Kon-zept

03/2021

Regionales Einzelhandelskonzept für den Landkreis Cloppenburg

Band I: Allgemeiner Teil

STADT+HANDEL

Neue Wege. Klare Pläne.

Impressum

AUFTRAGNEHMER
Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER
Landkreis Cloppenburg

ENDBERICHT
- beschlossen am 18.03.2021 -

VERFASSER
Dipl.-Ing. Marc Föhrer
Jens Nußbaum, M. A.
Björn Wickenfeld, M. Sc.
Jan Neumann, M. A.
Dortmund,
22. März 2021

BILDNACHWEIS TITELSEITE
Landkreis Cloppenburg

Neue Wege. Klare Pläne.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	**Einführung**	**4**
2	**Raumordnerische Regelungen**	**8**
3	**Methodik**	**11**
4	**Markt- und Standortanalyse**	**13**
4.1	Trends im Einzelhandel	13
4.2	Strukturanalyse auf Landkreisebene	19
4.3	Strukturanalyse auf Gemeindeebene	30
5	**Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive**	**72**
6	**Regionale Sortimentsliste**	**81**
6.1	Methodische Herleitung	81
6.2	Einflussparameter zur Ableitung der regionalen Sortimentsliste	81
6.3	Detailbetrachtung strittiger Sortimente	85
6.4	Regionale Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg	92
7	**Kongruenzräume für aperiodische Güter**	**95**
7.1	Methodik	95
7.2	Abgrenzungskriterien der Kongruenzräume für aperiodische Güter	96
7.3	Mittelzentraler Kongruenzraums der Stadt Cloppenburg für aperiodische Güter	103
7.4	Mittelzentraler Kongruenzraum der Stadt Friesoythe für aperiodische Güter	105
8	**Raumverträgliche Randsortimentsgrößen**	**107**
8.1	Markterfordernisse der Betreiber	108
8.2	Strukturelle Ausgangslage	113
8.3	Auswirkungsbetrachtung	126
9	**Fazit**	**129**

1 Einführung

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie von Investoren in Einklang zu bringen sind. Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen Politik und Verwaltung in vielen Kommunen als aktuelle, den rechtlichen Grundlagen angepasste, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels entsprechend der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen und als Planungsgrundlage für Einzelhändler, Investoren und Eigentümer.

Die Nachfrageverflechtungen des Einzelhandels haben sich in der Vergangenheit jedoch ausgeweitet, über die räumliche Steuerung in den Kommunen hinaus gewinnt die interkommunale und regionale Abstimmung der Einzelhandelsentwicklung an Gewicht, um die städtebaulich-funktionalen Zentren einer Region als Schwerpunkt eines differenzierten Versorgungsnetzes weiterzuentwickeln und die Grundversorgung in den Städten und Gemeinden, insbesondere im ländlichen Raum, dauerhaft zu stärken. Insbesondere großflächige Einzelhandelsvorhaben bedürfen einer differenzierten und ausgewogenen regionalen Abstimmung unter Berücksichtigung aktueller landes- und regionalplanerischer Vorgaben.

Anlassgebend für die Erarbeitung eines regionalen Einzelhandelskonzepts (REHK) für den Landkreis Cloppenburg ist ein in Rede stehendes Möbelvorhaben in der Stadt Cloppenburg. Es stellt sich die Frage, inwiefern ein Einzelhandelsgroßprojekt dieser Art i. S. d. LROP 2017 – insbesondere bezogen auf die geplanten zentrenrelevanten Randsortimente – auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig sein kann[1]. Das vorliegende REHK legt daher einen Fokus auf diese Fragestellung und stellt umfangreiche und verbindliche Entscheidungshilfen sowie Umsetzungsinstrumente für den Landkreis Cloppenburg bereit. Dazu gehören insbesondere

- der Aufbau und die Entwicklung einer fortschreibbaren regionalen Datenbasis zu den Einzelhandelsstrukturdaten,
- eine konkretisierende Darstellung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP für die Städte und Gemeinden im Landkreis,
- die Aufstellung von Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung im Bereich Möbel (und gängigen zentrenrelevanten Randsortimenten) sowie deren Einordnung in den regionalen Kontext,
- die Ableitung einer regionalen Sortimentsliste,
- die Abgrenzung von mittelzentralen Kongruenzräumen für aperiodische Güter für die Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe,
- eine fundierte Beurteilungsgrundlage (u. a. Ableitung raumverträglicher Randsortimentsgrößenordnungen) für das aktuell diskutierte Möbelvorhaben in Cloppenburg.

