstruktur hinsichtlich ihrer Umsatzumverteilungsquoten ebenfalls als **verträglich** einzustufen..

Anders verhält es sich bei dem dritten geplanten Fachmarkt mit einem zentrenrelevanten Leit-/ Kernsortiment. Der **Schuhfachmarkt** erweist sich mit der geplanten Verkaufsflächengröße von 450 qm für die Anbieter des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie des sonstigen Friesoyther Stadtgebietes als unverträglich. Negative städtebauliche Auswirkungen sind bei dieser geplanten Ansiedlung nicht auszuschließen. Für die Planung dieses Fachmarktes ist eine Modifizierung, in Form einer **Verkaufsflächenreduzierung um 150 qm** auf insgesamt 300 qm, zu empfehlen.

Laut Einzelhandelskonzept sollten zentrenrelevante Leitsortimente wie Schuhe und Bekleidung „primär in den Entwicklungskorridoren innerhalb des Zentra-

len Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt werden“ sollten. Das **Altobjekt** des Familas, in dem die beiden weiteren zentrenrelvanten Fachmärkte des Vorhabens geplant sind, liegt **außerhalb** der **Entwicklungskorridore Innenstadt**. Für die Planung dieser beiden Fachmärkte mit zentrenrelevantem Kernsortiment muss daher die Verträglichkeit für die Zentralen Versorgungsbereiche zweifelsfrei nachgewiesen werden, damit **eine Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept** gegeben ist. Wir haben aufgezeigt, dass dies nicht bei allen drei Fachmärkten der Fall ist.

Alternativ könnte anstatt der Ansiedlung von Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (im Altobjekt und speziell bei dem in der geplanten Größe als unverträglich eingestuften Schuhfachmarkt) die Ansiedlung eines weiteren nicht-zentrenrelevanten Fachmarktes, bzw. eine Vergrößerung des geplanten Einrichtungsfachmarktes erfolgen. Beispielsweise würde die Planung eines Elektrofachmarktes, der keine Unterhaltungselektronik im Kernsortiment führt, am Altstandort Famila keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche Friesoythes[13] erwarten lassen, da dort i.d.R. keine vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen in diesem Segment vorhanden sind.

Vorhaben zur Ansiedlung eines Marktes mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment

Aus gutachterlicher Sicht ist die Ansiedlung eines **Einrichtungsfachmarktes** als **verträglich** für den bestehenden Einzelhandel einzuschätzen. Durch die prognostizierten Umsatzverlagerungen ergeben sich weder in Friesoythe noch im regionalen Untersuchungsgebiet abwägungsrelevante Verdrängungsquoten. Negative städtebauliche Auswirkungen sind deshalb durch das geprüfte Vorhaben nicht zu erwarten.

Ggf. sollte erwogen werden, die Verkaufsfläche für diesen Markt noch auszudehnen, möglichst auf Kosten des geplanten Schuhfachmarktes.

Fazit

Nach Abwägung der Chancen und Risiken empfiehlt die CIMA die Umsetzung des Planvorhabens mit den empfohlenen Modifizierungen in den Sortimentsbereichen Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik sowie Hausrat im Randsortiment des neuen Famila Verbrauchermarktes sowie des Schuhfachmarktes, um negative städtebauliche Auswirkung auf die bestehenden Friesoyther Einzelhandelsstrukturen, insbesondere in den Zentralen Versorgungsbereichen, zu vermeiden.

Die regionale Verträglichkeit aller geprüften Vorhaben konnte zweifelsfrei nachgewiesen werden.

[13] Für das sonstige Einzugsgebiet müsste dies geprüft werden

7 ANHANG

7.1 Friesoyther Sortimentsliste

Abb. 45: „Friesoyther Sortimentsliste“

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
▪ Bekleidung (Damen, Herren, Kinder, Babys), Wäsche	▪ Antiquitäten
▪ Babybedarf (Kinderwagen, Kindermöbel)	▪ Beleuchtung
▪ Bücher	▪ Baumarktartikel, Baustoffe, Installationsmaterial
▪ Computer, Telekommunikation	▪ Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen, Laminat)
▪ Fahrräder (inkl. Zubehör)	▪ Büromaschinen
▪ Foto, Film	▪ Campingartikel
▪ Geschenkartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik	▪ Elektroartikel (Elektrokleingeräte)
▪ Hausrat	▪ Farben, Lacke
▪ Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Teppiche (Stapelware)	▪ Gartenbedarf (inkl. Pflanzen, Pflanzengefäße)
▪ Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen)	▪ Großelektro (weiße Ware: Waschmaschinen etc.)
▪ Lederwaren, Kürschnerwaren (inkl. Pelze, Taschen, Koffer, Schulranzen)	▪ Kfz-Zubehör
▪ Optik	▪ Möbel (inkl. Matratzen)
▪ Parfümerieartikel/ Friseurartikel	▪ Sanitärwaren
▪ Schuhe	▪ Tapeten
▪ Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe (inkl. Jagdausrüstung, Reit- und Angelausstattung, Waffen)	▪ Werkzeuge, Eisenwaren
▪ Schreibwaren	▪ Zoobedarf (inkl. Tiere, Tiernahrung, Heimtierbedarf)
▪ Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln)	
▪ Sanitätswaren	
▪ Uhren und Schmuck	
▪ Unterhaltungselektronik (Braune Ware: TV, Video, HiFi, Ton-, Datenträger)	

