



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

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Friesoythe

Einzelhandels- und Zentrenkonzept



im Auftrag der Stadt Friesoythe
Hamburg, Januar 2020



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

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Friesoythe

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Projektnummer: 18DLP2502
Exemplarnummer: **Beschlussvorlage**

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Coralie Sucker

im Auftrag der
Stadt Friesoythe
Alte Mühlenstraße 12 • 26169 Friesoythe

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 • 22159 Hamburg

Altmarkt 10d • 01067 Dresden
Prinzenallee 7 • 40549 Düsseldorf
Königstraße 10c • 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	VII
1	Grundlagen	8
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	8
1.2	Untersuchungsdesign	10
1.3	Vorgehensweise	14
2	Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel	15
2.1	Demografischer Wandel	15
2.2	Betriebsformenwandel	16
2.3	Der Online-Handel erobert die Märkte	19
2.4	Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich	22
2.5	Fazit	25
3	Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Friesoythe	27
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	27
3.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	29
3.3	Planerische Ausgangslage	34
4	Nachfragesituation in Friesoythe	39
4.1	Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung	39
4.1.1	Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum	40
4.1.2	Veränderung der Einkaufsorientierungen	43
4.1.3	Einkaufszufriedenheit mit dem Einzelhandelsstandort Friesoythe	46
4.2	Marktgebiet der Stadt Friesoythe	49
4.3	Nachfragepotenzial der Stadt Friesoythe	50



5	Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe	52
5.1	Verkaufsflächenentwicklung 2009/2018	52
5.2	Branchenstruktur	53
5.3	Raumstruktur des Einzelhandels	55
5.4	Betriebsgrößenstruktur	57
5.5	Leerstandssituation	58
5.6	Umsatzsituation des Einzelhandels in Friesoythe	59
6	Stellung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge	61
6.1	Bewertung der Versorgungslage des Einzelhandels	61
6.2	Bewertung des Einzelhandels	65
6.2.1	Angebotsgenre	65
6.2.2	Außengestaltung/ Schaufenstergestaltung	67
6.2.3	Warenpräsentation	69
6.2.4	Öffnungszeiten	70
6.2.5	Online-Check	71
6.3	Bewertung des innerstädtischen Parkraumangebots	74
7	Versorgungslage und Zentralitätsanalyse	79
7.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Friesoythe	79
7.2	Nahversorgungssituation in Friesoythe	80
7.3	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Friesoythe	84
7.4	Analyse der Nachfrageverflechtungen	86
7.5	SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Friesoythe	88
8	Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Friesoythe	91
8.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	91
8.2	Verkaufsflächenspielräume bis 2025	94
8.3	Strategische Orientierungsprinzipien	97



9	Zentrenkonzept für die Stadt Friesoythe	101
9.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	101
9.2	Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Friesoythe - Zielperspektive	106
9.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	108
9.2.2	Innenstadt-Ergänzungsbereich „Nord“	111
9.2.3	Innenstadt-Ergänzungsbereich „Süd“	113
9.3	Standortlagen des großflächigen Einzelhandels außerhalb der Innenstadt (Sonderstandorte)	115
9.4	Privilegierte Nahversorgungsstandorte	117
10	Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe	122
10.1	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Friesoyther Liste“	122
10.2	Ansiedlungsregeln zur räumlichen Steuerung	123
10.3	Anlagentyp „Friesoyther Laden“	126
10.4	Exkurs: Zur Perspektive des Alten Hafens (West) als Einzelhandelsstandort	128
10.5	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts	131
11	Zusammenfassung	134
12	Glossar	136



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	16
■ Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	17
■ Abbildung 3: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz	19
■ Abbildung 4: Prognose des Umsatzanteils von stationärem und interaktivem Handel	21
■ Abbildung 5: Lage im Raum	27
■ Abbildung 6: Einwohner nach Ortsteilen (Hauptwohnsitze)	30
■ Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im Vergleich	31
■ Abbildung 8: Befragungsgebiet der telefonischen Haushaltsbefragung	39
■ Abbildung 9: Einkaufsorientierung der Friesoyther Bevölkerung (Zone 1)	41
■ Abbildung 10: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2- Nahbereich)	41
■ Abbildung 11: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 3- Fernbereich)	43
■ Abbildung 12: Veränderung der Einkaufsorientierung der Friesoyther Bevölkerung (Zone 1)	44
■ Abbildung 13: Veränderung der Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2 – Nahbereich)	45
■ Abbildung 14: Veränderung der Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 3 - Fernbereich)	46
■ Abbildung 15: Stärken und Schwächen des Friesoyther Einzelhandels	47
■ Abbildung 16: Maßnahmenvorschläge zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Friesoythe	48
■ Abbildung 17: Marktgebiet des Einzelhandels	49
■ Abbildung 18: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Friesoythe	51



■ Abbildung 19: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe 2009/2018	52
■ Abbildung 20: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Friesoythe	53
■ Abbildung 21: Branchenstruktur des Einzelhandels in Friesoythe	54
■ Abbildung 22: Räumlich-funktionale Struktur des Friesoyther Einzelhandels	55
■ Abbildung 23: Verkaufsflächenverteilung nach Ortsteilen	56
■ Abbildung 24: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen	58
■ Abbildung 25: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Friesoythe	59
■ Abbildung 26: Verkaufsflächenstruktur des Einzelhandels in der Friesoyther Innenstadt (ohne Ergänzungsbereiche)	61
■ Abbildung 27: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt mit den Ergänzungsbereichen an der Gesamtstadt	62
■ Abbildung 28: Multifunktionale Innenstadt (ohne Ergänzungsbereiche)	64
■ Abbildung 29: Angebotsgenre des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	66
■ Abbildung 30: Außengestaltung des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	67
■ Abbildung 31: Schaufenstergestaltung des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	68
■ Abbildung 32: Warenpräsentation des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	69
■ Abbildung 33: Öffnungszeiten des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	70
■ Abbildung 34: Online-Präsenz des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	72
■ Abbildung 35: Kapazität des Parkraumangebots in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	75
■ Abbildung 36: Parkraumangebot in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	76



■ Abbildung 37: Auslastung des Parkraumangebots in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche	77
■ Abbildung 38: Nahversorgungssituation in der Stadt Friesoythe	82
■ Abbildung 39: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Friesoythe	85
■ Abbildung 40: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Friesoythe	87
■ Abbildung 41: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Friesoythe	93
■ Abbildung 42: Entwicklungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels	94
■ Abbildung 43: Strategische Orientierungsprinzipien	98
■ Abbildung 44: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“	99
■ Abbildung 45: Hierarchisches Standortmodell	106
■ Abbildung 46: Zentrenstruktur Friesoythe	107
■ Abbildung 47: Abgrenzung des Innenstadtzentrums Friesoythe	109
■ Abbildung 48: Abgrenzung Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord	112
■ Abbildung 49: Abgrenzung Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd	114
■ Abbildung 50: Verteilung des Einzelhandels an der Ellerbrocker Straße	115
■ Abbildung 51: Verteilung des Einzelhandels an der Böseler Straße	116
■ Abbildung 52: Privilegierter Nahversorgungsstandort Barßeler Straße	117
■ Abbildung 53: Privilegierter Nahversorgungsstandort Altenoythe	118
■ Abbildung 54: Privilegierter Nahversorgungsstandort Gehlenberg	119
■ Abbildung 55: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (✓ = grundsätzlich konzeptkonform; o = im Einzelfall zu prüfen; x = nicht konzeptkonform)	126
■ Abbildung 56: Ehemaliger Sonderstandort Alter Hafen (West)	128



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Friesoythe im Vergleich	29
■ Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	32
■ Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich	32
■ Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich	33
■ Tabelle 5: Marktgebiet des Friesoyther Einzelhandels	50
■ Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Friesoythe nach Standortbereichen	57
■ Tabelle 7: Citydichte der Friesoyther Innenstadt (ohne Ergänzungsbereiche) im Vergleich	63
■ Tabelle 8: Verkaufsflächendichten der Stadt Friesoythe im Vergleich	79
■ Tabelle 9: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels	83
■ Tabelle 10: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Friesoythe – Status quo	108
■ Tabelle 11: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Friesoythe - Perspektive	110
■ Tabelle 12: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord – Status quo	111
■ Tabelle 13: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord - Perspektive	112
■ Tabelle 14: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd – Status quo	113
■ Tabelle 15: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd - Perspektive	114
■ Tabelle 16: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Friesoyther Liste“)	122
■ Tabelle 17: Erhebungssystematik – Sortimentsgruppen nach Bedarfsstufen	141



1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Stadt Friesoythe (rd. 22.300 Einwohner) ist kreisangehörige Mittelstadt im Landkreis Cloppenburg. Sie besteht aus zahlreichen ehemals eigenständigen Ortsteilen, wobei in Friesoythe-Ort knapp 9.100 Einwohner leben. In den Ortsteilen Altenoythe, Markhausen und Gehlenberg leben jeweils zw. 2.500 und 1.500 Einwohner. Bei einer gesamtstädtischen Einwohnerdichte von rd. 90 Einwohnern je Quadratkilometer sind die übrigen Bereiche des weitläufigen Stadtgebiets dünn besiedelt und ländlich geprägt.

Als Mittelzentrum nimmt Friesoythe nach Vorstellungen der Landesplanung als Einzelhandelsstandort sowohl eine qualifizierte Eigenversorgung als auch einen überörtlichen Versorgungsauftrag wahr. Die überörtliche Stellung von Friesoythe als Einzelhandelsstandort spiegelt sich auch an einer vielfältigen Verkaufsfächenausstattung und einer überdurchschnittlichen Zentralität (2018: 108 %) wieder. Einkaufsorientierungen auf Friesoythe bestehen insbesondere aus den Gemeinden Bösel, Barßel, Saterland, Hilkenbrook, Bockhorst, Esterwegen, Lorup, Rastdorf und Vrees.

Den planerischen Entwicklungsrahmen für die örtliche Einzelhandelsentwicklung stellte bislang das Einzelhandelskonzept für die Stadt Friesoythe aus dem Jahre 2009 dar. In diesem wurde seinerzeit als wichtigster zentraler Versorgungsbereich die Innenstadt als „Hauptgeschäftszentrum“ mit den Teillagen Lange Straße - Moorstraße/Ellerbrooker Straße - Kirchstraße definiert.

Im Jahre 2015 wurde die Innenstadt von Friesoythe mit dem Ziel der Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs und der Förderung von Gesamtmaßnahmen zur Erhaltung und Entwicklung der Innenstadt als Ort der Multifunktionalität in das niedersächsische Städtebauförderungsprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren aufgenommen. Im Kontext der Festlegung des Sanierungsgebiets Innenstadt Friesoythe integriert wurden dabei u.a. Berichte zur Vorbereitenden Untersuchung (VU) und ein integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) angefertigt.

Seit der Aufstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts im Jahre 2009 haben sich die Rahmenbedingungen für den Einzelhandelsstandort Friesoythe u.a. aufgrund erfolgter Einzelhandelsentwicklungen (wie Eröffnung von NP und BBM sowie Schließungen im Bereich des Alten Hafens) allmählich verändert.



Es waren zugleich verschiedene Urteile von OVG und des BVerwG sowie die Novellierung des Landesraumordnungsprogramms (LROP), die eine Aktualisierung erforderlich machten: In den letzten Jahren haben sich v.a. die Grundlagen zur Abgrenzung und Einstufung (Mindestausstattung) von zentralen Versorgungsbereichen sowie die Rahmenbedingungen auf Landes- und Bundesebene verändert. Das LROP 2017 fordert zudem die Darlegung des sog. Kongruenzraums von Friesoythe (in Abgrenzung zum seinerzeit ermittelten Marktgebiet) und die Auseinandersetzung mit integrierten Standortlagen. Zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben wird durch die Unteren Landesplanungsbehörden speziell auf Einzelhandelskonzepte und die dort formulierten Entwicklungsvorstellungen zurückgegriffen.

Das Steuerungskonzept sollte nunmehr überprüft und aktualisiert werden, um die Funktionalität aufrecht zu erhalten und um zukunftsfähige Perspektiven zur Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts im Städtewettbewerb zu bieten. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Friesoythe sollten die aktuelle Einzelhandelssituation und deren Strukturen in der Stadt Friesoythe und ihren Ortsteilen erfasst und neu bewertet werden. Ausgehend von der aktuellen Einzelhandelsstruktur waren die Zielrichtung der künftigen Einzelhandelsentwicklung zu definieren, zentrale Versorgungsbereiche exakt abzugrenzen und die ortstypische Sortimentsliste zu überarbeiten. So ging es zum einen um eine sortimentsseitige Empfehlung zum weiteren Entwicklungsrahmen des Einzelhandels bis 2025 und zum anderen um eine strategische Empfehlung i.V.m. Steuerungsempfehlungen zur Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.



1.2 Untersuchungsdesign

Die Untersuchung setzte sich mit der Gesamtsituation des Friesoyther Einzelhandels auseinander. Hierzu wurden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

Situationsdarstellung

- Darstellung der wesentlichen Entwicklungstrends auf der Angebots- und Nachfrageseite mit Relevanz für Friesoythe; im Fokus lagen hierbei v.a. Gegenstand und Auswirkungen der veränderten Bedarfe des Lebensmitteleinzelhandels sowie die räumlichen Auswirkungen des Online-Handels;
- Stand und Entwicklung der sozioökonomischen Eckdaten als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Friesoythe (Einwohnerbasis und -prognose, Altersstruktur, Erwerbstätigkeit, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen) unter Berücksichtigung eventuell bestehender Entwicklungsplanungen;
- Ermittlung der planerischen Ausgangssituation: Vorgaben der Landes- und Regionalplanung; zentralörtliche Bedeutung von Friesoythe und Einordnung in das Wettbewerbsgefüge;
- Durchführung einer telefonischen Haushaltsbefragung in der Stadt Friesoythe und im Umland, um fundierte Aussagen zur Abgrenzung des überörtlichen Marktgebiets des Einzelhandels sowie zur Nachfrageabschöpfung zu erhalten. Für das novellierte LROP war eine Aussage zum Marktgebiet des Einzelhandels (sog. Kongruenzraum für aperiodische Sortimente) erforderlich, um u.a. belastbare Aussagen zur sog. Entflechtung tätigen zu können. Die Haushaltsbefragung gab zugleich Aufschluss über Bewertungen zum Einzelhandelsstandort und zum Einzelhandelsangebot sowie zu Verbesserungsmöglichkeiten aus Verbrauchersicht;
- Einschätzung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation: Modifizierte Abgrenzung des Marktgebiets des Einzelhandels; Ermittlung des Nachfragepotenzials in 2018 und 2025 nach Branchen im Stadtgebiet von Friesoythe sowie nach Marktgebietszonen.

Darstellung des Einzelhandels in Friesoythe

- Flächendeckende Ermittlung und Bewertung der Angebots- und Leerstandssituation des Friesoyther Einzelhandels über einzelhandelsrelevante Verkaufsflächen nach Betriebstypen/Branchenmix, Standorten/Standortlagen und Ortsteilen sowie Umsatz und Flächenproduktivität;



- Erfassung von einzelhandelsrelevanten Leerständen;
- Erfassung wesentlicher konsumnaher, zentrenergänzender Nutzungen (nur in den zentralen Versorgungsbereichen).

Bewertung des Einzelhandels in Friesoythe

- Vergleich zu vorliegenden Untersuchungen (v.a. Daten aus dem Einzelhandelskonzept aus 2009 – u.a. Anzahl, Verkaufsfläche, Umsatz);
- Versorgungsstrukturelle Bewertung der Angebotsstruktur/Versorgungslage nach Standortbereichen/Ortsteilen; Aussage zu Betriebsgrößen, Quantität und Qualität des Angebots; Darstellung von quantitativen und qualitativen Versorgungslücken; Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit bundesdeutschen Durchschnittswerten sowie geeigneten Vergleichsdaten, wie zur Zentralität und Verkaufsflächendichte;

Vertiefende Betrachtung der Friesoyther Innenstadt

- Bewertung der Funktionswahrnehmung und der räumlichen Ausprägung der Innenstadt mit ihren Teillagen innerhalb der Versorgungsstrukturen der Gesamtstadt;
- Erhebung, Analyse und Bewertung der Präsenz der Innenstadt-Händler (Ladenchecks) in Innenstadtkern mit seinen Ergänzungsbereichen. Der Ladenbesatz wurde nach den Aspekten Angebotsgenre, Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation, Außengestaltung, Öffnungszeiten sowie Online-Auffindbarkeit und Qualität der Online-Präsenz untersucht;
- Durchführung einer Bedarfsanalyse des Parkraumangebots in Innenstadtkern mit seinen Ergänzungsbereichen, dabei:
 - Erfassung des Parkraumangebots nach Angebotsformen, Bewirtschaftungsform, Gebührensystem sowie nach Nutzergruppe sowie Erfassung der jeweiligen Kapazitäten; Abgleich der Ergebnisse der Bestandanalyse mit geeigneten Vergleichsdaten und Kennziffern; Erfassung der Parkraumnachfrage (Auslastung) an einem Stichtag;
 - Aufzeigen von grundsätzlichen Erfordernissen zum ruhenden Verkehr und zur Erreichbarkeit sowie Aufzählung von Handlungsempfehlungen.
- Bestimmung und Bewertung der Einzelhandelszentralität für Friesoythe insgesamt und nach Sortimentsgruppen/Bedarfshäufigkeit;



- Analyse und Bewertung der Nachfragebindung und -abflüsse der ortsansässigen Bevölkerung sowie der Zuflüsse aus dem Umland unter Beachtung der Einkaufsalternativen (stationär und online);
- Bewertung der Leistungsfähigkeit der wohnstandortnahen fußläufigen Nahversorgungsstruktur; dabei Ermittlung von Verkaufsflächendichten, Betriebstypenstruktur/Anteil von Vollsortimentern zu Discontnern und räumlichen Versorgungslücken unter Zugrundelegung von fußläufigen Versorgungsradien; dabei wurde auch ein Aussage zur Größe und zum Umfang an räumlichen Versorgungslücken i.V.m. Handlungsempfehlungen zur Verbesserung gemacht;
- Durchführen einer SWOT-Analyse (kombinierte Stärken-/Schwächen-Analyse) zum Einzelhandelsstandort Friesoythe.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Friesoythe

- Darstellung der Entwicklung der relevanten Rahmenbedingungen bzw. Hauptantriebskräfte der Flächenentwicklung;
- Ableitung des quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenzials (Verkaufsflächen nach Standortbereichen, Branchen und Betriebstypen) für den Einzelhandel in der Stadt Friesoythe bis zum Prognosehorizont 2025;
- Empfehlungen zur Strukturentwicklung (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Angebotslücken); dabei Empfehlungen für zukunftsfähige Angebotsergänzungen aber auch für Branchenbeschränkungen (Sortimentsempfehlungen); Empfehlungen zur Erhöhung der Kaufkraftbindung;
- Weiterentwicklung der Einzelhandelsentwicklungsstrategie für die Stadt Friesoythe einschl. einer klaren Empfehlung für das anzustrebende hierarchische Zentren- und Standortprofil; Überprüfung und Modifikation der Zentren- und Standortstruktur von Friesoythe; dabei wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der Standorte unterbreitet (v.a. Innenstadt, Ergänzungsstandorte, Privilegierte Nahversorgungsstandorte vs. sonstige Lagen);
- Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt mit ihren Ergänzungsbereichen als Zentrenpass inkl. Kartierung nach:
 - Anzahl, Lage, Abgrenzung und Versorgungsfunktion (gemäß relevanter Kriterien und aktueller Rechtsprechung);



- räumliches Gesamtbild, städtebauliche Gestaltungsqualität, Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit und verkehrliche Anbindung (ÖPNV, MIV, NMIV, Stellplätze);
- Bewertung der Funktionsfähigkeit (Einzelhandel und konsumnahe Nutzungen), der Gefährdungspotenziale und der Entwicklungsperspektiven sowie Herausarbeitung zentrenspezifischer Handlungsempfehlungen (Stabilisierungs- und Stärkungsmöglichkeiten).
- Darstellung der vorhandenen prägenden Ergänzungsstandorte für nicht-zentrenrelevante Sortimente und der Privilegierten Nahversorgungsstandorte;
- Überprüfung und Modifikation der ortsspezifischen Sortimentsliste („Friesoyther Sortimentsliste“) anhand der faktischen Prägung der zentralen Versorgungsbereiche und einer perspektivischen Betrachtung der Entwicklungsoptionen; überdies Berücksichtigung planerischer Vorgaben (LROP).

Maßnahmenkonzept

- Umsetzungsorientierte Maßnahmenvorschläge für die Sicherung und Stärkung des Einzelhandels, v.a. Empfehlungen zur Anwendung des Einzelhandelskonzepts (hierbei Überprüfung des vorhandenen Konzepts bezgl. der Umsetzung und Weiterentwicklung/Modifizierung von Grundsätzen zur räumlichen Steuerung bzw. Unterbreitung eines Vorschlags für sortiments- und lagenspezifische Steuerungsempfehlungen, etc.); dabei Beachtung der Friesoythespezifischen Angebotsstrukturen durch Herleitung einer Bagatellgrenze für Kleinstbetriebe durch Herleitung des Anlagetyps „Friesoyther Laden“;
- Vertiefende Aussage zur Perspektive der Fachmärkte im Bereich des „Alten Hafens“: Ziel war es, die Eignung für den Einzelhandel (sowohl handelsseitig als auch aus Sicht der Stadtentwicklung) auszuloten und Empfehlungen zur Belegung resp. zum Ausschluss dieses Entwicklungsstandorts auszusprechen.



1.3 Vorgehensweise

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

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Flächendeckende Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) in Friesoythe u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen sowie der wesentlichen konsumnahen Angebote in den Zentren (z.B. Gastronomie, Dienstleistungen);
- gründliche Begehungen der Innenstadt von Friesoythe mit ihren Teillagen, sowie der sonstigen wesentlichen Standortbereiche des Einzelhandels;
- Vorbereitung, Durchführung und Auswertung einer telefonischen Haushaltsbefragung in Friesoythe und im Umland mit einer Stichprobe von insgesamt 600 befragten Haushalten;
- Das Einzelhandelskonzept wurde in fortlaufender telefonischer Abstimmung mit dem Auftraggeber durchgeführt. Zusätzlich haben stattgefunden:
 - Ein verwaltungsinternes Startgespräch;
 - zwei Sitzungen mit einem projektbegleitenden Arbeitskreis vor Ort mit lokalen und externen Interessensvertretern;
 - zwei Termine zur Vorstellung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes in den politischen Gremien mit Ziel der Beschlussfassung.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Großhandel, ohne Kfz-Handel). Nachfrageseitig wurde zudem der nicht stationäre Handel (Online-Handel) beachtet, da Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels zu erkennen sind. Als Prognosehorizont und Orientierungswert für den Gültigkeitszeitraum des Einzelhandelskonzeptes wurde das Jahr 2025 zu Grunde gelegt. Danach wird eine gezielte Überprüfung empfohlen, ob sich das Einzelhandelskonzept in der Form bewährt hat.



2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Und während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, liegt die Lebenserwartung bei Neugeborenen heuet bei im Mittel über 80 Jahren. In einigen Jahren wird die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Jedoch leiden die meisten Regionen in den Neuen Bundesländern stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse (z.B. Achse Frankfurt-Stuttgart, Metropolregion Hamburg) zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten bleiben attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden.
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfelder und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung („Singlesierung“) und
- Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch

mit in Betracht, folgt daraus ein starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.

Da eine Veränderung auch eine Chance bedeutet, eröffnet dieser Wandel gleichzeitig neue Märkte. Es gilt, diejenigen Standorte, die in Kombination mit dem Einsatz der Instrumente des Handelsmarketings für das eigene Unternehmen zielloptimal sind, frühzeitig zu erkennen und vor der Konkurrenz zu besetzen.

2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen Präferenzverschiebungen einher. U.a. sind im Bereich des Food- und Nearfood-Segments in Verbindung mit diversifizierten Arbeitszeitmodellen ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein, eine steigende Nachfrage nach mehr „Convenience“ sowie der Wunsch nach Fair Trade/Bio, Regionalität und „Handwerk“ gestiegen. Veränderte Haushaltsgrößen fragen andere Produktgrößen nach. Im Bereich Nonfood spielt u.a. der Trend zur Individualisierung – jedoch bei Produkten ohne Mehrwert nach wie vor auch der Preis – eine Rolle. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

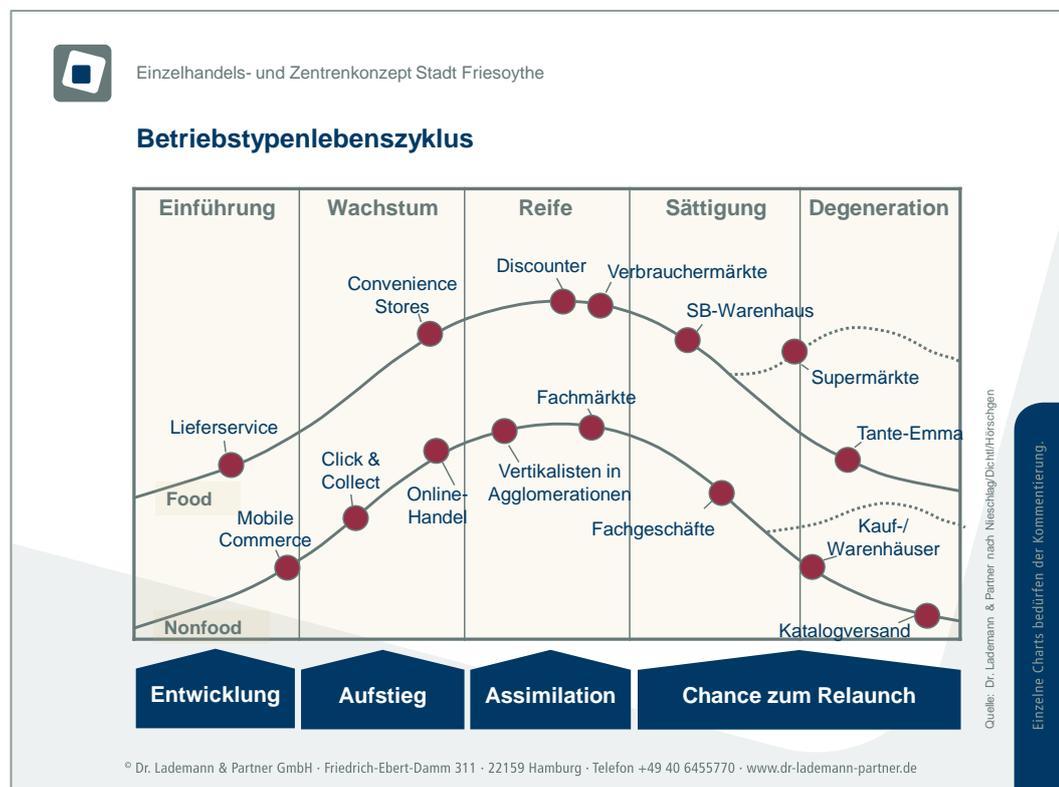


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen



Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung 1). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen, das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Absatzkanäle hingegen wie der B2C E-Commerce¹ sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

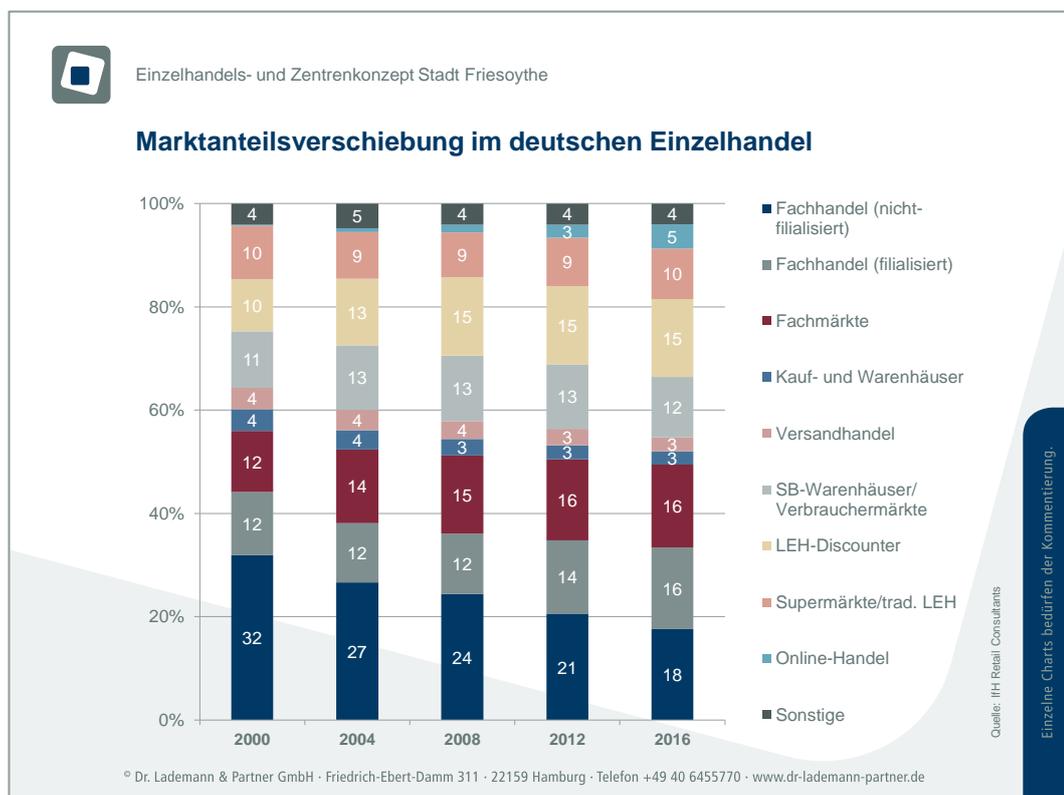


Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

¹ B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.



Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das Gewicht hin zu discountorientierten Konzepten. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen (vgl. Abbildung 2). Der Trend konnte allerdings nicht gleichermaßen fortgesetzt werden.

Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden Vertriebswege wie der Online- und Mobile-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzrückgang, weshalb u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von digitalen Angeboten mit Ziel der Steigerung der Besuchsansätze und der Erhöhung der Verweildauer entgegengewirkt wird („Third-Place“). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte (gepaart mit Altersnachfolgeproblemen). Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere darstellt.

Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen Preiswettbewerb und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist. Gerade weil die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sich nicht assimiliert haben, haben sie offenbar das Reifestadium noch nicht erreicht. Solange dies der Fall ist und die Nahversorger konstitutiv bedingt ihre Wettbewerbsnachteile nicht verringern können, herrscht angesichts der Marktlage ein Verdrängungswettbewerb.² Dieser Umstand ist zuletzt hauptverantwortlich für das konstant hohe Flächenwachstum im deutschen Einzelhandel, wenngleich nach Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner v.a. in den überbesetzten Räumen (gilt nicht in Räumen mit Sondereffekten, z.B. Tourismus) ein „Gesund-schrumpfen“ festzustellen ist.

² Vgl. Lademann, Rainer, Betriebstypeninnovationen in stagnierenden Märkten unter Globalisierungsdruck, 1999.



2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte

Das Wachstum des E-Commerce-Markts in Deutschland setzt sich seit Jahren stetig fort. Hierbei geht einerseits eine Verschiebung innerhalb des Distanzhandels in Form einer Verdrängung des klassischen Katalogversands einher: Belief sich im Jahr 2008 der Anteil des Online-Handels am Versandhandel auf rd. 47 %, wurde für das Jahr 2018 bereits ein Anteil von 95 % des gesamten Versandhandels prognostiziert.

Während zwischen den Jahren 2008 bis 2012 das Marktvolumen für den Distanzhandel im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr durchschnittlich um ca. 8 % auf insgesamt 39 Mrd. € anstieg, war im Jahr 2013 ein deutlich stärkeres Wachstum von rd. 23 % zu verzeichnen. Die Wachstumstendenzen für die nachfolgenden Jahre 2014 und 2015 (rd. 10 %) sowie 2016 und 2017 (rd. 9 %) sind unter den Erwartungen geblieben. Für das Jahr 2018 wurde damit gerechnet, dass die Zuwachsraten bei etwa 8 % liegen werden.

Der Vormarsch des Online-Handels führt auch dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. Der Anteil des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz wurde für das Jahr 2018 auf 13 % prognostiziert.

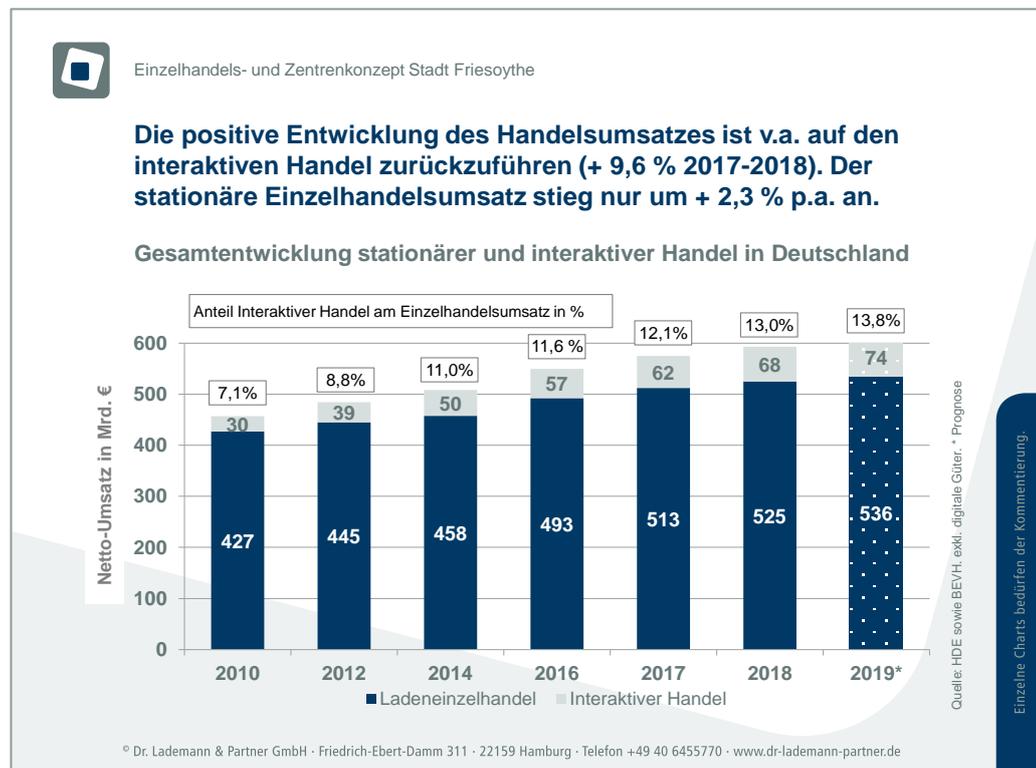


Abbildung 3: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz



Dabei verliefen die Wachstumsraten in den einzelnen Sortimenten in den vergangenen Jahren sehr unterschiedlich. Der stationäre Einzelhandel gerät durch den Online-Handel u.a. dort unter Druck,

- wo Branchen durch Innovationen komplett auf den Kopf gestellt werden (z.B. Buch-, Elektrohandel) und/oder
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt und/oder
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität) und/oder
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet).

Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat. Hierbei zeigt sich, dass „Verlierer“ der Entwicklung kleinere Mittelstädte sowie die Stadtteilzentren von Großstädten sind. Umgekehrt ist für die Metropolen in Deutschland sowie für Mittelstädte mit beachtlichem Einzugsgebiet ein weiteres Wachstum zu erwarten.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass nach einzelnen Sortimenten betrachtet Sättigungstendenzen festzustellen sind. Blickt man z.B. auf das Segment Bekleidung, zeigt sich für die jüngere Vergangenheit, dass die jährlichen Zuwachsraten auf +2 %- bis +5 %-Punkte abgesunken sind. Insofern sind bei den onlineaffinen Segmenten die Grenzen des Wachstums allmählich erreicht.

Mit Blick auf die nächsten Jahre werden Sortimente, die eine komplexe Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) aufweisen und/oder bislang durch den Online-Handel nicht nennenswert tangiert waren, Veränderungen erfahren. Hier liegen ausgehend von einem sehr niedrigen Niveau noch Wachstumspotenziale.

Das Einzelhandelsvolumen im stationären Handel bleibt nach den Prognosen³ der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) „unterm Strich“ bis zum Jahr 2025 weit-

³ Vgl. E-Commerce: Wachstum ohne Grenzen? - Online-Anteile der Sortimente – heute und morgen - White Paper, Juli 2015.



gehend stabil, da einerseits von einem Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ausgegangen werden kann. Andererseits geht die GfK in ihrer Prognose bis 2025 davon aus, dass sich der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz von 9 % (2014) in deutlich abgeschwächter Dynamik auf künftig etwa 15 % erhöhen wird.

Hierbei sind nach den einzelnen Segmenten deutliche Unterschiede zu erwarten:

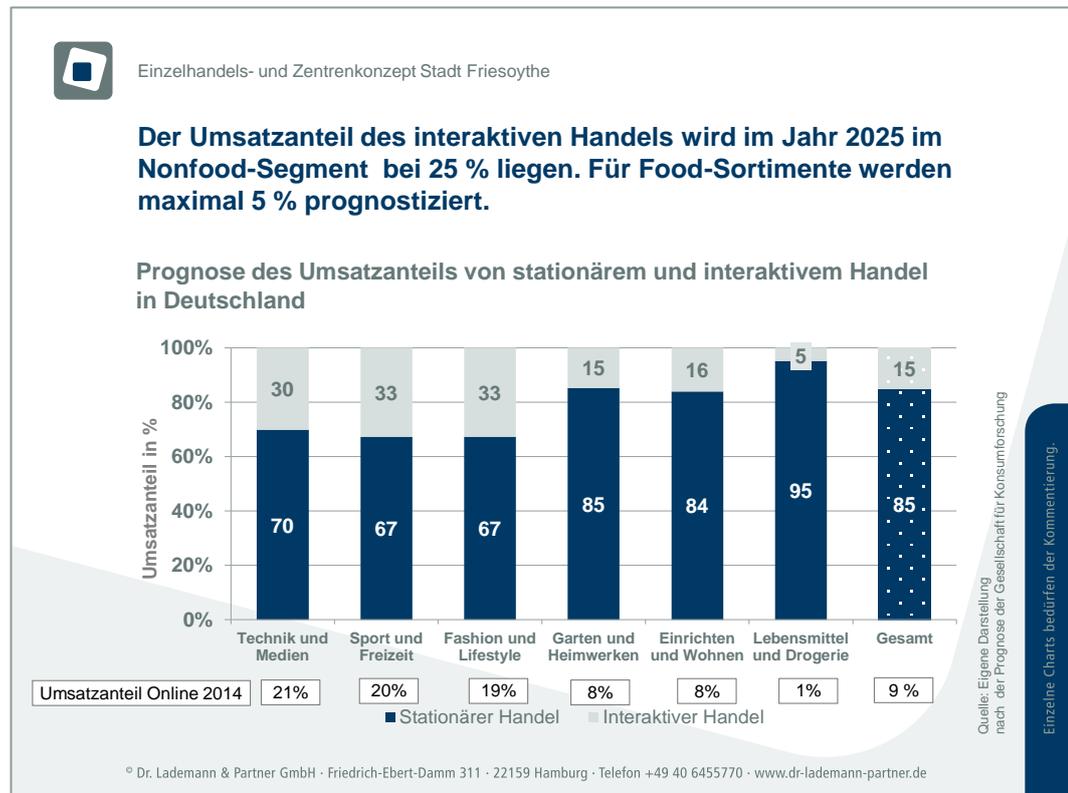


Abbildung 4: Prognose des Umsatzanteils von stationärem und interaktivem Handel

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen diese Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Faktisch muss auch auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten



Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen.

2.4 Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich

Die Betriebsformen unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsfarm und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 799 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (800 bis 1.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (1.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Lebensmitteldiscounter⁴ (heute zumeist bis 1.300 qm Verkaufsfläche)

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung⁵ beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel und
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie Zeitungen/Zeitschriften.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell im Bundesgebiet bei rd. 1.500 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 qm. Die Folge ist, dass die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaft-

⁴ Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.

⁵ Nicht stets deckungsgleich mit den ortstypischen Sortimentslisten in den einzelnen Kommunen, da diese Angebote auch Frequenzen für die Zentren generieren.



lich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte zu fördern.

Die Erosion von integrierten Nahversorgungslagen wird jedoch keineswegs nur durch periphere Standorte ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf von Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Präferenzverschiebung⁶ der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter.

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das Vordringen der Lebensmitteldiscounter mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt (i.d.R. zw. 1.500 bis 4.500 Artikel) auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder - tendenziell seltener - in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen oder von verkehrlichen Gemengelagen. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik mindestoptimaler Ladengrößen mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die ausufernde Sortiments-

⁶ Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.



entwicklung infolge der von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat. Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation angewachsen sind sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels wird heutzutage mehr Platz für die Bereiche Halbfertig- und Fertigprodukte (Convenience Food) benötigt. Bei Getränkeabholmärkten und breit aufgestellten Verbrauchermärkten (i.d.R. > 10.000 Artikel) ist zudem der Trend zur Sortimentskomplexität hinsichtlich Sortiment und Gebinde- bzw. Portionsgrößen als Antwort auf die Diversifizierung der Nachfrage zu sehen.