[1] vgl. Abschnitt 2.3 Ziffer 06 LROP (Integrationsgebot mit entsprechenden Ausnahmeregelungen)

In diesem Kontext werden nachfolgend einige grundsätzliche Hinweise zur Aufgabenstellung und zu den Grenzen des REHK für den Landkreis Cloppenburg formuliert:

- Der Landkreis Cloppenburg hat Stadt + Handel damit beauftragt, zu überprüfen, inwiefern Hinweise dafür vorliegen, dass sich gemäß Ziel 2.3 Ziffer 06 b im LROP „aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments" für das in Rede stehende Möbelvorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP ergibt.
- Das vorliegende REHK hat damit einen klaren, inhaltlichen Fokus auf die oben formulierte Fragestellung. Daraus ergeben sich eine Reihe weiterer Untersuchungserfordernisse und Anforderungen an das REHK, u. a. die Ableitung einer regionalen Sortimentsliste, die Betrachtung regional bedeutsamer städtebaulich integrierter Lagen i. S. d. LROP bzw. zentraler Versorgungsbereiche sowie die Untersuchung landkreisweiter Einzelhandelsstrukturen (insb. im Wirkungszusammenhang mit den Randsortimenten des in Rede stehenden Möbelvorhabens).
- Explizit nicht erforderlich ist eine Befassung mit in „klassischen" REHK i. d. R. inkludierten Themen der Nahversorgung (insb. dem großflächigen Lebensmittel- und Drogeriewaren-Einzelhandel), Nahversorgungszentren, weiteren periodischen Bedarfsgütern sowie allgemeinen, regionalen Entwicklungsgrundsätzen für die Einzelhandelsentwicklung im Landkreis Cloppenburg.
- Darüber hinaus ersetzt das REHK keine vorhabenbezogene Verträglichkeitsanalyse – insbesondere nicht für andere zentrenrelevanten Randsortimente neben GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör[2], für weitere nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente und für das Hauptsortiment Möbel. Eine Untersuchung der Auswirkungen in diesen Sortimentsbereichen ist aus Sicht von Stadt + Handel im Rahmen des bauleitplanerischen Genehmigungsverfahrens durchzuführen.

Das Ziel der regionalen Grundlagenerfassung und Zielerarbeitung besteht darin, dem Landkreis eine den aktuellen rechtlichen Grundlagen angepasste, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Daten- und Argumentationsbasis zur regionalen Abstimmung, konkret insbesondere zur Bewertung des diskutablen Möbelvorhabens und auch zur weiteren Verwendung in kommunalen Einzelhandelskonzepten zur Verfügung zu stellen. Dabei wird die sich stetig fortentwickelnde Rechtsprechung zu (regionalen) Einzelhandelsaspekten in Stadtentwicklung und Bauleitplanung berücksichtigt. Konsequente Anwendung finden ferner die Vorgaben des LROP 2017.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Regional- und Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro, dem Landkreis sowie den Kommunen des Landkreises abgestimmt. Auf diese Weise

[2] Für die Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör wurde eine absatzwirtschaftliche und städtebauliche Verträglichkeitsprüfung durchgeführt, um den raumverträglichen Randsortimentsanteil des in Rede stehenden Möbelvorhabens weiter konkretisieren zu können (vgl. REHK Cloppenburg 2021 – Band II)

wurde sichergestellt, dass im Erarbeitungsprozess alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung des vorliegenden regionalen Einzelhandelskonzeptes einfließen.

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen des Beteiligungsprozesses der Behörden und Träger öffentlicher Belange eine Offenlage des Berichtentwurfes des REHK Cloppenburg (Entwurfsstand: 04.12.2018). Stadt + Handel hat im Auftrag des Landkreises Cloppenburg die im Zuge dieses Beteiligungsprozesses eingegangenen Stellungnahmen abgewogen und die darin enthaltenen Hinweise und Anregungen – sofern plausibel und berechtigt – im Kontext der Überarbeitung des REHK Cloppenburg berücksichtigt. Als Ergebnis der Abwägung enthält die überarbeitete Fassung des REHK gegenüber der Entwurfsfassung vom 04.12.2018 im Wesentlichen die nachfolgend dargestellten Ergänzungen, Anpassungen bzw. Veränderungen:

- Das REHK setzt in der überarbeiteten Fassung **den klaren, inhaltlichen Fokus auf die Überprüfung des Integrationsgebotes** (Ziel 2.3 Satz 06 b) und damit auf die Ermittlung von raumverträglichen, zentrenrelevanten Randsortimentsanteilen des in Rede stehenden Möbelvorhabens. Weitere vorhabenbezogenen Fragestellungen, wie z. B. verkehrliche Aspekte, die absatzwirtschaftliche und städtebauliche Verträglichkeit[3], die Kongruenz zu kommunalen Einzelhandelskonzepten oder die Einhaltung des landesplanerischen Kongruenz- und Konzentrationsgebotes für sämtliche Sortimente werden nicht beurteilt. **Diese Nachweise sind im Rahmen des weiteren Planungsprozesses und bei belastbaren Rahmendaten zum konkreten Vorhaben durch standortbezogene Gutachten zu erbringen.**
- Im Rahmen der überarbeiteten Fassung des REHK werden für sämtliche landkreisangehörige Kommunen **städtebaulich integrierte Lagen i. S. d. LROP** (anstelle von zentralen Versorgungsbereichen) dargestellt. Sie dienen als relevante Bemessungsgrundlage für die im REHK behandelten Fragestellungen. Als wesentliche Grundlage für die zeichnerische Darstellung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP dienen weiterhin die zentralen Versorgungsbereiche in Form der Innenstadt- und Ortszentren aus den kommunalen Einzelhandelskonzepten (sofern vorhanden und sofern sachgerecht abgegrenzt).
- Aufgrund des **Konzept-Fokus auf aperiodische Güter** (im Speziellen Möbel und die gängigen Randsortimente von Möbelmärkten) werden die in kommunalen Einzelhandelskonzepten ausgewiesenen Nahversorgungszentren aufgrund fehlender Relevanz (Versorgungsfunktion ist eindeutig auf Nahversorgung begrenzt, Cut-Off-Verfahren) nicht übernommen. Ebenso erfolgt keine Ausweisung weiterer bzw. Prüfung bestehender Nahversorgungszentren.
- Im Rahmen der Überarbeitung des REHK Cloppenburg erfolgte **eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (inkl. Einwohner- und Kaufkraftdaten[4], Berücksichtigung der Neuansiedlung des strukturprägenden Möbelanbieters „Kabs Polsterwelt" mit rd. 4.000 m²