davon sind differenziert zu betrachten:

Nahversorgungsrelevante Sortimente
▪ Drogerieartikel (inkl. Apotheken)
▪ Lebensmittel (inkl. Getränke)
▪ Reformwaren
▪ Schnittblumen
▪ Zeitschriften/ Schreibwaren/ Tabak (Kiosksortiment)

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Friesoythe 2009, CIMA Beratung + Management GmbH, S. 92

7.2 Methodik

Die Analyse des vorhabenrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet wurde auf der Basis der wichtigsten vorhabenrelevanten Kennzahlen vorgenommen, die sich in erster Linie auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen. Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe basiert auf einer Erhebung des Einzelhandels durch die CIMA im September 2008, die im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Friesoythe durchgeführt wurde, sowie einer einzelbetrieblichen Aktualisierung im Februar 2009. Die Einzelhandelsbestandsdaten aus den übrigen Gemeinden im Umland von Friesoythe basieren auf eine Erhebungen des Einzelhandels durch die CIMA im Juli 2009.

In diesem Kapitel sollen die Berechnungsmethode und die Quellen der Zahlen dargelegt werden.

Die Ermittlung der Daten auf der **Angebotsseite** erfolgt über die Bestandserhebung im Einzelhandel:

- Erfassung von einzelnen Sortimenten im Geschäft
- Erfassung aller vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetriebe („im engeren Sinne“)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungsqualität
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt & Einschätzung durch Experten

Abb. 46: Die CIMA-Branchen

kurzfristig	1	Lebensmittel
	2	Reformwaren
	3	Apotheken
	4	Drogerien, Parfümerien
	32	Schnittblumen
	33	Kioske
mittelfristig	6	Oberbekleidung
	7	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
	8	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
	9	Sportartikel
	10	Schuhe
	11	Sanitätshäuser
	12	Bücher
	13	Schreibwaren
	14	Spielwaren
	15	Zoobedarf
langfristig	16	Möbel
	17	Antiquitäten, Kunstgegenstände
	18	Eisenwaren, Baumarktartikel
	19	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat, Geschenkartikel
	20	Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge
	21	Elektrogeräte, Leuchten
	22	Unterhaltungselektronik
	23	Foto
	24	Optik, Hörgeräte
	25	Uhren, Schmuck
	26	Lederwaren
	27	Musikinstrumente, Musikalien
	28	Fahrräder
	29	Kfz-Zubehör
	30	Büromaschinen, -einrichtung, PC
	31	Babybedarf
	5	Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 47: Von der CIMA differenzierte Betriebstypen

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

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

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

Lebensmittel-Discounter
Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 und 1.000 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

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

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

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

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

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

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

Die Berechnung der Kennzahlen der **Nachfrageseite** erfolgt mit der folgenden Methodik und unter Berücksichtigung der folgenden Quellen:

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in Prozent (Bundesdurchschnitt = 100 Prozent)
- Ausgabesatz im Einzelhandel Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2008)
- Ausgabesatz: 5.439 € /Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)

Die Nachfragebindung ist der Anteil des Nachfragepotenzials, der von den Einwohnern im lokalen Einzelhandel ausgegeben wird. Sie wird in Prozent oder in Mio. € ausgewiesen. Der Rest des Nachfragepotenzials fließt in andere Einkaufsorte und z.B. in den Versand ab.

Die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage erfolgt mittels der **Handelszentralität**. Dort wird die Höhe des Umsatzes im Einzelhandel (in Mio. €) zum Nachfragepotenzial (in Mio. €) ins Verhältnis gesetzt und in Prozent ausgedrückt.

- Umsatz / Nachfrage *100 = Handelszentralität

Die Handelszentralität wird für

- die Gesamtstadt,
- die Sammelbranchen und
- den periodischen / aperiodischen Bedarf

ausgewiesen.