Auf die veränderten Marktbedingungen und den verschärften Strukturwandel reagiert der Lebensmitteleinzelhandel insbesondere mit einer Ausdifferenzierung des Angebots hinsichtlich seiner Frischekompetenz durch mehr Vielfalt und Inszenierung der Obst-Gemüse-Abteilung und Fleisch-/Käse-/Fischabteilung bzw. in Bezug auf Getränkeabholmärkte durch ein gegenüber den klassischen Lebensmittelmärkten deutlich umfassenderes Angebot, das auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist. All diese Maßnahmen haben zum Ziel, den Kunden Aufenthaltsqualität zu bieten und die Aufenthaltsdauer und den Bezug zum Markt mit einem zugleich breiten und tiefen Angebot zu verbessern.

Zusammenfassend lassen sich folgende Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen (z.B. Warenhäuser und traditionelle Fachgeschäfte) bei zunehmender Anzahl an Betriebsaufgaben/Insolvenzen;
- Redimensionierung der Formate mit Tendenzen zu
 - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm zu 5.000 bis 7.000 qm);
 - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte (oftmals 2.000 qm bis 3.000 qm);
 - größeren Verkaufsflächen bei Discountern (von 700 qm bis 800 qm auf 1.000 qm bis 1.300 qm).
- Tendenzen zur Integration von Gastronomie oder Dienstleistungen auf die Verkaufsfläche.



2.5 Fazit

Der voranschreitende demografische Wandel und ökonomische Megatrends beschleunigen den Anpassungsdruck der Unternehmen. Aufgrund der demografischen sowie soziografischen Entwicklung sinkt und verschiebt sich die Einzelhandelsnachfrage, was zu einer erhöhten Betriebsformendynamik führt. Somit ist der Handel branchenübergreifend gezwungen, die Betriebsform, die Verkaufsfläche, das Sortiment und den Standort an dieses neue Umfeld anzupassen.

Für die zukünftige Entwicklung lassen sich folgende zentrale Befunde ableiten:

- Heterogene Bevölkerungsentwicklung und Überalterung: Sinkende Einwohnerzahlen verringern das Marktpotenzial und Altersstrukturverschiebungen erhöhen den Anpassungsdruck für Handelsbetriebe. Diese Entwicklung verläuft bundesweit stark heterogen. Einzelne Gebiete werden auch langfristig von einem Bevölkerungszuwachs profitieren können (vorwiegend die Metropolen und die südwestlichen Regionen, insb. zwischen Frankfurt und Stuttgart). Zusätzlich ist die heterogene Entwicklung innerhalb der Orte zu beachten (alternde Stadtteile).
- Präferenzverschiebung bei Verbrauchern: Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten‘ bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel nicht die Größe, sondern die Nähe zum Verbraucher.
- Verschärfter Strukturwandel: Der Konzentrationsprozess im großflächigen Einzelhandel wird sich weiter beschleunigen (Verringerung der Anzahl an führenden Unternehmen in den einzelnen Branchen), während auch die Dynamik der Betriebstypen weiter zunehmen wird (Ausdifferenzierung in Richtung Service oder Preis). Zu den Gewinnern der letzten Jahre zählten v.a. Discounter und Fachmärkte, wobei diese Marktanteilsverschiebung größtenteils zu Lasten des kleinflächigen Einzelhandels ging. Die starke Flächenexpansion der letzten Jahre führte zu einem Absinken der Flächenproduktivitäten. Die Verkaufsflächen pro Filiale im Lebensmitteleinzelhandel konvergieren: Diffusion der Betriebstypen SB-Warenhaus (kleiner) und große Verbrauchermärkte (größer) sowie Maßstabsvergrößerung und allmähliche Sortimentsverbreiterung bei Discountern. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch den Vormarsch des Online-Handels, der die Entwicklung bei Anbietern mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs vorantreibt und zu Umsatzverlagerungen zulasten der Innenstädte führt. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die „Digital Natives“ noch in das konsumfähige Alter hineinwachsen, was in den nächsten Jahren die Einkaufsvorbereitung im Internet weiter treibt.



Langfristig ist demnach ein Rückgang des Käuferpotenzials, eine Abnahme der Altersgruppen mit hoher Einkaufsbereitschaft (im stationären Handel), jedoch eine Zunahme der Altersgruppen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf zu erwarten. Da sich diese Entwicklungen jedoch bundesweit sehr heterogen vollziehen, ist die regionale Analyse des langfristigen Potenzials eines Standorts unabdingbar. Es ist daher von einer Entwertung bzw. Aufwertung einzelner Standorte auszugehen.

Über Erfolg oder Misserfolg entscheiden der Weitblick und die Branchenkompetenz der Stadtplaner und Einzelhändler, welche für die Abschätzung langfristiger Potenziale bestehender bzw. zukünftiger Standorte verantwortlich sind. Hierbei kommt es im Besonderen auf spezifisches Know-how und detaillierte Marktkenntnis an.

Aus diesen Entwicklungstendenzen leiten sich veränderte Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ab:

- Anpassungsdruck steigt;
- Betriebsformendynamik steigt;
- Verdrängungswettbewerb und
- Strukturwandel intensivieren sich;
- Flächenwachstum setzt sich fort, jedoch gebremst und mit absehbarer Stagnation.

Daraus ergeben sich folgende Handlungsmöglichkeiten für den Einzelhandel:

- gute Standorte (in Bezug auf Kaufkraft, Einzugsgebiet, Grundstück, Verkehrsanbindung, etc.) finden, welche auch langfristig erfolgreich erscheinen (vor allem in Bezug auf die Binnenmigration);
- Ausdifferenzierung des Angebots in Richtung Service-, Erlebnis-, Luxus- oder Discountorientierung;
- Entwicklung neuer Handelsformate und Vertriebskanäle als Reaktion auf die veränderten Marktbedingungen;
- Integration der digitalen Medien in das stationäre Geschäft zur breiteren Kundenansprache, zur verbesserten Auffindbarkeit und zur „digitalen Vergrößerung“ des Ladenlokals;
- permanente Verbraucherforschung, um langfristige Unternehmenserfolge sicherzustellen.



3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Friesoythe

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Die Stadt Friesoythe liegt im Westen von Niedersachsen und ist dem Landkreis Cloppenburg zugehörig. Sie liegt rd. 32 km südwestlich von der Stadt Oldenburg (Oldenburg) entfernt.

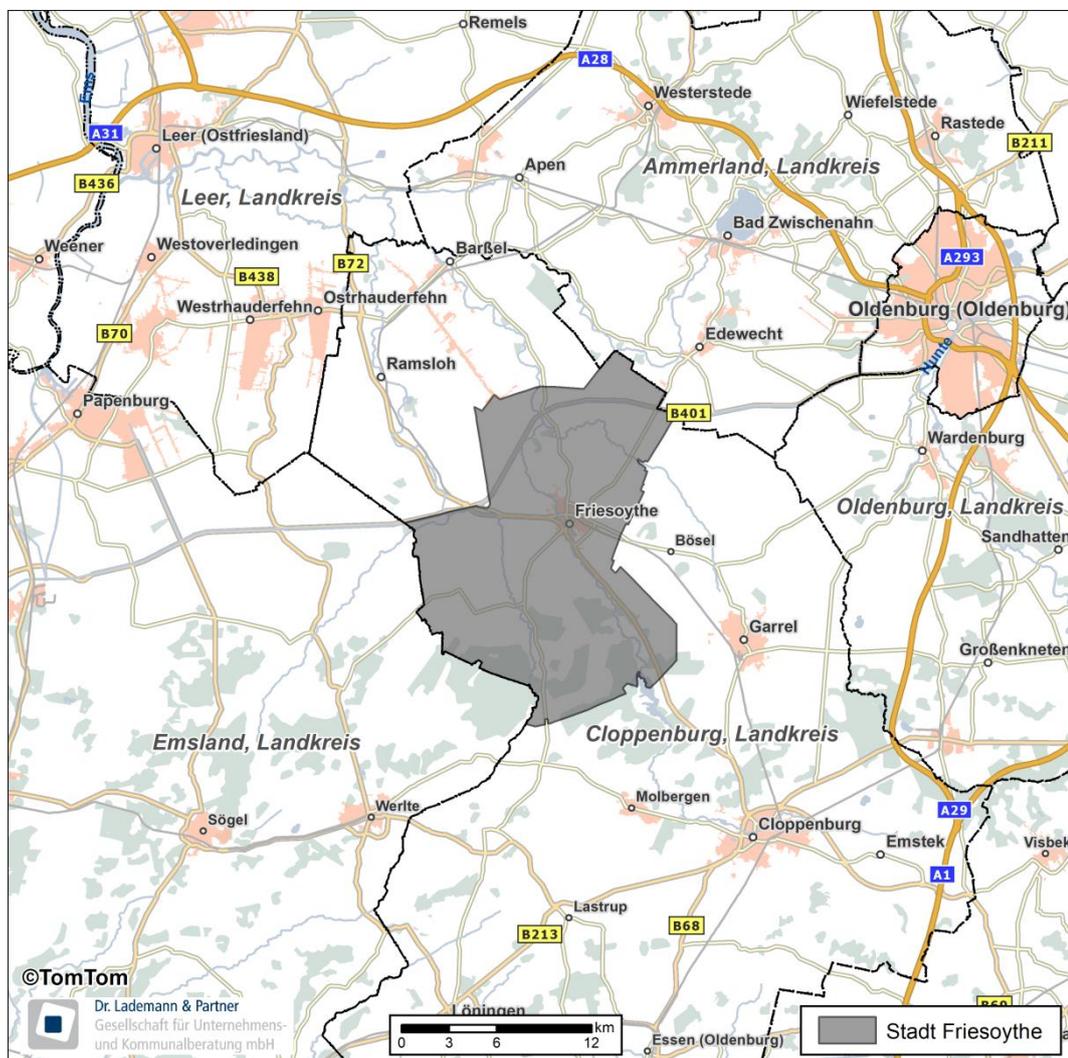


Abbildung 5: Lage im Raum



Die Stadt Friesoythe besteht heute aus 24 Ortschaften und sieben Ortsteilen, die ehemals z.T. eigenständige Gemeinden gebildet haben. Zu den bevölkerungsreichsten Ortsteilen zählen neben Friesoythe-Ort v.a. Altenoythe (rd. 3 km gen Nordost), Markhausen (rd. 11 km gen Süd) und Gehlenberg (rd. 11 km gen Südwest).

Die verkehrliche Anbindung der Stadt Friesoythe kann insgesamt als gut bewertet werden. So führen die Landesstraßen L 831, L 832 und L 835 zusammen mit den Kreisstraßen K 297 und K 33 im Stadtkern aufeinander und ermöglichen damit die Anbindung an umliegenden Gemeinden und Städte. Die überregionale Anbindung wird über die Bundesstraßen B 72 (gen Cloppenburg/A1 und gen A 28) und B 401 (gen Oldenburg/A 28 und gen A 31) gewährleistet. Darüber hinaus verkehren inner- sowie überörtliche Buslinien, die die umliegenden Gemeinden und Städte in regelmäßigen Abständen an Friesoythe anbinden. Ein Bahnhof ist in Friesoythe nicht mehr vorzufinden.

Von Seiten der Landes- und Regionalplanung ist die Stadt Friesoythe als Mittelzentrum eingestuft und übernimmt damit für das eigene Stadtgebiet die qualifizierte Versorgungsaufgabe mit periodischen und aperiodischen Sortimenten und darüber hinaus im mittelzentralen Verflechtungsraum die Versorgungsfunktion für die aperiodischen Sortimente. Die Stadt steht im Wettbewerb mit den benachbarten Mittelzentren Cloppenburg (rd. 30 km), Bad Zwischenahn (rd. 22 km) und Papenburg (rd. 35 km) sowie mit dem Oberzentrum Oldenburg (rd. 32 km). Darüber hinaus sind die Grundzentren Bösel (rd. 7 km), Garrel (rd. 16 km) und Barßel (rd. 19 km) zu nennen.

Die Stadt Friesoythe gehört zum Oldenburger Münsterland, welches das Gebiet der niedersächsischen Landkreise Cloppenburg und Vechta umfasst. Die Region ist in fünf Urlaubs- und Erholungsgebiete aufgeteilt. Die Thülsfelder Talsperre, ein Stausee zwischen Cloppenburg und Friesoythe, dient dabei als Erholungsgebiet direkt angrenzend an das Friesoyther, Garreler und Molbergener Gemeindegebiet und fungiert gleichzeitig als Anlaufstelle des Tourismus.



3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Bevölkerungsentwicklung in Friesoythe verlief seit dem Jahr 2014 mit einem jährlichen Anstieg von + 1,1 % p.a. deutlich positiv. Nach Angaben des Statistischen Landesamts lebten in Friesoythe am 01.01.2018

rd. 22.300 Einwohner.

Im regionalen Vergleich liegt die örtliche Einwohnerentwicklung zugleich auf Niveau des Landkreises Cloppenburg (+1,2 % p.a.). Das Land Niedersachsen entwickelte sich weniger dynamisch (+ 0,5 % p.a.).

Einwohnerentwicklung in der Stadt Friesoythe im Vergleich					
Gemeinde/Stadt/ Kreis/Land	2014	2018	+/- 14/18		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Friesoythe	21.335	22.288	953	+4,5	+1,1
Bösel	7.461	7.946	485	+6,5	+1,6
Garrel	14.102	14.918	816	+5,8	+1,4
Barßel	12.495	12.972	477	+3,8	+0,9
Cloppenburg	32.985	34.581	1.596	+4,8	+1,2
Bad Zwischenahn	27.866	28.507	641	+2,3	+0,6
Papenburg	35.614	37.030	1.416	+4,0	+1,0
Oldenburg	159.610	167.081	7.471	+4,7	+1,2
Landkreis Cloppenburg	160.176	167.925	7.749	+4,8	+1,2
Niedersachsen	7.790.559	7.962.775	172.216	+2,2	+0,5

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

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Friesoythe im Vergleich

Die Einzelhandelsentwicklung in Friesoythe wird auch durch die örtlichen Siedlungsstrukturen beeinflusst. Auf Ortsteilebene stellt sich die Einwohnerverteilung in Friesoythe wie folgt dar:

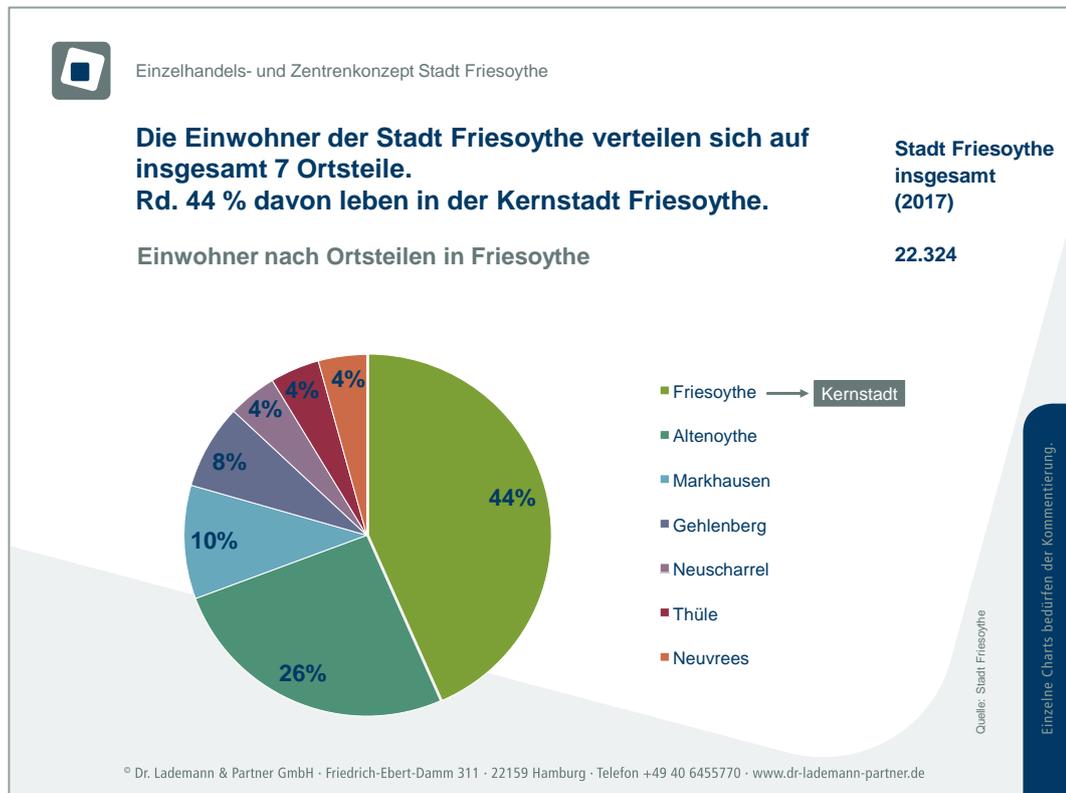


Abbildung 6: Einwohner nach Ortsteilen (Hauptwohnsitze)

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Friesoythe kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research⁷ unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren auf abgeschwächtem Niveau wachsen werden.

Im Jahr 2025 ist in der Stadt Friesoythe mit einer Bevölkerungszahl von rd. 22.800 Einwohner (+ 0,3 % p.a.) zu rechnen.

Die Alterstruktur in Friesoythe zeigte sich in den vergangenen Jahren insgesamt jünger als im regionalen Vergleich (Über 65-Jährige: 16 % vs. 22 %). Bis 2030 wird sich der Anteil der Bevölkerung über 65 Jahre deutlich, sowohl in Friesoythe als auch in Niedersachsen insgesamt, erhöhen (Über 65-Jährige: 22 % vs. 28 %). Friesoythe wird dabei weiterhin unterhalb des niedersächsischen Mit-

⁷ Vgl. Kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2017. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).



telwertes liegen. Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist.

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer⁸. Diese liegt in Friesoythe bei 90,2 und damit auf Niveau des Landkreises Cloppenburg (89,6). Das Land Niedersachsen liegt mit 99,3 deutlich oberhalb des Friesoyther Werts. Bad Zwischenahn (105,8) und Oldenburg (103,4) zeigen im Vergleich deutlich höhere Kaufkraftkennziffern als die Stadt Friesoythe.

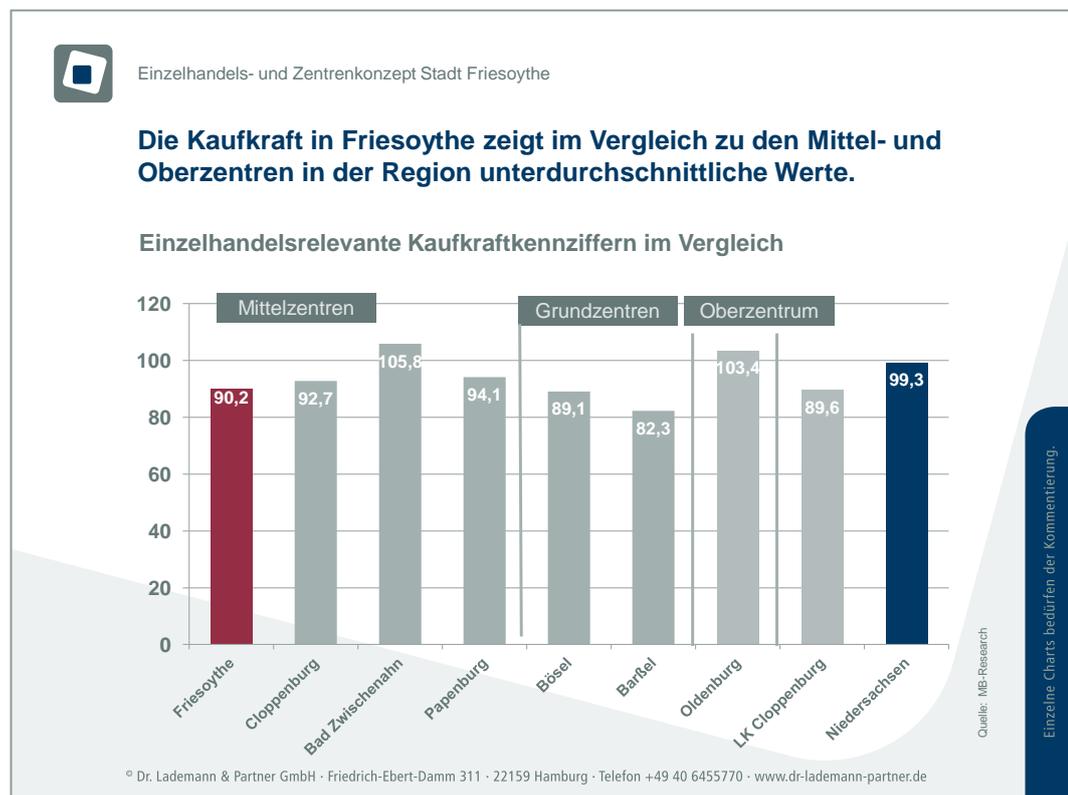


Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im Vergleich

⁸ Vgl. MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2018.



Die Beschäftigungssituation im Landkreis Cloppenburg verlief im Zeitraum 2014 bis 2017 positiv (-0,8 %-Punkte). Die Arbeitslosenquote entwickelte sich damit oberhalb des Niveaus des Landes Niedersachsen (-0,7 %-Punkte) sowie des westlichen Bundesgebiets (-0,6 %-Punkte). In 2017 lag die Arbeitslosenquote mit 4,8 % außerdem unterhalb der Werte des Landes Niedersachsen (5,8 %) und den Alten Bundesländern (5,3 %).

Entwicklung der Arbeitslosenquoten			
Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %		+ / - 14/17
	2014	2017	%-Punkte
Landkreis Cloppenburg	5,6	4,8	-0,8
Niedersachsen	6,5	5,8	-0,7
Bundesgebiet (West)	5,9	5,3	-0,6

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2014-17 / Jahreszahlen, Nürnberg.

Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Friesoythe mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Die Stadt Friesoythe verfügte 2017 über einen fast stabilen Pendlersaldo von rd. -300 Personen. Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment des periodischen Bedarfs – ergibt sich durch die Einpendler ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel.

Ein- und Auspendler in der Stadt Friesoythe im Vergleich						
Stadt/Kreis	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2014	2017	2014	2017	2014	2017
Friesoythe	4.289	4.936	4.117	4.622	- 172	- 314
Cloppenburg	6.815	7.861	9.165	10.541	2.350	2.680
Papenburg	5.046	6.157	11.119	12.164	6.073	6.007
Landkreis Cloppenburg	19.550	22.335	14.879	18.082	- 4.671	- 4.253

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2014/17.

Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich



Seit 2014 konnten nach Angaben des Statistischen Landesamts die Gästeankünfte mit rd. + 7,1 % p.a., ebenso wie die Anzahl der Übernachtungen (rd. + 8,9 % p.a.) deutlich gesteigert werden. Dieser positive Trend zeigt sich auch deutlich in den umliegenden Gemeinden (Ausnahme Papenburg) sowie im Landkreis Cloppenburg und im Bundesland Niedersachsen. Auch die Anzahl der Gästebetten ist in Friesoythe seit 2014 deutlich gestiegen (+ 17,7 % p.a.).

Tourismusentwicklung in der Stadt Friesoythe 2014 bis 2017					
Übernachtungen					
Stadt/Kreis/Land	2014	2017	+/- 14/17		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Friesoythe	34.519	44.573	+10.054	+29,1	+8,9
Cloppenburg	55.889	62.071	+6.182	+11,1	+3,6
Papenburg	323.741	293.904	-29.837	-9,2	-3,2
Landkreis Cloppenburg	385.301	421.103	+35.802	+9,3	+3,0
Niedersachsen	40.423.767	43.494.781	+3.071.014	+7,6	+2,5
Gästeankünfte					
Stadt/Kreis/Land	2014	2017	+/- 14/17		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Friesoythe	15.843	19.447	+3.604	+22,7	+7,1
Cloppenburg	35.806	37.412	+1.606	+4,5	+1,5
Papenburg	124.890	119.367	-5.523	-4,4	-1,5
Landkreis Cloppenburg	147.770	159.740	+11.970	+8,1	+2,6
Niedersachsen	13.080.201	14.495.990	+1.415.789	+10,8	+3,5
Gästebetten					
Stadt/Kreis/ Land	2014	2017	+/- 14/17		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Friesoythe	630	1.028	+398	+63,2	+17,7
Cloppenburg	426	476	+50	+11,7	+3,8
Papenburg	2.155	2.199	+44	+2,0	+0,7
Landkreis Cloppenburg	5.101	5.607	+506	+9,9	+3,2
Niedersachsen	383.684	395.772	+12.088	+3,2	+1,0
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen. Nur Übernachtungen/Ankünfte in Betrieben ab 10 Betten.					

Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als zehn Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. So spielt die Thülsfelder Talsperre, die im Gemarkungsgebiet von Friesoythe, Garrel und Molbergen liegt mit insgesamt



ca. 150 Gastgebern, eine wichtige Rolle für den Tagesausflug und Kurzurlaub. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach größer einzuschätzen.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Friesoythe sind mit Blick auf die eigene Bevölkerung positiv zu beurteilen. Das prognostizierte Bevölkerungswachstum und der mittelzentrale Versorgungsauftrag im Bereich der aperiodischen Sortimente induzieren weiterhin Impulse für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt.

3.3 Planerische Ausgangslage

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept basiert auf den städtebaurechtlichen Grundlagen des BauGBs und der BauNVO als auch der aktuellen Rechtsprechung⁹. Zur Erarbeitung waren auch die Bestimmungen der Landesplanung von Niedersachsen¹⁰ und der Regionalplanung für den Landkreis Cloppenburg¹¹ zu berücksichtigen. Derzeit ist zudem ein Regionales Einzelhandelskonzept für den Landkreis Cloppenburg in Erarbeitung.

Für die Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind für das Mittelzentrum Friesoythe folgende, additiv verknüpfte Kriterien von Bedeutung:

LROP 2017 - 2.3 Ziffer 01

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

LROP 2017 - 2.3 Ziffer 02

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 09 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gege-

⁹ U.a. Urteile zur Definition von Zentren (BVerwG 4 C 1.08; BVerwG 4 C 2.08; BVerwG 4 C 7.07 etc.), Urteile zu Mindestanforderungen von Zentren (BVerwG; Urteil vom 11. Oktober 2007; BVerwG; Urteil vom 17. Dezember 2009; OVG NRW; Urteil vom 15.02.2012; etc.) usw.

¹⁰ Vgl. Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017

¹¹ Vgl. Regionales Raumordnungsprogramm 2005 des Landkreises Cloppenburg



benenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).

In Friesoythe hat die Agglomerationsregel v.a. für die Bereiche entlang der Bundes- und Landstraßen Relevanz. Zudem befinden sich im Bereich des Alten Hafens (jene Bereiche außerhalb von definierten Zentren) solche Standortverbünde.

LROP 2017 2.3 Ziffer 03 (Kongruenzgebot)

In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten.

In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral). Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte, der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte, von grenzüberschreitenden Verflechtungen und der Marktgebiete von Mittel- und Oberzentren auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte zu ermitteln, sofern er nicht im Regionalen Raumordnungsprogramm festgelegt ist.

Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde. Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.

Aufgrund der Wechselwirkung zwischen kommunalem Einzelhandelskonzept und Vorgaben der Regionalplanung wurde daher der Landkreis Cloppenburg in die Konzeptfortschreibung mit eingebunden.

LROP 2017 2.3 Ziffer 04 (Konzentrationsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des jeweiligen zentralen Orts zulässig.

Für Friesoythe heißt dies, dass Einzelhandelsgroßprojekte auf den Ortsteil Friesoythe-Ort mit den räumlich abgegrenzten Standortlagen zu lenken sind. Die



sonstigen Ortsteile sind insofern nicht als Standort für den großflächigen Einzelhandel qualifiziert. Allerdings sei im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente auf den Bedarf zukunftsfähiger Strukturen hinzuweisen, die in den sog. Privilegierten Nahversorgungsstandorten eine maßstäbliche Entwicklung erforderlich macht.

LROP 2017 2.3 Ziffer 05 (Integrationsgebot)

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

Dies gilt in Friesoythe für sämtliche Standortlagen außerhalb des Innenstadtzentrums inkl. Innenstadt-Ergänzungsbereiche. Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden auch Aussagen zur Weiterentwicklung der privilegierten Standortlagen für nahversorgungsrelevante Sortimente getätigt.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig, wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 qm beträgt oder wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumordnungsverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.

Für Friesoythe heißt dies, dass bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten alle Bereiche in Frage kommen, die sich räumlich an die Kernstadt anschmiegen. Nach den landesplanerischen Vorstellungen ist raumbedeutsamer nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel in den sonstigen Ortsteilen nicht erwünscht.



LROP 2017 2.3 Ziffer 07 (Abstimmungsgebot)

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

Für Friesoythe heißt dies, dass für überörtlich bedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel Beteiligungsverfahren durchzuführen sind. Die Information der Nachbarkommunen kann v.a. beim Anschmiegen von zentralen Orten gleicher oder höherer Stufe auch bei der Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten erfolgen, um allgemein die interkommunale Abstimmung zu verbessern und um Transparenz zu schaffen.

LROP 2017 2.3 Ziffer 08 (Beeinträchtigungsverbot)

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

Für Friesoythe heißt dies, dass der großflächige Einzelhandel bewusst gesteuert wird. Im Einzelfall sind für Vorhaben Verträglichkeitsnachweise zu erbringen, um eine sorgfältige Abwägung der Chancen und Risiken sicherzustellen. Dem Beeinträchtigungsverbot wird auch mittels Bauleitplanung (aktuelle BauNVO, SO-Gebiete) Vorsorge geleistet.

LROP 2017 2.3 Ziffer 10 (Ausnahmeregel)

Abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05 (Kongruenz-, Konzentrations- und Integrationsgebot) sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente auf mind. 90 von Hundert der Verkaufsfläche periodische Sortimente sind, auch zulässig, wenn

- sie an Standorten errichtet werden, die im Regionalen Raumordnungsprogramm als Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung festgelegt sind,
- sie den Anforderungen der Ziffern 07 (Abstimmungsgebot) und 08 (Beeinträchtigungsverbot) entsprechen,



- sie im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Ortskern oder mit Wohnbebauung liegen und
- ihr jeweiliges Einzugsgebiet den zu versorgenden Bereich im Sinne des Satzes 4 nicht überschreitet.

Die Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung dürfen die Funktion und Leistungsfähigkeit der zentralen Orte nicht beeinträchtigen und sind im Benehmen mit der jeweiligen Gemeinde- oder Samtgemeinde festzulegen. Sie sollen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Das Regionale Raumordnungsprogramm muss für jeden dieser Standorte einen zu versorgenden Bereich festlegen.

In der Erstbetrachtung könnte für die größeren dezentralen Ortsteile Altenoythe, Gehlenberg und Markhausen, die Regelung zur qualifizierten örtlichen Grundversorgung sinnvoll erscheinen. Hierfür bedarf es jedoch der Fortschreibung des RRÖPs für den Landkreis Cloppenburg. Hinweise für den faktischen Bedarf und die Tragfähigkeit für den Lebensmitteleinzelhandel können u.a. einem kommunalen Einzelhandelskonzept entnommen werden.

4 Nachfragesituation in Friesoythe

4.1 Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

Im Dezember 2018 wurde in Friesoythe und im Umland eine telefonische Haushaltsbefragung mit einer Stichprobe von 250 Haushalten in der Stadt Friesoythe und von insgesamt 350 Befragten aus dem Umland durchgeführt. Diese repräsentative Befragung liefert u.a. wichtige Hinweise

- zur Einkaufsorientierung der Verbraucher,
- zu den Veränderungen der Einkaufsorientierungen,
- zur Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Friesoythe sowie zu Verbesserungsmöglichkeiten.

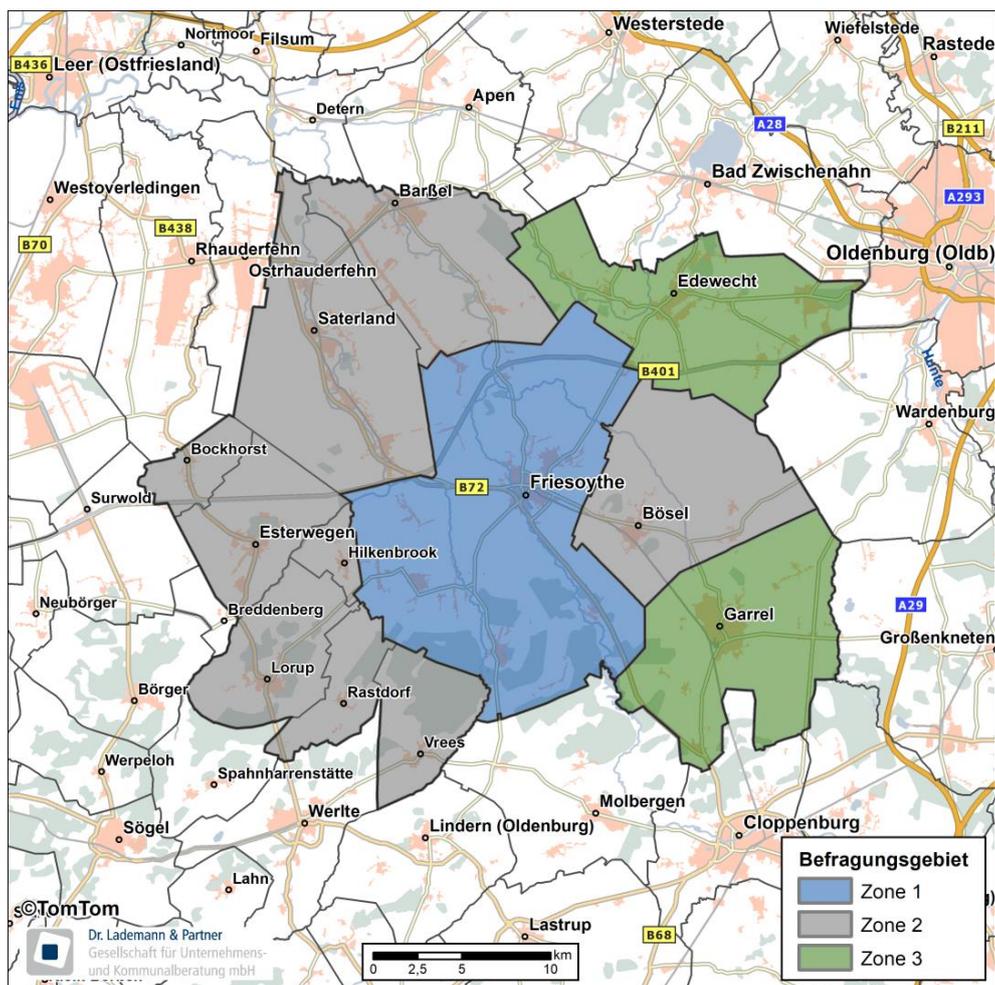


Abbildung 8: Befragungsgebiet der telefonischen Haushaltsbefragung



Das Befragungsgebiet gliederte sich dabei in die Zone 1 (N = 250), welche das gesamte Stadtgebiet von Friesoythe umfasst. Die Zone 2 (N = 230) setzte sich aus den Gemeinden Bösel, Vrees, Rastdorf, Lorup, Hilkenbrook, Esterwegen, Bockhorst, Saterland und Barßel zusammen. Als Zone 3 (N = 120) wurden die beiden einwohnerstärkeren Gemeinden Edeweicht und Garrel erfasst.

4.1.1 Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum

Anhand der Frage nach den Haupteinkaufsorten für kurzfristige sowie ausgewählte mittel- und langfristiger Bedarfsbereiche¹² lassen sich wichtige Anhaltspunkte für die Zuordnung von Orten zum Marktgebiet des Einzelhandels sowie für die spätere Nachfragestromanalyse gewinnen.

Die Orientierung der Verbraucher aus dem Stadtgebiet von Friesoythe (Zone 1) auf den Einzelhandel in ihrer Stadt stellt sich nach Sortimentsgruppen differenziert betrachtet unterschiedlich dar:

- Im Bereich des kurzfristigen Bedarfs zeigt sich mit rd. 93 % (Lebensmittel) bzw. 96 % (Drogeriewaren) erwartungsgemäß die höchste Einkaufsorientierung auf die Stadt Friesoythe.
- Die Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarf beträgt zwischen 57 % und 65 %. U.a. im Bereich Bekleidung/Schuhe lässt sich die moderate Einkaufsorientierung auf Friesoythe durch die starke Konkurrenz des Oberzentrums Oldenburg und den nicht-stationären Handel zurückführen. Dieser stellt in Friesoythe eine zunehmende Alternative zum stationären Handel dar (bis zu 26 % der Nennungen) und gibt zugleich Anzeichen für Angebotslücken.
- Im langfristigen Bedarf sind die Ergebnisse zu differenzieren: Einkäufe im Bau- und Gartenbedarf werden von einem Großteil der Befragten in Friesoythe getätigt. Dass für Möbel-Einkäufe die Bereitschaft für weitere Fahrtwege besteht, spiegelt sich mit 59 % der Befragten in den Einkaufsalternativen außerhalb des Befragungsgebiets wieder (hauptsächlich Oldenburg).

¹² Die Sortimente werden nach der kurzfristigen Bedarfshäufigkeit (v.a. Lebensmittel) sowie nach dem mittelfristigen (wie Bekleidung, Schuhe) und langfristigen (z.B. Möbel, Bau- und Gartenbedarf) Bedarf gegliedert. Der kurzfristige Bedarf ist in etwa deckungsgleich mit dem nahversorgungsrelevanten Bedarf bzw. dem periodischen Bedarf. Mittel- und langfristige Sortimente sind etwa deckungsgleich mit den aperiodischen Sortimenten. Für eine detaillierte Erläuterung sei auf das Glossar verwiesen.

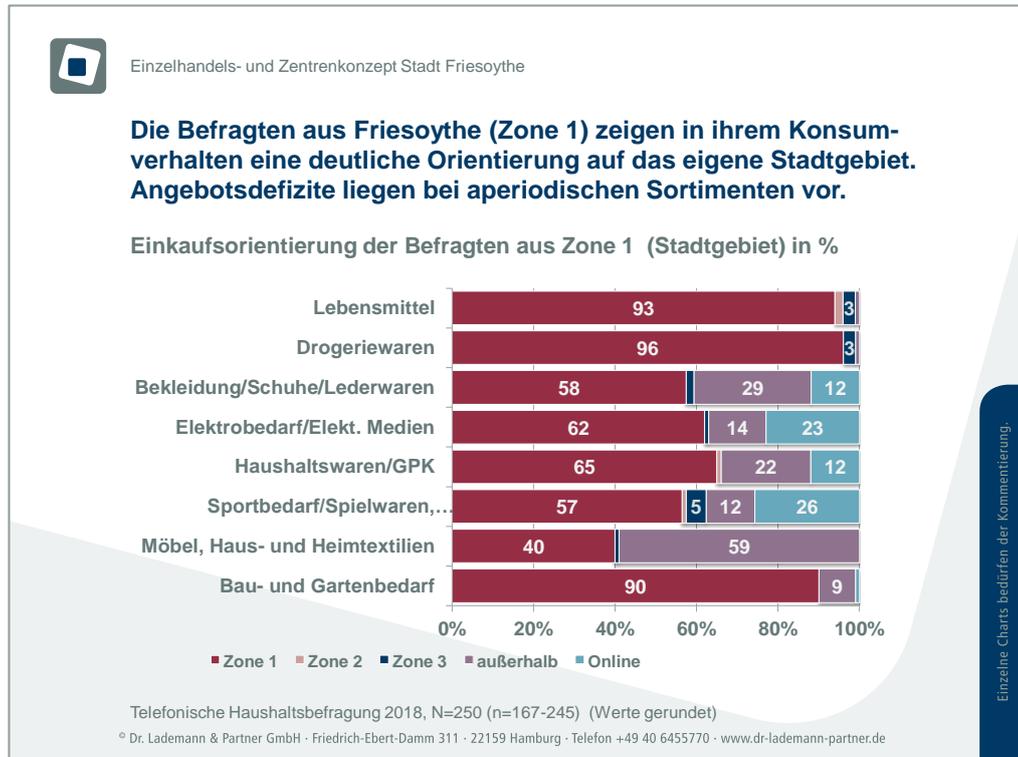


Abbildung 9: Einkaufsorientierung der Friesoyther Bevölkerung (Zone 1)

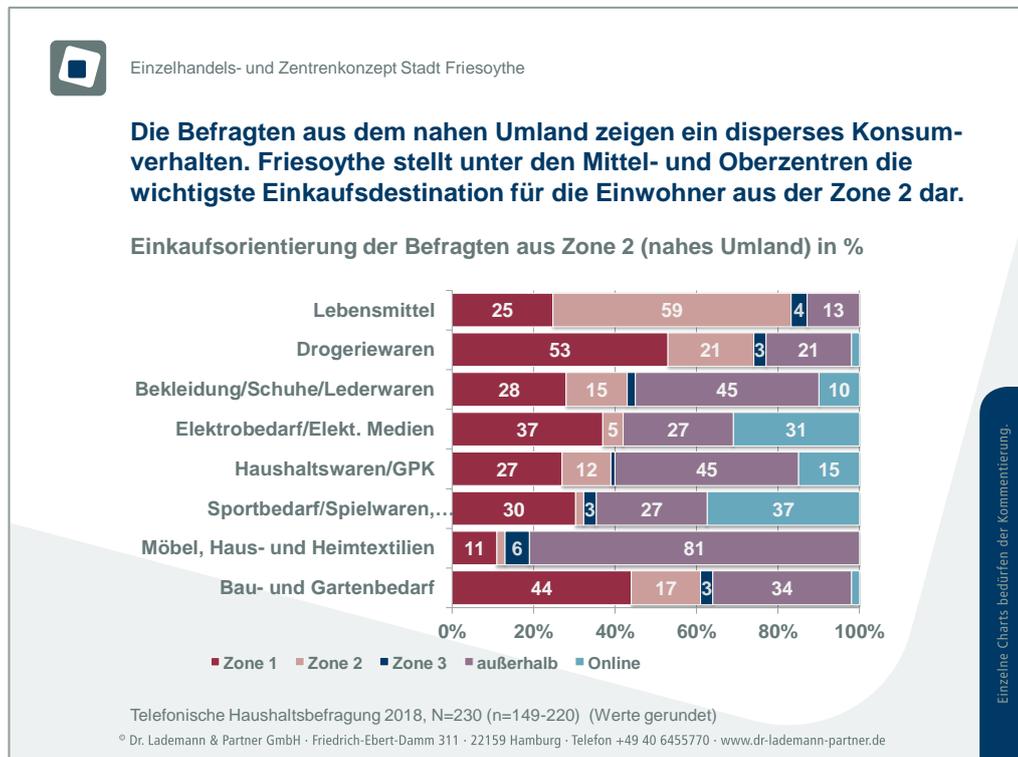


Abbildung 10: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2- Nahbereich)



Bei den Befragten aus dem direkten Umland (Zone 2) ist eine schwächere Einkaufsorientierung auf Friesoythe zu erkennen und lässt auf die gute Erreichbarkeit attraktiver Einkaufsalternativen schließen. Insgesamt beträgt die Einkaufsorientierung auf den Friesoyther Einzelhandel zwischen ca. 11 % (Möbel, Haus- und Heimtextilien) und ca. 53 % (Drogeriewaren).

- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs zeigt sich eine Einkaufsorientierung auf Friesoythe von rd. 25 % im Bereich Lebensmittel und rd. 53 % im Bereich Drogeriewaren. Im Bereich Lebensmittel fällt der Wert erwartungsgemäß moderat aus, da die Gemeinden der Zone 2 über ein eigenes attraktives Einzelhandelsangebot in diesem Segment verfügen und ein dichtes Netz an Lebensmittelmärkten vorweisen können. Die Einkaufsorientierung im Bereich Drogeriewaren ist aufgrund des grobmaschigen Standortnetz vergleichsweise hoch, was auf ein durchaus attraktives Angebot der Stadt Friesoythe hinweist.
- Bei den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs reicht die Einkaufsorientierung auf Friesoythe von rd. 27 % (Haushaltswaren, GPK) bis rd. 30 % (Sportbedarf/Spielwaren). Die wichtigste Einkaufsalternative ist vor allem in den Sortimenten Bekleidung/Schuhe/Lederwaren und Haushaltswaren/GPK das Oberzentrum Oldenburg.
- Im langfristigen Bedarf liegt die Einkaufsorientierung der Befragten auf Friesoythe bei rd. 11 % im Segment Möbel sowie rd. 44 % im Bereich Bau- und Gartenbedarf. Das Segment Elektrobedarf/elektr. Medien fällt mit rd. 37 % etwas geringer aus.

Bei den Befragten aus dem weiteren Umland (Zone 3) ist erwartungsgemäß eine deutlich schwächere Einkaufsorientierung auf Friesoythe zu erkennen. Der Unterschied ist im Vergleich zu den Zonen 1 und 2 entsprechend groß. Insgesamt beträgt die Einkaufsorientierung auf den Friesoyther Einzelhandel zwischen ca. 3 % (Lebensmittel) und ca. 21 % (Elektrobedarf/elektr. Medien).

- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs zeigt sich eine Einkaufsorientierung von rd. 3 % im Bereich Lebensmittel und rd. 12 % im Bereich Drogeriewaren auf Friesoythe. Mit 85 % bzw. 80 % erfolgt die Bedarfsdeckung innerhalb der eigenen Zone.
- Bei den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs reicht die Einkaufsorientierung auf Friesoythe von rd. 5 % (Sportbedarf/Spielwaren) bis rd. 9 % (Haushaltswaren/GPK). Es sind deutliche Abflüsse in umliegende Orte außerhalb des Befragungsgebiets und in den Online-Handel zu verzeichnen.



- Im langfristigen Bedarf liegt die Einkaufsorientierung der Befragten auf Friesoythe bei rd. 5 % im Segment Möbel sowie rd. 21 % im Bereich Elektrobedarf/elektr. Medien. Im Bereich Bau- und Gartenbedarf liegt mit rd. 58 % eine deutliche Orientierung auf die eigene Zone vor.

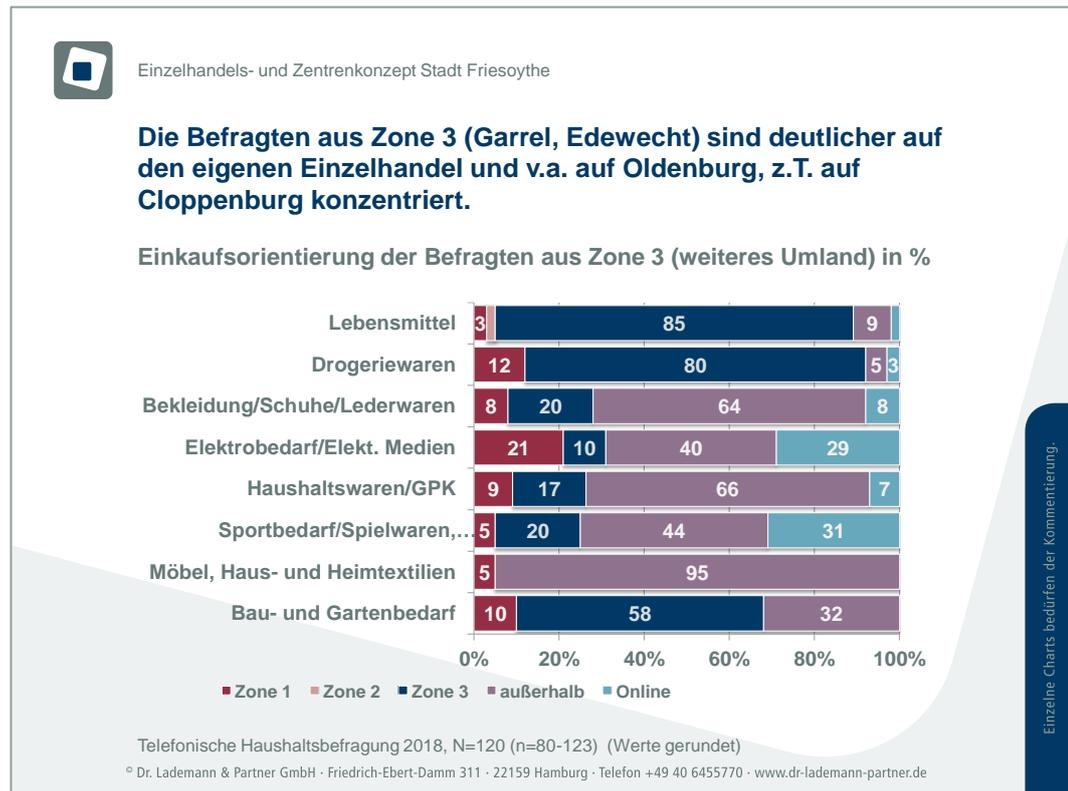


Abbildung 11: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 3- Fernbereich)

4.1.2 Veränderung der Einkaufsorientierungen

Die Verbraucher wurden im Rahmen der Haushaltsbefragung auch nach den Veränderungen ihrer Einkaufsorientierungen in den letzten drei Jahren befragt. Hierbei wurde die Veränderung der Einkaufshäufigkeit abgefragt, um konjunkturell bzw. durch Kaufzurückhaltung bedingte Ausgabenrückgänge möglichst auszublenzen.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen in einigen Sortimenten Verschiebungen der Einkaufsorientierung zu Lasten des Standorts Friesoythe, die auf einen Attraktivitätsverlust Friesoythes im Zuge des sich verschärfenden interkommunalen Wettbewerbs (v.a. Oldenburg) sowie aufgrund der steigenden Bedeutung des Online-



Handels deuten. Aus den Ergebnissen lässt sich ein Handlungsbedarf zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe ableiten.¹³

Als Ergebnis der Befragung ist festzuhalten, dass nach Aussage der Befragten aus der Zone 1 am Einzelhandelsstandort Friesoythe in einem Großteil der Segmente weniger oft eingekauft wird. Die Saldierung der Zunahmen („kaufe öfter in Friesoythe ein“) und Abnahmen („kaufe weniger oft in Friesoythe ein“) zeigt Rückgänge bis zu rd. 23 % (sämtliche innenstadtrelevante Sortimente) auf. Im Segment Möbel, Haus- und Heimtextilien ergeben sich dagegen im Saldo Zuwächse von rd. 18 %. Als Hauptgrund für den Rückzug aus Friesoythe gaben die Befragten der Zone 1 neben der häufigen Antwort ‚insgesamt weniger Bedarf‘ auch den Online-Handel und das Oberzentrum Oldenburg als Alternativeinkaufsort an.

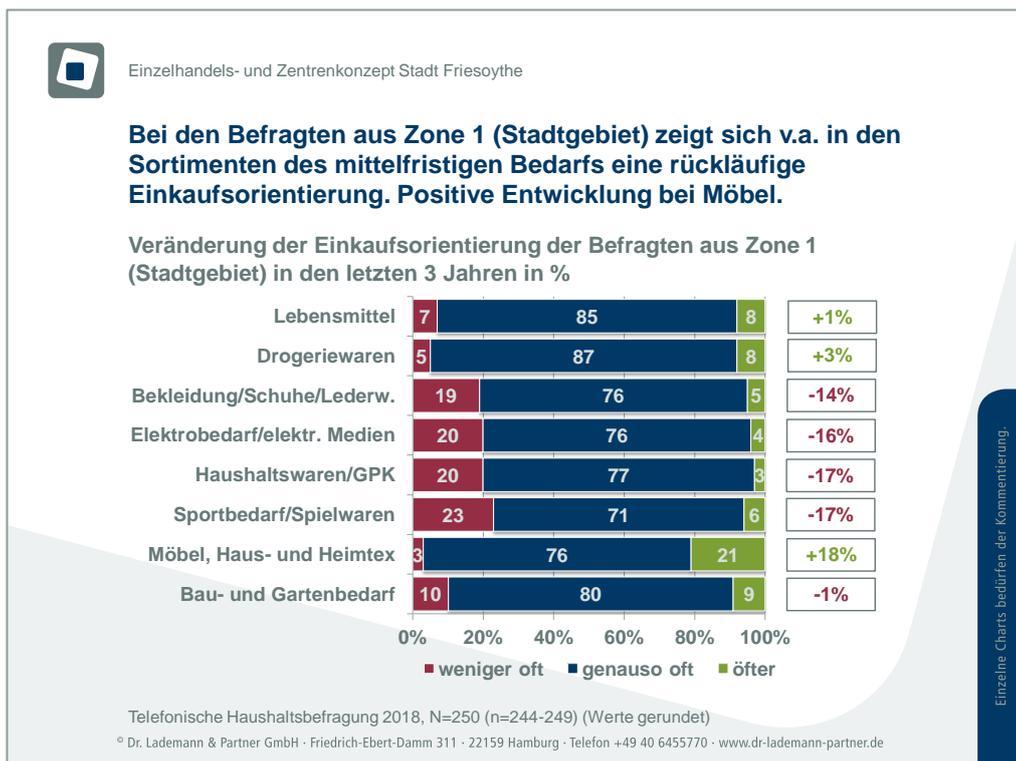


Abbildung 12: Veränderung der Einkaufsorientierung der Friesoyther Bevölkerung (Zone 1)

¹³ Erfahrungsgemäß geben die Konsumenten bei der Frage nach der Entwicklung der Einkaufshäufigkeit allerdings eher eine negativere Tendenz an, als sie der Realität entspricht. Rückgangquoten bis zu 10 % sind daher nicht als übermäßig hoch einzuschätzen. Zudem lässt sich aus der Frage nicht ermitteln, ob mit Abnahme der Einkaufshäufigkeit die Höhe des Durchschnittsbons steigt.

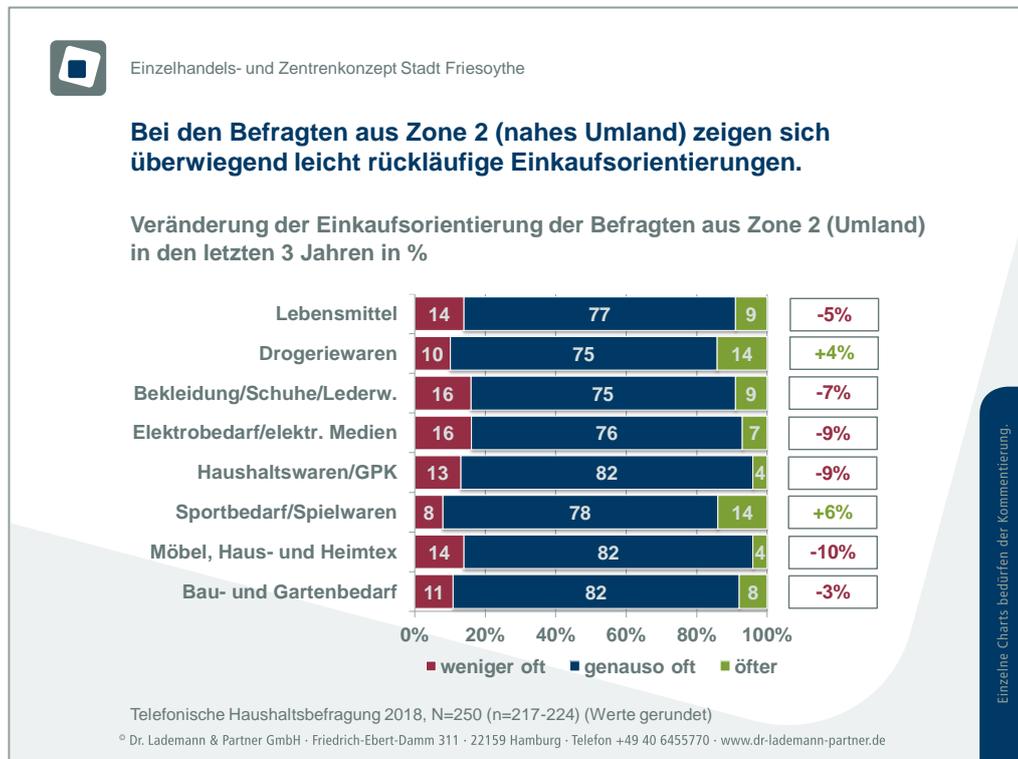


Abbildung 13: Veränderung der Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2 – Nahbereich)

Im Vergleich zur Bevölkerung der Stadt Friesoythe zeigt die Bevölkerung des nahen Umlands auch größtenteils Verluste in der Einkaufsorientierung, wenn auch insgesamt auf einem niedrigeren Niveau. Als Haupteinkaufsalternativen werden Oldenburg und der Online-Handel sowie vereinzelt auch Barßel und Sarterland genannt. Zudem spielt der Bedarfsrückgang eine Rolle.

Die Bevölkerung aus dem erweiterten Umland zeigt auch größtenteils Verluste in der Einkaufsorientierung nach Friesoythe. Auffällig ist jedoch die deutlich positive Entwicklung im Bereich Elektrobedarf/elektr. Medien (+ 12 %).

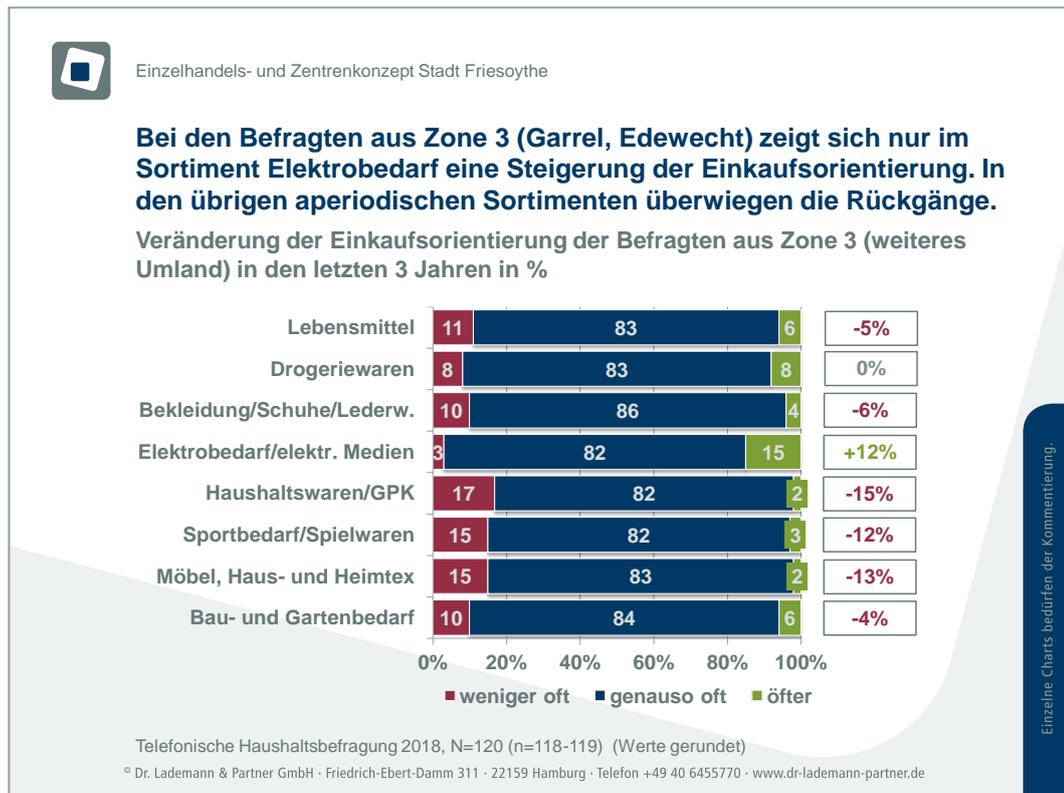


Abbildung 14: Veränderung der Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 3 - Fernbereich)

4.1.3 Einkaufszufriedenheit mit dem Einzelhandelsstandort Friesoythe

Des Weiteren wurden die Verbraucher im Rahmen der Haushaltsbefragung – ungestützt – konkret zu den Stärken und Schwächen von Friesoythe als Einkaufsstandort befragt. Hierbei handelt es sich um subjektive Meinungsbilder zu konkreten Sachverhalten, wodurch in der Zusammenschau übereinstimmende bis gegenteilige Meinungen resultieren.

Die wesentlichen Stärken beziehen sich auf die Zentralität und Nähe der Angebote zueinander, zudem besticht die Auswahl und das Angebot der Friesoyther Innenstadt. Besonders hervorgehoben wurden der Familia-Markt im südlichen Ergänzungsbereich und das gute Parkangebot in der Friesoyther Innenstadt.

Die größten Schwächen zeigen sich laut der Befragten in einer „aussterbenden“ Innenstadt und dem dazugehörigen Erscheinungsbild. Konträr zu den Stärken wurden „Angebote / Auswahl“ und Parkmöglichkeiten als Schwachstelle genannt. Insgesamt gab es bei dieser Frage einen erhöhten Enthaltungswert von rd. 22 %, was im Umkehrschluss auf eine Zufriedenheit schließen lässt.

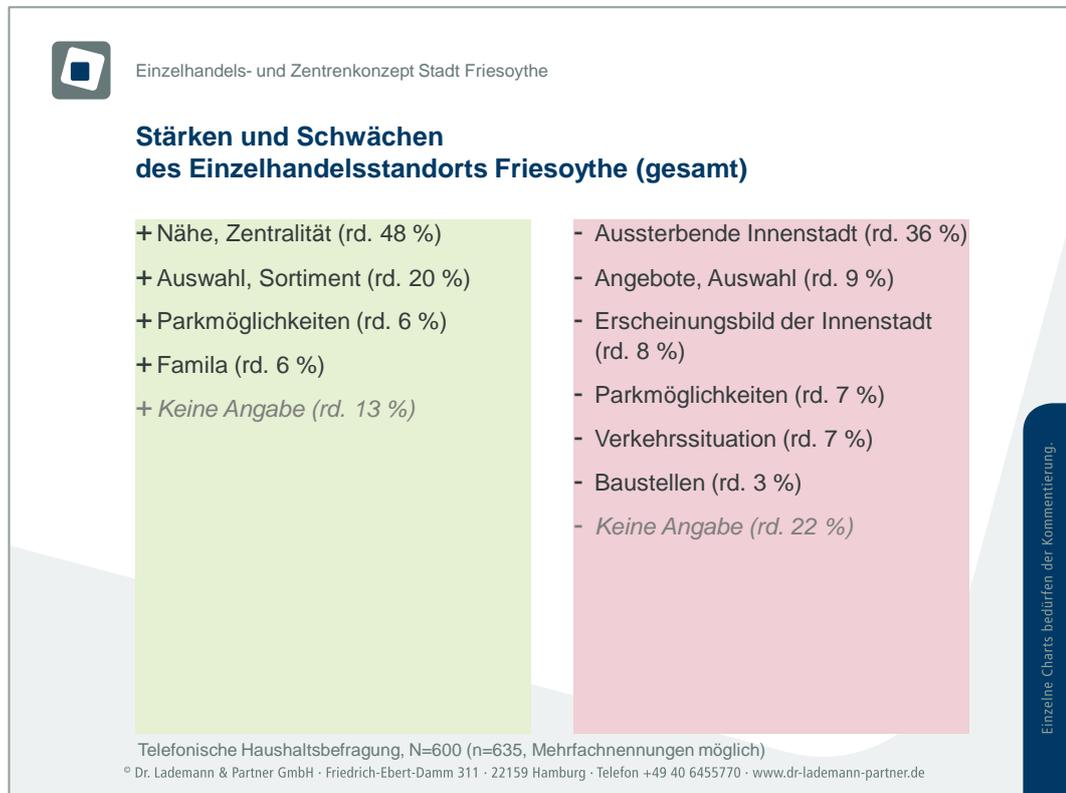


Abbildung 15: Stärken und Schwächen des Friesoyther Einzelhandels

Zur Verbesserung des Einzelhandelsstandorts sind in der telefonischen Haushaltsbefragung zudem die Anregungen und Wünsche der Verbraucher erfragt worden (ungestützt), die aus Sicht der Verbraucher die entscheidenden Faktoren für den Erfolg oder Misserfolg des Einzelhandelsstandorts darstellen.

Die Verbesserungsvorschläge der befragten Haushalte greifen mit dem Wunsch die Innenstadt zu beleben und attraktiver zu gestalten (rd. 35 %) sowie die Auswahl und das Angebot zu verbessern (rd. 18 %) die wesentlichen wahrgenommenen Schwächen auf. Sie werden durch den Wunsch nach einer Fußgängerzone und mehr Gastronomie-, Kultur- und Freizeitangebote ergänzt. Jeder fünfte Befragte sah keine Erfordernisse zur Attraktivitätssteigerung.



Abbildung 16: Maßnahmenvorschläge zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Friesoythe

Die Stadt Friesoythe befindet sich im Wettbewerb mit regionalen Einkaufsdestinationen sowie dem nicht-stationären Handel (Online-Handel). Das Mittelzentrum Friesoythe kann dabei insbesondere bei den aperiodischen Sortimenten als prägende Einkaufsdestination für die Orte in den Zonen 1 und 2 (v.a. Barßel, Bösel, Esterwegen, Hilkenbrook, Lorup, Rastdorf, Saterland und Vrees) fungieren. Gewisse Zuflüsse sind auch aus Bockhorst und Garrel zu verzeichnen.

Ein Großteil der Befragten zeigt sich mit dem Friesoyther Einzelhandel zufrieden, ein quantitativer Ausbau, die Ausdifferenzierung des Einzelhandelsangebots sowie die Sicherung und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt können dennoch als wesentliche Maßnahmen identifiziert werden, um den Einzelhandelsstandort Friesoythe insgesamt attraktiver zu machen.

4.2 Marktgebiet der Stadt Friesoythe

Das Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadt Einzelhandels.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel einschließlich der durchgeführten telefonischen Haushaltsbefragung. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

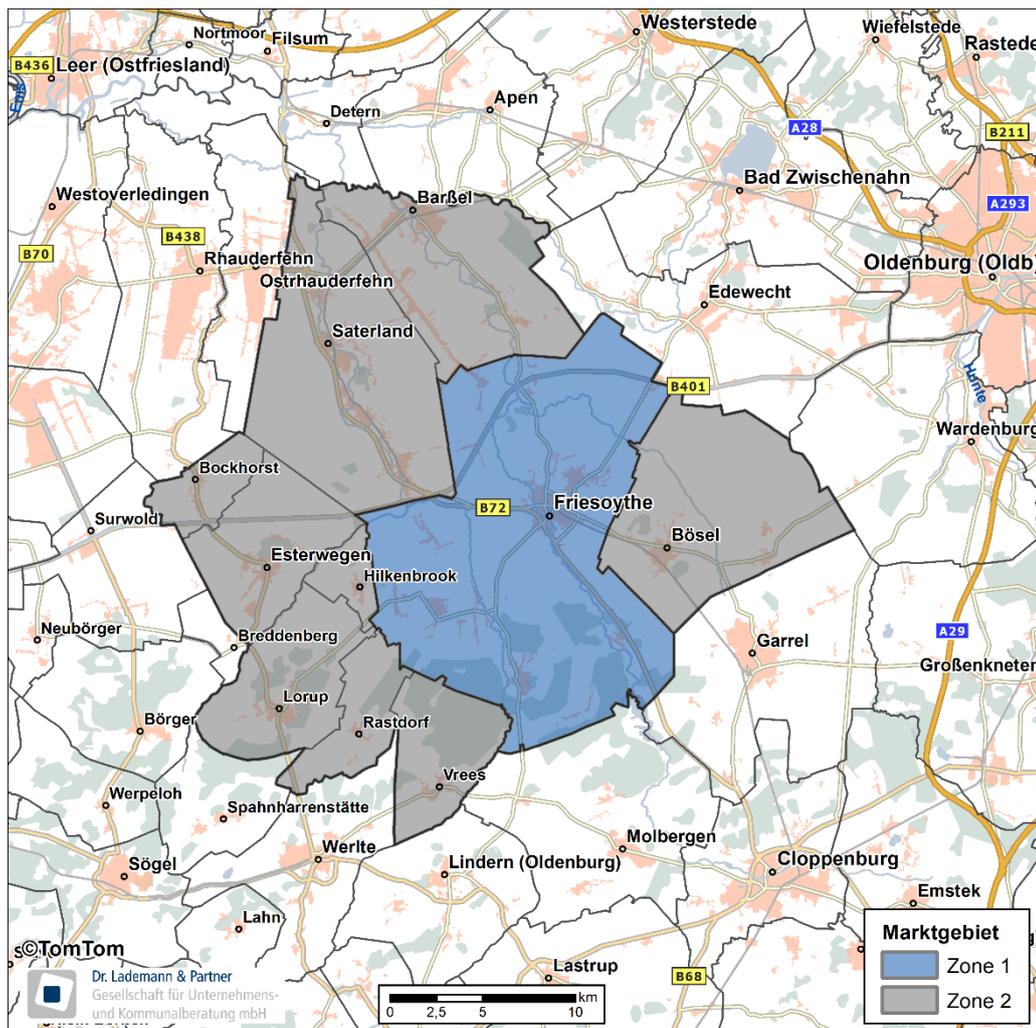


Abbildung 17: Marktgebiet des Einzelhandels



Das Marktgebiet ist in zwei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Das Friesoyther Stadtgebiet stellt dabei die Zone 1 dar. Die Zone 2 wird von den umliegenden Gemeinden Bösel, Vrees, Rastorf, Lorup, Hilkenbrook, Esterwegen, Bockhorst, Saterland und Barßel gebildet.

In dem Marktgebiet leben derzeit rd. 69.900 Personen. Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen von MB-Research ist von einem Zuwachs des Einwohnerpotenzials bis 2025 auszugehen auf rd. 71.600 (+2,5 % bzw. + 0,4 % p.a.).

Marktgebiet des Einzelhandels in Friesoythe			
Bereich	Zonen	2018	2025
Friesoythe	Zone 1	22.288	22.770
Umland	Zone 2	47.597	48.830
Marktgebiet	Gesamt	69.885	71.600

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

Tabelle 5: Marktgebiet des Friesoyther Einzelhandels

Hinzu kommen noch Gelegenheitskunden. Diese setzen sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Tages- und Übernachtungsgäste, Durchreisende, Ependler, Ziel- und Zufallskunden zusammen.

4.3 Nachfragepotenzial der Stadt Friesoythe

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2018 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial (NFP) über alle Sortimente innerhalb des Marktgebiets von

rd. 418 Mio. €.

Dabei handelt es sich um das Volumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Friesoythe jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Friesoythe selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen (z.B. Online-Handel).

Unter Berücksichtigung der wachsenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Friesoythe für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

rd. 428 Mio. € (rd. + 10 Mio. €).

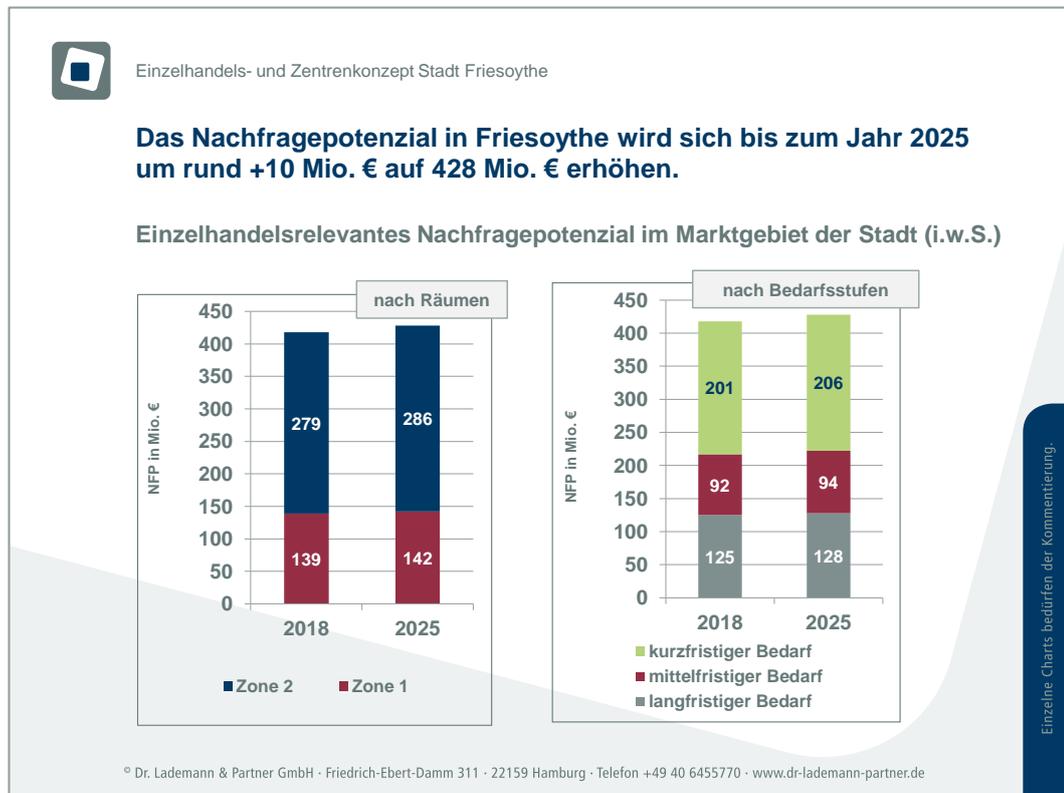


Abbildung 18: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Friesoythe

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) - wenn auch abgeschwächt - weiter zu. Derzeit entfallen durchschnittlich rd. 13 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht stationären Handel. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren. So fließen beispielsweise im Bundesschnitt bei Bücher/Schreibwaren etwa 45 % der Nachfrage in den Online-Handel ab, während es im periodischen Bedarf derzeit im Bundesschnitt lediglich rd. 2 % sind.

Im Marktgebiet der Stadt Friesoythe lebten in 2018 rd. 69.900 Personen. Aufgrund der weiter leicht ansteigenden Einwohnerzahl wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2025 zunehmen (+ 10 Mio. €). Im Kontext des Städtewettbewerbs i.V.m. dem Online-Handel bedarf es zugleich Anstrengungen die Nachfrage im Marktgebiet durch den stationären Handel vor Ort in Friesoythe zu binden.



5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe

5.1 Verkaufsflächenentwicklung 2009/2018

Im Dezember 2018 verfügte die Stadt Friesoythe in 132 Ladenschäften über eine aktiv betriebene¹⁴ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 60.750 qm.

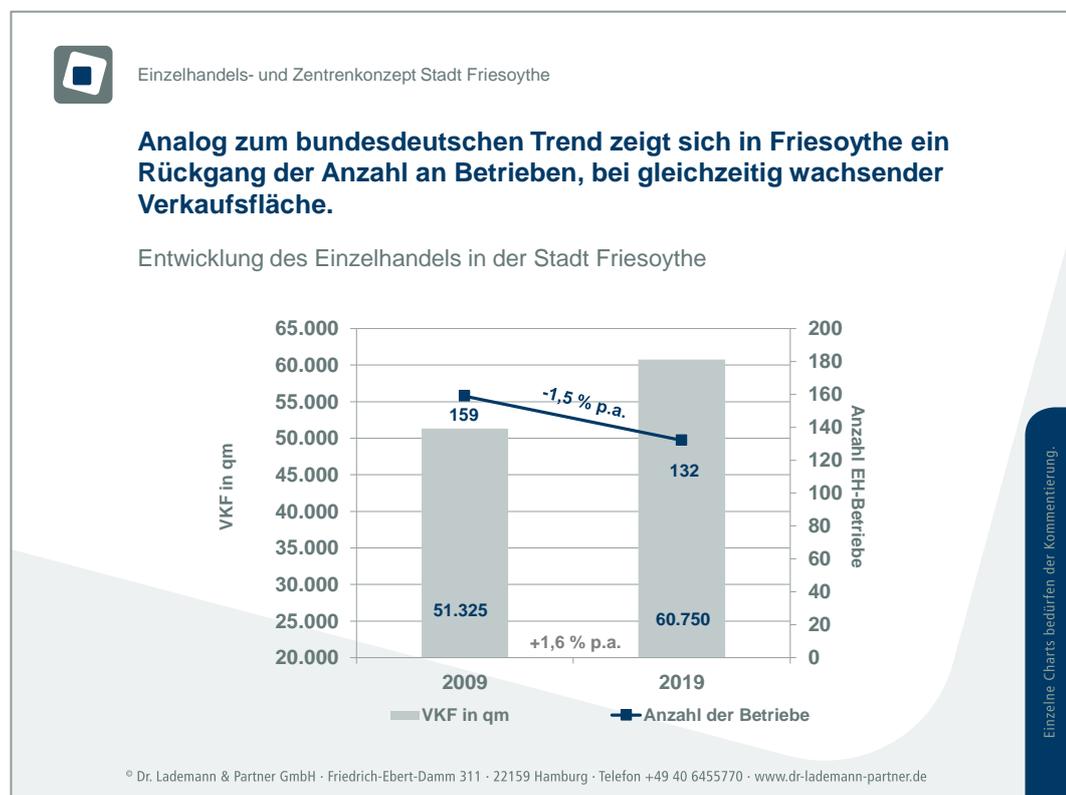


Abbildung 19: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe 2009/2018

Im zeitlichen Vergleich zur Situation in 2009 zeigt sich eine Abnahme der Ladenlokale von $-1,5\%$ p.a. bei zeitgleich erfolgter Ausweitung der Verkaufsflächen um rd. $+1,6\%$ p.a.. Gemäß dem bundesdeutschen Trend kann somit auch für Friesoythe konstatiert werden, dass die durchschnittlichen Verkaufsflächen je Ladeneinheit stetig zugenommen haben. Dieser Betriebsformenwandel resultiert

¹⁴ Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.



daraus, dass vorwiegend kleine Geschäfte aus dem Markt ausscheiden und neben Schließungen (z.B. Schlecker-Insolvenz) v.a. Neueröffnungen (v.a. BBM und NP) und aber auch Bestandsbetriebe (z.B. Aldi) in den letzten Jahren Flächenoptimierungen durchgeführt haben. U.a. durch die Schließungen mehrerer Fachmärkte am Alten Hafen konnte dort in den vergangenen Jahren ein Rückgang an Betrieben und Verkaufsfläche verzeichnet werden.

5.2 Branchenstruktur

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentschwerpunkt insgesamt auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 15.400 qm VKF; 25 %) sowie auf die Sortimente Möbel/Haus-Heimtextilien (rd. 11.200 qm VKF; 18 %) und Bau- und Gartenbedarf/Tierbedarf (rd. 12.000 qm VKF; 20 %) entfällt. Bei den übrigen Sortimenten zeigt sich, dass nach Verkaufsflächenanteilen v.a. das Segment Bekleidung/Schuhe (rd. 8.650 qm VKF; 14 %) vergleichsweise stark aufgestellt ist.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

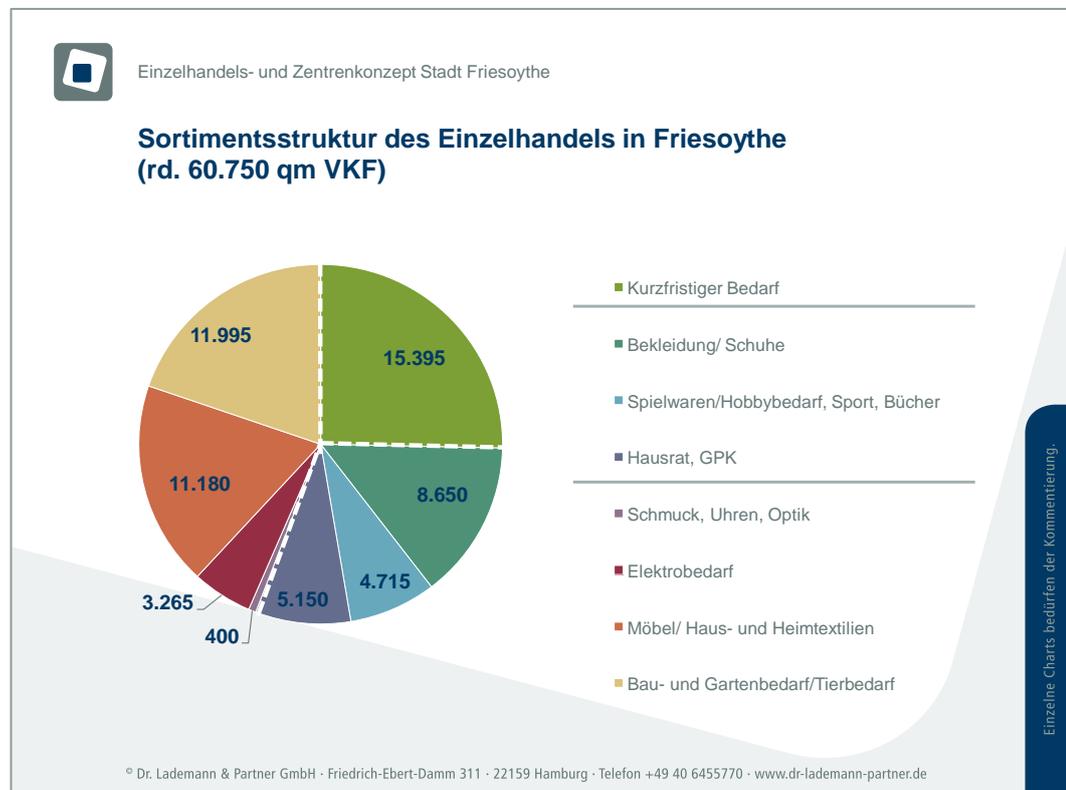


Abbildung 20: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Friesoythe



Insgesamt gesehen weist der örtliche Einzelhandel eine Branchenstruktur auf, die tendenziell stärker durch nicht-zentrenrelevante Verkaufsflächen geprägt ist:

- Mit rd. 15.400 qm entfällt ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei 36 %.
- Mit rd. 18.500 qm entfallen rd. 30 % auf den mittelfristigen Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 38 %.
- Der langfristige Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 44 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 26.750 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 35 %.