[3] Für die Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör wurde im Kontext des avisierten Möbelvorhabens eine absatzwirtschaftlich und städtebaulich verträgliche Verkaufsflächendimensionierung bewertet (vgl. REHK Cloppenburg 2021 – Band II).

[4] Die Aktualisierung der Kaufkraftdaten erfolgt unter Berücksichtigung einer mittlerweile veränderten Berechnungsmethodik zur Kaufkraft in einzelnen Warengruppen durch die IFH Retail Consultants GmbH.

GVKF in der Stadt Cloppenburg). In diesem Kontext wurden insbesondere auch die bisher abgeleiteten Zentralitäten sowie absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale detailliert überprüft und neu bewertet.

- Unter Berücksichtigung und Plausibilisierung aktueller empirischer Daten (telefonische Haushaltsbefragung seitens Dr. Lademann & Partner im Rahmen der Fortschreibung des EHK Friesoythe) wurden die **Kaufkraftabschöpfungsquoten in den mittelzentralen Kongruenzräumen** Cloppenburg und Friesoythe nochmals verifiziert und zum Teil modifiziert.
- Nach Auffassung von Stadt + Handel wird eine **regionale Sortimentsliste** zur Kommunikation der landesweiten Zielstellung grundsätzlich als sinnvoll erachtet. Stadt + Handel erkennt jedoch an, dass die Feinsteuerung in bestimmten Sortimentsbereichen den Kommunen zu überlassen ist. In diesem Kontext wird das **Sortiment Reitsport** im Zuge der Überarbeitung des REHK nicht mehr separat ausgewiesen.

2 Raumordnerische Regelungen

Im Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen in der Fassung vom 26.09.2017 finden sich Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels. Im Folgenden werden die relevanten Inhalte zusammenfassend dargestellt. Sie haben bei der Erstellung regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Landkreis Cloppenburg Beachtung bzw. Berücksichtigung zu finden.

- **[2.3 (01) G]** „Zur Herstellung dauerhaft gleichwertiger Lebensverhältnisse sollen Einrichtungen und Angebote des Einzelhandels in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und ausreichender Qualität gesichert und entwickelt werden."
- **[2.3 (02) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 10 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen)."
- **[2.3 (03) Z]** „In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral). 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 (Kongruenzgebot grundzentral)."
- **[2.3 (03) G]** „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).
- **[2.3 (03) Z]** „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. Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs-/Genussmittel und Drogeriewaren. Aperiodische Sortimente sind Sortimente mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, zum Beispiel Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel. Die Träger der Regionalplanung können in den regionalen Raumordnungsprogrammen im Einzelfall Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte mit aperiodischem Kernsortiment außerhalb des kongruenten Zentralen Ortes in einem benachbarten Mittel- oder Grundzentrum festlegen. Voraussetzung ist, dass den Grundsätzen und Zielen zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen in gleicher Weise entsprochen wird wie bei einer Lage innerhalb des kongruenten Zentralen Ortes."

- **[2.3 (04) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot)."
- **[2.3 (05) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in der 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; Satz 2 bleibt unberührt."
- **[2.3 (6) Z]** „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 innenstadtrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² 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 innenstadtrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt."
- **[2.3 (07) Z]** „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen (Abstimmungsgebot).
- **[2.3 (07) G]** „Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden. Zur Verbesserung in Grenzräumen soll eine grenzüberschreitende Abstimmung unter Berücksichtigung der Erreichbarkeiten und gewachsenen Strukturen erfolgen"

- **[2.3 (08) Z]** „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 (Beeinträchtigungsverbot)."
- **[2.3 (10) Z]** „Abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05 sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente auf mindestens 90 vom 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."
- **[2.3 (10) G]** „Sie sollen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein."
- **[2.3 (10) Z] „**Das Regionale Raumordnungsprogramm muss für jeden dieser Standorte einen zu versorgenden Bereich festlegen."