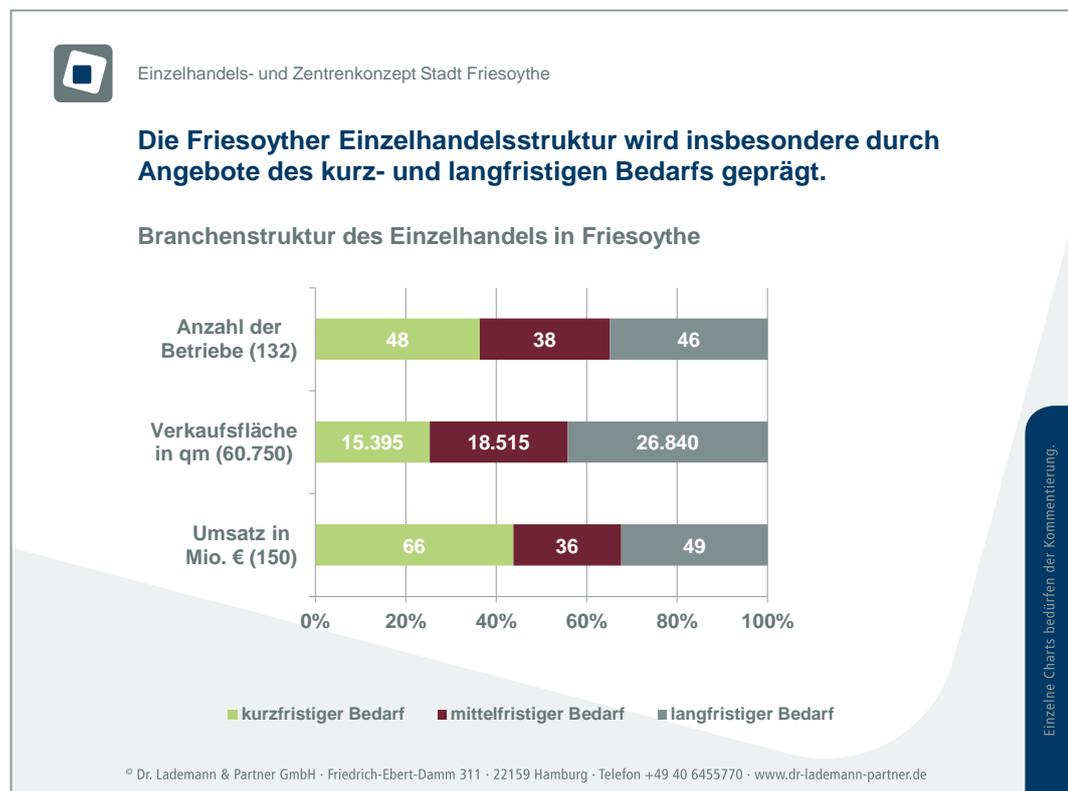


Abbildung 21: Branchenstruktur des Einzelhandels in Friesoythe

5.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Hinblick auf die zentrale Fragestellung des Gutachtens bezüglich der Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich differenziert.

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

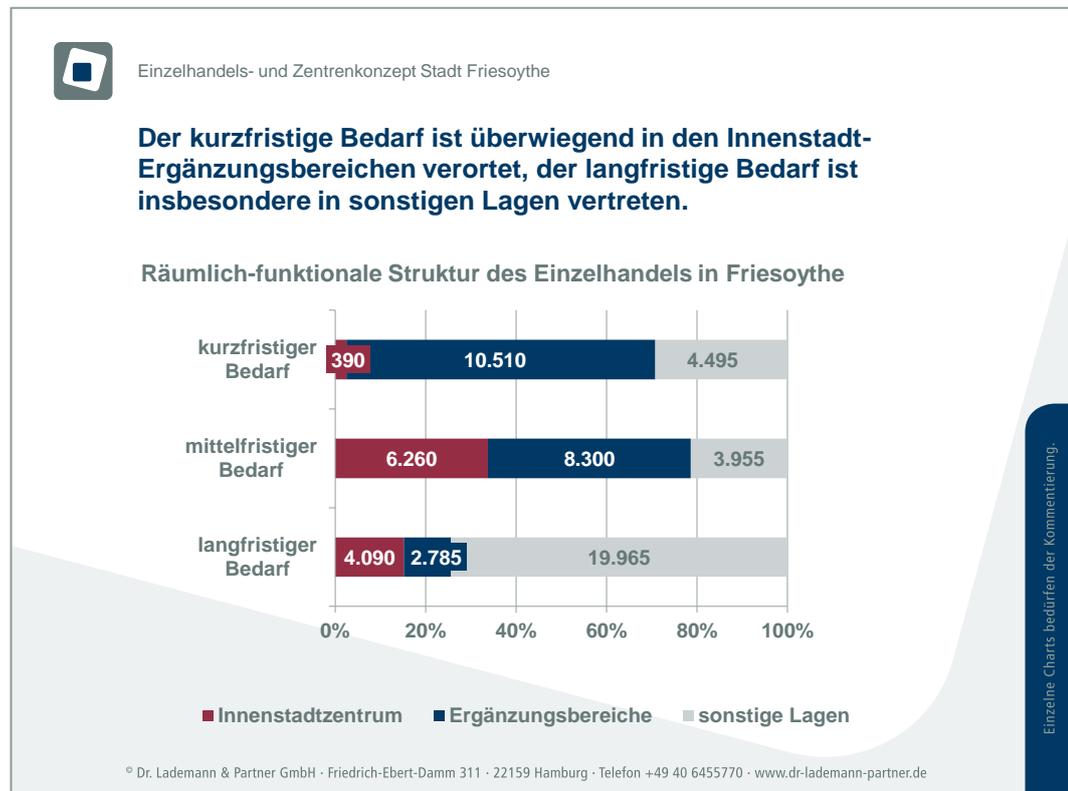


Abbildung 22: Räumlich-funktionale Struktur des Friesoyther Einzelhandels

Die sortimentspezifischen Verkaufsflächenanteile verteilen sich auf folgende Standortlagen:

- Das Innenstadtzentrum befindet sich in der Kernstadt von Friesoythe und umfasst in etwa die gewachsene Einkaufslage. Der Verkaufsflächenanteil an der Gesamtverkaufsfläche beläuft sich auf rd. 18 % und umfasst v.a. Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs.
- Direkt angrenzend nördlich und südlich vom Innenstadtzentrum gelegen befinden sich zwei Ergänzungsbereiche mit überwiegend strukturprägenden Fachmärkten. Insgesamt ist hier ein Verkaufsflächenanteil von 36 % verortet

(gemessen an Gesamtverkaufsfläche). Schwerpunkt sind v.a. die kurzfristigen Sortimente, die durch mittelfristige Sortimente arrondiert werden.

- Unter den sonstigen Lagen werden die übrigen Angebote erfasst. Dabei handelt es sich v.a. um solitäre Lagen. Der Verkaufsflächenanteil beläuft sich auf rd. 47 % und umfasst v.a. Angebote des langfristigen Bedarfs. Hinzu kommen drei strukturprägende Lebensmittelmärkte.

Nach Ortsteilen betrachtet zeigt die Verkaufsflächenverteilung nach periodischen und aperiodischen Sortimenten folgendes Bild:

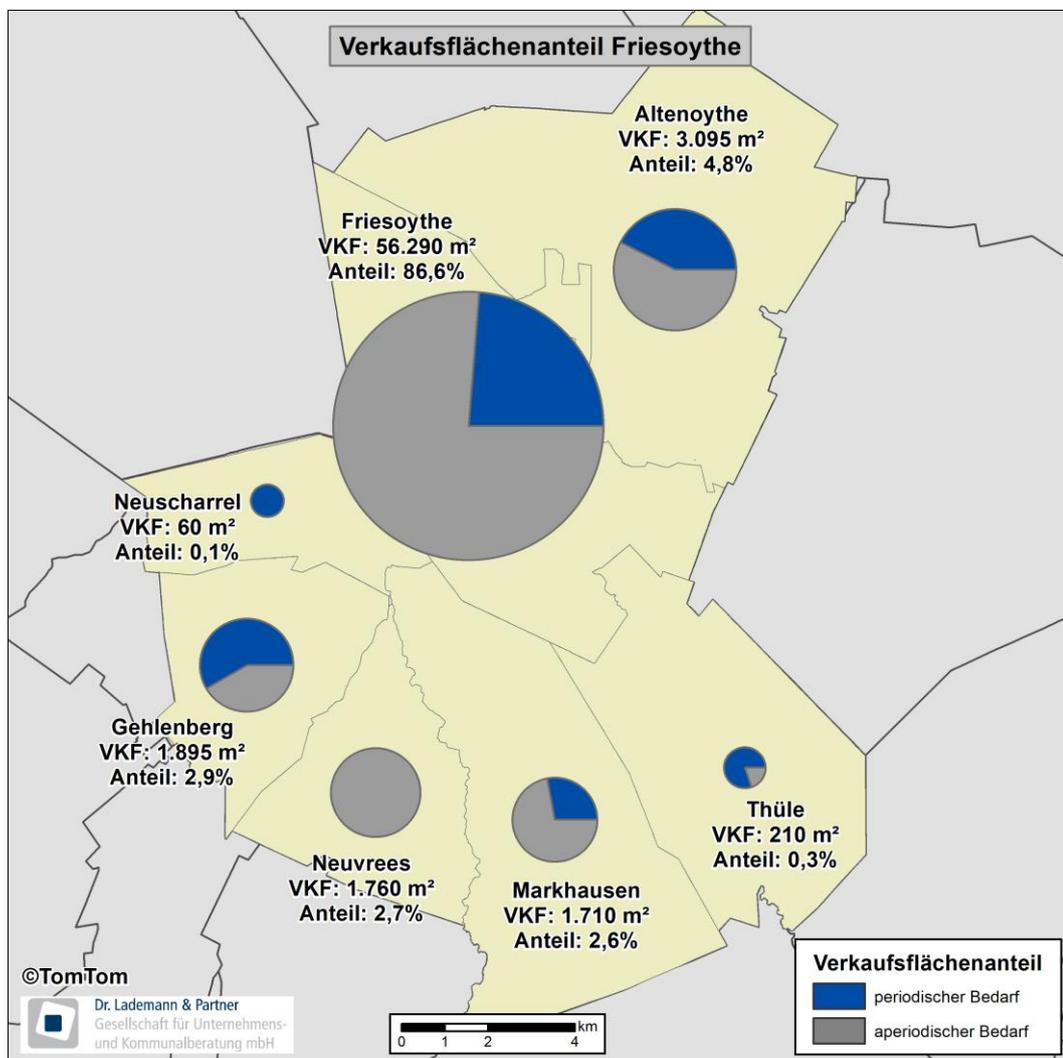


Abbildung 23: Verkaufsflächenverteilung nach Ortsteilen



5.4 Betriebsgrößenstruktur

Die durchschnittliche Betriebsgröße in Friesoythe liegt bei rd. 410 qm Verkaufsfläche und wird vor allem von den flächenintensiven Fachmärkten in den Ergänzungsbereichen getrieben. Das Innenstadtzentrum verfügt dagegen über eher kleinteilige Strukturen (im Mittel rd. 310 qm VKF).

Nach Standortbereichen ergibt sich dabei folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Friesoythe nach Standortbereichen					
Durchschnittliche Verkaufsfläche nach Branche	ZVB Innenstadt	Ergänzungsbereich Nord	Ergänzungsbereich Süd	sonstige Lagen	Gesamt
kurzfristig	56	674	808	166	223
mittelfristig	391	797	844	330	407
langfristig	341	502	1.280	666	568
Summe	307	662	853	412	406

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Friesoythe nach Standortbereichen

In Friesoythe entfallen insgesamt rd. 73 % der Verkaufsfläche auf 23 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Die größten Betriebe für den kurzfristigen Bedarf sind die Verbrauchermärkte Combi und Edeka sowie die Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi in den Ergänzungsbereichen.

Bei den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs befinden sich die flächengrößten Betriebe mit dem Sonderpostenmarkt Zimmermann und C&A im Ergänzungsbereich Süd. Außerdem bietet das Innenstadtzentrum mit dem Modehaus Thien und mit dem Fachgeschäft Tameling ein großflächiges Angebot. In sonstiger Lage (Barßeler Straße) findet sich zudem ein Action-Nonfood-Discounter.

Die flächengrößten Betriebe im langfristigen Bedarfsbereich befinden sich einerseits in sonstiger Lage (z.B. Elektro), andererseits sind diese auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorzufinden (Möbel Meyer, Möbel Dumstorff).

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in Friesoythe rd. 60.750 qm. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 410 qm Verkaufsfläche und in Bezug auf die Innenstadt bei rd. 310 qm VKF. Verkaufsflächenseitig liegt der Schwerpunkt der nahversorgungsrelevanten Großflächen in den Ergänzungsbereichen der Innenstadt.

5.5 Leerstandssituation

Im Dezember 2018 standen in der Stadt Friesoythe 25 Ladengeschäfte mit einer potenziellen¹⁵ Verkaufsfläche

von rd. 4.300 qm leer (mittlere Größe von ca. 170 qm).

Dies entspricht einer Leerstandsquote von rd. 7 % gemessen an der Verkaufsfläche und rd. 16 % an den Ladenlokalen. Damit ist in Friesoythe von einer insgesamt noch üblichen Leerstandssituation auszugehen. Räumlich konzentriert sich der Leerstand v.a. auf den Bereich des Alten Hafens (innenstadtnahe Streulage).

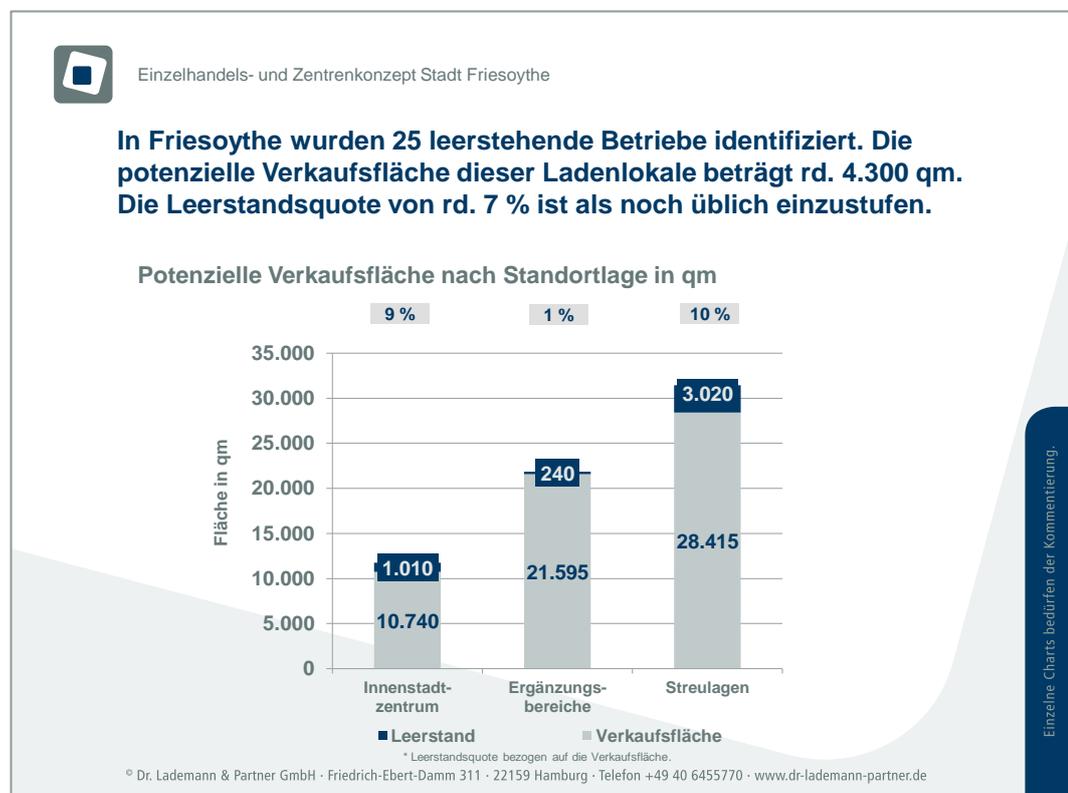


Abbildung 24: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen

Es gilt künftig die Leerstandssituation zu beobachten, da diese bei Zunahme v.a. in den zentralen Lagen sehr stark negativ wahrgenommen werden können. In solitären Streulagen und in den Randbereichen der Innenstadt dürften sich ein-

¹⁵ Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume von außen nicht immer klar einsehbar waren. Hierbei ist auch nicht jedes Ladenlokal als Einzelhandelsnutzung unbedingt nutzbar. Vielmehr kommen auch andere konsumnahe Nutzungen oder Gastronomie in Frage.



zelhandelsseitige Nachnutzungen im zulässigen Sortiment zum Teil als schwierig gestalten, sodass in diesen Fällen auch Bestrebungen einer Umnutzung/Umstrukturierung in Betracht gezogen werden sollten.

5.6 Umsatzsituation des Einzelhandels in Friesoythe

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Friesoythe im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2018 auf insgesamt

rd. 150 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 2.500 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr. Diese bewegt sich unterhalb des Bundesdurchschnitts und ist u.a. mit der unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer zu begründen.

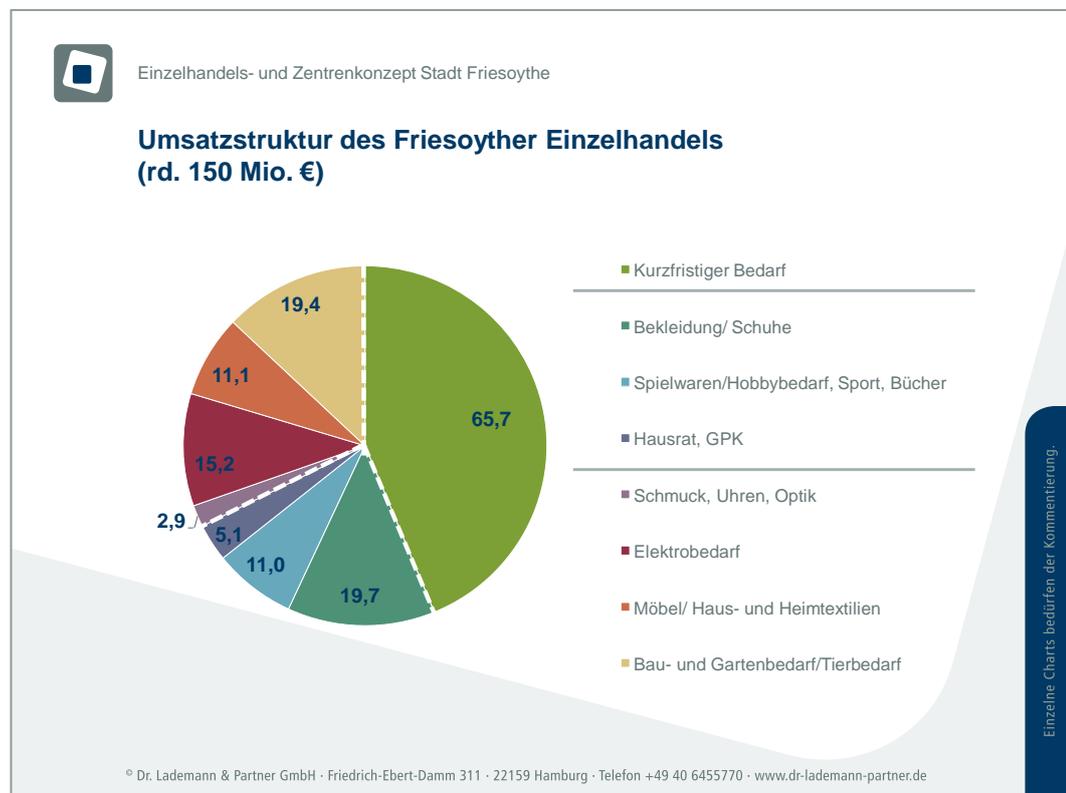


Abbildung 25: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Friesoythe



Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Der Umsatzanteil des kurzfristigen Bedarfs beträgt 44 %. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.300 € je qm Verkaufsfläche.
- Auf den mittelfristigen Bedarf entfällt rd. ein Viertel des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 1.900 € je qm Verkaufsfläche und weist auf eine unterdurchschnittliche Performance sowie auf einen erhöhten Anteil an Fachmärkten hin.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven Sortimenten des langfristigen Bedarfs liegt bei etwa 32 %. Daraus resultiert eine erwartungsgemäß geringe Flächenproduktivität von rd. 1.800 € je qm Verkaufsfläche.

Nach Standortlagen betrachtet wird von dem gesamten Umsatzvolumen in den Friesoyther Ergänzungsbereichen der Innenstadt mit rd. 45 % der höchste Umsatzanteil erwirtschaftet (68 Mio. €). Die Anteile des Umsatzes der Ergänzungsbereiche entfallen mit rd. 68 % deutlich auf den kurzfristigen Bedarf.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt erwirtschaftet rd. 22 Mio. € Umsatz (rd. 15 %) des Gesamtvolumens. Den anteiligen Schwerpunkt erhalten dabei die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs (rd. 14 Mio. €; rd. 61 %), auf den kurzfristigen Bedarf entfällt dabei mit rd. 2 Mio. € (rd. 8 %) ein sehr geringer Anteil.

Umsatzseitig wird der Friesoyther Einzelhandel durch den kurzfristigen Bedarf dominiert, auf den knapp die Hälfte des Umsatzes entfällt. Der mittelfristige Bedarf weist den geringsten Anteil des Gesamtumsatzes auf.

6 Stellung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge

6.1 Bewertung der Versorgungslage des Einzelhandels

Die Friesoyther Innenstadt verfügt (ohne Ergänzungsbereiche) in 22 Ladengeschäften insgesamt über ein Einzelhandelsangebot von

rd. 10.700 qm Verkaufsfläche.

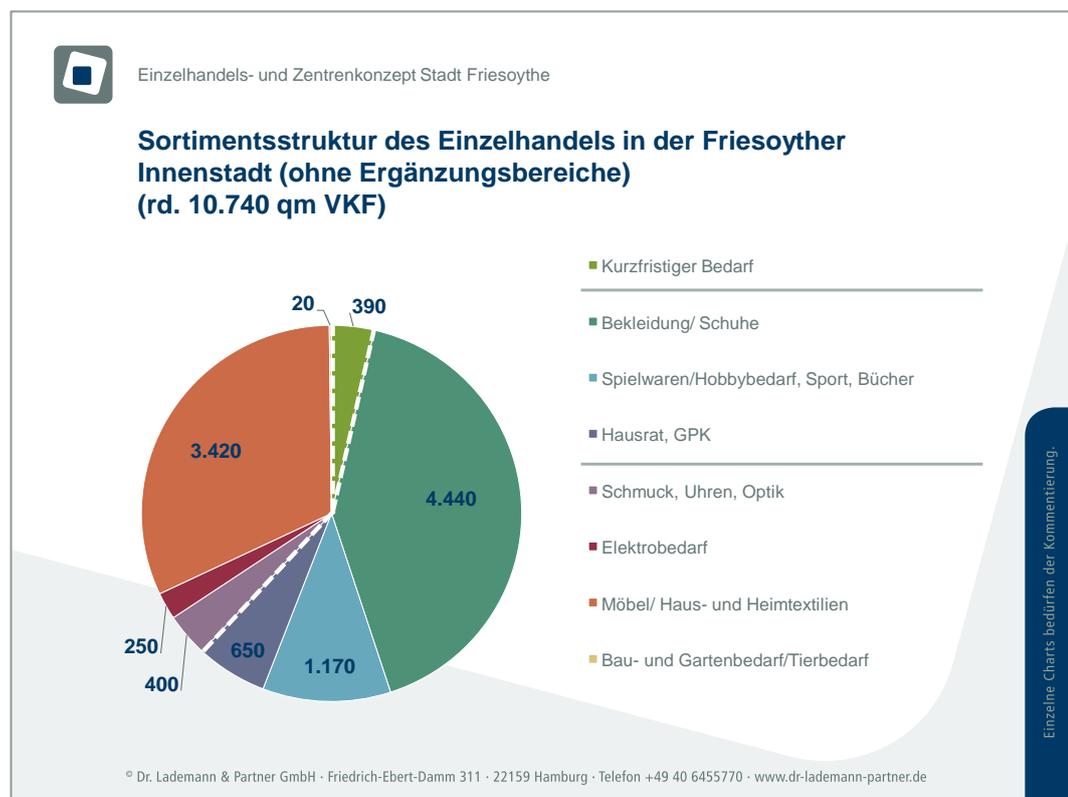


Abbildung 26: Verkaufsflächenstruktur des Einzelhandels in der Friesoyther Innenstadt (ohne Ergänzungsbereiche)

Das Angebot weist dabei einen breiten Branchenmix annähernd in jedem Sortiment auf. Der größte Verkaufsflächenumfang entfällt im Wesentlichen auf Sortimente des mittelfristigen Bedarfs (rd. 58 %). Mit rd. 4.400 qm VKF, d.h. gut einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche, liegt der Schwerpunkt deutlich im Sortiment Bekleidung/Schuhe. Wenngleich der Anteil an Angeboten des kurzfristigen Bedarfs gering erscheint, sei darauf verwiesen, dass sich vier großflächige Lebensmittelmärkte in verkehrsgünstiger Randlage in den Ergänzungsbereichen anschließen.



Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Friesoythe erreicht diese über alle Sortimente mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 18 % nicht die notwendige Dominanz einer Innenstadt (üblich sind eher 30 bis 35 %). Die höchste Dominanz erlangen die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs. Dagegen ist gerade der Anteil des kurzfristigen Bedarfs innerhalb der Innenstadt gering; allerdings muss auf die räumlich-funktionale Ergänzung der gewachsenen Einkaufslage durch die beiden Ergänzungsbereiche hingewiesen werden, wo sich zahlreiche Fachmärkte befinden. Insofern ist eine solitäre Betrachtung der gewachsenen Innenstadt bei der Bewertung der Verkaufsflächenverteilung nicht sinnvoll anzustellen.

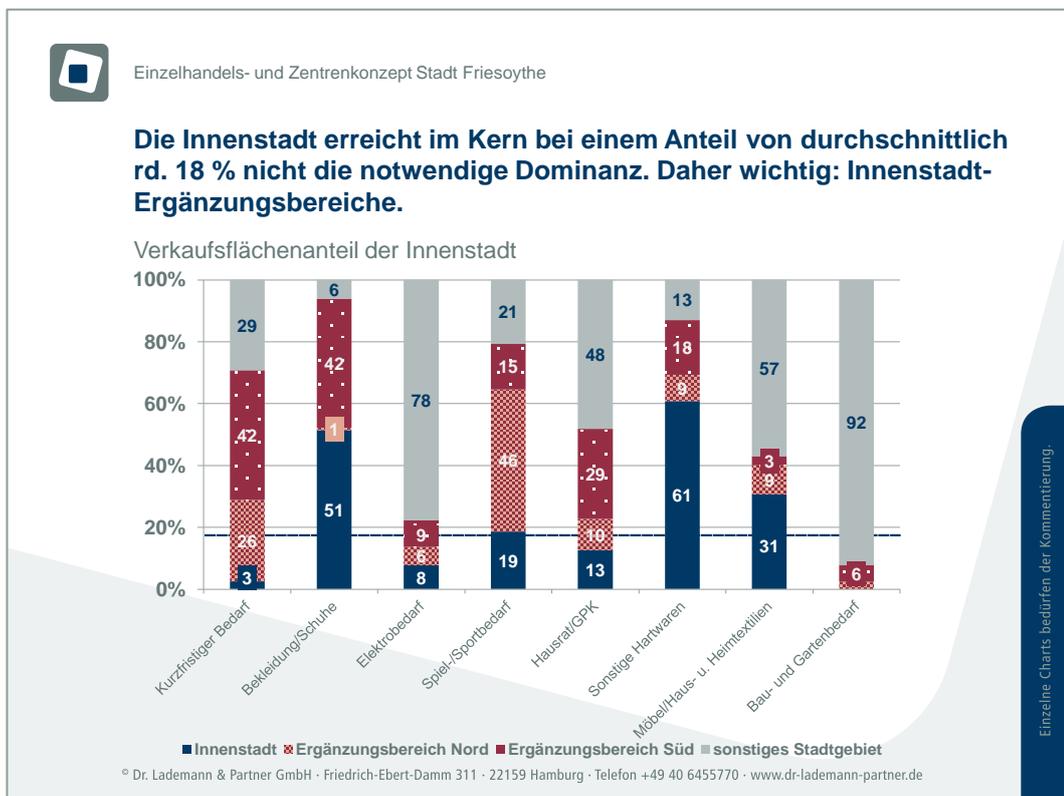


Abbildung 27: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt mit den Ergänzungsbereichen an der Gesamtstadt



Im Vergleich zu weiteren Mittelzentren liegt die Citydichte¹⁶ insgesamt im unteren Bereich. Vor allem im kurzfristigen Bedarf rangiert die Citydichte weit unter dem Bereich der durchschnittlichen Spannweite. Hierbei ist nochmal auf die direkt anschmiegenden Ergänzungsbereiche zu verweisen, welche jeweils ein großzügiges Angebot an kurzfristigen Sortimenten vorhalten. Im mittelfristigen Bereich liegen die Werte im unteren Bereich der durchschnittlichen Spannweite. Der langfristige Bedarf kann überdurchschnittliche Werte erzielen. Die Werte zeigen, dass die Innenstadt im Kern auf die komplementäre Ergänzung durch die beiden Ergänzungsbereiche angewiesen ist.

Citydichte der Friesoyther Innenstadt im Vergleich		
Branchen	Flächendichte*	
	Friesoythe	Spannweite Mittelzentren**
Kurzfristiger Bedarf	17	110 - 210
Mittelfristiger Bedarf	281	280 - 430
<i>davon Bekleidung/Schuhe/Lederwaren</i>	<i>199</i>	<i>180 - 300</i>
Langfristiger Bedarf	184	40 - 130
Summe	482	450 - 740

Quelle: Eigene Berechnungen.
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.
** Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 7: Citydichte der Friesoyther Innenstadt (ohne Ergänzungsbereiche) im Vergleich

Die Friesoyther Innenstadt wird jedoch nicht allein durch Einzelhandelsangebote geprägt. Neben Wohn- und Büronutzungen ist vor allem auf konsumnahe Nutzungen hinzuweisen, die aufgrund der Multifunktionalität zu einer Frequentierung und Belebung der Innenstadt führen. In der Friesoyther Innenstadt wurden im Kern 94 Betriebe erfasst, die ihren Schwerpunkt deutlich bei den konsumnahen Nutzungen aufweisen (rd. 76 %). Dabei sind es vor allem gastronomische Einrichtungen und sonstige Dienstleistungen, die das breit aufgestellte Angebot prägen. Hieraus lässt sich der Bedarf der sorgfältigen Steuerung von Nutzungen ableiten (bei Herausziehen der Nutzungen Gefahr des Frequenzverlusts).

¹⁶ Citydichte = Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt im Kern je 1.000 Einwohner bezogen auf die Gesamtstadt.

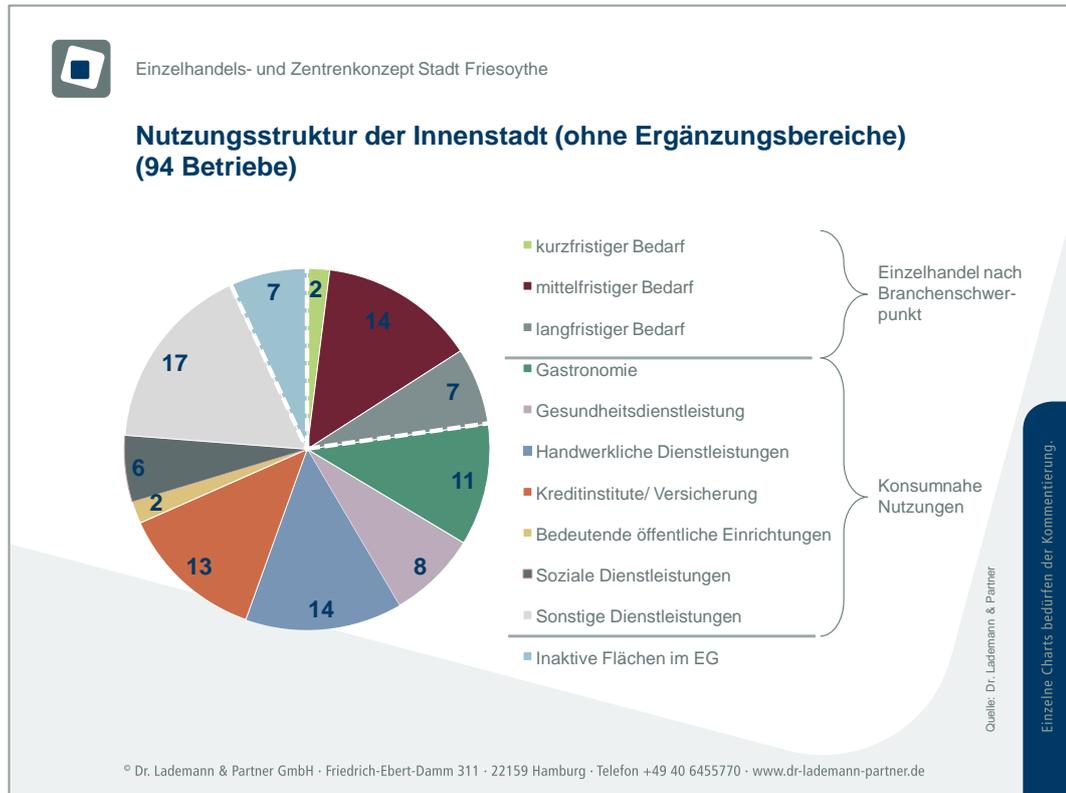


Abbildung 28: Multifunktionale Innenstadt (ohne Ergänzungsbereiche)

Die Innenstadt von Friesoythe verfügt im Kern mit rd. 10.700 qm Verkaufsfläche über rd. 18 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Diese entfällt überwiegend auf mittelfristige Sortimente. Arrondierend werden langfristige Sortimente angeboten. Räumlich-funktional wird die gewachsene Innenstadt durch die beiden Innenstadt-Ergänzungsbereiche komplementiert, die einen Verkaufsflächenanteil von rd. 36 % (rd. 21.600 qm VKF) auf sich vereinen.



6.2 Bewertung des Einzelhandels

Zur qualitativen Beurteilung der Leistungsfähigkeit der Einzelhandelsbetriebe wurden Ladenchecks in der Friesoyther Innenstadt sowie in den angrenzenden Ergänzungsbereichen der Innenstadt durchgeführt. Im Rahmen einer kriteriengestützten Bewertung wurden dazu die Einzelhandelsbetriebe in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt mit den Ergänzungsbereichen Nord und Süd überprüft. Zudem wurden die Öffnungszeiten als auch die Online-Präsenzen der Einzelhandelsbetriebe analysiert und bewertet.

6.2.1 Angebotsgenre

Insgesamt wurden die 63 Einzelhandelsbetriebe zunächst im Rahmen der Untersuchung hinsichtlich des Angebotsgenres bzw. -niveaus bewertet:

Folgende Definitionen wurden zur Bewertung des Angebotsgenres herangezogen:

- **Exklusiv:** Betriebe dieser Kategorie sind hoch spezialisiert. Sie positionieren sich über die Angebotsqualität und –hochwertigkeit. Marken- und Serviceorientierung stehen dabei im Vordergrund.
- **Gehoben:** Die Betriebe dieser Bewertung profilieren sich ebenfalls über eine strikte Qualitätsorientierung. Sie sprechen in der Regel Konsumenten mittlerer und gehobener Einkommensniveaus an.
- **Konsumig:** Shopkonzepte dieser Orientierung wenden sich an breite Käuferschichten. Trotz einer stärkeren Preisorientierung werden z.T. auch Markenwaren als Angebotskompetenz herangezogen.
- **Discountorientiert:** Discountprinzipien stehen im Absatzkonzept dieser Unternehmen im Vordergrund. Das gesamte Betriebskonzept hat sich der Preisorientierung unterzuordnen.
- **Nicht zuordenbar** (u.a. Apotheke, Lebensmittelhandwerk, Kiosk): Nicht alle Betriebe lassen sich einer der oben genannten Kategorien zuordnen. So dienen bspw. Apotheken vorrangig der Gesundheitsversorgung und bedienen dabei kein ausgewähltes Angebotsniveau.

In der Friesoyther Innenstadt und den Ergänzungsbereichen besticht das konsumige Angebot mit einem Anteil von rd. 52 % der Betriebe. Vereinzelt lassen sich gehobene Angebote ausfindig machen; exklusive Angebote gibt es nicht. Das discountorientierte Angebot wird durch rd. 14 % der Einzelhändler bedient. Die Werte zeigen allgemeines Steigerungspotenzial bei der Wertigkeit, um v.a. das



gehobene Angebot für die Bevölkerung in Friesoythe und im Marktgebiet des Einzelhandels weiter auszuweiten. Spielraum für den Ausbau exklusiver Angebote ergibt sich aufgrund der örtlichen Rahmenbedingungen (unterdurchschnittliche Kaufkraft) nur bedingt.

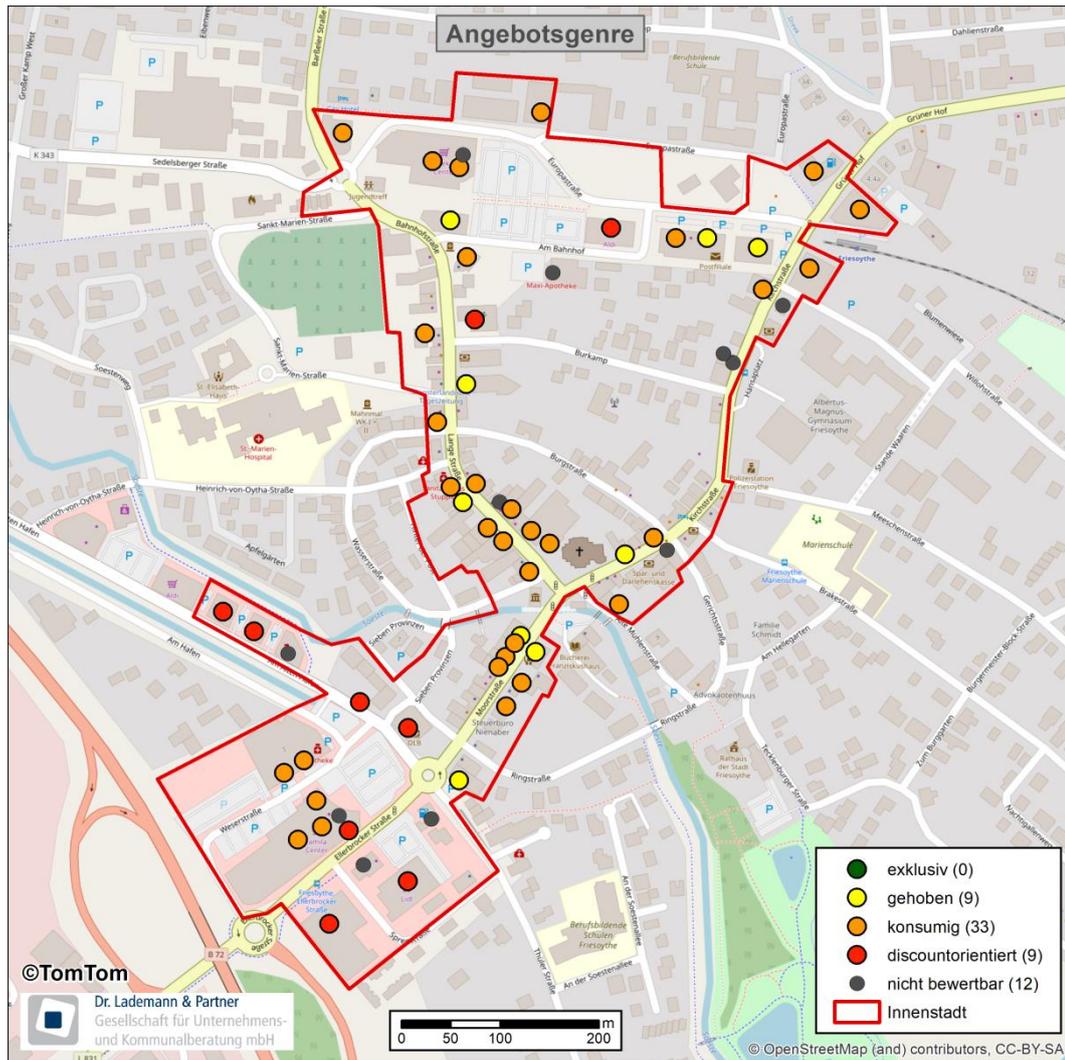


Abbildung 29: Angebotsgenre des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche

6.2.2 Außengestaltung/ Schaufenstergestaltung

Eine attraktive Schaufenstergestaltung sowie Außengestaltung dient zur Hervorhebung der angebotenen Sortimente als wichtige Werbepattform. Deshalb ist es wichtig, die Schaufenster ansprechend und zeitgemäß zu gestalten sowie die Fassade und die Außendarstellung (auch hinsichtlich Werbung/Aufsteller im Außenbereich) zu pflegen. Die Hauptziele einer gelungenen Schaufenstergestaltung sind dabei: Erkennbarkeit herstellen/ Interesse wecken, Aufmerksamkeit erregen sowie den Kunden auf das Angebot im Inneren vorzubereiten.

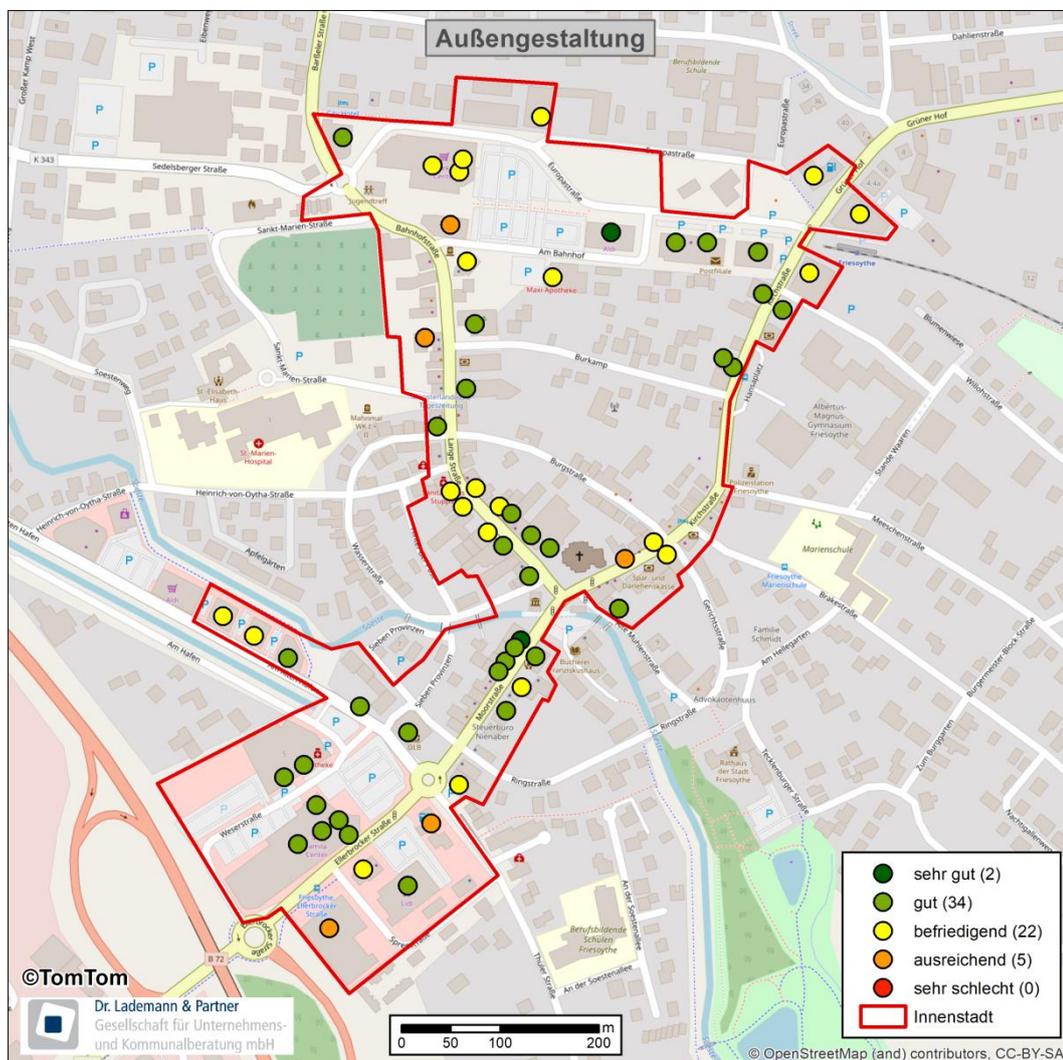


Abbildung 30: Außengestaltung des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche

Gut die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe in der Friesoyther Innenstadt kann eine gute und zeitgemäße Außengestaltung vorweisen. Ein Drittel wurde befriedigend eingestuft und weitere 8 % der Betriebe weisen eine gerade noch ausrei-



chende Außengestaltung vor. Positiv herausstechen können derzeit nur zwei Betriebe in der Friesoyther Innenstadt.

Die Schaufenstergestaltung fällt bei einer Note von 2,7 etwas schlechter als die übrigen bewerteten Aspekte aus. Mit der Note gut wurden dabei rd. 40 % der Betriebe, mit befriedigend rd. 38 % und gerade noch mit ausreichend rd. 17 % aller Betriebe bewertet. Die Werte verdeutlichen dringenden Handlungsbedarf zur Verbesserung und Pflege der Außengestaltung der Geschäfte (Schaufenster, Fassade, Werbung am und vor dem Gebäude), um für die Kunden langfristig attraktiv zu bleiben und um Impulse für den Spontanbesuch (Bummeln/Flanieren) zu generieren.

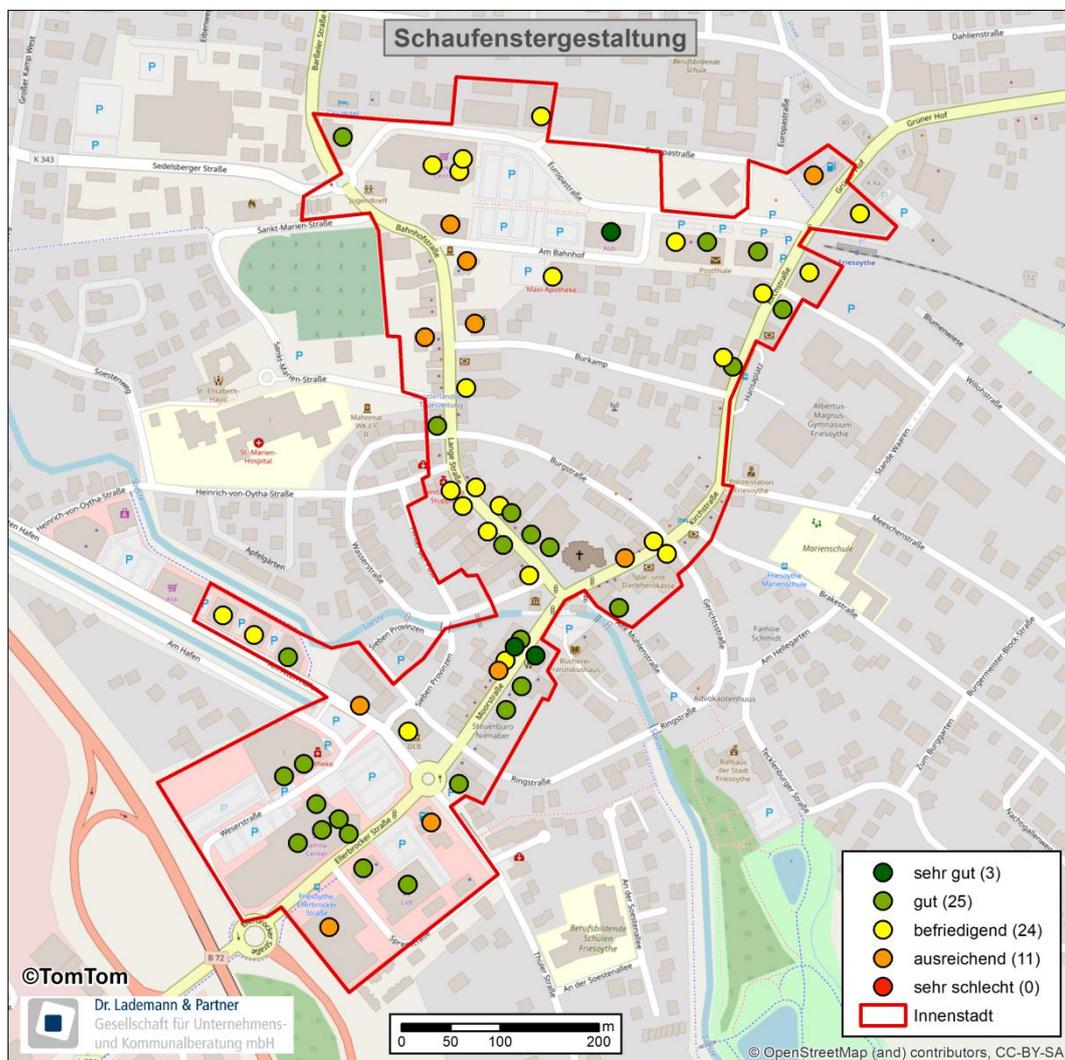


Abbildung 31: Schaufenstergestaltung des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche

6.2.3 Warenpräsentation

Eine moderne und zeitgemäße Gestaltung eines Ladens spielt eine entscheidende Rolle, um Kunden ein attraktives Einkaufserlebnis zu bieten. Deshalb wurde bei der Bewertung darauf geachtet, wie die Waren im Ladengeschäft präsentiert werden und ob der Ladenbau zeitgemäß bzw. dem gewohnten Standard der jeweiligen Marke entspricht.

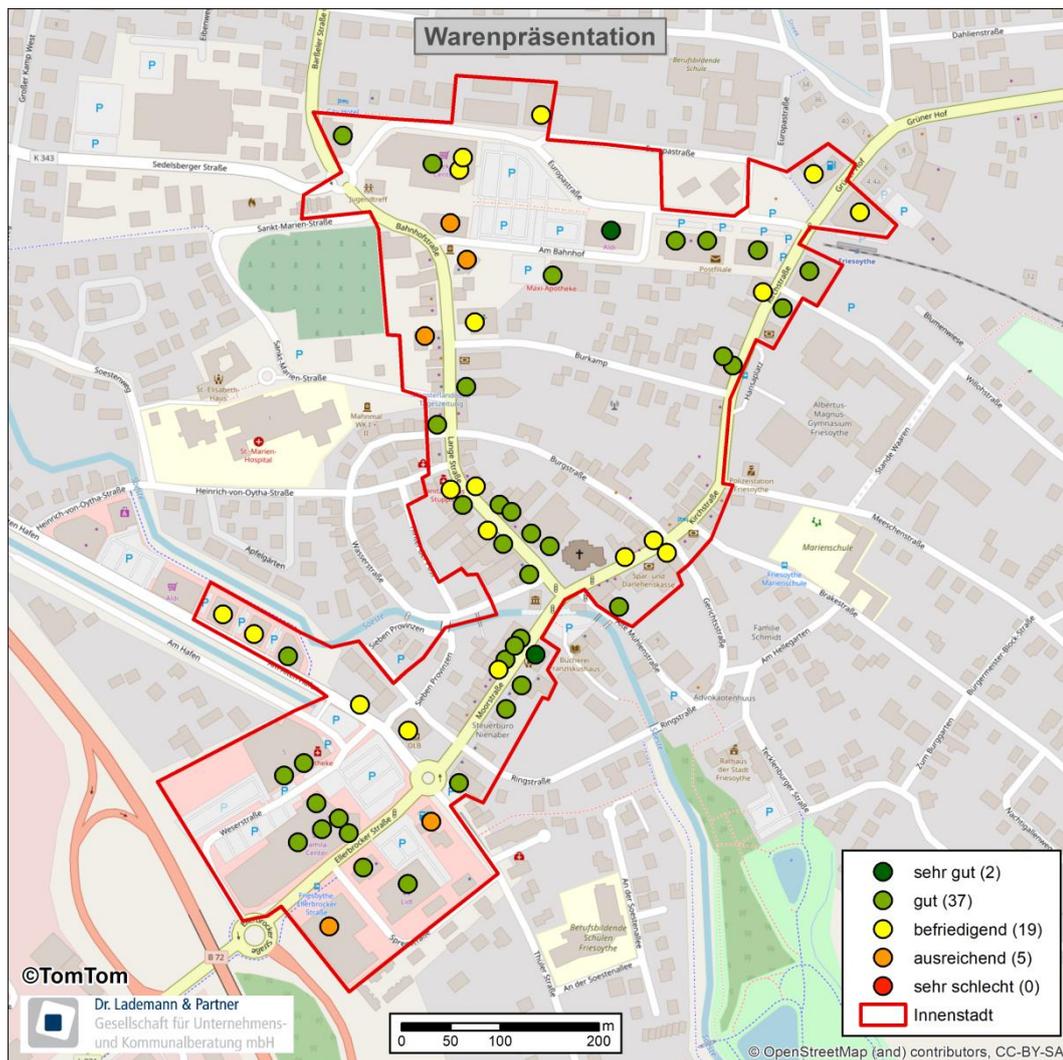


Abbildung 32: Warenpräsentation des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche

Mehr als die Hälfte der Betriebe in der Friesoyther Innenstadt verfügen über eine sehr gute (rd. 3 %) bis gute (rd. 59 %) Warenpräsentation. Positiv ist auch zu bewerten, dass es bei einer Note von 2,4 nur sehr wenige Geschäfte gibt, deren Warenpräsentation als ausreichend einzustufen ist. Die Einzelhändler in Friesoythe wissen damit, die Geschäftsräume und die Waren ansprechend zu ge-



stalten, um dem Kunden ein Einkaufserlebnis zu ermöglichen. Allerdings ist es erforderlich, parallel die Hemmschwellen bei den Kunden durch die Aufwertung des nachweislich schwächeren Außenauftritts abzubauen.

6.2.4 Öffnungszeiten

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes wird von der Ausprägung und dem Grad der Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten beeinflusst und ist ein wichtiger Indikator für die Verlässlichkeit des Einkaufens.

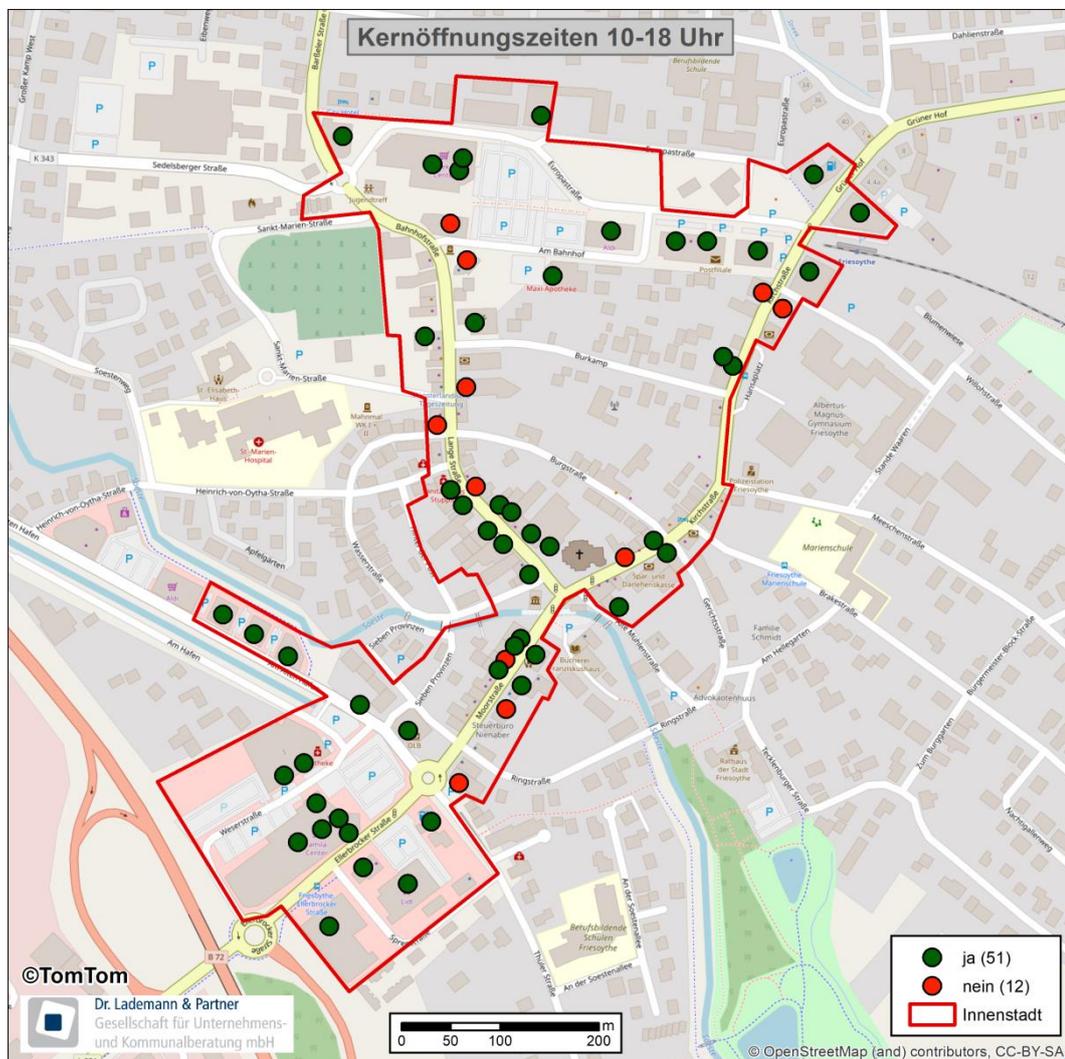


Abbildung 33: Öffnungszeiten des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche



Die nähergehende Betrachtung verdeutlicht, dass in der Innenstadt von Friesoythe immer noch einige Betriebe bestehen, welche nicht durchgehend geöffnet haben (Kernöffnungszeit zwischen 10-18 Uhr rd. 81 %). Dies reduziert aus Sicht der Verbraucher die Möglichkeiten eines verlässlichen Einkaufens auf wenige Stunden am Vormittag (10-12 Uhr) und am Nachmittag (15-17:30 Uhr).

Insgesamt wird empfohlen zu prüfen, in wieweit die Vereinheitlichung der Öffnungszeiten vorangetrieben werden kann, sodass sich auf einheitlichen Kernöffnungszeiten verständigt werden kann. So kann der Kunde verlässlich eine Standortlage aufsuchen und sicher gehen, nicht vor verschlossenen Türen zu stehen.

6.2.5 Online-Check

Eine hohe Onlineaffinität der Verbraucher ist eng mit der Frage verbunden, in welchem Umfang die bestehenden Betriebe der Friesoyther Einzelhandelslagen in den digitalen Medien auffindbar sind. Auch bei dem Online-Check wurden analog zum Ladencheck die zuvor vor Ort erfassten 63 Einzelhandelsbetriebe untersucht.

Dabei wurde bei der Online-Auffindbarkeit der zuvor vor Ort erfassten Betriebe nach den Aspekten „generelle Präsenz“, „erweiterte Präsenz“ und einer „Präsenz auf einer Gemeinschafts- und oder Social Media Plattform“ unterschieden.

Die generelle Präsenz stellt eine eigene Homepage des Einzelhandelbetriebes dar, die Informationen zum Betrieb liefern. Verfügt die Website über weitere Informationen über die angebotenen Produkte oder sogar einen Online-Shop wird die Seite als erweiterte Präsenz bewertet. Neben einer eigenen Homepage gibt es die Möglichkeit seinen eigenen Betrieb auf einer Gemeinschaftsplattform oder einer Social Media Plattform wie bspw. Facebook darzustellen. Konnte keine dieser Eigenschaften für einen Betrieb über die Suchmaschine google auffindig gemacht werden, wurde der Betrieb als online nicht aktiv eingestuft.

Im Untersuchungsraum Innenstadt mit deren Ergänzungsbereichen verfügen über drei Viertel der Betriebe über eine eigene Website. Dieses Ergebnis ist als gut zu bewerten. Bei den Inhalten der jeweiligen Homepage handelt es sich zu einem Großteil um eine generelle Unternehmenspräsentation ohne weitere Informationen zu Sortimenten o.ä. (rd. 59 %).

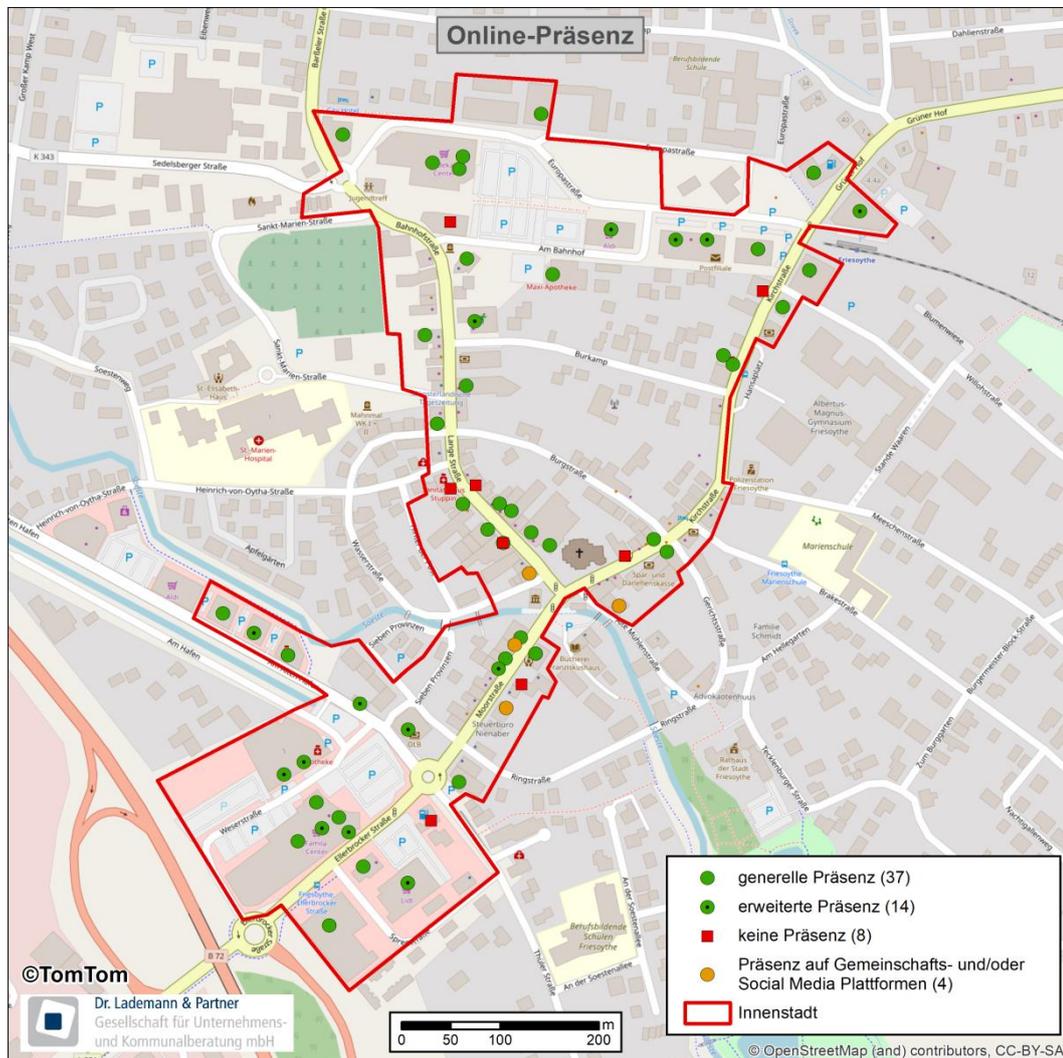


Abbildung 34: Online-Präsenz des Einzelhandels in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche

Da das Einkaufen zunehmend kanalübergreifend stattfindet, ist neben der Auffindbarkeit einer Verzahnung zwischen den Kanälen (Online und Offline) eine wichtige Bedeutung beizumessen. In der Friesoyther Innenstadt verfügen rd. 22 % der Betriebe über einen erweiterten Internetauftritt mit umfangreicher Sortimentspräsentation oder einem Online-Shop. Neben mehreren filialisierten Einzelhandelsbetrieben haben auch einige inhabergeführte Betriebe einen eigenen Online-Shop. Dennoch verfügen rd. 59 % der untersuchten Betriebe über keinen eigenen Online-Shop. Der Anteil der online nicht auffindbaren Betriebe fällt mit 6 % erwartungsgemäß moderat aus. Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass für den ortsfremden Besucher nur die Angebote mit der erweiterten Präsenz (Anführen von Sortimenten, Marken, etc.) im zufriedenstellenden Umfang online auffindbar sind. Dies sind nur 22 %.



Eine Präsentation im Internet ist für stationäre Einzelhändler, im Zuge des stetig größer aufbauenden Drucks des Online-Handels unumgänglich. Dort gilt es insbesondere für Personen auffindbar zu sein, die sich vor Ort nicht gut auskennen oder unter erhöhtem Zeitdruck stehen Erledigungen zu tätigen. Es gilt somit eine „Online-Visitenkarte“ sichtbar zu machen. Sie sollte Angaben über die Adresse, die Öffnungszeiten und das geführte Sortiment (Marken) enthalten. So ist es sowohl Einwohnern als auch Externen möglich sich online zu informieren, welche Geschäfte in der Stadt Friesoythe aufgesucht werden könnten, bzw. insbesondere dann wenn sie ein bestimmtes Produkt benötigen.

Um einen Online-Shop erfolgreich zu führen bedarf es personelle- sowie Lagerkapazitäten, die nicht ein jeder Einzelhändler aufbringen kann, auch z.B. nicht, um regelmäßig und verlässlich die Pflege eines Online-Shops durchzuführen. Nur dann sollte ein solcher betrieben werden. Ein Online-Shop ist aber keine Voraussetzung um stationär erfolgreich zu bestehen. Es gilt die Verbindung zu schaffen, sich online erfolgreich zu präsentieren und auf sich aufmerksam zu machen; d.h. Emotionen zu wecken. Zur Unterstützung der Gewerbetreibenden auch hinsichtlich des Einsatzes der digitalen Medien wäre über einen „Kümmerer“ nachzudenken.

Insgesamt zeigt der Friesoyther Einzelhandel in dem Untersuchungsraum Innenstadt inkl. Ergänzungsbereiche eine durchschnittliche Performance. Insbesondere in der Außengestaltung/Schaufenstergestaltung hat ein hoher Anteil der Betriebe Optimierungsbedarf. Das Angebot der Einzelhändler ist überwiegend konsumig geprägt.

In Bezug auf die Öffnungszeiten zeigt sich ein bereits eher homogenes Bild, welches durch den Ausbau gemeinsamer Kernöffnungszeiten gesichert und punktuell verstärkt werden sollte. Ziel dabei sollte sein, dem Kunden ein verlässliches Einkaufserlebnis zu bieten.

Über 80 % der Betriebe in Friesoythe sind (gezielt) online auffindbar. Es besteht noch weiterer Handlungsbedarf die fehlenden Betriebe online besser sichtbar zu machen (u.a. Aufführen ergänzender Informationen zum Betrieb und zum Sortiment).



6.3 Bewertung des innerstädtischen Parkraumangebots

In der Friesoyther Innenstadt wurde zur qualitativen Beurteilung des innerstädtischen Parkraumangebots eine Erhebung der Stellplätze vorgenommen. Hierzu wurde zunächst das Parkraumangebot nach Angebotsform, Gebührensystem und Kapazitäten erfasst sowie die Beschaffenheit und die Auslastung erhoben und bewertet. Dabei wurden sowohl die öffentlichen als auch die betriebszugehörigen Kfz-Stellplätze im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie in den Ergänzungsbereichen und den daran anschmiegenden Bereichen untersucht.

Kapazitäten und räumliche Verteilung

Insgesamt wurden rd. 1.985 Stellplätze in 54 Standortlagen vorgefunden. Diese verteilen sich nahezu flächendeckend über die gesamte Innenstadt (Kernbereich und Ergänzungsbereiche) und verdeutlichen die grundsätzlich gute verkehrliche Anbindung aller Nutzungen in der Innenstadt.

Die größten Stellplatzanlagen finden sich im nördlichen und südlichen Ergänzungsbereich jeweils den Nahversorgern vorgelagert (Nord: Edeka/Aldi; Süd: Famila). Insgesamt finden sich hier jeweils 270 bzw. 290 Stellplätze. Neben den räumlich konzentrierten Parkplatzsammelanlagen finden sich eine Reihe an straßenbegleitenden Stellplätzen.

Betrachtet man die Stellplatzsituation in Verbindung mit der vorhandenen Verkaufsfläche nach Teilräumen, zeigt sich, dass alle Teilbereiche ein ausgewogenes Angebot an Stellplätzen im Verhältnis zur Verkaufsfläche vorweisen (rd. 16 – 22 qm VKF je Stellplatz). Die höchsten Werte werden dabei im Ergänzungsbereich Süd erzielt (rd. 22 qm VKF je Stellplatz). Die gewachsene Innenstadt liegt mit rd. 19 qm VKF je Stellplatz im mittleren Bereich, wobei gerade hier ein hoher Besatz an weiteren konsumnahen Nutzungen verortet ist. Vor diesem Hintergrund können gerade die Stellplatzflächen in den Ergänzungsbereichen eine wichtige Ergänzungsfunktion für den Innenstadtbesuch übernehmen.

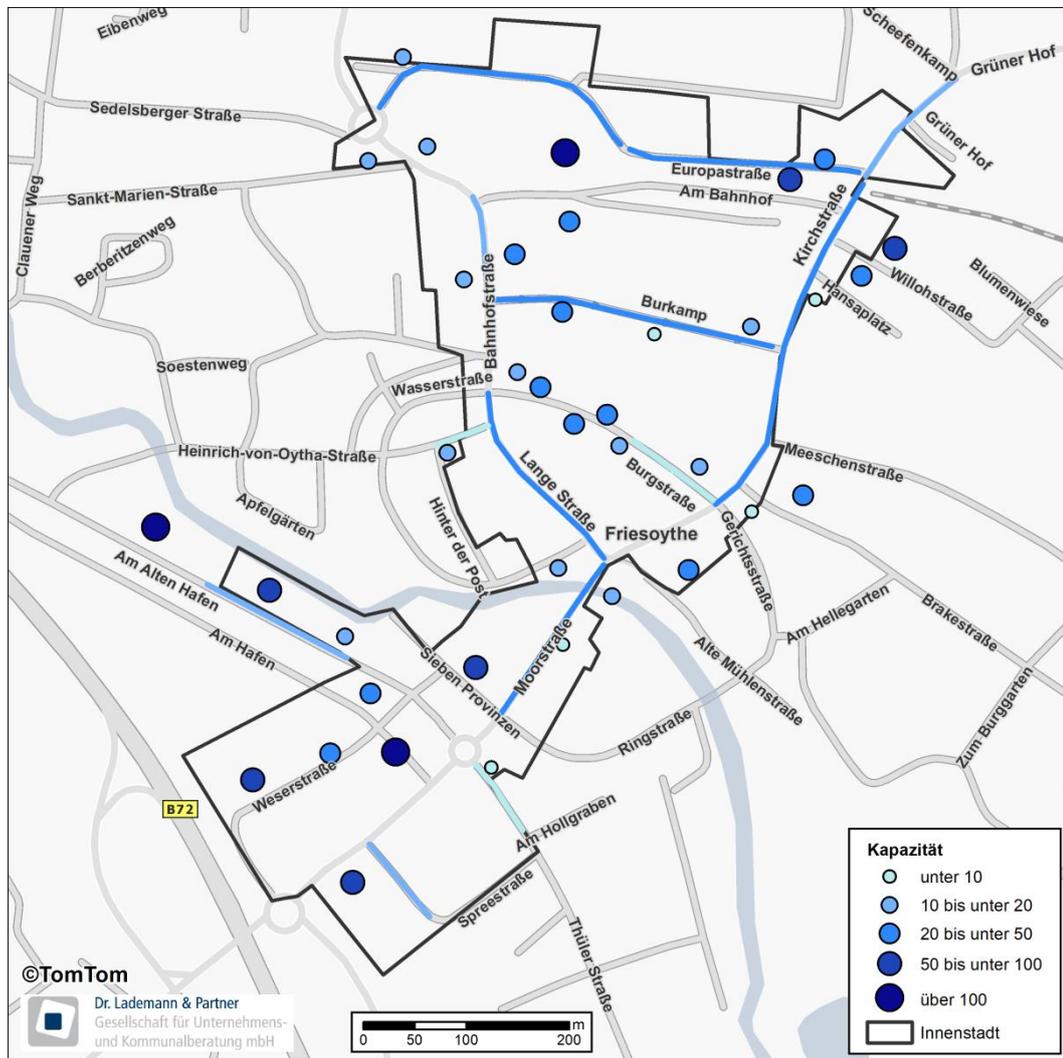


Abbildung 35: Kapazität des Parkraumangebots in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche

Gebührensysteem und Parkdauer

In der Kerninnenstadt von Friesoythe und ihren Ergänzungsbereichen stehen alle verfügbaren Parkplätze den Besuchern kostenfrei zur Verfügung. Dabei unterliegen 19 % der Stellplatzanlagen eine zeitliche Beschränkung von bis zu 2 Stunden (ca. 12 % aller Stellplätze). Der Großteil aller Parkplätze beinhaltet demnach keine zeitliche Beschränkung der Parkdauer, sodass diese auch für Langzeitparker attraktiv sind (ca. 88 % aller Stellplätze).

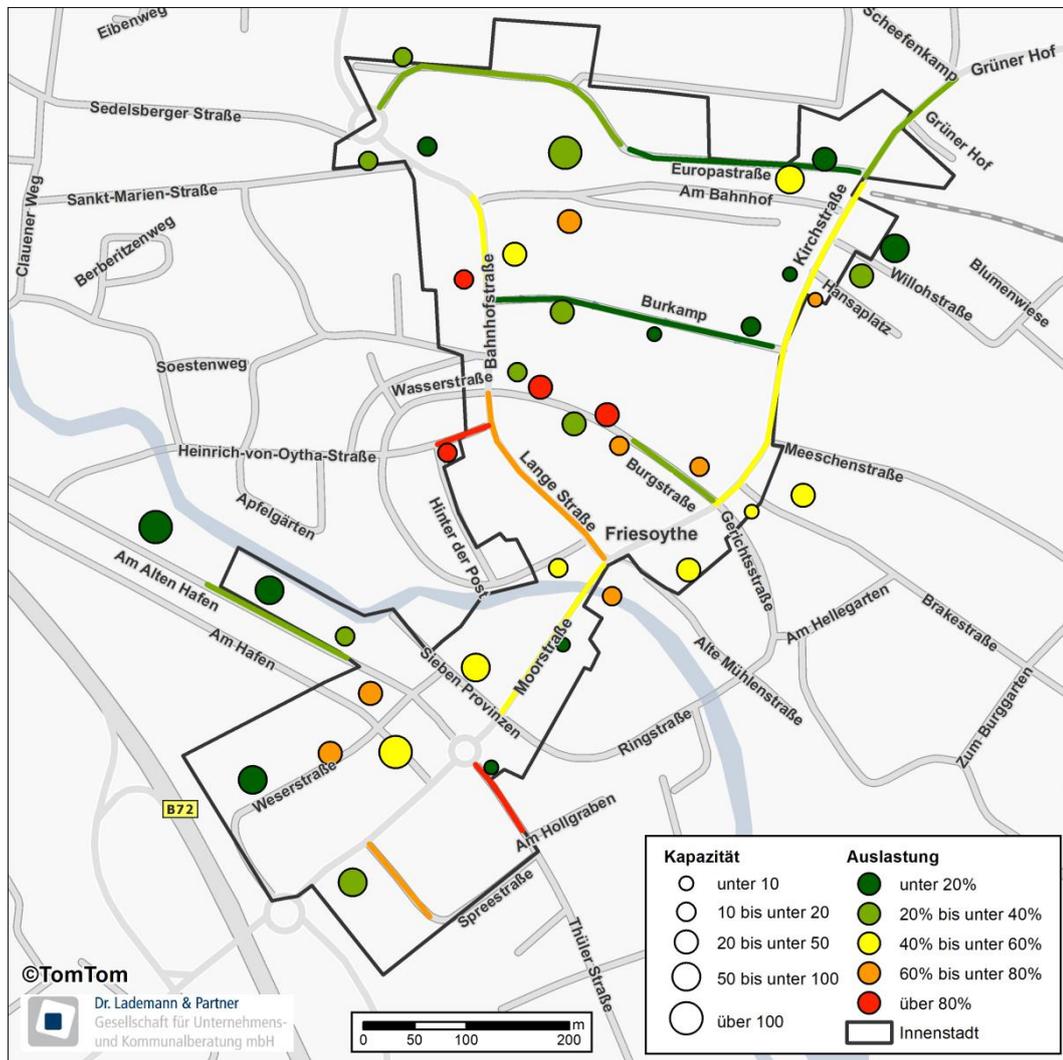


Abbildung 37: Auslastung des Parkraumangebots in der Innenstadt inkl. deren Ergänzungsbereiche

Fazit und Ausblick

Zusammenfassend lassen sich folgende Erkenntnisse aus der Erhebung von Parkraumangebot und Parkraumnachfrage erzielen:

Hinsichtlich des ruhenden Verkehrs kann festgestellt werden, dass die Nachfrage nach Parkraum für Pkw sich an „durchschnittlichen“ Tagen mit dem vorhandenen innerstädtischen Parkraumangebot deckt. Jedoch liegt in den Teilräumen eine Ungleichverteilung hinsichtlich des Angebots und der Auslastung vor.

Eine Optimierung der Auslastung der Stellplätze könnte z.B. durch die Implementierung von Beschilderungen zu den kapazitätsstarken Standorten in den Ergänzungsbereichen erfolgen. Zudem könnte die Auslastung im Innenstadtkern-



bereich durch die teilräumliche Einführung von zeitlichen Beschränkungen für Besucher resp. für Bewohner und Gewerbetreibende Abhilfe schaffen und vor allem den möglichen Dauerparkern entgegenstehen. „Über alles“ verfügt die Innenstadt von Friesoythe jedoch über eine ausreichende Anzahl von Stellplätzen im Innenstadtbereich, die mit einer durchschnittlichen Auslastung von rd. 41 % in der Regel keine Engpässe im Parkraumangebot vorweist.

Das Parkraumangebot der Friesoyther Innenstadt mit ihren Ergänzungsbereichen entspricht in Bezug zur Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe dem Bedarf an Pkw-Stellplätzen. Zugleich sind weitere Nutzungen aus Gastronomie, Dienstleistungen und Wohnen zu beachten. Insgesamt beträgt die Auslastung der Parkplätze an einem „normalen“ Nachmittag im Durchschnitt 41 %.



7 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

7.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Friesoythe

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. einer Gemeinde.

Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Stadt Friesoythe einen Wert von

rd. 2.700 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

Differenziert nach den unterschiedlichen Sortimentsgruppen fällt die Angebotssituation des Friesoyther Einzelhandels allerdings unterschiedlich aus:

Flächendichte der Stadt Friesoythe im Vergleich		
Branchen	Flächendichte*	
	Friesoythe	Spannbreite Mittelzentren**
periodischer Bedarf	691	550 - 810
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	388	230 - 490
Sonstige Hartwaren	461	230 - 310
Elektrobedarf/elektronische Medien	146	70 - 130
Möbel/Haus- und Heimtextilien	502	380 - 530
Bau- und Gartenbedarf	538	440 - 730
Summe	2.726	2.190 - 2.880

Quelle: Eigene Berechnungen.
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.
** Vergleichswerte aus anderen Mittelzentren von Dr. Lademann & Partner

Tabelle 8: Verkaufsflächendichten der Stadt Friesoythe im Vergleich

Im Landkreis Cloppenburg liegt nach dem Regionalen Einzelhandelskonzept 2018 über alle Orte die Verkaufsflächenausstattung bei ca. 2.100 qm VKF je 1.000 Einwohner. Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei rd. 1.800 qm je 1.000 Einwohner. Damit bewegt sich die Ausstattung in der Region im überdurchschnittlichen Bereich.

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte von Mittelzentren liegt nach Berechnungen von Dr. Lademann & Partner in Deutschland gegenüber dem Gesamt-



schnitt um rd. 20 bis 50 %-Punkte höher, d.h. bei rd. 2.500 qm VKF je 1.000 Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung in Friesoythe rein rechnerisch im leicht überdurchschnittlichen Bereich. Dies korreliert mit der zugewiesenen Versorgungsfunktion des Mittelzentrums für das Umland.

Verkaufsflächenseitig stechen insbesondere Elektrobedarf/elektronische Medien als auch die sonstigen Hartwaren (v.a. Hausrat, GPK) heraus. Alle übrigen Sortimente liegen im oberen Bereich der Spannweite. Im Vergleich zu anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Mittelzentren liegt die Flächendichte insgesamt demnach im oberen Bereich der Spannweite.