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem regionalen Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden regionalen Einzelhandelskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Begriff der städtebaulich integrierten Lage

In diesem Bericht werden Lagebereiche hinsichtlich ihrer städtebaulichen Integration (d. h. hinsichtlich ihres räumlich-funktionalen Zusammenhangs zu Wohnbebauung und ihrer fußläufigen Erreichbarkeit) bewertet. Dieser Begriff der städtebaulichen Integration ist nicht mit dem Begriff der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP Niedersachsen 2017 gleichzusetzen. In abweichenden Fällen wird explizit darauf hingewiesen.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands-erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	02-03/2018[5]	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
Sekundärstatistische Analysen	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consultants GmbH	2019	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IFH/BBE Struktur- und Marktdaten)	
Verwaltungsinterne Abstimmung	Durchführung durch Stadt + Handel	01/2018 07/2018 09/2018 10/2018	Prozessbegleitende Abstimmungstermine	Diskussion der Ergebnisse der Analysephase sowie der konzeptionellen Bausteine des regionalen Einzelhandelskonzeptes
Kommunale Hearings	Durchführung durch Stadt + Handel	08/2018 10/2018	Beteiligung und Anhörung der Belange der Kommunen des Landkreises Cloppenburg	Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse der Analysephase sowie der konzeptionellen Bausteine des regionalen Einzelhandelskonzeptes; Möglichkeit der Stellungnahme

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

[5] Bei der Bestandserhebung handelt es sich um eine Stichtagserhebung. Aus methodischen Gründen können daher Entwicklungen, die zum Stichtag noch nicht eingetreten waren, nicht im Rahmen der quantitativen Analyse berücksichtigt werden. Es erfolgt bei entsprechender Relevanz jedoch eine qualitative Würdigung.

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses regionalen Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, deren räumlicher Verteilung sowie aus einer flankierenden Analyse der bedeutendsten Nachfrageparameter. Einführend werden zunächst die relevanten allgemeinen Trends im Einzelhandel in knapper Form dargelegt, ehe im Kapitel 8.1 die Entwicklungen im Möbeleinzelhandel mit besonderer Berücksichtigung relevanter Markterfordernisse der Betreiber vertiefend diskutiert werden.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder" und „Folgeeffekt" nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist.

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit[6], an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten wieder an. Zudem wird dem Konsum, neben der materiellen Bedeutung, auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.[7] Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.[8] Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität einge-

---

6 LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

7 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

8 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

schränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung, altersspezifischen Produkten und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen") wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv.

Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse
Quelle: Fotos (von links nach rechts) © M-SUR/Fotolia, pixabay, © oneinchpunch/Fotolia, pixabay.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte" Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch" ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt insbesondere (aber nicht nur) beim klassischen „Einkaufsbummel" eine wichtige Rolle. Anbieter versuchen durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. mehr zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Auch großflächige Einzelhandelsformate mit nicht zentrenrelevantem Sortiment entwickeln sich entsprechend. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem weiter erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher" je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos Stadt + Handel, pixabay.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Wandel der Betriebsformen und rückläufige Betriebszahlen: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer zunehmenden Ausdifferenzierung der Zielgruppenansprache sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist nicht integrierte Standorte einher. Daneben liegen die In-

nenstädte (insb. A-Lagen) im Fokus der Expansionsabteilungen. Wohn- und Arbeitsplatzschwerpunkte (sowie Innenstadt-B-Lagen) sind für den filialisierten Einzelhandel hingegen deutlich weniger stark von Interesse.[9]

Wandel der Handelsformen: Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie z. B. Shopping-Center, Factory-Outlet-Center und Fachmarkzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser, kleinere Möbelhäuser) u. a. aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen, Wohnkaufhäuser) sowie vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf und haben sich das kundenseitige Bedürfnis nach Emotionalität, Multikontextualität und multisensorischer Erfahrung zu eigen gemacht.

Abbildung 4: Marktauftritt moderner Handelsstandorte
Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Unternehmens- und Umsatzkonzentration: Heute wird der Einzelhandel von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Insbesondere die A-Lagen von größeren Innenstädten und die größeren Sonderstandorte und Fachmarktzentren werden durch einen hohen Grad an Filialisierung gekennzeichnet. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Lebensmitteleinzelhandel. Durch den Unternehmenskonzentrationsprozess werden die Ausdünnung des Versorgungsnetzes und das Wachstum nicht-integrierter Standorte verstärkt. Aber auch abseits des Lebensmitteleinzelhandels lassen sich Konzentrationsprozesse feststellen – insbesondere bei SB-Warenhaus-Unternehmen (z. B. Real, Kaufland), Drogeriemärkten (insb. DM, Rossmann), Buchhäusern (z. B. Thalia, Hugendubel), Textil-Kaufhäusern (u. a. H & M, P & C, C & A, SinnLeffers), Unterhaltungselektronik-Märkten (insb. Media Markt, Saturn) und Sporthaus-Betreibern (z. B. Intersport, SportScheck, Decathlon).

Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung: Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedelungen stark zu-

[9] vgl. EHI 2015.

genommen. Bereits heute entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,50 m² Verkaufsfläche.[10] Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat bis 2013 zu einer weitgehenden Stagnation der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt. Lediglich in einzelnen Einzelhandelsbranchen wie z. B. dem Lebensmitteleinzelhandel oder ausgewählten, starken Handelsmarken sind seitdem wieder steigende Flächenproduktivitäten zu beobachten. Seit 2007 ist jedoch zunehmend eine Abschwächung des Verkaufsflächenwachstums bzw. eine Stagnation zu erkennen. Die Gründe hierfür liegen u. a. in dem sukzessive gesättigten Marktniveau und den daraus resultierenden Insolvenzen prägender Einzelhandelskonzerne wie Schlecker, Praktiker, Strauss-Innovation, etc. Expansive Einzelhandelssegmente sind aktuell insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, Fachmarktzentren aber auch größere Wohnkaufhäuser.

Abbildung 5: Entwicklung der Gesamtverkaufsfläche in Deutschland
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Online-Handel: Die Bedeutung des Online-Handels in Deutschland ist im Verlauf der letzten Jahre spürbar angewachsen und stellt heute eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel dar. So konnte das Onlinegeschäft in der näheren Vergangenheit stetig steigende Umsätze verzeichnen. Im Jahr 2018 umfasst der E-Commerce insgesamt ein Volumen von rd. 53,3 Mrd. Euro (rd. 10,1 % des Gesamtumsatzes). Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen jedoch davon aus, dass der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Jahr 2025 bei rd. 20 bis 25 % liegen wird.

[10] vgl. EHI 2018.

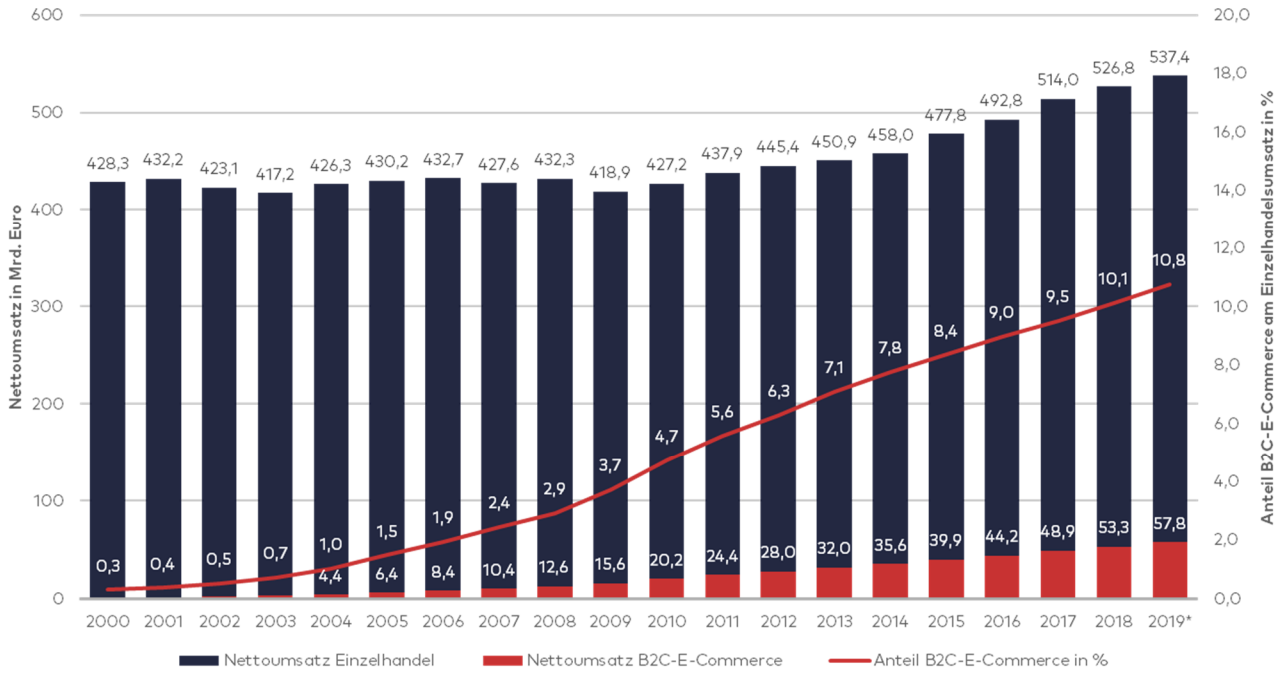


Abbildung 6: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Hinsichtlich der Bedeutung des E-Commerce sind zwischen den einzelnen Warengruppen große Unterschiede zu verzeichnen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen und weisen bereits heute signifikante Marktanteile in Höhe von rd. 30 % bzw. rd. 34 % auf. In anderen (insbesondere kurzfristigen) Warengruppen des täglichen Bedarfs (u. a. Nahrungs- und Genussmittel) vollzieht sich die Steigerung der Online-Einkäufe hingegen auf einem deutlich niedrigeren Niveau und wird zukünftig maßgeblich vom Markteintritt entsprechender Akteure abhängen. Auch der Online-Handel hat dabei die Service- und Erlebnisorientierung der Verbraucher erkannt und versucht in den letzten „stationären Tugenden" Beratung, Service und Erlebnis mittels telefonischer Stilberatung (z. B. Outfittery), Same-Hour-Delivery (z. B. Amazon Prime Now) und stationären Showrooms in Großstädten (z. B. Zalando) zu punkten.