Die Verkaufsflächendichte in der Stadt Friesoythe weist mit einem Wert von etwa 2.700 qm je 1.000 Einwohner leicht überdurchschnittliche Werte auf. Rein quantitativ ist für ein Mittelzentrum demnach in allen Sortimenten ein umfassendes Angebot vorhanden. Dies lässt auf vorrangige Maßnahmen im Bereich der Qualitätssicherung und grundsätzlicher strategischer Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts schließen.

7.2 Nahversorgungssituation in Friesoythe

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im gesamten Stadtgebiet von Friesoythe sind mit Stand Dezember 2018 insgesamt 7 strukturprägende Betriebe des kurzfristigen Bedarfs (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne periodische Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) angesiedelt mit einer Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von rd. 11.400 qm.

Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk, Apotheken, u.a.) liegt die Flächendichte im kurzfristigen Bedarf bei ca. 690 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner. Der Bundesdurchschnitt liegt bei rd. 520 qm je 1.000 Einwohner. Im Landkreis Cloppenburg erreicht der Wert ca. 670 qm (2018). In der undifferenzierten Betrachtung kann kein Bedarf zur Ansiedlung eines neuen strukturprägenden Lebensmittelmarktes erkannt werden. Dies gilt auch hinsichtlich einer möglicherweise beabsichtigten Reaktivierung von Leerständen im Bereich des Alten Hafens.



Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen - Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkefachmärkte) kartiert. Die 800 m-Radien um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich 10 bis 15 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

Wie die nachfolgende Karte zeigt konzentrieren sich die strukturprägenden Nahversorger erwartungsgemäß auf die Kernstadt von Friesoythe sowie mit je einem Anbieter auf die Ortsteile Altenoythe und Gehlenberg, sodass dort eine wohngebietsbezogene Versorgung weitgehend gegeben ist. In den Randlagen von Friesoythe und den räumlich abgesetzten Ortsteilen wie Markhausen liegen räumliche Versorgungslücken vor; die fußläufige Versorgung ist dort nicht durch einen strukturprägenden Betrieb > 400 qm VKF gesichert.

Obgleich eine Schließung dieser Versorgungslücken aus städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gründen zu befürworten wäre, sei darauf hingewiesen, dass das Einwohnerpotenzial in diesen unterversorgten Teilbereichen von Friesoythe allein nicht ausreicht, um einen Lebensmittelmarkt ökonomisch tragfähig betreiben zu können. Ein potenzieller Lebensmittelmarkt mit 800 qm VKF würde in den Außenortschaften auf das Nachfragepotenzial mehrerer Ortsteile angewiesen sein. Es gilt daher vorrangig zu gewährleisten, dass eine Anbindung dieser Ortsteile an die nächstgelegenen leistungsfähigen Standorte des Lebensmitteleinzelhandels (Friesoythe-Ort, Altenoythe bzw. Gehlenberg) mit den verschiedenen Verkehrsmitteln (auch ÖPNV, Implementierung eines Bürgerbusses) gegeben ist.

Die größte Nahversorgungslücke wurde in Markhausen identifiziert. Ein etwaiger Lückenschluss darf allerdings nicht zulasten des Lebensmittelmarktes in Gehlenberg erfolgen. Die tragfähige Verkaufsfläche in Markhausen liegt nach Berechnungen von Dr. Lademann & Partner unterhalb der Einstiegsgröße (ca. 800 qm VKF) von den Filialisten. So wird es nicht gelingen einen großen Teil der örtlichen Nachfrage allein in einem potenziellen neuen Lebensmittelmarkt zu binden. Es ist die Möglichkeit alternativer Nahversorgungskonzepte zu prüfen (Filial- und Franchisekonzepte für kleinere Konzepte [wie nah und gut, nahkauf, Nah & Frisch], Multifunktionsladen (z.B. DORV-ZENTRUM, Markt Treff, KOMM-IN, Shop-Treff), Integrationsmärkte (CAP-Markt, soziale Träger) oder eines Bürgerladens (finanzielle und ehrenamtliche Beteiligung der Bürger, z.B. als Genossenschaft oder Verein). Für Markhausen kann festgehalten werden, dass dort nur ein Nahversorger deutlich unter 800 qm VKF raumverträglich umsetzbar wäre. In den

sonstigen Ortsteilen liegt aufgrund der überschaubaren Einwohneranteile das rechnerische Potenzial nur im Bereich nicht strukturprägender Anbieter (bis zu 300 qm VKF).

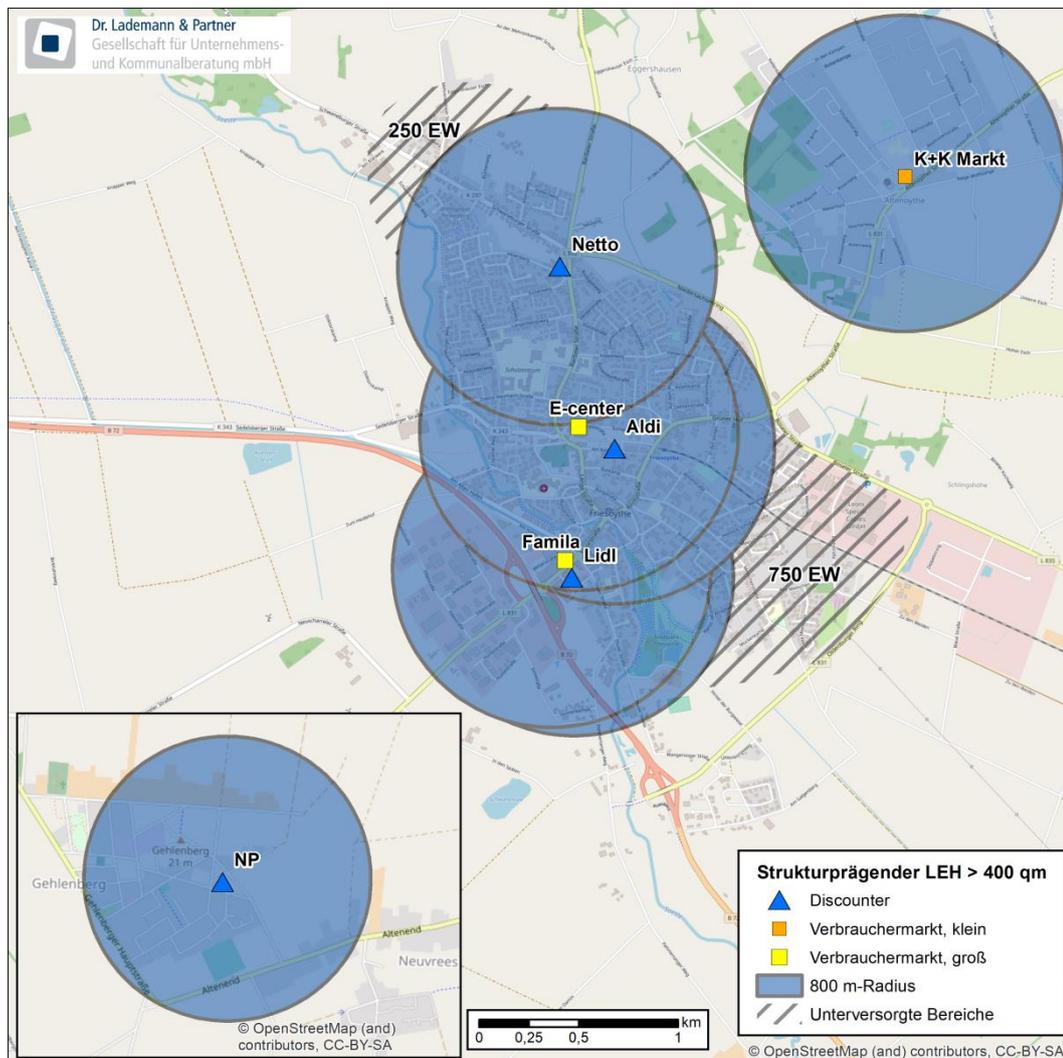


Abbildung 38: Nahversorgungssituation in der Stadt Friesoythe

Hinsichtlich der Betriebstypen des nahversorgungsrelevanten Angebots ist, gemessen an der Anzahl der Betriebe, ein ausgewogenes Verhältnis zu erkennen. Im Stadtgebiet von Friesoythe befinden sich vier Lebensmitteldiscounter und drei Verbrauchermärkte. Hierbei ist festzustellen, dass sich das im Vergleich zum Bundesschnitt eher unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau der Einwohner (-10 %) nur untergeordnet im Angebotsniveau des Lebensmitteleinzelhandels zeigt.



Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*			
	Anteil Friesoythe	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	43%	44%	-1%
Discounter	57%	56%	1%
Summe	100%	100%	0%
Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*			
	Anteil Friesoythe	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	67%	63%	4%
Discounter	33%	37%	-4%
Summe	100%	100%	0%

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2018. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.

Tabelle 9: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels

Ein Vergleich mit üblichen Betriebsgrößen verdeutlicht, dass die Verbrauchermärkte Famila und Edeka sowie die Discounter Aldi und Lidl grundsätzlich über eine für die Betriebsform marktgängige Dimensionierung verfügen.

Vor dem Hintergrund, dass Lebensmitteldiscounter mittlerweile Verkaufsflächen von 800 qm bis 1.300 qm und kleine Verbrauchermärkte von 1.200 bis 1.500 qm nachfragen, ist in diesen Fällen die Absicherung der verbrauchernahen Versorgung durch eine moderate Anpassungsmöglichkeit zu begrüßen. Der Betriebsformenwandel wird insofern auch prospektiv zu steigenden Flächenansprüchen resp. Erweiterungsbestreben der Bestandsbetriebe führen (v.a. K+K, Netto, NP). Die Weiterentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Friesoythe sollte daher mit dem Fokus der „aktiven“ Sicherung der Bestandsmärkte erfolgen. Dabei ist jedoch die Maßstäblichkeit zu beachten (Mantelbevölkerung).

Rein quantitativ verfügt Friesoythe über eine überdurchschnittliche nahversorgungsrelevante Ausstattung. Dennoch bestehen weiterhin z.T. strukturelle Defizite durch nicht marktgängige Betriebsgrößen (NP, Netto, K+K). Versorgungslücken bestehen in den räumlich abgesetzten Ortsteilen mit jeweils nur geringem Einwohnerpotenzial. Diese werden sich perspektivisch allerdings aufgrund der fehlenden Tragfähigkeit nicht durch einen modernen Lebensmittelmarkt schließen lassen. Eine maßstäbliche Entwicklung z.B. eines Multifunktionsladens wäre nur in Markhausen denkbar, dabei wären jedoch die Wechselwirkungen (Umsatzumverteilungen mit der Gefahr einer Schließung) auf den Nahversorger in Gehlenberg zu beachten.



7.3 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Friesoythe

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für Friesoythe eine einzelhandelsrelevante Zentralität von rd. 108 %.

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt demnach rd. 8 % über der am Ort vorhandenen Nachfrage. Dieser Zentralitätswert zeigt, dass der örtliche Einzelhandel leichte Umsatzzuflüsse verzeichnet. In der Funktion eines Mittelzentrums mit einem überörtlichen Marktgebiet ist per Saldo der Anteil jedoch überschaubar. Der Einzelhandelsstandort ist nur bedingt dazu in der Lage, innerhalb von Friesoythe sowie in den angrenzenden Orten per Saldo einen größeren Teil des Nachfragepotenzials abzuschöpfen, was einerseits auf eine erhöhte Wettbewerbsbeziehung mit stationären und nicht stationären Einkaufsalternativen und andererseits auf Angebotslücken und auf Defizite bei der Marktdurchdringung schließen lässt. Gegenüber dem Jahr 2009 hat die Zentralität zudem gerade bei den aperiodischen Sortimenten wahrnehmbar abgenommen (2009: insgesamt ca. 124 %, aperiodische Sortimente: ca. 147 %). Hauptgrund für den Zentralitätsrückgang liegt am Erstarren des Online-Handels, so ist einerseits das Nachfragepotenzial für Ausgaben im Online-Handel stetig gestiegen, andererseits waren für den stationären Einzelhandel hierdurch Umsatzrückgänge zu verzeichnen.

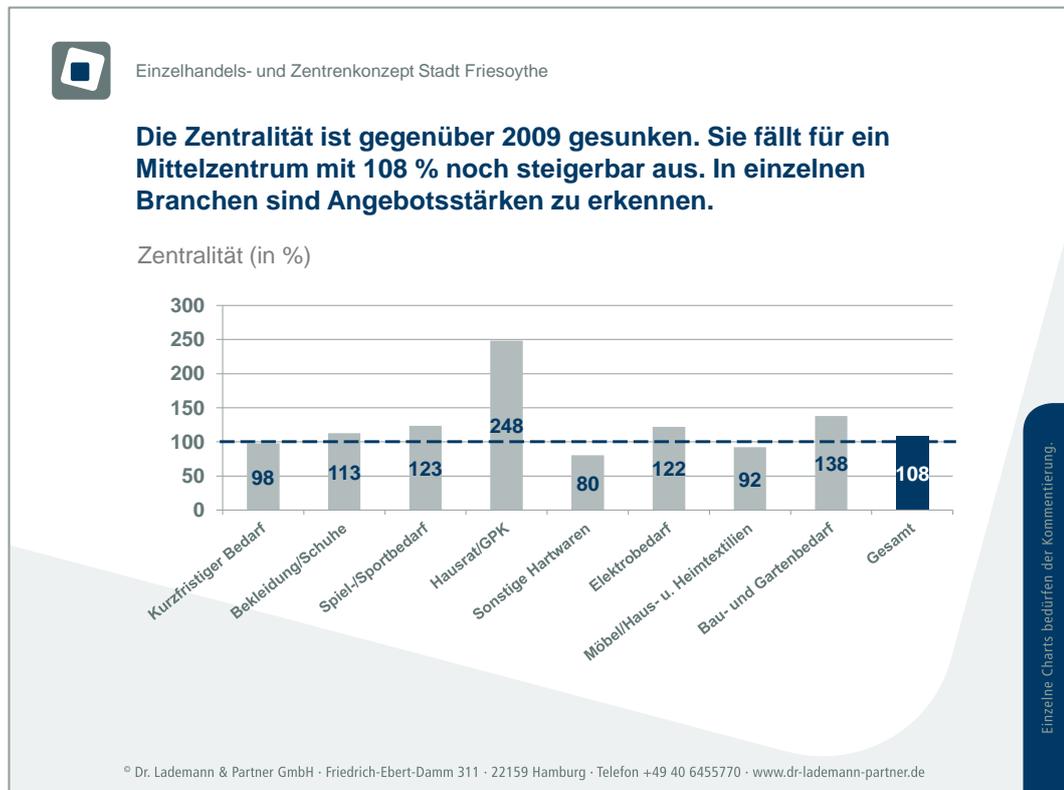


Abbildung 39: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Friesoythe

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Friesoythe sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des kurzfristigen Bedarfs rd. 98 %. Dies weist auf eine gute Nachfragebindung hin und belegt die Attraktivität des Angebots für die Einwohner. Dennoch sind leichte Umsatzabflüsse in das Umland zu verzeichnen. Durch die Anpassung bestehender Verkaufsflächen ergeben sich nur noch leichte Zentralitätsspielräume.
- Die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs weisen mit 117 % einen überdurchschnittlichen Wert auf. Die Zentralität wird vor allem durch das Sortiment Hausrat/Geschenke-Porzellan-Keramik getrieben. Das wesentliche innerstädtische Leitsortiment Bekleidung/Schuhe/Lederwaren ist mit einer Zentralität von 113 % in Friesoythe ebenfalls überdurchschnittlich vertreten. Die Zentralität ist für ein Mittelzentrum allerdings noch ausbaubar.
- Die Sortimente des langfristigen Bedarfs liegen insgesamt auf einem überdurchschnittlichen Wert von rd. 117 %. Die Zentralität ist jedoch für ein Mittelzentrum als unterschiedlich zu werten. Während in den Bereichen Elektro-



bedarf und Bau- und Gartenbedarf deutlich erhöhte Werte zu verzeichnen sind, zeigt das Sortiment Möbel mit rd. 92 % einen leicht unterdurchschnittlichen Wert.

Per saldo fließen dem Einzelhandel in Friesoythe rd. 8 % des Einzelhandelsumsatzes aus dem Umland zu. Damit ist die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts seit 2009 um -16 %-Punkte gesunken. In fast allen Sortimenten werden aktuell leicht überdurchschnittliche Zentralitäten erreicht. Diese sind aufgrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Friesoythe für insgesamt ca. 70.000 Personen jedoch bei den aperiodischen Sortimenten noch steigerbar.

7.4 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Friesoythe in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend der Ergebnisse der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse i.V.m. den Ergebnissen der telefonischen Haushaltsbefragung aufbaut, liegt die Nachfragebindung in der Stadt Friesoythe über alle Sortimente bei ca. 74 %, sodass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 36 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein Brutto-Zufluss von insgesamt etwa 47 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Friesoythe in Höhe von rd. 41 Mio. € (Zone 2) zuzüglich der Potenzialreserve durch Pendler, Gelegenheitskunden u.ä. von insgesamt rd. 6 Mio. € (ca. 4 %).

Der überörtliche Umsatzanteil des Einzelhandelsstandorts von im Mittel 26 % zeigt, dass es dem Einzelhandel in der Stadt Friesoythe nicht ausreichend gelingt, sich bei den Personen aus dem Umland als bedeutender Einzelhandelsstandort zu positionieren. Gerade in der Zone 2 ist die aktuelle Nachfrageabschöpfung von nur ca. 15 % v.a. bei den aperiodischen Sortimenten noch deutlich ausbaubar. Hierfür bedarf es jedoch einer strategischen Steuerung zur Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandels.

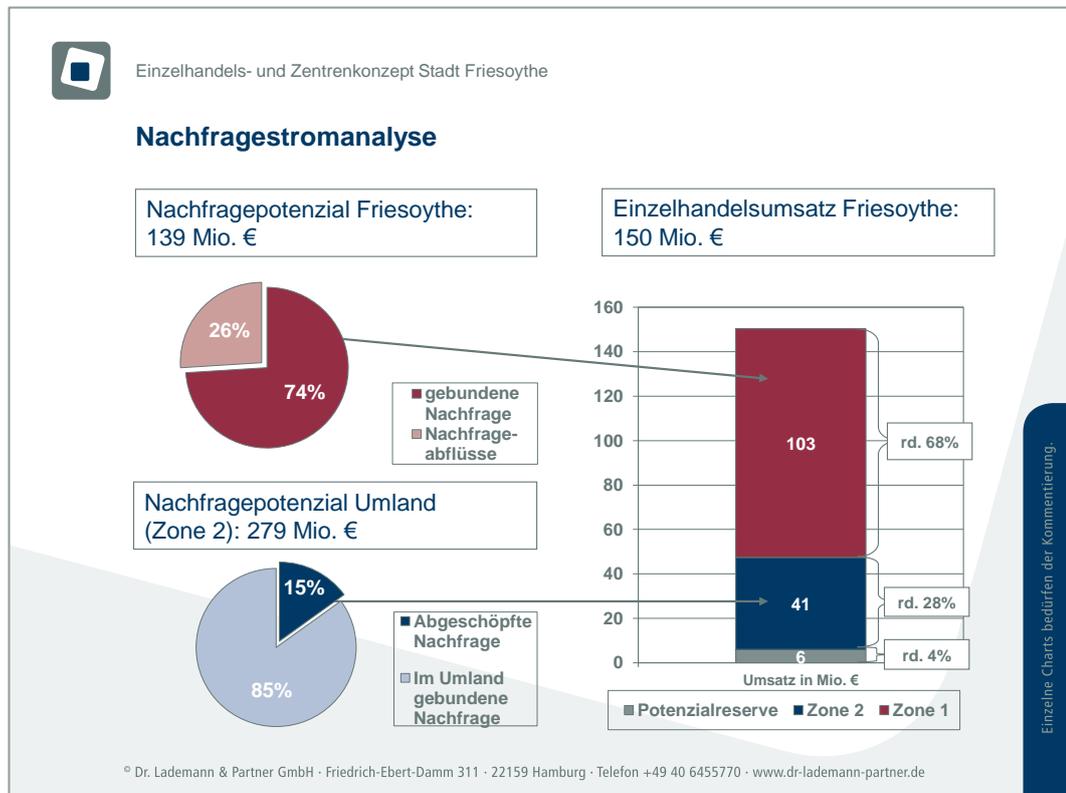


Abbildung 40: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Friesoythe

Der lokale Einzelhandel kann rd. 74 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 47 Mio. € von außen zu (Umland sowie Potenzialreserve). Nachfrageabflüsse resultieren u.a. aus Lücken im Angebotsprofil und den steigenden Abflüssen in den Online-Handel. Eine Stabilisierung der Nachfragebindung vor Ort sowie insbesondere der Ausbau der aktuell unterdurchschnittlichen Nachfrageabschöpfung im überörtlichen Marktgebiet des Einzelhandels sollte daher Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sein.



7.5 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Friesoythe

Die wichtigsten Stärken des Einzelhandelsstandorts Friesoythe lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Über alles wird Friesoythe der mittelzentralen Versorgungsfunktion weitgehend gerecht: Es wird bei einer Verkaufsflächendichte von ca. 2.700 qm VKF je 1.000 Einwohner insgesamt ein umfassendes Einzelhandelsangebot vorgehalten.
- Die Erreichbarkeit der meisten Einzelhandelsangebote ist durch die zentrale Lage und der guten Verkehrsanbindung gegeben. Grundsätzlich ist das Parkplatzangebot in der Innenstadt und den Ergänzungsbereichen von der Anzahl und von den Konditionen als angemessen zu bewerten.
- Der Einzelhandel in der Stadt Friesoythe weist auch in der Innenstadt eine räumlich-funktionale Arbeitsteilung der Standortbereiche auf. Die Innenstadt verfügt über eine hohe Multifunktionalität. I.V.m. den Ergänzungsbereichen Nord und Süd besitzt die Gesamtstandortlage über prägende Versorgungsbedeutung für die Friesoyther Verbraucher und allgemein auch für Personen aus dem überörtlichen Marktgebiet.
- Der Innenstadtkern verfügt vorwiegend über ein positives städtebauliches Erscheinungsbild sowie erhöhte Aufenthaltsqualität und eine noch übliche Leerstandsquote.
- Es ist ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Vollversorgern und Discountern in der Stadt gegeben.

Die wesentlichen Schwächen des Einzelhandels in Friesoythe lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Der negative Pendlersaldo, das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau und die noch nicht optimale Nutzung der touristischen Potenziale wirken sich restriktiv auf das Nachfragepotenzial in Friesoythe aus.
- Die Zentralität hat sich in der Stadt Friesoythe seit 2009 deutlich rückläufig entwickelt und ist mit aktuell 108 % zu gering für ein Mittelzentrum mit überörtlichem Versorgungsauftrag. Es fehlt den befragten Haushalten sortimentsübergreifend an der Auswahl von Angeboten. Es konnten v.a. bei den Angeboten des mittel- und langfristigen Bedarf Angebots- und Zentralitätsdefizite im Einzelhandel der Stadt Friesoythe ausgemacht werden. Die Stel-



lung von Friesoythe ist im Umland als Einkaufsstandort bei einer Nachfrageabschöpfung von ca. 15 % noch steigerbar.

- Die verbrauchernahe Nahversorgung ist in den Randlagen von Friesoythe-Ort und in den ländlich geprägten Ortsteilen flächendeckend weitgehend nicht gegeben.
- Die Nähe zu dem Oberzentrum Oldenburg sowie der nicht-stationäre Handel begrenzen nach wie vor die Entwicklungsmöglichkeiten.
- Der Einzelhandel in der Innenstadt und deren Ergänzungsbereiche weist Defizite im Bereich der Schaufenstergestaltung und des allgemeinen Außenauftritts auf.

Folgende Chancen eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Friesoythe und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Defizite in der Angebotsstruktur generieren in annähernd jedem Sortiment gewisse Verkaufsflächenspielräume. Dieses Potenzial steht für den (quantitativen) Ausbau und die Profilbildung des Einzelhandelsstandorts Friesoythe zur Verfügung. Bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten besitzt insbesondere das Innenstadtzentrum noch Entwicklungspotenziale. Die Ergänzungsbereichen sollten entsprechend jeweils aktueller Marktkonzepte weiterhin zu einer nachhaltigen Absicherung der Funktion als Frequenzbringer beitragen (komplementäre Ergänzung der gewachsenen Innenstadtlage).
- Die Fortführung und Intensivierung des Zusammenschlusses von Innenstadtakteuren (HGV, AK Wir gestalten unsere Stadt) kann zur Attraktivierung der Innenstadt ebenso beitragen wie die Optimierung des Außenauftritts und die Schaufenstergestaltung der einzelnen Ladengeschäfte. In den Ortsteilen gilt es das hohe Engagement durch die Heimatvereine aufrecht zu erhalten. Es ist an einer besseren Vernetzung und einem WIR-Gefühl zu arbeiten.



Dennoch bestehen auch Risiken, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Aufgrund der kleinteiligen Strukturen und der dichten Bebauung finden sich in dem Bereich der KernInnenstadt i.d.R. keine marktgerechten Standorte für größerflächige Einzelhandelsangebote. Die im Kernbereich der Innenstadt somit kurz- bis mittelfristig fehlende Aktivierung von großzügigen Potenzialflächen mit Schlüsselfunktion hätte dort ein Verharren auf dem Status quo zur Folge.
- Das Herausziehen von zentrenergänzenden Nutzungen sowie kleinteiligen Einzelhandelsangeboten aus der Innenstadt heraus ist u.a. über die Überprüfung der Bebauungspläne auf ein Minimum zu verhindern.
- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Friesoythe der wachsende Online-Handel künftig eine große Herausforderung dar, sofern der bestehende Einzelhandel sich nicht darauf einstellt. Es bedarf der Optimierung der Online-Präsenzen hinsichtlich der Aussagekraft der einzelnen Profile.
- Es besteht die Gefahr, dass Potenziale überschätzt oder an den „falschen“ Standorten ausgeschöpft werden, wodurch ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten des Bestandseinzelhandels eintreten könnte. Hierzu zählt auch die zu starke Schwerpunktsetzung des Einzelhandels auf die dezentralen Ortsteile.

Außerhalb der Innenstadt sollten Ansiedlungsbegehren mit städtebaulichen Gewicht daher fundiert (z.B. auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und eines städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsgutachtens) hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei steht die Sicherung der Funktionsfähigkeit des Innenstadtzentrums (Kernbereich und Ergänzungsbereiche) im Fokus. Wichtige Bedeutung ist auch einer räumlich ausgewogenen Nahversorgung beizumessen.



8 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Friesoythe

8.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Friesoythe als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Friesoythe insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- Rahmengebende Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren des Einzelhandelsstandorts (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken in den Ortsteilen).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Friesoythe heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die Einwohnerzahlen in der Stadt Friesoythe werden, der Prognose von MB-Research folgend, perspektivisch weiter leicht steigend sein. Hieraus können leichte Impulse für die Einzelhandelsentwicklung erwartet werden. Die demografische Entwicklung bewirkt zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer wohngebietsorientierten und im modal split (mit allen Verkehrsmitteln) gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der Kaufkraftentwicklung bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Online-Handels hinzuweisen, der ein stärkeres Bewusstsein in der Händlerschaft erfordert (Beratung/Service).
- Die Betriebstypendynamik ist auch für Friesoythe zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Güns-



ten der Großflächen¹⁷ in einzelnen Branchen Veränderungsbedarfe an die Stadt herangetragen werden, aus denen oftmals auch der Wunsch nach mehr oder „anderer“ Verkaufsfläche einhergeht.

- Die Einzelhandelszentralität bewegt sich in Friesoythe insgesamt auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Das Mittelzentrum soll allerdings auch sein Marktgebiet mit versorgen. V.a. in den aperiodischen Sortimenten sind noch leichte Zentralitätsdefizite zu erkennen, die entsprechend der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der Tragfähigkeit abgebaut werden sollten.
- Die Verkaufsflächenausstattung liegt in Friesoythe auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Um als Einzelhandelsstandort überörtlich attraktiv zu sein, setzt dies voraus, dass sich die Einzelhandelsangebote an den funktional richtigen Stellen befinden und eine kritische Masse an Angeboten vorgehalten bzw. entwickelt wird.
- Darüber hinaus sind mit dem geringen Verkaufsflächenanteil im Kernbereich der Innenstadt und der teilräumlichen Leerstandsprägung (Alter Hafen) strukturelle Defizite in Friesoythe feststellbar.
- Zum Teil sind räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt, sodass die bestehenden Betriebe zu sichern und zu stärken sind und die Erreichbarkeit der Einwohner an die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte gewährleistet sein muss.

Der Entwicklungsrahmen wird bei Berücksichtigung einer Intensivierung der Nachfragebindung und -abschöpfung durch zusätzliche Entwicklungspotenziale geprägt. Dies impliziert, dass den stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten, die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Die Arrondierungen an den bestehenden Einzelhandelslagen führen zur

¹⁷ Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe insbesondere im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (auch der im Bestand) steigen wird. Der Online-Handel bewirkt demgegenüber, dass vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten im Mittel keine steigenden Verkaufsflächenbedarfe hergeleitet werden können - zum Teil sogar abnehmende Flächenbedarfe erwartbar sind (Unterhaltungselektronik, Bücher).



Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebots (stärkere Ausstrahlungskraft).

Spielräume zur quantitativen Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:

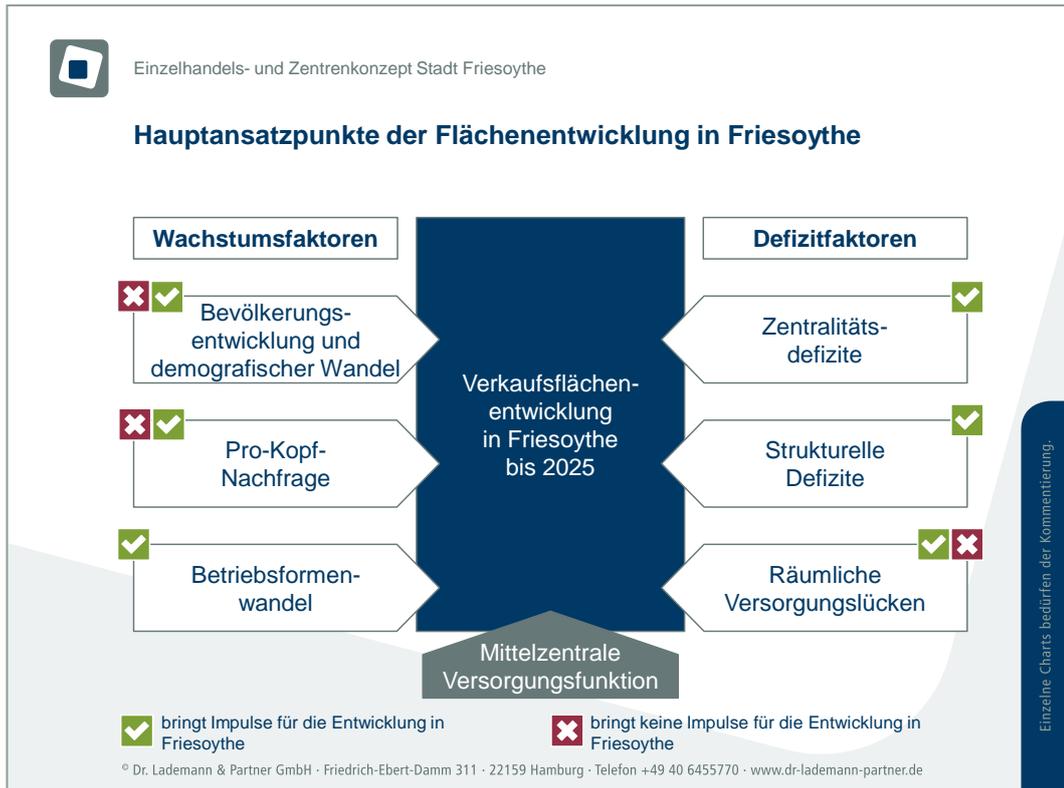


Abbildung 41: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Friesoythe



8.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2025

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für die Stadt Friesoythe ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt

5.200 bis 12.600 qm Verkaufsfläche¹⁸.

Der Expansionsrahmen für die Stadt Friesoythe entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Friesoythe

Entwicklungsrahmen* für die Weiterentwicklung des Einzelhandels bis zum Jahr 2025

Faktoren	Kurzfristiger Bedarf	Mittelfristiger Bedarf	Langfristiger Bedarf	Summe
VKF-Bestand in qm	15.400	18.500	26.800	60.700
Wachstumsinduzierter Flächenzuwachs	900	400	600	1.900
(+) Erhöhung der Nachfragebindung	1.400	900	1.000	3.300
(+) Erhöhung der Nachfrageabschöpfung	-	2.600	4.800	7.400
= Entwicklungsrahmen Summe 2025 in qm	2.300	1.300 – 3.900	1.600 – 6.400	5.200 – 12.600

* Werte gerundet

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 42: Entwicklungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels

¹⁸ Die Obergrenze der Spannweite ist nur bei Vorhaben ausschöpfbar, die sich an den zu stärken Standorten befinden und hierdurch über eine höhere Ausstrahlkraft verfügen als ein dysfunctional in (solitärer) Streulage gelegenes Vorhaben. Die Obergrenze sollte nur ausgeschöpft werden, sofern das jeweilige Vorhaben auf das Standortprofil einzahlt. Es ist i.d.R. eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens erforderlich.



Der Entwicklungsrahmen lässt sich in einzelne Branchengruppen untergliedern. Grundsätzlich sollten die Expansionspotenziale der einzelnen Branchen wie folgt genutzt werden:

■ Kurzfristiger Bedarf bis zu 2.300 qm VKF:

Hinsichtlich der steigenden Relevanz einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern resp. Drogeriefachmärkten sind kurzfristige Sortimente in städtebaulich integrierten Lagen (Mantelbevölkerung) und hierbei in der Innenstadt (Kernbereich), den Innenstadtergänzungsbereichen und – maßstabsgerecht – auch in den Privilegierten Nahversorgungsstandorten bevorzugt anzusiedeln. Die Flächenpotenziale sollten dazu genutzt werden, etablierte Nahversorgungsstrukturen durch Flächenanpassungen zukunftsfähig abzusichern. So ist davon auszugehen, dass die Erweiterung bzw. Neuaufstellung bestehender Betriebe Flächenbedarfe generieren wird. Ein Restpotenzial (< 800 qm VKF) kann für die behutsame Absicherung der Nahversorgung in den dezentralen Ortsteilen veranschlagt werden.

■ Mittelfristiger Bedarf 1.300 qm bis zu 3.900 qm VKF:

Das bestehende Angebot sollte durch Erweiterungen und gezielte Neuansiedlungen qualifiziert werden. Dabei sollte ein Schwerpunkt auf die Ansiedlung mittelpreisiger Filialisten und fachmarktorientierter Konzepte gelegt werden. Im Innenstadtzentrum geht es auch um eine qualitative Aufwertung und der Aufwertung mindergenutzter Flächen/Geschäfte. Durch die räumliche Bündelung von Angeboten kann zur Steigerung der Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandorts Friesoythe beitragen.

Der mittelfristige Bedarf sollte vorrangig im Innenstadtzentrum (Kernbereich) angesiedelt werden. Ausnahmsweise können auch die Innenstadt-Ergänzungsbereiche Nord und Süd für Vorhaben des mittelfristigen Bedarfs dienen, die sonst aufgrund ihrer Flächenansprüche nicht in den Kernbereich des Innenstadtzentrums integriert werden können (sofern innenstadt-verträglich).

■ Langfristiger Bedarf 1.600 qm bis zu 6.400 qm VKF:

Diese sind aufgrund ihres flächenextensiven Charakters und dem häufig damit verbundenen autokundenorientierten Einkaufsverkehr vorzugsweise an bestehenden Agglomerationen anzusiedeln. Aber auch die Innenstadt und ihre Ergänzungsbereiche sind für diese Sortimente geeignet. Entwicklungsspielräume ergeben sich dabei u.a. bei Möbel und Haus- und Heimtextilien.



In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass es sich bei den oben genannten Entwicklungsoptionen nur um einen groben Orientierungsrahmen handelt, der bei städtebaulich und versorgungsstrukturell sinnvollen (Stichwort: Steigerung der Sogkraft mit Ziel der Erhöhung der Marktstellung im Umland) und stadtentwicklungspolitisch erwünschten Vorhaben unter Abwägung der Vor- und Nachteile und der raumordnerischen Verträglichkeit auch leicht überschritten werden kann. Dafür ist jedoch eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens erforderlich.

Der rechnerische Bruttoentwicklungsrahmen für den Einzelhandel in der Stadt Friesoythe umfasst bis 2025 5.200 bis 12.600 qm Verkaufsfläche und umfasst dabei kurz-, mittel- und langfristige Sortimente. Dieser könnte durch die Erhöhung der Nachfragebindung und insbesondere der Nachfrageabschöpfung im Umland noch erhöht werden. Dies bedarf hierbei jedoch einer konsequenten Steuerung des strukturprägenden Einzelhandels nach Branchen und Standortlagen, was an den „falschen“ Standorten im Einzelfall auch mit Rückstellungen von Baugesuchen verbunden sein wird.



8.3 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung in siedlungsintegrierten Bereichen sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen.

Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Dies ist insbesondere für die zentrenrelevanten Sortimente der Fall.

Das Prinzip der dezentralen Konzentration lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.



Abbildung 43: Strategische Orientierungsprinzipien

Als Herausforderung ist dabei der sich verschärfende Wettbewerb sowohl zwischen den zentralen Orten (v.a. Oldenburg und Cloppenburg) als auch mit dem Online-Handel anzusehen. Die zentralörtliche Position der Stadt Friesoythe sollte vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und für das Umland konsequent gesichert sowie gestärkt werden.

Aber auch innerhalb von Friesoythe sollte am Bewusstsein zur vorrangigen Stärkung von Friesoythe-Ort gearbeitet werden. So gilt in Bezug auf die Ortsteile von Friesoythe, dass der „gelebte“ Wettbewerb zwischen den Ortsteilen mit der Gefahr der Kannibalisierung der Standortlagen gegen die zentralen Steuerungsinstrumente der Zentren- und Nahversorgungsentwicklung spricht.

Die Einzelhandelsentwicklung sollte neben der allgemeinen quantitativen Verbesserung künftig in erster Linie an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden, sodass u.a. Modernisierung der Versorgungsstrukturen zu Attraktivitätssteigerungen führen. Die Bemühungen zielen dabei insbesondere darauf ab, die Innenstadt im Kern als multifunktionalen Einzelhandelsstandort zu stärken. An den Innenstadt-Ergänzungsbereichen gilt es weiterhin maßvoll dimensionierte

Angebote mit Sogkraft vorzuhalten. Verbrauchernahe Angebote ergänzen an passenden Standorten die Einzelhandelsstruktur.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzu- steuern:



Abbildung 44: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Stärken stärken“, hierbei

- Positionierung der Innenstadt als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von beratungsintensiven, weniger transportsensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente (überwiegend mittelfristiger Bedarf) und kopplungsaffiner Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, etc.) sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt ein Mindestmaß an großflächigen und sogkräftigen Magnetbetrieben vorzuhalten.
- Die Ergänzungsbereiche Nord und Süd der Innenstadt sind als fachmarktorientierte Standorte zu behandeln. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte räumlich auf den durch Fachmärkte vorgeprägten Bereich konzentriert werden. Insbesondere Großflächen (> 800 qm VKF), die räumlich nicht im



Kernbereich des Innenstadtzentrums angesiedelt werden können, tragen zur Funktionsergänzung dieser Lage bei und sollten vor allem auf den nach Friesoyther Liste nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten liegen.

- Die privilegierten Nahversorgungsstandorte stellen keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGBs dar. Sie übernehmen allerdings eine wichtige Funktion bei der Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung und befinden sich in siedlungsintegrierter Lage. Dabei handelt es sich i.d.R. um solitär gelegene – jedoch wohngebietsbezogene – strukturprägende Lebensmittelbetriebe. Ergänzende Funktionen und zentrenrelevanter Einzelhandel sind an diesen Standorten stark untergeordnet vorhanden bzw. perspektivisch vorgesehen (Läden < 300 qm VKF).
- Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden, sofern es sich dabei nicht um Vorhaben handeln sollte, die eindeutig der wohnortnahen Grundversorgung dienen und/oder als nicht strukturprägend für Friesoythe zu bezeichnen sind (< 300 qm VKF Ladengröße¹⁹). Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente mit nennenswertem Flächenbedarf die nachweislich nicht in die o.g. privilegierten Standortlagen integrierbar sind, sind auch an sonstigen (teil-)integrierten Siedlungsbereichen möglich.