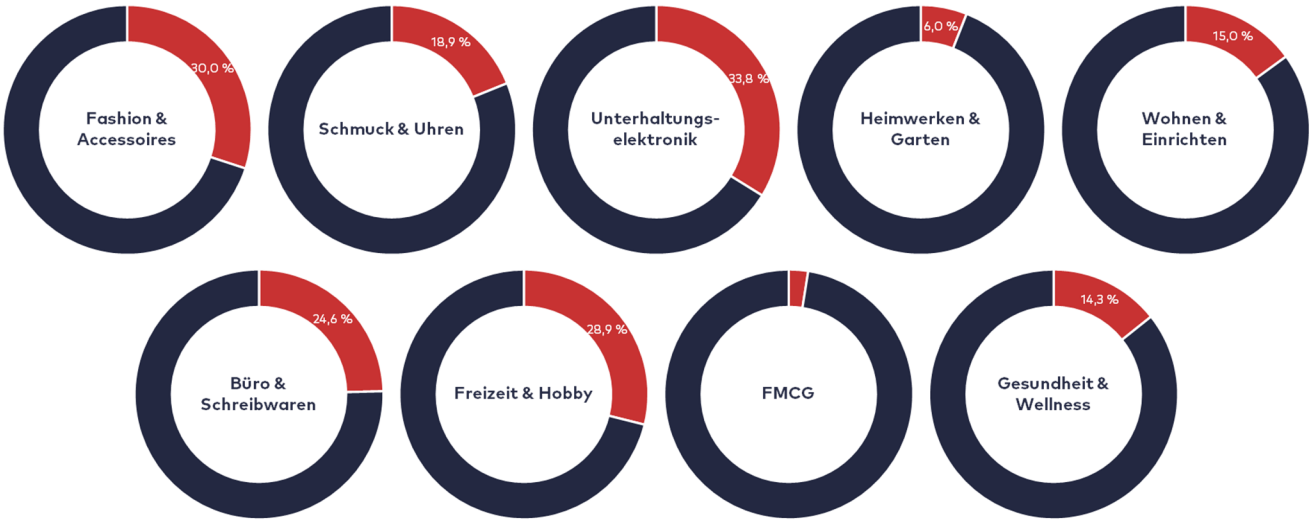


Abbildung 7: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Warengruppen 2019

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), Institut für Handelsforschung (IFH) 2020; FMCG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

4.2 STRUKTURANALYSE AUF LANDKREISEBENE

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses regionalen Einzelhandelskonzeptes wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte, welche unter anderem im nachfolgenden Kapitel auf Mikroebene der einzelnen Städte und Gemeinden dargestellt und sowohl quantitativ als auch qualitativ bewertet werden. Einführend werden zunächst die wesentlichen Standortrahmenbedingungen auf Ebene des Landkreises erörtert.

4.2.1 Siedlungs- und Verkehrsinfrastruktur

Der Landkreis Cloppenburg liegt im Nordwesten der Bundesrepublik im Bundesland Niedersachsen. Geprägt wird der Landkreis dabei durch die beiden Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe sowie elf weitere Grundzentren. Der Landkreis Cloppenburg zählt 171.992 Einwohner auf einer Fläche von rd. 1.420 km².[11] Die Bevölkerungsprognose des Landkreises geht bis Ende 2025 von einem Bevölkerungswachstum von rd. 6,7 % aus.[12]

[11] Bevölkerungszahlen: Landkreis Cloppenburg (Stand 30.09.2019).

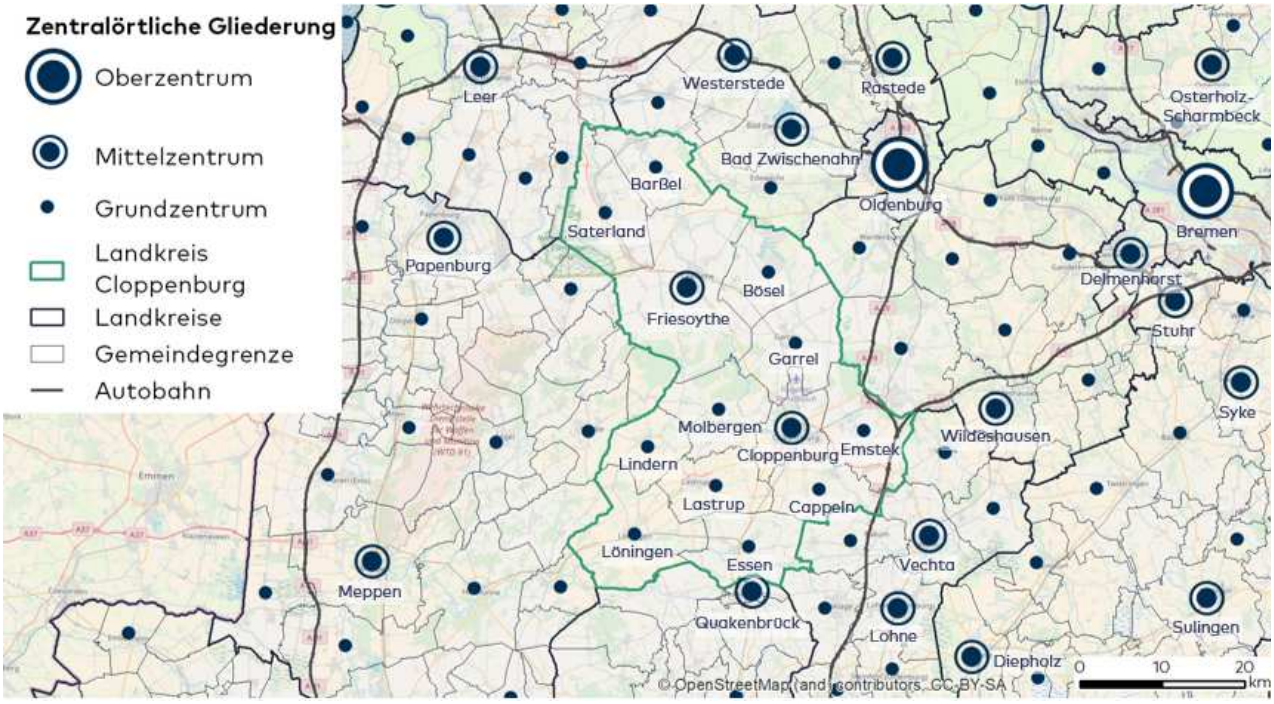
[12] Einwohnerprognose: Landkreis Cloppenburg.

SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN LANDKREIS CLOPPENBURG

Einwohner und Siedlungsstruktur

Einwohner (Stand: 30.09.2019)	171.992
Relative Bevölkerungsentwicklung bis Ende 2025	+6,7 %

Nächstgelegene Mittelzentren (Pkw-Fahrzeit)*	**Nächstgelegene Oberzentren (Pkw-Fahrzeit)***
Bad Zwischenahn (29 min)	Bremen (56 min)
Lohne (29 min)	Oldenburg (36 min)
Papenburg (35 min)	Osnabrück (52 min)
Vechta (32 min)	
Westerstede (35 min)	
Wildeshausen (32 min)	



Einwohner nach Städten/Gemeinden (in Klammern Prognose bis Ende 2025)

Cloppenburg	35.368	(+6,8 %)	Garrel	15.175	(+8,0 %)
Barßel	13.032	(+4,2 %)	Lastrup	6.998	(+5,4 %)
Bösel	8.216	(+8,6 %)	Lindern (Oldenburg)	4.927	(+6,3 %)
Cappeln (Oldenburg)	8.364	(+12,0 %)	Löningen	13.474	(+4,7 %)
Emstek	12.231	(+6,0 %)	Molbergen	8.923	(+9,6 %)
Essen (Oldenburg)	9.113	(+7,3 %)	Saterland	13.744	(+5,4 %)
Friesoythe	22.427	(+6,0 %)			

Verkehrliche Anbindung

Motorisierter Individualverkehr	angemessene verkehrliche Anbindung an die nächstgelegenen zentralen Orte über die A 1, A 29, B 68, B 213, B 72 und B 401
Öffentlicher Personennahverkehr	Anbindung an das Regionalbahnnetz (Osnabrück-Oldenburg-Wilhelmshaven) sowie interkommunale Anbindung über den Schienenpersonennahverkehr (SPNV)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Landkreis Cloppenburg (Stand: 30.09.2019, nur Hauptwohnsitz); Einwohnerprognose: Landkreis Cloppenburg; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; * Quellort zur Ermittlung der Pkw-Fahrzeit zu den nächstgelegenen Mittel- und Oberzentren ist das Stadtzentrum von Cloppenburg.

4.2.2 Angebotssituation auf Landkreisebene

Im Landkreis Cloppenburg wurden im Rahmen der Bestandserhebung von Februar bis März 2018 insgesamt 926 Betriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 357.100 m² verfügen (vgl. nachfolgende Tabelle). Um eine Bewertung der Ausstattung vornehmen zu können, wird die Einzelhandelsverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass der Landkreis Cloppenburg mit einer Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner von rd. 2,11 m² deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt (1,50 m² VKF/Einwohner[13]).

Tabelle 2: Einzelhandelsbestand im Landkreis Cloppenburg

Strukturdaten	Erhebung 02-03/2018
Einwohner	171.992
Anzahl der Betriebe	927
Gesamtverkaufsfläche in m²	361.600
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	2,10