¹⁹ Vergleiche hierzu v.a. Kapitel 10.3 Herleitung des Anlagetyps des Friesoyther Ladens.



9 Zentrenkonzept für die Stadt Friesoythe

9.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Friesoythe unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (i.d.R. Innenstadt, Innenstadt-Ergänzungsbereiche, Nahversorgungszentren) auch agglomerierte Standorte (i.d.R. Sonderstandorte) sowie Besondere/Privilegierte Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherheits- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von Einzelhandelsgroßprojekten bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem



zentralen Versorgungsbereich ist z.B. im Rahmen der Bauleitplanung eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur²⁰ haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs - solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann - möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Stadtgebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

Grundsätzlich können zentrale Versorgungsbereiche auch einer inneren Gliederung unterzogen werden, womit deutlich gemacht wird, dass einzelne Teilbereiche eines zentralen Versorgungsbereiches unterschiedliche Funktionen wahrnehmen sollen. So lassen sich bspw. innerstädtische Ergänzungsbereiche für großflächige Fachmärkte darstellen, die in den Hauptgeschäftslagen keine ent-

²⁰ Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.



sprechenden Flächen vorfinden, aber durch das komplementäre Zusammenwirken für die Funktionsfähigkeit des Zentrums insgesamt von Bedeutung sind. Die Zentren-Teilbereiche übernehmen im Zusammenspiel damit gemeinsam den Versorgungsauftrag für das jeweilige Einzugsgebiet.

Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Ebenfalls nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzuordnen sind die Privilegierten Nahversorgungsstandorte. Hierbei handelt es sich im Regelfall um solitär gelegene Standorte des Lebensmitteleinzelhandels, die für die wohnortnahe Grundversorgung eine wichtige Funktion einnehmen. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich im Wesentlichen auf das nahe gelegene Umfeld oder räumlich abgesetzte Ortsteile. Ergänzende Funktionen weisen die Standorte in der Regel nicht auf. Insofern geht von diesen Standorten auch kein Zentrumscharakter aus. Da das Baurecht keinen einzelbetrieblichen Konkurrenzschutz vorsieht, entfaltet sich demnach für die Privilegierten Nahversorgungsstandorte auch nicht der Schutzstatus der zentralen Versorgungsbereiche. Nach Vorstellungen des Städtebaurechts und der Landes- und Regionalplanung sind diese aus Sicht der Stadt Friesoythe dennoch bedeutsame Nahversorgungsstandorte, da diese zu den Zentren als ergänzendes Rückgrat eine funktionsfähige und verbrauchernahe Nahversorgung sichern.



Die im Folgenden näher erläuterten funktionalen und städtebaulichen Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Friesoythe:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen und auch realistisch entwickelbar sind²¹.

Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Innenstadtzentrum:

- Größerer Einzugsbereich: Gesamtes Stadtgebiet und Umland (Marktgebiet/i.d.R. Kongruenzraum aperiodisch mittelzentral)
- Regelmäßig breites Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten:
 - Zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente
 - Waren für den kurz- sowie mittel- und langfristigen Bedarf
 - Diverse zentrenergänzende Nutzungen (Multifunktionalität)

²¹ Vgl. u.a. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 und OVG NRW, Urteil vom 15.02.2012. Hierbei wurden auch Mindestanforderungen für zentrale Versorgungsbereiche definiert. Ein zentraler Versorgungsbereich muss mindestens über einen strukturprägenden / zukunftsfähigen Nahversorgungsbetrieb verfügen resp. über das Potenzial zur Ansiedlung eines solchen Magnetbetriebs verfügen.



Funktionaler Ergänzungsbereich mit Zentrumsqualitäten:

- Größerer Einzugsbereich: Gesamtes Stadtgebiet und ggf. Umland
- Überwiegend flächenextensive Sortimente aller Bedarfsbereiche
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte, die sich in autokundenorientierter Lage befinden, zugleich allerdings auch aus den angrenzenden Wohngebieten erreichbar sind
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot an arrondierenden Nutzungen

Darüber hinaus konnten Standortbereiche mit spezifischer Versorgungsbedeutung festgestellt werden, die jedoch die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs nicht (mehr) vollständig erfüllen:

Privilegierte Nahversorgungsstandorte

- Einzugsbereich: direkter Nahbereich (wohnungsnahe Grundversorgung)
- Städtebaulich integrierte Lage und besondere stadträumliche Versorgungsbedeutung
- Solitärstandort *eines* Nahversorgers (> 700 qm bis < 1.500 qm VKF); i.d.R. ergänzt durch einige wenige arrondierende Angebote des täglichen Bedarfs (z.B. Bäcker); prospektiv ausnahmsweise ergänzende Läden < 300 qm VKF
- Kein bis geringer Wettbewerb am Standort

Funktionale Sonderstandorte ohne Zentrumsqualitäten:

- Größerer Einzugsbereich: Gesamtes Stadtgebiet und ggf. Umland
- Überwiegend flächenextensive Angebote mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte, die sich in autokundenorientierter Lage befinden, zugleich allerdings auch aus den angrenzenden Wohngebieten erreichbar sind
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot an arrondierenden Nutzungen

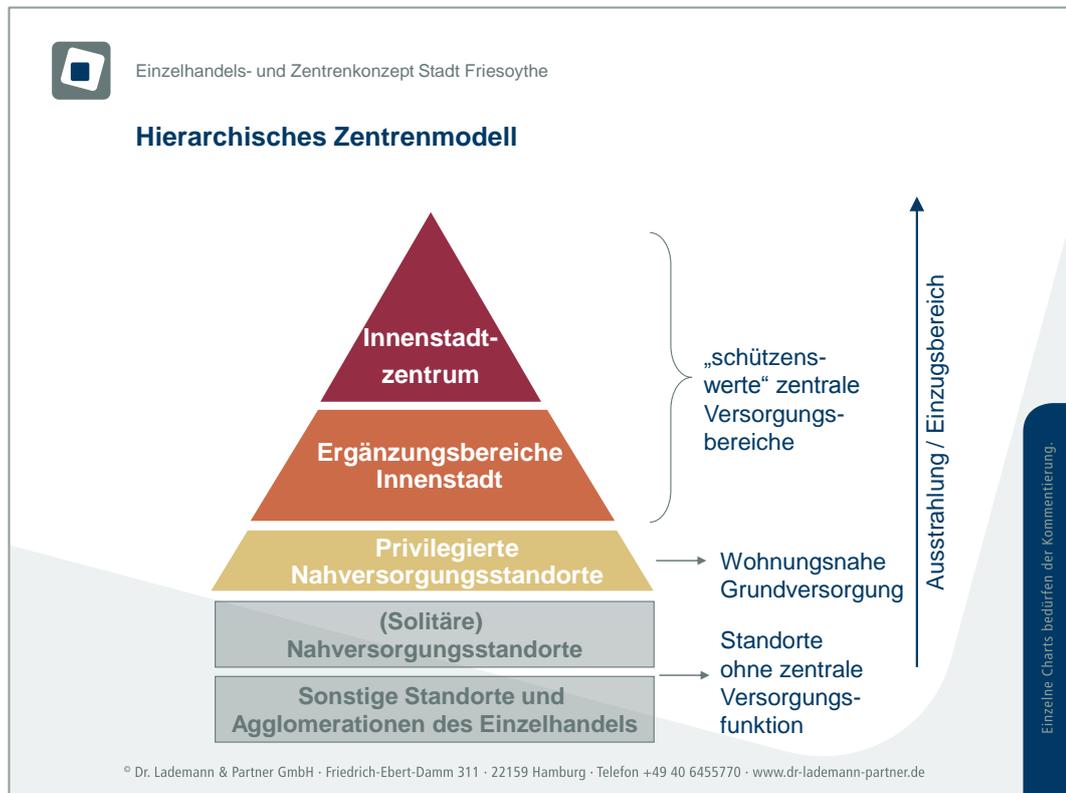


Abbildung 45: Hierarchisches Standortmodell

9.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Friesoythe - Zielperspektive

Neben der in den vorausgegangenen Kapiteln intensiven Auseinandersetzung mit der Bestandsanalyse ist die Betrachtung einer Zielperspektive wichtig.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Friesoythe konkretisiert die Entwicklungsvorstellungen für städtebaulich sinnvolle Standortlagen. Dabei wurde die Einstufung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche auf Basis der o.g. quantitativen als auch qualitativen Kriterien vorgenommen.

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der Standortlagen im Stadtgebiet von Friesoythe:

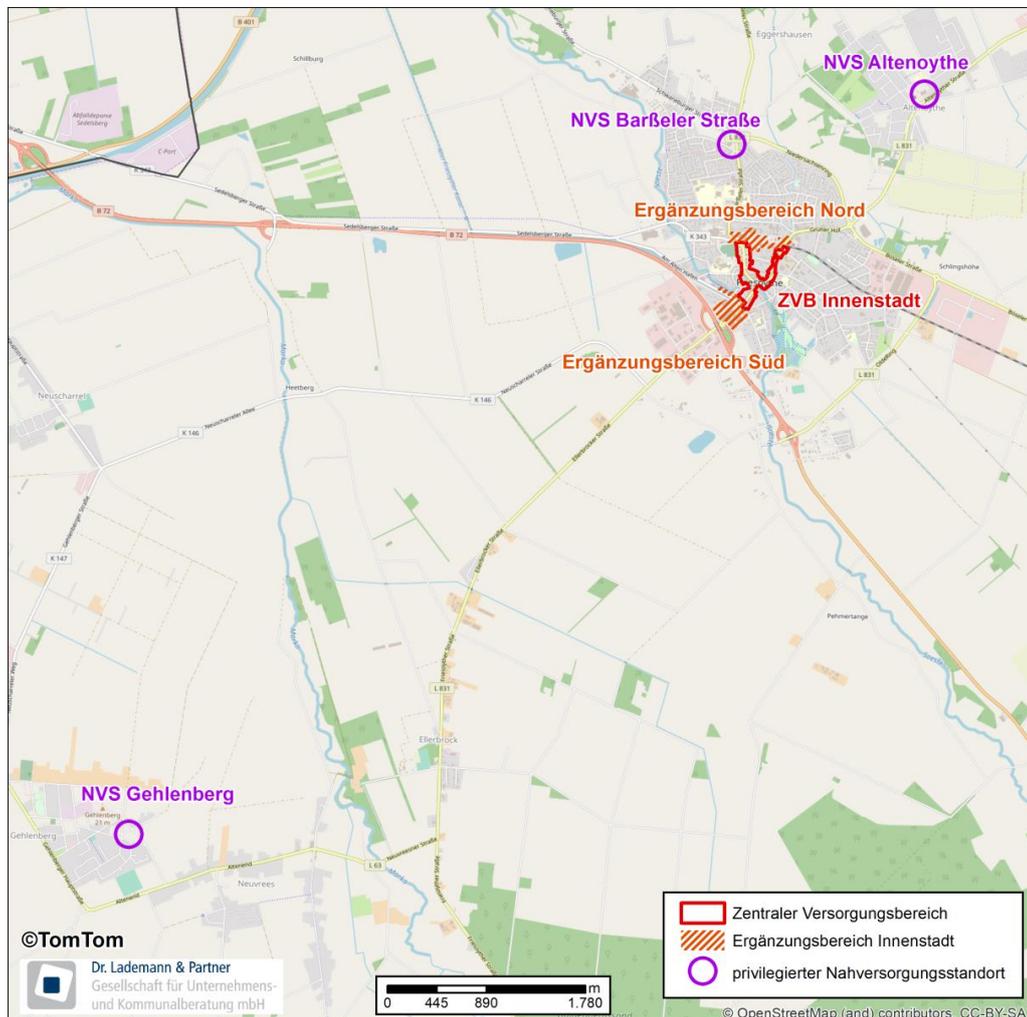


Abbildung 46: Zentrenstruktur Friesoythe

Als zentraler Versorgungsbereich im Sinne des § 34 BauGB ist das Innenstadtzentrum in der Kernstadt von Friesoythe zuzuordnen. Dieses wird dabei durch zwei funktional ergänzende Zentrenbereiche im Norden und Süden mit großflächigen Formaten mit gesamtstädtischer Bedeutung arrondiert.

Sonstige Standortlagen sind als Streulagen ohne Bedeutung im Sinne des § 34 BauGB einzustufen. Privilegierte Nahversorgungsstandorte werden durch einen Solitärstandort eines Nahversorgers (> 700 qm VKF bis 1.200 qm VKF) geprägt und z.T. ergänzt durch einige wenige arrondierende Angebote (z.B. Bäcker). Im Standortumfeld befindet sich kein bis geringer Wettbewerb.



9.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Innenstadt - Kernbereich	
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage im Stadtkern von Friesoythe; der Stadtkern umfasst den gewachsenen Hauptgeschäftsbereich entlang der Bahnhofstraße/Lange Straße im Westen, der Kirchstraße im Osten sowie in gemeinsamer Verlängerung der Moorstraße im Süden. Der Einzugsbereich erstreckt sich über das gesamte Stadtgebiet und schließt die überörtlichen Bereiche des Marktgebiets mit ein.
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Die Innenstadt weist eine lineare Struktur auf, die sich in zwei Teillagen gabelt. Sie ist durch eine heterogene Bebauungs- und Nutzungsstruktur geprägt; überwiegend kleinteiliger und multifunktionaler Nutzungsbesatz; vereinzelt großflächige Angebote
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	durchschnittliche Aufenthaltsqualität; die Hauptgeschäftslagen werden von Durchfahrtsverkehr geprägt.
Siedlungsstrukturen/Nutzungen im direkten Umfeld	Nutzungsmix aus Einzelhandel, zentrenergänzenden Nutzungen, Dienstleistungsangeboten und Gastronomie; zusätzlich vereinzelt Wohnnutzungen (vorwiegend in den Obergeschossen)
Erreichbarkeit MIV	sehr gute Anbindung aus dem gesamten Stadtgebiet; Anbindung über Kirchstraße und Lange Straße, die direkt durch den Stadtkern hindurch verlaufen
Stellplatzangebot	angemessenes Parkplatzangebot innerhalb des Innenstadtkerns; Stellplatzanlagen sowie straßenbegleitend kostenfrei. zudem große Stellplatzanlagen in den beiden Innenstadt-Ergänzungsbereichen fußläufig erreichbar
Erreichbarkeit ÖPNV	Bushaltepunkt (Friesoythe Hansaplatz) innerhalb des ZVB Innenstadt; dieser dient als überörtliche Verbindung in das weitere Stadtgebiet und zu den umliegenden Gemeinden und Städten (u.a. Cloppenburg, Oldenburg)
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund der zentralen Lage besteht eine gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen; Wohnnutzungen sind auch im ZVB vorhanden
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund Verkehrsbelastungen (Kirchstraße, Lange Straße) und nur durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum; Aufwertung nach Abschluss der Sanierungsmaßnahmen zu erwarten
Magnetbetriebe	u.a. Modehaus Thien, Tameling, KiK
EH-Verkaufsfläche 2018	rd. 10.700 qm, davon rd. 400 qm kurzfristiger Bedarf und rd. 6.300 qm mittelfristiger Bedarf
Angebotsspezialisierung/-wertigkeit	überwiegend kleinteilige, durchmischte Strukturen aus inhabergeführtem und filialisiertem Einzelhandel; vielfältiger Branchenmix; v.a. konsumiges Niveau
Struktur des Einzelhandels	Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen von überwiegend zwei- bis dreigeschossigen Immobilien; fast durchgängiger Besatz; im Mittel < 310 qm große Betriebe
Ergänzende Nutzungen	diverse innenstadtypische Nutzungen (Ärzte und gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe, Geldinstitute, Versicherungen, öffentliche Einrichtungen);
Leerstandssituation	sieben kleinteilige Ladenflächen leerstehend (gesamt: rd. 1.000 qm)
Konkurrenz mit anderen Standorten	innerörtlich in einzelnen Sortimenten v.a. mit dem Ergänzungsbereichen Nord und Süd; überörtlich mit dem Mittelzentrum Cloppenburg und dem Oberzentrum Oldenburg
Potenzialflächen	Belegung der Leerstände und z.T. Ersatz von Mindernutzungen; Nachverdichtung im Bestand

Tabelle 10: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Friesoythe – Status quo

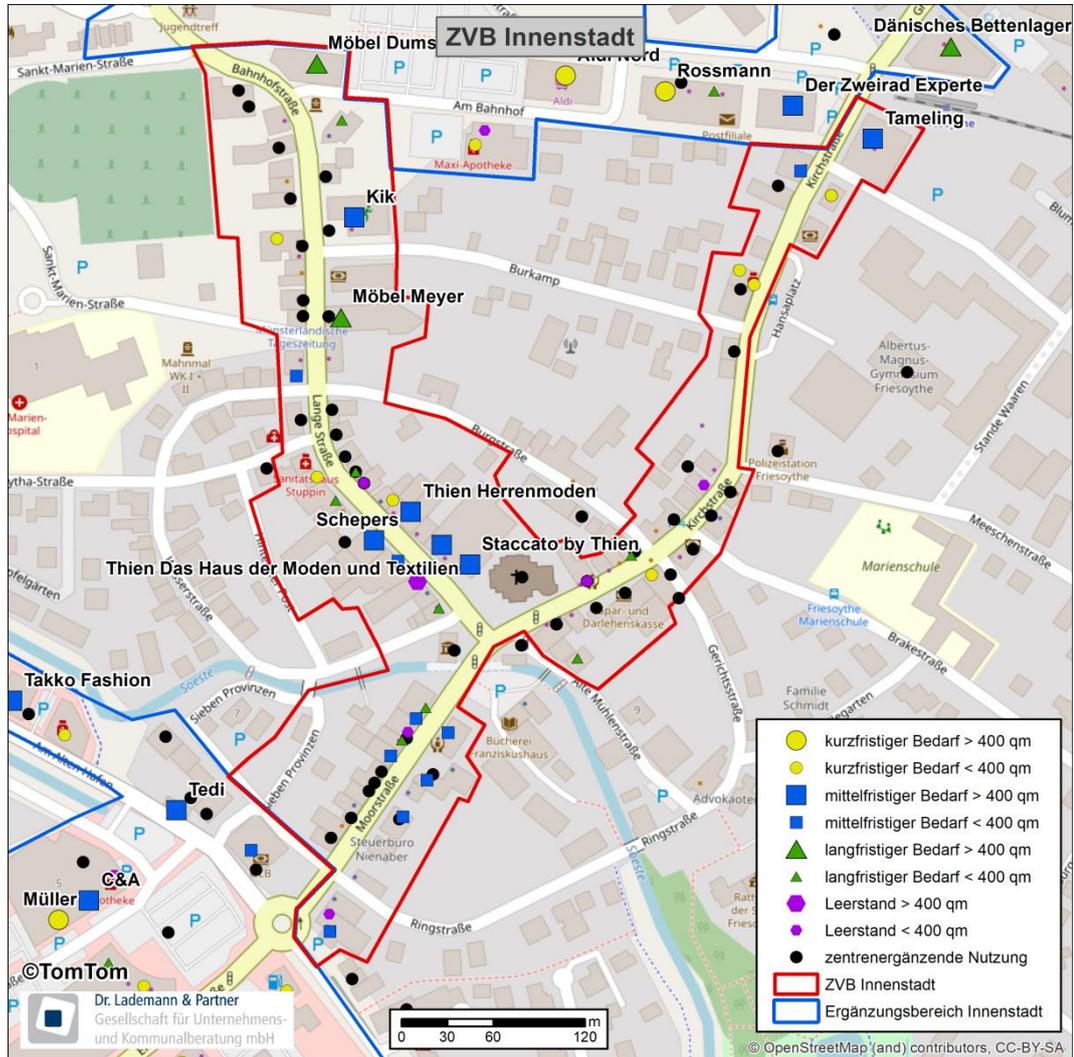


Abbildung 47: Abgrenzung des Innenstadtzentrums Friesoythe



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt	
Stärken	Mischgenutzter Standort mit diversen zentrentypischen Nutzungen; hoher Anteil an zentrenergänzenden Nutzungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (Synergien mit Einzelhandel); erhöhter Anteil inhabergeführten Einzelhandels mit Individualität und Service; gute Anbindung im modal split; gute Warenpräsentation
Schwächen	Teils lückenhafter Nutzungsbesatz in Einkaufslage; vereinzelte Leerstände und Mindernutzungen; zu geringer Anteil an großflächigen nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. an filialisierten Magnetbetrieben;
Handlungsziele	Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs; Sogkraft des Kernbereichs durch Ansiedlung von zentrenrelevanten Magnetbetrieben mit > 400 qm VKF steigern; Arrondierungen durch frequenzerzeugende, innenstadtypische Angebote (ggf. Clusterbildung Gesundheit - Gastronomie, etc.) zur "Inszenierung" der Innenstadt; stärkere Konzentration von Einzelhandelsbetrieben auf den zentralen Versorgungsbereich; Prüfung, ob mindergenutzte Läden oder Flächen im Zentrum einen Beitrag zur Attraktivierung liefern können; Bestandsbetriebe durch moderate Erweiterungen sichern; Flächenzusammenlegungen der Ladenlokale prüfen (bzw. Vertiefung der Ladenlokale); Aufwertung des Außenauftritts der einzelnen Ladenlokale anstreben (Fassaden, Schaufenster)

Tabelle 11: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Friesoythe - Perspektive



9.2.2 Innenstadt-Ergänzungsbereich „Nord“

Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord	
Lage und Einzugsbereich	Lage direkt nördlich anschmiegend an die Friesoyther Kernstadt. Der Einzugsbereich erstreckt sich v.a. über das nordöstliche Stadtgebiet und spricht zudem auch die übrigen Bereiche des Marktgebiets des Einzelhandels an.
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Vorrangig großflächige Fachmärkte entlang der Europastraße mit großzügigen vorgelagerten Kundenparkplätzen;
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	keine besondere städtebauliche Qualität aufgrund der funktionalen Fachmarktarchitektur der Solitärbauten
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	nördlich angrenzend überwiegend homogen strukturierte Wohngebiete in offener Bauweise; Wohnnutzungen zusätzlich südlich angrenzend in den Zwischenbereichen des ZVB Innenstadt.
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Europastraße und die Hauptdurchfahrtsstraßen der Kernstadt von Friesoythe
Stellplatzangebot	entsprechend dem Angebot ausreichende Stellplatzanzahl in dem Ergänzungsbereich Nord, die zugleich auch für die Besucher der Kerninnstadt fungieren
Erreichbarkeit ÖPNV	keine direkte ÖPNV Anbindung
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der Ansammlung von Fachmärkten und nur durchschnittlich gestaltener öffentlicher Raum
Magnetbetriebe	u.a. E-Center, Aldi, Rossmann, Dänisches Bettenlager
EH-Verkaufsfläche 2018	rd. 7.950 qm, davon rd. 4.050 qm kurzfristiger Bedarf
Angebotsspezialisierung/-wertigkeit	Fokus auf nahversorgungsrelevante Angebote, arrondiert durch langfristige Angebote (Bau- und Gartenbedarf; Möbel); überwiegend mittleres Preisniveau
Struktur des Einzelhandels	räumlich kompaktes Angebot, das die verbrauchernahe Grundversorgung für die nördliche Kernstadt von Friesoythe abdeckt (solitäre Fachmärkte)
Ergänzende Nutzungen	vereinzelt Gastronomie
Leerstandssituation	1 Leerstand (rd. 100 qm VKF)
Konkurrenz mit anderen Standorten	Wettbewerbsbeziehung mit dem Ergänzungsbereich Süd (v.a. Nahversorgung)
Potenzialflächen	keine offensichtlichen Flächen vorhanden; vorrangig im Bestand

Tabelle 12: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord – Status quo

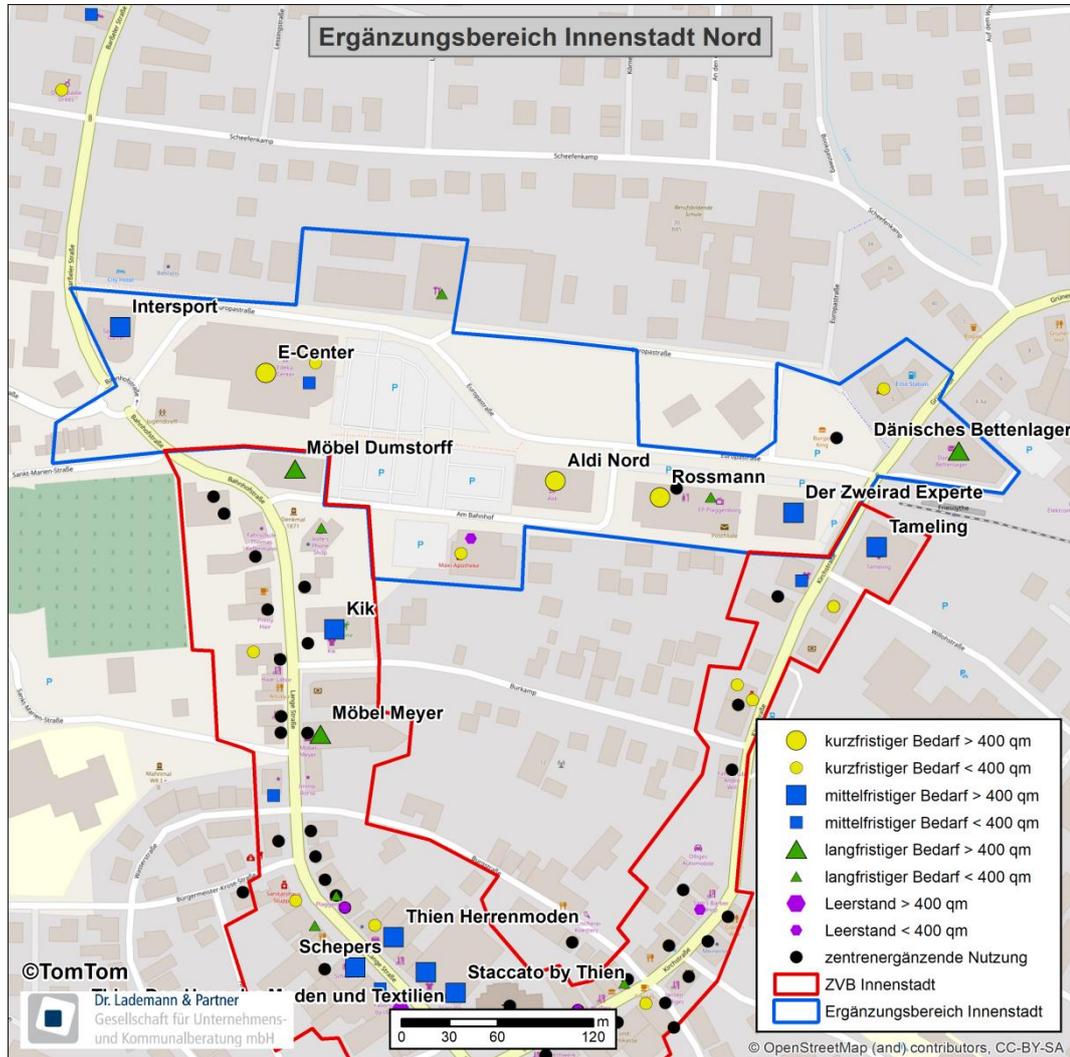


Abbildung 48: Abgrenzung Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord

Bewertung des Ergänzungsbereichs Nord	
Stärken	Modern aufgestellte Angebote sind räumlich kompakt ausgeprägt; v.a. für Versorgung des nordöstlichen Stadtgebiets relevant; umfassendes Stellplatzangebot
Schwächen	ohne konsequente Steuerung Gefahr der Kannibalisierung/Zersplitterung zu Lasten der Kompaktheit des Angebots der zentralen Innenstadtlage
Handlungsziele	Sicherung des Bestandes; moderate Verkaufsflächenverweiterungen zur modernen Marktanpassung zulassen

Tabelle 13: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Nord - Perspektive



9.2.3 Innenstadt-Ergänzungsbereich „Süd“

Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd	
Lage und Einzugsbereich	Lage direkt südlich anschmiegend an die Friesoyther Kernstadt. Der Einzugsbereich erstreckt sich v.a. über das südwestliche Stadtgebiet und spricht zudem auch die übrigen Bereiche des Marktgebiets des Einzelhandels an.
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Funktionale Ansammlung mehrerer großflächiger Betriebe in solitären Einzelhandelsimmobilien
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	keine besondere städtebauliche Qualität aufgrund der funktionalen Bauweise
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	südöstlich anschmiegende Wohnnutzungen; im Südwesten wirkt der Verlauf der B 72 als Barriere
Erreichbarkeit MIV	gute verkehrliche Erreichbarkeit aufgrund der unmittelbaren Lage an der B 72 bzw. L 831 (Ellerbrocker Straße); der Hauptdurchfahrtsstraßen der Friesoyther Kernstadt
Stellplatzangebot	großzügiges und funktionsgerechtes Angebot kostenloser Parkplätze auf den vorgelagerten Stellplatzflächen der flächengrößten Betriebe
Erreichbarkeit ÖPNV	Bushaltepunkt 'Thüler Straße /BBS' befindet sich in fußläufiger Entfernung (im Osten des Ergänzungsbereichs); diese stellt die Verbindung in das weitere Gemeindegebiet und in umliegende Gemeinden (u.a. Barßel).
Fußläufige Erreichbarkeit	Eine fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohngebieten gegeben
Aufenthaltsqualität	Keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der funktionalen Gestaltung des Ergänzungsbereichs Süd
Magnetbetriebe	u.a. Famila, Lidl, Müller, C&A, Deichmann
EH-Verkaufsfläche 2018	rd. 13.650 qm, davon rd. 6.500 qm kurzfristiger Bedarf
Angebotsspezialisierung/-wertigkeit	Fokus auf nahversorgungsrelevante Angebote, arrondiert durch mittelfristige Angebote (Bekleidung, Schuhe); mittleres und preisorientiertes Angebot
Struktur des Einzelhandels	räumlich kompaktes Angebot, das die verbrauchernahe Grundversorgung für die südliche Kernstadt von Friesoythe abdeckt (solitäre Fachmärkte)
Ergänzende Nutzungen	Konzessionäre, Friseur
Leerstandssituation	1 Leerstand (rd. 120 qm VKF)
Konkurrenz mit anderen Standorten	Wettbewerbsbeziehung mit dem Ergänzungsbereich Nord (v.a. Nahversorgung)
Potenzialflächen	ggf. Fläche westlich von Drogerie Müller und C&A; im Bestand

Tabelle 14: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd – Status quo



Abbildung 49: Abgrenzung Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd

Bewertung des Ergänzungsbereichs Süd	
Stärken	gute Anbindung im modal split; großzügiges Stellplatzangebot, welches auch aus der Hauptlage der Innenstadt erreichbar ist; sogstarke Einzelhandelslage mit Magnetbetrieben u.a. aus den Bereichen Lebensmitteleinzelhandel, Drogerie, Bekleidung, Schuhe mit Sogkraft auf das gesamte Marktgebiet
Schwächen	ohne konsequente Steuerung Gefahr der Kannibalisierung/Zersplitterung zu Lasten der Kompaktheit des Angebots der zentralen Innenstadtlage
Handlungsziele	Sicherung des Bestandes im zentralen Versorgungsbereich; moderate Verkaufsflächenerweiterungen zur modernen Marktanpassung zulassen; Eignung der Potenzialfäche zum Abbau von Angebotslücken bei vorrangig nicht-zentrenrelevanten Sortimenten prüfen (Betrieb mit > 400 qm VKF); weitgehender bis vollständiger Ausschluss von nahversorgung- und zentrenrelevanten Einzelhandel im westlichen Teil des Alten Hafens

Tabelle 15: Zentrenpass – Innenstadt-Ergänzungsbereich Süd - Perspektive

9.3 Standortlagen des großflächigen Einzelhandels außerhalb der Innenstadt (Sonderstandorte)

Die Versorgungslage des großflächigen Einzelhandels außerhalb der Friesoyther Innenstadt konzentriert sich primär auf die Durchfahrtstraßen sowie auf (ehemalige) Gewerbegebiete. Vornehmlich ist beiderseits der Ellerbrocker Straße sowie im Bereich der Böseler Straße großflächiger Einzelhandel des langfristigen Bedarfs - bzw. von in Friesoythe als nicht-zentrenrelevant definierter Sortimente - angesiedelt. Im westlichen Bereich der ehemaligen Fachmarktlage Alter Hafen sind zudem mehrere leerstehende Fachmärkte verortet, die jedoch nicht mehr gesondert als Standortlage für den Einzelhandel vorgesehen ist (vgl. Kapitel 11).

Fachmarktstandort Ellerbrocker Straße

Es handelt es sich um eine lockere Ansammlung verkehrsorientierter Angebote, die bauplanungsrechtlich im GE und im MI liegen. Dr. Lademann & Partner empfehlen ausschließlich die unmittelbar über die Ellerbrocker Straße erschlossenen Bereiche als Vorzugsraum für groß- und kleinflächige, nicht-zentrenrelevante Sortimente zu behandeln, die dahinter angrenzenden Gewerbegebiete sind von Einzelhandel demgegenüber freizuhalten.



Abbildung 50: Verteilung des Einzelhandels an der Ellerbrocker Straße



Fachmarktstandort Böeseler Straße

Im Bereich der Böeseler Straße lässt sich als Standortlage mit den ausstrahlungsstarken Angeboten ein BBM Markt identifizieren. Auch dieser Bereich wäre als Versorgungsraum für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel zu bevorzugen. So befinden sich dort noch gewisse Flächenreserven z.B. für Kfz-orientierte Nutzungen resp. für sperrige nicht-zentrenrelevante Sortimente.



Abbildung 51: Verteilung des Einzelhandels an der Böeseler Straße

9.4 Privilegierte Nahversorgungsstandorte

Gegenüber dem Einzelhandelskonzept von 2009 werden einige ehemals als Nahversorgungszentren eingestufte Bereiche nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen, sondern nunmehr als Privilegierte Nahversorgungsstandorte definiert. Im Sinne der Rechtsprechung verfügen diese Bereiche nicht über die Mindestausstattung an Betrieben und Funktionen eines zentralen Versorgungsbereiches, sodass diese jeweils ihre (einzelhandelsbezogene) Versorgungsfunktion aufgrund von fehlenden Entwicklungsperspektiven zur Weiterentwicklung eingeebüßt haben:

Im ehemaligen zentralen Versorgungsbereich Barßeler Straße liegt die Gesamtverkaufsfläche des Standortbereichs bei weniger als 1.800 qm. Neben dem Netto-Lebensmitteldiscounter, beschränkt sich das Angebot im Wesentlichen auf einen Action-Nonfood-Discounter und wenige ergänzende Nutzungen (wie Spielhalle).

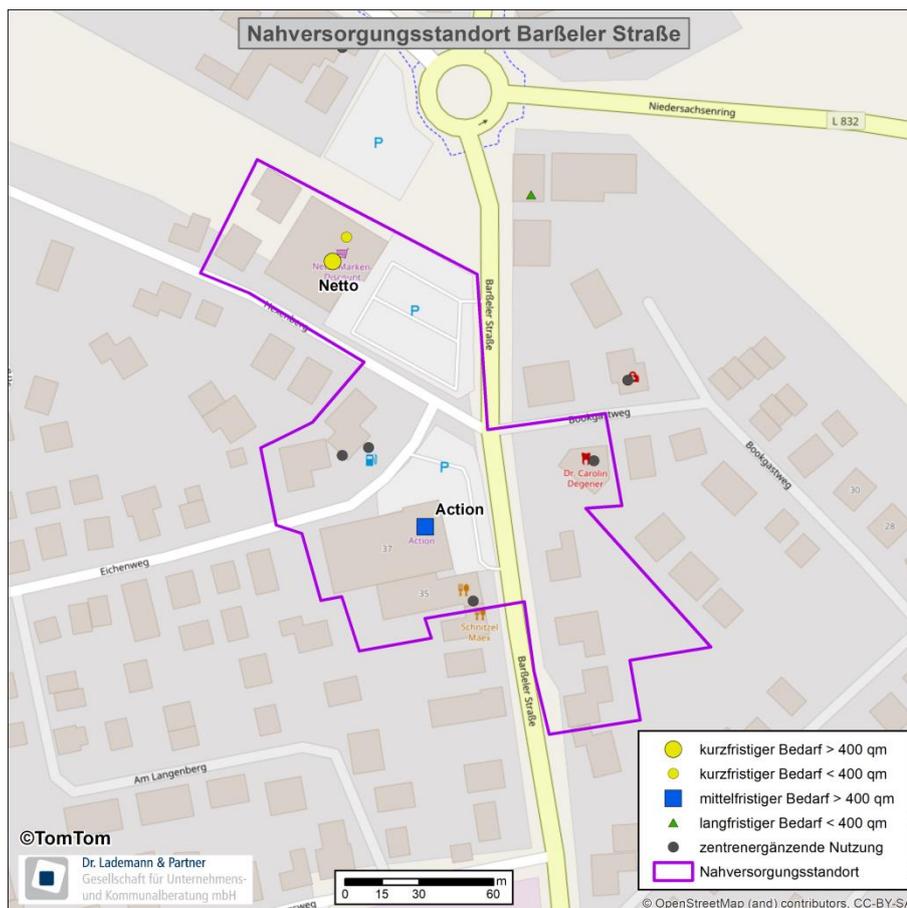


Abbildung 52: Privilegierter Nahversorgungsstandort Barßeler Straße

Der ehemaligen zentralen Versorgungsbereich Altenoythe beherbergt mit einem K+K-Verbrauchermarkt, zwei Bäckereien und einem Raumausstatter sowie vier einzelhandelsnahen Dienstleistern rd. 1.100 qm Verkaufsfläche.

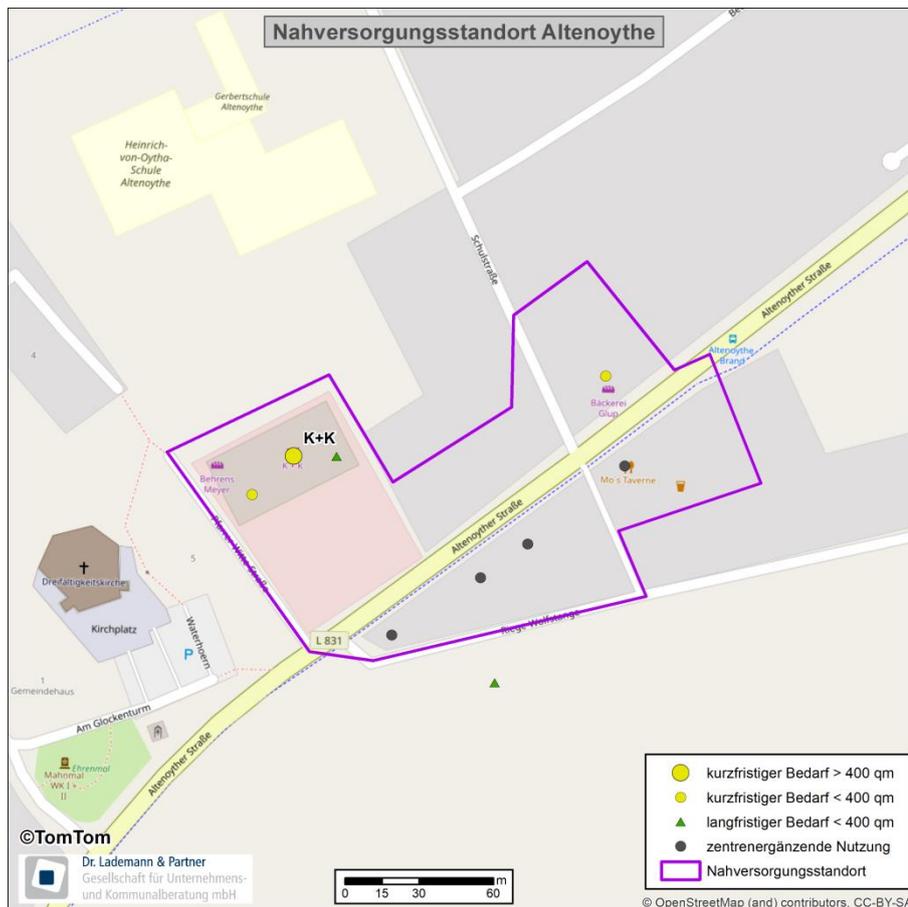


Abbildung 53: Privilegierter Nahversorgungsstandort Altenoythe

Im Ortsteil Gehlenberg wurde ein NP-Lebensmitteldiscounter errichtet. Dieser sowie die bereits genannten Nahversorgungsstandorte übernehmen für die Bewohner der umliegenden Wohnsiedlungsstrukturen eine wichtige Grundversorgungsfunktion, weshalb die Märkte künftig als Privilegierte Nahversorgungsstandorte geführt werden.

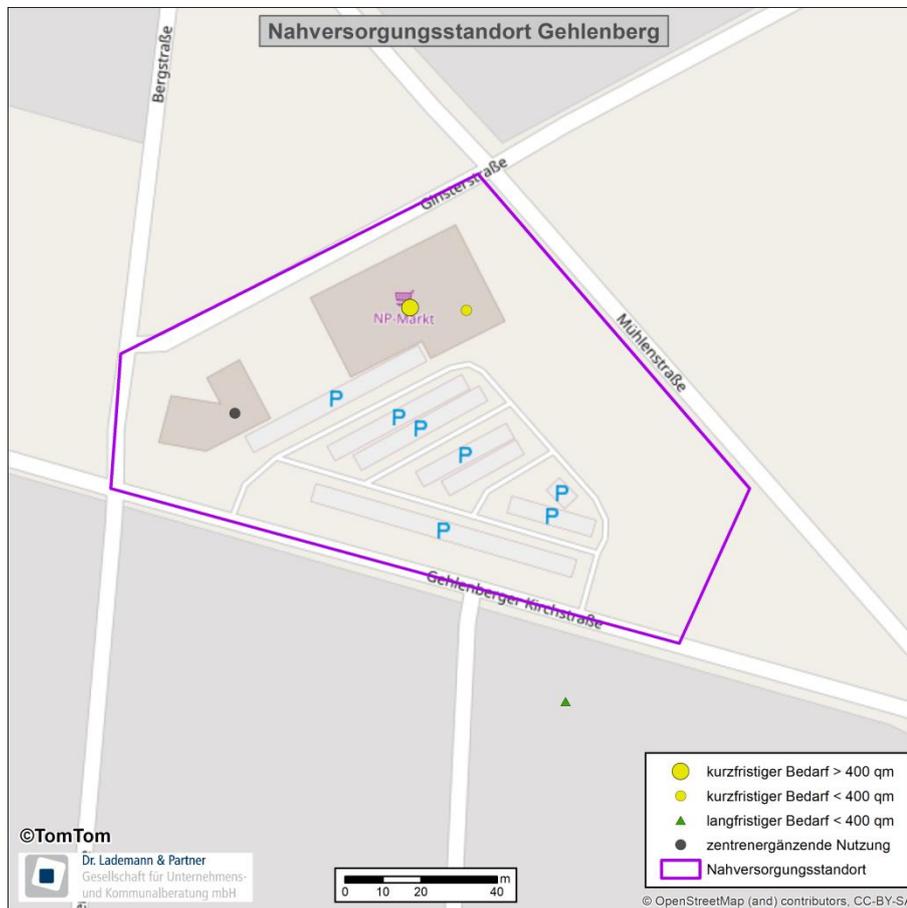


Abbildung 54: Privilegierter Nahversorgungsstandort Gehlenberg

Begründung zur Aufnahme von Privilegierten / Besonderen Nahversorgungsstandorten

Um die qualifizierte Nahversorgung im Stadtgebiet unterhalb der Ebene der zentralen Versorgungsbereiche zu steuern, wurden im Stadtgebiet im Rahmen der Fortschreibung nunmehr die allesamt aus der Kategorie der Nahversorgungszentren entfallenden Standorte als Privilegierte Nahversorgungsstandorte definiert. Dabei handelt es sich um Bestandsstandorte des Lebensmitteleinzelhandels, denen aufgrund ihrer stadträumlichen Lage eine wichtige Funktion zur wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung zugewiesen wird, die aber nicht als zentrale Versorgungsbereiche und/oder Fachmarktstandorte definiert sind.

An den Privilegierten Nahversorgungsstandorten sind Erweiterungen und/oder Abriss/Neubau des Lebensmittelmarkts prinzipiell zulässig, um diesen Standorten die Möglichkeit zu geben, sich zukunftsfähig aufzustellen und damit die wohnort-



tnahe Grundversorgung langfristig sicherzustellen. Nicht immer sind jedoch die Grundstücksvoraussetzungen gegeben, die eine ggf. erwogene Erweiterung des Bestandsmarkts auf dem eigenen Grundstück ermöglichen. Vor diesem Hintergrund wurden die Standortbereiche in der Ausdehnung bereits großzügiger definiert.

Zwar gibt es in den Friesoyther Ortsteilen noch weitere Bereiche, die fußläufig nicht versorgt sind. Das jeweilige Nachfragepotenzial in diesen Bereichen fällt jedoch vergleichsweise gering aus, sodass sich ein zusätzlicher Nahversorger nicht allein aus der örtlichen Bewohnerschaft tragen könnte, sondern auf signifikante Kaufkraftzuflüsse aus angrenzenden Bereichen angewiesen wäre. Vor diesem Hintergrund wurde in Markhausen kein Privilegierter Nahversorgungsstandort aufgenommen. Denn angesichts des insgesamt zu beobachtenden Verkaufsflächenüberhangs könnte dies zu teils erheblichen Umsatzrückgängen in den Zentren oder den Privilegierten Nahversorgungsstandorten führen. Daher empfehlen Dr. Lademann & Partner für das übrige Stadtgebiet eine restriktive Grundhaltung gegenüber Neuansiedlungen von Nahversorgungsbetrieben mit mehr als 300 qm Verkaufsfläche (bis 300 qm VKF als Friesoyther Laden/ Nachbarschaftsläden).²² Im begründeten Einzelfall kann zur Argumentation eines Gebietsversorgers dieser Schwellenwert auch überschritten werden, dabei sind der Bedarf und die Verträglichkeit des Vorhabens zu belegen.

Sollte sich in den nächsten Jahren zeigen, dass ein weiterer Standort in die Kategorie der Privilegierten Nahversorgungsstandorte aufzunehmen wäre, sind folgende Kriterien der Einstufung zu Grunde zu legen:

- Die Privilegierten Nahversorgungsstandorte müssen ihre Umsätze im Wesentlichen aus ihrem jeweiligen fußläufigen Einzugsgebiet generieren. Dies setzt ein Mindestmaß an Einwohnern im fußläufigen Einzugsgebiet (max. 1.000 m-Isochrome resp. ein dezentraler Ortsteil) voraus.
- Standorte scheiden aus, sofern nicht ein eindeutiger Wohngebietsbezug besteht und nicht mindestens 2.300 Einwohner²³ im fußläufigen Einzugsbereich

²² Die Herleitung und Begründung wird im Kapitel 10.3 vorgenommen.

²³ Der Mindesteinwohnerzahl im fußläufigen Einzugsgebiet (1.000 m-Isochrome, vgl. LROP) liegt folgende Annahme zu Grunde: Um einen großflächigen Lebensmittelbetrieb (zzgl. Randsortimente) betreiben zu können, wird unter Ansetzung einer gemittelten Flächenproduktivität im LEH (rd. 4.300 €/qm Verkaufsfläche) ein Umsatzvolumen von etwa 3,4 Mio. € benötigt. Ein Lebensmittelbetrieb dient der verbrauchernahen Versorgung, wenn der Gesamtumsatz <50 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt. Im Nahbereich müsste also mindestens ein Kaufkraftvolumen von ca. 6,9 Mio. € zur Verfügung stehen. Dies entspricht



resp. im einen dezentralen Ortsteil leben. Darüber ist sichergestellt, dass der jeweilige Markt den wesentlichen Teil seines Umsatzes mit Kunden aus dem fußläufigen Einzugsgebiet generiert.

- Standorte, die im fußläufigen Einzugsbereich eines zentralen Versorgungsbereichs liegen, scheiden grundsätzlich bei der Festlegung von Privilegierten Nahversorgungsstandorten aus. So kann sichergestellt werden, dass die Privilegierten Nahversorgungsstandorte nicht in den Kerneinzugsgebieten der Zentren liegen und diese in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigen. Die fußläufigen Einzugsgebiete der Privilegierten Nahversorgungsstandorte (max. 1.000 m) dürfen sich nur dann überlagern, wenn die Stadt Friesoythe eine Übertragung der bisherigen Versorgungsfunktion einer Standortlage an einen geeigneteren Standort positiv begleitet (z.B. wenn Altstandort mangels Flächenreserven nicht mehr fortgeführt werden kann).

Im Friesoyther Stadtgebiet konnten insgesamt drei bestehende Privilegierte Nahversorgungsstandorte mit besonderer Funktion für die Wohngebietsversorgung identifiziert werden. Zur Ermittlung der maximalen Verkaufsfläche für etwaige Vorhaben sind konkrete Verträglichkeitsprüfungen vorzulegen sowie der Nachweis, dass das Vorhaben der Versorgung der umliegenden Bevölkerung dient und der wesentliche Teil des Umsatzes mit Kunden aus den umliegenden Wohnquartieren generiert wird. Betriebe mit > 300 qm VKF und zentrenrelevanter Sortimenten scheiden aufgrund der fehlenden Quartiersausrichtung grundsätzlich an diesen Standorten aus.

(unter Berücksichtigung der kaufkraftgewichteten Ausgabesätze für den periodischen Bedarf) einem Einwohnerpotenzial von etwa 2.300 Einwohnern.



10 Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe

10.1 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Friesoyther Liste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung:

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Friesoyther Sortimentsliste")		
nahversorgungsrelevant*	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Nahrungs- und Genussmittel	Bekleidung, Wäsche	Möbel, Küchen
Drogerie-, Wasch-, Kosmetikartikel	Baby- und Kinderartikel	Antiquitäten
Getränke	Bücher	Bau- und Heimwerkerbedarf
Pharmazeutischer Bedarf	Computer und Telekommunikation	Bettwaren, Matratzen
Schnittblumen	Elektrokleingeräte	Bodenbeläge, Teppiche
Zeitungen, Zeitschriften	Fahrräder und Zubehör	Campingartikel und -möbel
	Foto, Film, Optik, Akustik	Elektrogroßgeräte, Weiße Ware
	Geschenkartikel, Wohnaccessoires	Gartenbedarf, Pflanzen
	Glas, Porzellan, Keramik	Heimtextilien, Gardinen und Zubehör
	Haus- und Tischwäsche	Kfz-Zubehör
	Hausrat/ Haushaltswaren	Lampen/ Leuchten/ Sonstige Elektroartikel
	Hobby-/ Bastelartikel, Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Stoffe	Lebende Tiere, Tiernahrung, Zubehör
	Kunstgegenstände, Bilderrahmen	Sanitätswaren
	Lederwaren, Koffer, Taschen	Sportgroßgeräte
	Musikalien, Musikinstrumente, Tonträger	
	Papier, Schreibwaren	
	Parfümeriewaren	
	Reitbedarf, Angeln, Waffen, Jagdbedarf	
	Schuhe	
	Spielwaren	
	Sportartikel und -bekleidung	
	Uhren, Schmuck, Silberwaren	
	Unterhaltungselektronik	

Quelle: Dr. Lademann & Partner. * zugleich i. d. R. auch zentrenrelevant.
Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

Tabelle 16: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Friesoyther Liste“)

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. unter Berücksichtigung der bisherigen Einstufung der Sortimente sowie anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets.



Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind.

Gemäß der Strategie „Stärken stärken“ sollten innenstadttypische Angebote weiterhin das Innenstadtzentrum prägen. Zum Abbau von Sortimentslücken sind innerhalb des Kernbereichs des zentralen Versorgungsbereiches ggf. nicht ausreichend Flächen verfügbar, um den aufgezeigten Bedarf nach größerflächigen Einzelhandelsflächen decken zu können. In die Abwägung von Vorhaben ist im Einzelfall auch einzustellen, ob die einzelnen Sortimente im Kontext bestehender Betriebstypen jeweils realistisch in einen zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Kernbereich) integrierbar sind (bspw. hinsichtlich Dimensionierung), oder aber ob für die Ansiedlung eine alternative Standortlage (Ergänzungsbereiche Nord/Süd) in Frage kommt. Aus stadtstrukturellen Gründen ist es daher sinnvoll, den Entwicklungsfokus bei flächenextensiveren zentrenrelevanten Angeboten zusätzlich auf die Innenstadt-Ergänzungsbereiche Nord und Süd zu lenken. Eine Zersplitterung der Einzelhandelsnutzungen innerhalb des Stadtgebiets ist zu vermeiden.

Nahversorgungsrelevante Angebote (zugleich zentrenrelevant) sind im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung im deutlich untergeordneten Umfang in Streulagen vertretbar (Wohngebietsversorgung).

10.2 Ansiedlungsregeln zur räumlichen Steuerung

Die folgenden Steuerungsempfehlungen zeigen auf, an welchen Standorten nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante bzw. nicht-zentrenrelevante Sortimente durch Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben ausgeschöpft werden sollten.

Ansiedlungsregel 1:

Nahversorgungsrelevante Sortimente (gem. Friesoyther Sortimentsliste)

- **Prioritär** sind nahversorgungsrelevante Sortimente als Hauptsortiment im Innenstadtzentrum anzusiedeln. Im Kernbereich sind diese stets möglich, in den Ergänzungsbereichen dann, sofern negative Auswirkungen nicht zu erwarten sind. Die Innenstadt-Ergänzungsbereiche Nord und Süd fungieren als Ausweichstandorte für nahversorgungsrelevante Sortimente – vorzugsweise sind hier Läden > 800 qm VKF abzusichern (sofern negative Wirkungen auf andere Standortlagen nicht zu erwarten sind).



- Nachgeordnet ist zu empfehlen:
 - Absicherung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten an privilegierten Nahversorgungsstandorten außerhalb des räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs.
 - An sonstigen integrierten Lagen nur unter der Voraussetzung: Sie dienen der Nahversorgung der im Nahbereich vorhandenen Wohnbevölkerung und lassen keine Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt und seinen Ergänzungsbereichen erwarten. Die Verkaufsfläche ist dort auf in Anlehnung an den Friesoyther Laden auf max. 300 qm VKF begrenzt (gilt auch für Agglomerationen).
Im Einzelfall kann eine VKF von bis zu 800 qm VKF begründet werden (Nachweis von Bedarf sowie Ausschluss von Auswirkung auf Entwicklungsperspektiven zulasten privilegierter Lagen erforderlich).
- Vor dem Hintergrund der Gefahr einer Zersplitterung des Angebots ist nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in nicht integrierten Lagen auszuschließen. Gewerbegebiete sind vom nahversorgungsrelevanten Einzelhandel freizuhalten.

Ansiedlungsregel 2:

Zentrenrelevante Sortimente (gem. Friesoyther Sortimentsliste)

- Zentrenrelevante Hauptsortimente sind in zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln:
Das Innenstadtzentrum (Kernbereich) stellt das Investitionsvorranggebiet dar. Die Innenstadt-Ergänzungsbereiche Nord und Süd fungieren als Standorte für Fachmärkte (Abbau von Angebotslücken, größerflächige Betriebe).
- Ausschluss von neuen zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der o.g. privilegierten Standortlagen. Die Bestandsbetriebe bleiben davon unberührt. Die Überprüfung und Anpassung von relevanten Bebauungsplänen wird empfohlen.
- Ausnahme: Im begründeten Einzelfall kann für integrierte Standortlagen, die keine Wechselwirkung mit dem Innenstadtzentrum und den Innenstadt-Ergänzungsbereichen von Friesoythe haben, eine Verkaufsfläche von bis zu 300 qm als konzeptkonform angesehen werden. Mit dieser Regel sind solche Betriebe erfasst, die vorrangig auf die Ortsteilversorgung ausgerichtet sind. Agglomerationen sind summarisch zu bewerten.



- Zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente sind außerhalb der privilegierten Standortlagen auf 10 % (max. 800 qm VKF) zu begrenzen. Teilsortimente sind dabei auf je max. 300 qm VKF zu begrenzen.

Ansiedlungsregel 3:

Nicht-zentrenrelevante Sortimente (gem. Friesoyther Sortimentsliste)

- Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente sollten vorrangig in den Bereichen Böseler Straße und Ellerbrocker Straße angesiedelt werden, um Agglomerationsseffekte zu erschließen.
- Sie sind nachgeordnet auch an anderen Standorten, insbesondere in der Innenstadt und ihren Ergänzungsbereichen möglich.
- Zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente sind außerhalb der privilegierten Standortlagen auf 10 % (max. 800 qm VKF) zu begrenzen. Teilsortimente sind dabei auf je max. 300 qm VKF zu begrenzen.

Ansiedlungsregel 4: Änderungen im Bestand/Bestandsschutz²⁴

Umgang mit Bestandsbetrieben - Bestandssicherung 10 %

- Vorrangiges Entwicklungsziel ist die Sicherung bestehender Angebote. Der aktive Bestandsschutz kann bis zu einer Verkaufsflächenerweiterung um +10 % im Gültigkeitszeitraum des Einzelhandelskonzepts als konform mit den Steuerungsregeln bewertet werden.
- Bei zentralen Versorgungsbereichen (inkl. Ergänzungsbereiche) und den privilegierten Nahversorgungsstandorten ist eine Umnutzung bestehender Angebote innerhalb des gleichen Sortiments sowie zugunsten nicht-zentrenrelevanter Sortimente grundsätzlich möglich.
- Bei sonstigen Lagen ist stets eine Umnutzung bestehender Angebote zugunsten nicht-zentrenrelevanter Sortimente oder einzelhandelsfremder Nutzungen zu prüfen.
- Betriebe des Kfz-Handels sowie Großhandel/Produktion mit max. 10 % Umsatz durch Endverbraucher unterliegen nicht den Steuerungsregeln.

²⁴ Hinweis: Grundsatz 4 „Bestandssicherung“ ist nur anzuwenden, wenn ein Vorhaben nach Grundsatz 1 bis 3 nicht kompatibel ist



Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Friesoythe

Steuerungsempfehlungen

Hauptsortiment Standortlage	Nahversorgungsrelevant			Zentrenrelevant			Nicht-zentrenrelevant			Anmerkung
	<300 qm	> 300 bis <800 qm	>800 qm	<300 qm	> 300 bis <800 qm	>800 qm	<300 qm	> 300 bis <800 qm	>800 qm	
Innenstadt (Kernbereich)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Alle Sortimente und Größen zulässig
Innenstadt-Ergänzungsbereiche	○	○	✓	○	○	✓	✓	✓	✓	Standortbereich v.a. großflächige Nutzungen
Privilegierte Nahversorgungsstandorte	✓	✓	✓	○	✗	✗	✓	○	○	Sicherung der Nahversorgung
Sonstige Lagen	✓	○	✗	○	✗	✗	○	○	○	Anpassung Bebauungspläne

Nahversorgungs- und zentrenrel. Randsortimente sind bis max. 10 % des Gesamtvorhabens zulässig.
Agglomerations- und Gemengelagen kleinflächiger Betriebe sind kumuliert zu betrachten.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 55: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (✓ = grundsätzlich konzeptkonform; ○ = im Einzelfall zu prüfen; ✗ = nicht konzeptkonform)

10.3 Anlagentyp „Friesoyther Laden“

Nach § 1 Abs. 9 BauNVO kann (wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen) in einem B-Plan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den jeweiligen Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können.

§ 1 Abs. 9 BauNVO ermöglicht insofern eine Differenzierung nach Nutzungsarten bzw. Anlagentypen. Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass es diese auch tatsächlich gibt. Die BauNVO kennt lediglich großflächige und nicht-großflächige Betriebe (800 qm VKF-Grenze). Sollen auch Betriebe gesteuert werden, die unterhalb dieses Schwellenwerts liegen, ist es zwingend notwendig, einen solchen im lokalen Kontext tatsächlich existierenden „typischen Betriebstyp“ festzulegen.

Dr. Lademann & Partner haben daher die einzelhandelsrelevanten Bestandsdaten in dem Innenstadtzentrum von Friesoythe hinsichtlich von Verkaufsflächengrößen



Ben analysiert, um darüber auf einen typischen Anlagetyp zu schließen, der im Zuge der Feindifferenzierung einer Steuerung zugänglich ist.

Die Bestandsdatenanalyse zeigt, dass die Anbieter in der Friesoyther Innenstadt eine durchschnittliche Betriebsgröße von im Mittel rd. 300 qm aufweisen. Hieraus lässt sich demnach der typische „Friesoyther Laden“ ableiten. Der Friesoyther Laden ist typischerweise als Funktionsunterlagerung in Erdgeschosslagen von Wohn- und Geschäftsgebäuden und zeichnet sich damit vor allem durch eine städtebaulich-integrierte Lage aus. Typische Erscheinungsformen sind der Bäckereiverkauf, Fleischer, Kioske, Obst- und Gemüsehändler, Apotheken sowie kleine Fachgeschäfte mit aperiodischen Bedarfsgütern.

Für den einzelnen Friesoyther Laden mit einer maximalen Verkaufsflächengröße von 300 qm kann ausgeschlossen werden, dass sich daraus mehr als unwesentliche negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsgebietes ergeben, da von ihnen keine strukturprägende Funktion ausgeht („Bagatellgrenze“). In unmittelbarer Nachbarschaft zu weiteren Einzelhandelsbetrieben sei jedoch auch die Möglichkeit von Agglomerationseffekten hingewiesen, weshalb hier summarisch negative Effekte möglich sind.

Die Überprüfung und Aktualisierung der Friesoyther Sortimentsliste und der Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (Ansiedlungsregeln) wird der Strategie „Stärken stärken“ gerecht, da die räumlich abgegrenzte Standortlage gemäß ihrer Funktionszuweisung quantitativ und qualitativ gesichert, gestärkt und profiliert wird.

10.4 Exkurs: Zur Perspektive des Alten Hafens (West) als Einzelhandelsstandort

Am Standort Alter Hafen ist ein Großteil der Fachmarktnutzungen leergefallen. Eine konkrete Planung zur Nachvermietung liegt derzeit nicht vor; vielmehr sollen aus der gesamtstädtischen Perspektive der Fortschreibung zum Einzelhandelskonzept allgemeine Empfehlungen zur Eignung der Flächen für Einzelhandelsnutzungen nach Umfang und Schwerpunkt aufgezeigt werden.

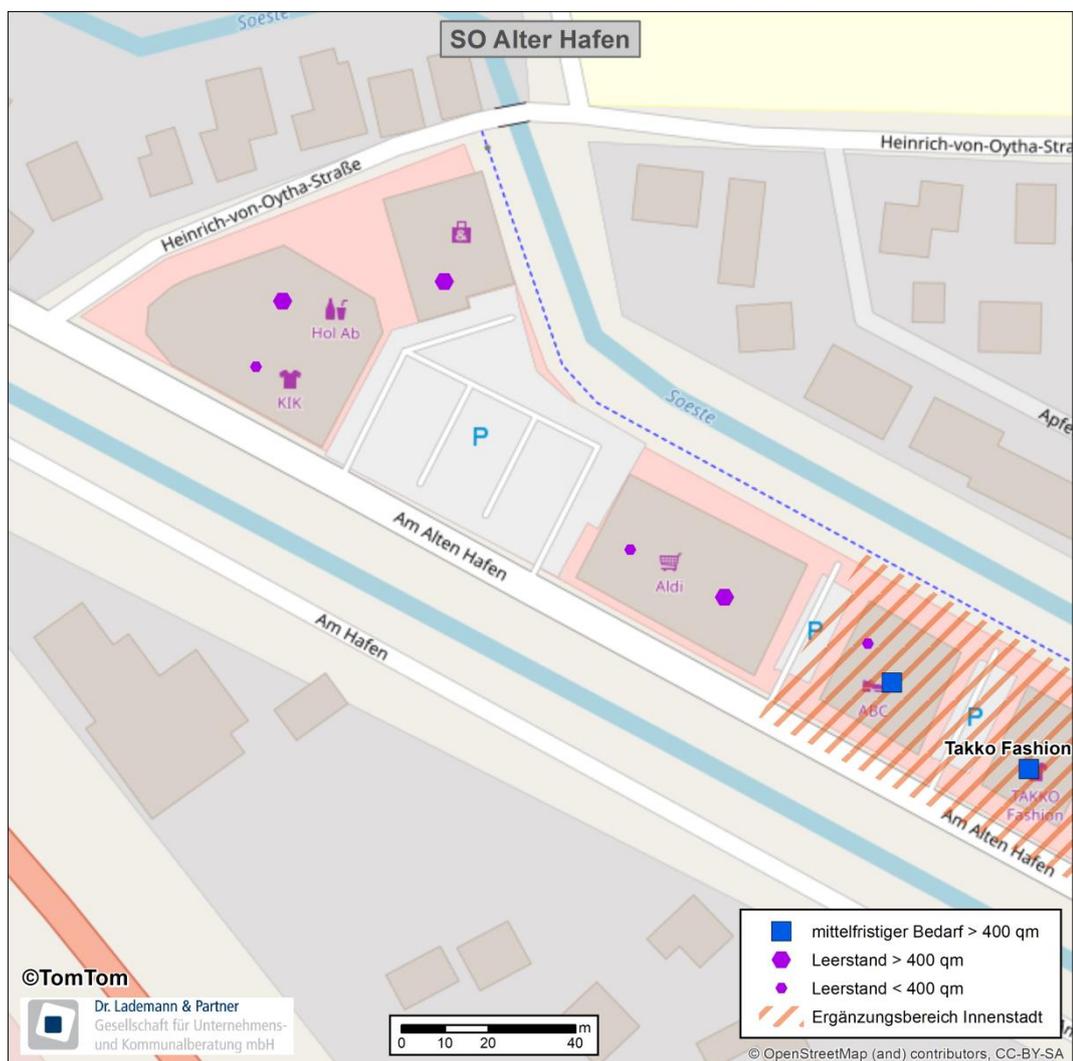


Abbildung 56: Ehemaliger Sonderstandort Alter Hafen (West)



Aktueller Bebauungsplan

Der Bebauungsplan Nr. 144 „Am alten Hafen“ aus dem Jahr 1999 weist für den Geltungsbereich insgesamt zum Teil Sondergebietsflächen und zum Teil Mischgebietsflächen auf. Im westlichen Bereich sind die größeren Fachmärkte als Sondergebiet SO mit Zweckbestimmung „Ladengebiet und großflächige Handelsbetriebe“ festgesetzt. Im Sondergebiet sind ein Verbrauchermarkt mit bis zu 1.400 qm VKF, ein Discountmarkt mit max. 750 qm VKF und ein Getränkemarkt mit max. 350 qm VKF zulässig. Die Art und Umfang der Sortimente wurde nicht konkreter festgesetzt. Im Mischgebiet ist kleinflächiger Handel allgemein zulässig. Nur Wohnnutzungen sind im Erdgeschoss ausgeschlossen.

Standortqualität

Das Prüfareal ist nicht mehr Teil eines zentralen Versorgungsbereichs und ist damit als sonstige Streulage zu bezeichnen.

In sonstigen Streulagen sieht das Einzelhandels- und Zentrenkonzept i.d.F. 2019 nur nicht-zentrenrelevante Sortimente vor. Nahversorgungsrelevante oder zentrenrelevante Sortimente sind nach den Steuerungsregeln nicht mehr erwünscht und für die gesamte Agglomeration auf insgesamt 300 qm VKF für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente zu begrenzen („Friesoyther Laden“).

Das aktuelle Baurecht am Standort steht für den Westteil des Geltungsbereiches den Empfehlungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in Friesoythe entgegen. Zudem sind die Festsetzungen mit Stand 2019 nicht hinreichend konkret festgesetzt. Die drei aktuell leerstehenden Fachmarkteinheiten würden im Falle der Nachbelegung durch vergleichbare Anbieter das dargestellte Entwicklungspotenzial zur Weiterentwicklung des Mittelzentrums überschreiten und somit zu einer raumstrukturellen Schieflage führen.

Entwicklungsrahmen und Entwicklungsstrategie für Friesoythe

Bis zum Jahr 2025 liegt in Bezug auf langfristige und zugleich nicht-zentrenrelevante Sortimente ein verbleibendes Flächenpotenzial von 1.600 bis 6.400 qm Verkaufsfläche vor. Einzelhandelsseitig wäre für den westlichen Bereich nur Großflächenanbieter mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorstellbar (z.B. Einrichtungsfachmarkt, Betten/Matratzen-Fachmarkt). Dem stehen jedoch die aktuellen Festsetzungen des Bebauungsplans entgegen.

Gemäß der Strategie „Stärken stärken“ zählt der Vorhabenstandort jedoch nicht als favorisierter Standort zu für ein solches Fachmarktvorhaben. So soll zur Zentralitätssteigerung vorrangig die räumlich definierte Innenstadt mit ihren Ergän-



zungsbereichen oder aber die beiden Schwerpunkte Böseleer Straße und Ellerbrocker Straße weiter gesichert und gestärkt werden. Die Weiterentwicklung des Standorts Alter Hafen (West) darf die Zentrenstruktur und das raumordnerische Gefüge nicht in ihrer Funktionsfähigkeit gefährden und ist daher durch planungsrechtliche Maßnahmen zu flankieren. Es bedarf einer Änderung des B-Plans Nr. 144 mit vollständigem oder – unter Abwägung der Entscheidungsfolgen – partiellen Einzelhandelsausschluss (wenn verträglich).

Zur städtebaulich-funktionalen Anbindung

Der Standort Alter Hafen weist über eine räumliche Nähe zur Innenstadt von Friesoythe auf. Einzelhandelsseitig wird jedoch das Areal aufgrund der Ausdehnung an den zentralen Versorgungsbereich nicht zu einer Erhöhung der Attraktivität führen, weshalb vordergründig die Belegung mit Einzelhandelsangeboten nicht mehr zu begrüßen ist. Vielmehr kann dem Areal eine gute Eignung für Innenstadtnahes Wohnen und/oder für Altengerechtes Wohnen attestiert werden.

Dr. Lademann & Partner empfehlen für den Geltungsbereich des B-Plans Nr. 144, die in der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts aufgeführten Steuerungsempfehlungen umzusetzen. Hierfür müssen die drei aktuell leerstehenden Fachmarkteinheiten im Westteil überplant werden. Es ist für diesen Bereich auf eine Änderung des Bebauungsplans hinzuwirken, um mindestens nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente prospektiv auszuschließen. Dies kann mit dem bestehenden Flächenüberhang im Bereich der periodischen Sortimente und dem fehlenden Zusammenwirken mit dem übrigen Innenstadtbereich begründet werden. Unter Abwägung der Nutzungsoptionen und unter Berücksichtigung der Standorteignung erscheint unter städtebaulichen Gesichtspunkten für den Westbereich des Alten Hafens die Umnutzung in innenstadtnahes Wohnen am Überzeugendsten.



10.5 Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts

Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts z.B. durch einen entsprechenden Ratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So können Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in Friesoythe erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelskonzept und den darin festgeschriebenen Entwicklungszielen sowie den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen erfolgversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Ratsbeschluss von Seiten der Stadtverwaltung hinzuarbeiten. Dabei sollte möglichst das Gesamtkonzept beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

Baurechtliche Absicherung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Die Steuerung des Einzelhandels lässt sich über die Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen regeln. Im Zusammenhang mit den Steuerungsregeln werden daher im Folgenden Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels dargestellt. Diese gelten sowohl für die Neuaufstellung als auch für die Änderung von Bebauungsplänen. Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Ansiedlungsvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.



- Gewünschte - städtebaulich und raumordnerisch verträgliche - Vorhaben sollten gemäß den im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden.
- An Standorten, die auf Grundlage des Einzelhandelskonzepts für die Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben in Frage kommen, ist eine kontinuierliche Überarbeitung der vorliegenden und/oder Neuaufstellung der Bebauungspläne anzuraten.
- An Standorten, die für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen, gilt es die Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten.
- In Gewerbegebieten empfiehlt sich ein konsequenter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel, um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden Gewerbes vorzuhalten und bestehende Standorte nicht zu schwächen.

Die genannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je Vorhaben und Standort differieren. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte im zentralen Versorgungsbereich überplanen oder zur Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ergänzend parzellenscharf zeichnerisch dargestellt werden.



Allgemeine Handlungsempfehlungen

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Entwicklung der Stadt abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in Friesoythe positiv beeinflussen können.

- Profilierung der Stadt als interessanter und gut erreichbarer Wohnstandort der Region, um die Einwohnerzahlen in Friesoythe - und hierbei insbesondere der Kernstadt - auszubauen. Darüber hinaus gilt es, durch höherwertigen Wohnungsbau auch kaufkraftstärkere Einwohner anzuziehen.
- Schaffung/Sicherung eines investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas, sodass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung, Fassadengestaltung) regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuanordnungen besteht.
- Sicherung und Ausbau der Stadt als bedeutender Arbeitsplatzstandort; zielgerichtete Ansiedlung von Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben zur Erhöhung der Arbeitsplatzzentralität; aktive Ansprache und Vermarktung von Friesoythe als Wirtschaftsstandort. Vor dem Hintergrund der häufigen Kopplungsbeziehung zwischen Arbeitsweg und Versorgungseinkauf können so Nachfrageabflüsse reduziert werden.



11 Zusammenfassung

Der Stadt Friesoythe (Landkreis Cloppenburg) ist die raumordnerische Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Im Marktgebiet der Stadt Friesoythe lebten Anfang 2018 rd. 69.900 Personen. Perspektivisch ist für das Marktgebiet insgesamt mit einer leicht wachsenden Bevölkerungsplattform und einem damit verbundenen steigenden Nachfragepotenzial zu rechnen. Allerdings konnte in den letzten Jahren der nicht-stationäre Handel deutliche Zuwächse verzeichnen. Darüber hinaus steht die Stadt im intensiven Wettbewerb mit dem Mittelzentrum Cloppenburg und dem Oberzentrum Oldenburg.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Friesoythe rd. 60.750 qm. Grundsätzlich ist zwischen den Sortimenten eine weitgehende funktionsgerechte Verteilung auf die einzelnen Standortlagen zu konstatieren: Innenstadt (Kernbereich) – Innenstadt-Ergänzungsbereiche – Privilegierte Nahversorgungsstandorte – Sonstige Lagen.

Die Verkaufsflächendichte und die Einzelhandelszentralität sind bei Würdigung der mittelzentralen Versorgungsfunktion des Einzelhandelsstandorts Friesoythe als durchschnittlich zu bewerten.

Die Fortschreibung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB kommt zu folgenden Entwicklungsempfehlungen:

Für die Stadt Friesoythe errechnet sich bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsrahmen von rd. 5.200 bis rd. 12.600 qm VKF. Dieses Potenzial sollte zur konsequenten Schärfung des komplementären Profils (Strategie „Stärken stärken“) genutzt werden. Insbesondere die überörtliche Nachfrageabschöpfung weist noch eine Steigerungsmöglichkeit auf. Es gilt die Einzelhandelsangebote auf den räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt mit seinen Ergänzungsbereichen Nord und Süd zu konzentrieren, um eine weitere Zersplitterung der Angebote zu vermeiden. Die Sortimentsliste für die Stadt Friesoythe dient dabei i. V. mit Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelssteuerung.

Neben einer quantitativen Stärkung der Einkaufsinnenstadt durch gezielte Angebotsarrondierungen und dem Ersatz mindergenutzter Flächen/ Betriebe, sollten die Gewerbetreibenden in Friesoythe für die Zukunft „fit gemacht werden“, um für die Einwohner im Marktgebiet auch langfristig attraktiv zu bleiben. Wichtige Ziele sollten hierbei sein, die Chancen der Digitalisierung aufzugreifen (v.a. Aussagekraft der einzelbetrieblichen Internetpräsenzen; einkaufsunterstützende



digitale Medien) sowie den Außenauftritt (Fassade, Schaufenstergestaltung) aufzuwerten. Die Innenstadt sollte im Kern zugleich durch einen breiten Mix an ergänzenden Nutzungen wie Gastronomie, Dienstleistungen und Wohnen in der Multifunktionalität gesichert und gestärkt werden.

Die Innenstadt-Ergänzungsbereiche Nord und Süd sollten in ihrem zum Kernbereich der Innenstadt arbeitsteiligen Profil stabilisiert werden. Sofern keine nachteiligen Wirkungen auf den Innenstadt-Kernbereich induziert werden, sind weitere Fachmarktnutzungen kompatibel. Das Profil der Standortlagen muss sich allerdings noch mehr vom Profil des Kernbereichs absetzen, um Überschneidungen weitgehend zu vermeiden.

Die Privilegierten Nahversorgungsstandorte sollten aufgrund ihrer dezentralen Lage in ihrem spezifischen Nahversorgungsprofil gesichert und behutsam weiterentwickelt werden.

Die Sicherung und Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe sollte weiterhin an geeigneten Standorten erfolgen. Die sonstigen Standortbereiche sollten hinsichtlich der Gebietstypik in den Bebauungsplänen überprüft werden. So sind an den Standorten außerhalb der privilegierten Standortlagen nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente nur eingeschränkt möglich (Ausnahme: „Friesoyther Laden“).

Hamburg, 22. Januar 2020

gez. Sandra Emmerling

gez. Coralie Sucker

Dr. Lademann & Partner GmbH



12 Glossar²⁵

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel

- **Lebensmitteldiscounter**

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm (im Einzelfall auch höhere Verkaufsfläche), der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- **Supermarkt**

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

- **Verbrauchermarkt, klein**

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „tägliches Bedarf“, der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

- **Verbrauchermarkt, groß**

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „tägliches Bedarf“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

²⁵ Die Definitionen sind in Anlehnung an folgende Quellen formuliert:

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

Metro-Handelslexikon 2009/2010

Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. 2014



- **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

- **Vollsortimenter**

Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sich im Wesentlichen auf den Periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte sind regelmäßig als Vollsortimenter zu bezeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

Nonfood-Einzelhandel

- **Fachgeschäft**

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. deutlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

- **Fachmarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit eingeschränkten Service- und Beratungsleistungen an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

- **Warenhaus**

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird und sich in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren befindet.



- Kaufhaus

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus mehreren Nonfood-Branchen, davon mindestens eine in tieferer Gliederung, und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten verkauft. Verortet sind Kaufhäuser in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (umfasst z.B. auch Textilkaufhäuser) befindet.

- Sonderpostenmarkt

Discountorientierter Fachmarkt bzw. Discounter mit Waren aller Art, der nicht an spezielle Warengruppen oder Bedarfsbereiche ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

- Fachmarkttagglomeration

Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

- Fachmarktzentrum

Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

- Einkaufszentrum/Shopping-Center

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

- Distanzhandel

Bestimmte Form des institutionellen Einzelhandels, bei dem der Käufer den Anbieter nicht in dessen Geschäft aufsucht, um einen Kauf auszulösen, sondern andere Formate gewählt werden, um die Ware zu präsentieren, die Bestellung vorzunehmen und die Ware zu übergeben. Unter Distanzhandel wer-



den vor allem der Onlinehandel, der Kataloghandel sowie Teleshopping zusammengefasst.

- Filialbetrieb (Filialist)

Ein Filialbetrieb verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Die einzelnen Filialen treten unter einheitlichem Namen auf und weisen in ihrem Erscheinungsbild starke Gemeinsamkeiten auf, ohne dass sie vollständig im Marketing-Mix übereinstimmen müssen. Es gibt sowohl internationale und nationale Filialisten als auch regionale und lokale Filialisten.

Begriffe aus dem Bauplanungsrecht²⁶:

- Großflächigkeit

Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i.S.v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind, sofern die Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO nicht widerlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

- Zentraler Versorgungsbereich

Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist nach der Rechtsprechung ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Stadt, dem aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein zentraler Versorgungsbereich kann sich sowohl aus planerischen Festsetzungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Voraussetzung ist, dass dieser sich in einer städtebaulich integrierten Lage befindet. Isolierte Standorte bilden keinen zentralen Versorgungsbereich.

²⁶ Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.



Sonstige Definitionen:

■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage. Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

■ Ausgabesatz

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung, bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich darüber das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

■ Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

Als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

■ Flächenproduktivität

Die Flächenproduktivität misst das Verhältnis zwischen dem erzielten Brutto-Umsatz zur eingesetzten Verkaufsfläche und kann als Durchschnittswert für ein Verkaufslokal insgesamt, aber auch für einzelne Sortimente ermittelt werden.

■ Periodischer Bedarf / Nahversorgungsrelevanter Bedarf

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Le-



bensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

■ **Aperiodischer Bedarf**

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.

Zusammenfassend wurden die Sortimente folgenden Obergruppen zugeordnet:

Branchen		
Kurzfristiger Bedarf	Mittelfristiger Bedarf	Langfristiger Bedarf
Nahrungs- und Genussmittel	Bekleidung/Wäsche	Optik
Gesundheits- und Pflegeartikel <i>Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel pharmazeutischer und medizinischer Bedarf</i>	Schuhe, Lederwaren	Schmuck, Uhren
Tiernahrung	Spielwaren, Hobbybedarf	Elektrobedarf
	Sportbedarf, Camping	Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör
	Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	Möbel
	Hausrat, GPK	Bau- und Gartenbedarf/Kfz- Zubehör/Tierbedarf

Tabelle 17: Erhebungssystematik – Sortimentsgruppen nach Bedarfsstufen

■ **Nahversorgung**

Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des Periodischen Bedarfs zu verstehen. Damit sind Einkaufsmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort gemeint, häufig ergänzt um einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Post, Bank, Frisör, Ärzte etc. Was unter einer fußläufigen Entfernung zu verstehen ist, ist nicht einheitlich und verbindlich definiert. Häufig wird eine Entfernung von etwa 10 Gehminuten für angemessen erachtet, was ca. 500 bis 800 m Laufweg entspricht.