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018, inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung; Einwohner: Landkreis Cloppenburg (Stand: 30.09.2019), nur Hauptwohnsitz; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Bei teilräumlicher Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner können auf Ebene der Städte und Gemeinden signifikante Unterschiede festgestellt werden. Bezogen auf den Durchschnittswert des Landkreises Cloppenburg von 2,10 m² je Einwohner weisen erwartungsgemäß die beiden leistungsfähigen Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe die höchsten Verkaufsflächenausstattungen auf (vgl. Abbildung 8). Insbesondere die Stadt Cloppenburg dominiert mit rd. 3,39 m² je Einwohner, gefolgt von Friesoythe (2,74 m² je Einwohner). Gleichzeitig verfügen die Stadt Löningen (2,31 m² je Einwohner) und die Gemeinde Lindern (2,08 m² je Einwohner) als einzige der sieben Grundzentren über eine Verkaufsflächenausstattung, welche über oder im Bereich des Landkreisdurchschnitts liegt. Darüber hinaus verzeichnen die vier Gemeinden Emstek (1,82 m² je Einwohner), Garrel (1,70 m² je Einwohner), Saterland (1,69 m² je Einwohner) sowie Barßel (1,69 m² je Einwohner) Verkaufsflächenausstattungen, die zwar unter dem Durchschnitt des Landkreises, jedoch über dem bundesweiten Durchschnitt (1,50 m² je Einwohner) liegen. Die fünf Grundzentren Essen, Molbergen, Cappeln, Bösel und Lastrup weisen, sowohl im Vergleich zum Bundesdurchschnitt als auch auf Ebene des Landkreises Cloppenburg, die geringsten Verkaufsflächenausstattungen je Einwohner auf. In diesem Kontext weist die Gemeinde Cappeln die deutlich unterdurchschnittlichste Ausstattungskennziffer von 0,54 m² je Einwohner auf.

[13] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

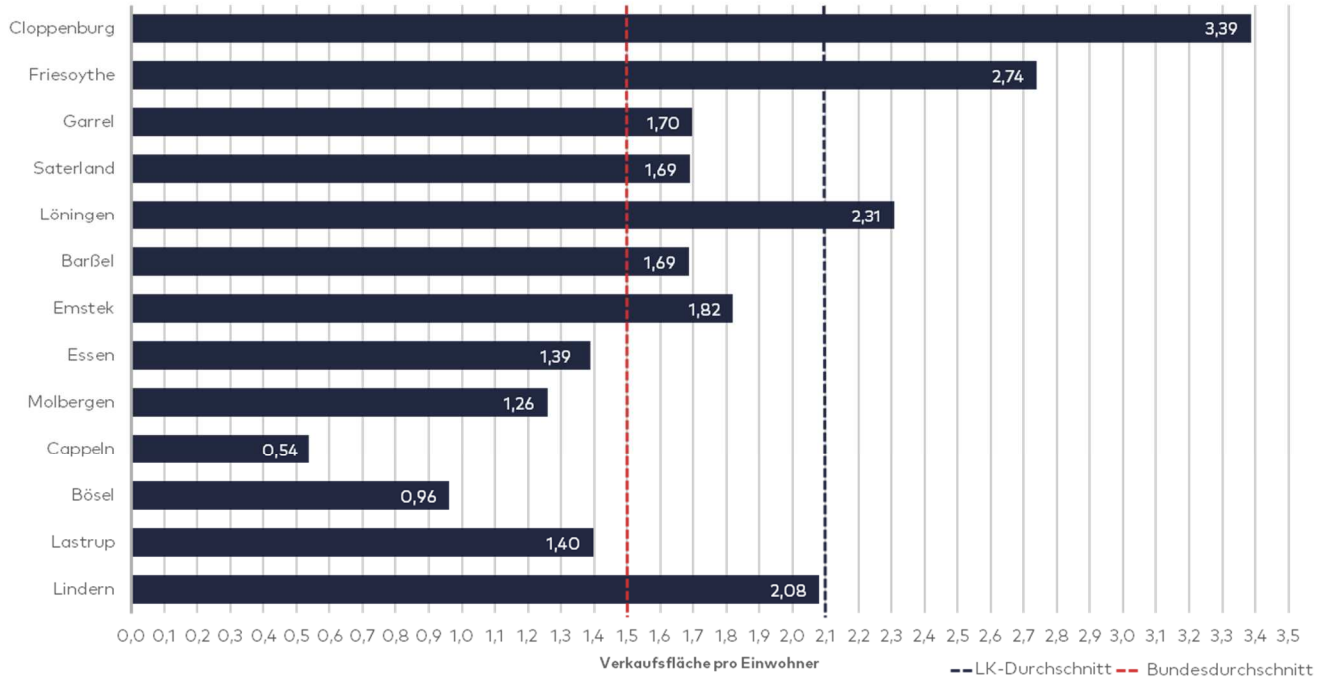


Abbildung 8: Strukturprägende Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018, inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung; Einwohner: Landkreis Cloppenburg (Stand: 30.09.2019, nur Hauptwohnsitz).

Bei der Betrachtung der strukturprägenden Betriebe (> 400 m² VKF) auf Landkreisebene wird deutlich, dass sich diese insbesondere auf die beiden Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe - überwiegend im Bereich der Innenstadtlagen - konzentrieren. Ferner ist eine signifikante Anzahl von strukturprägenden Einzelhandelsbetrieben im Bereich des südwestlich gelegenen Grundzentrums Löningen (vgl. Abbildung 9) verortet. Diese Konzentration strukturprägender Betriebe rührt u. a. durch die Ausweisung der Stadt Löningen als staatlich anerkannter Erholungsort und den damit einhergehenden externen Kaufkraftpotenzialen in Löningen.

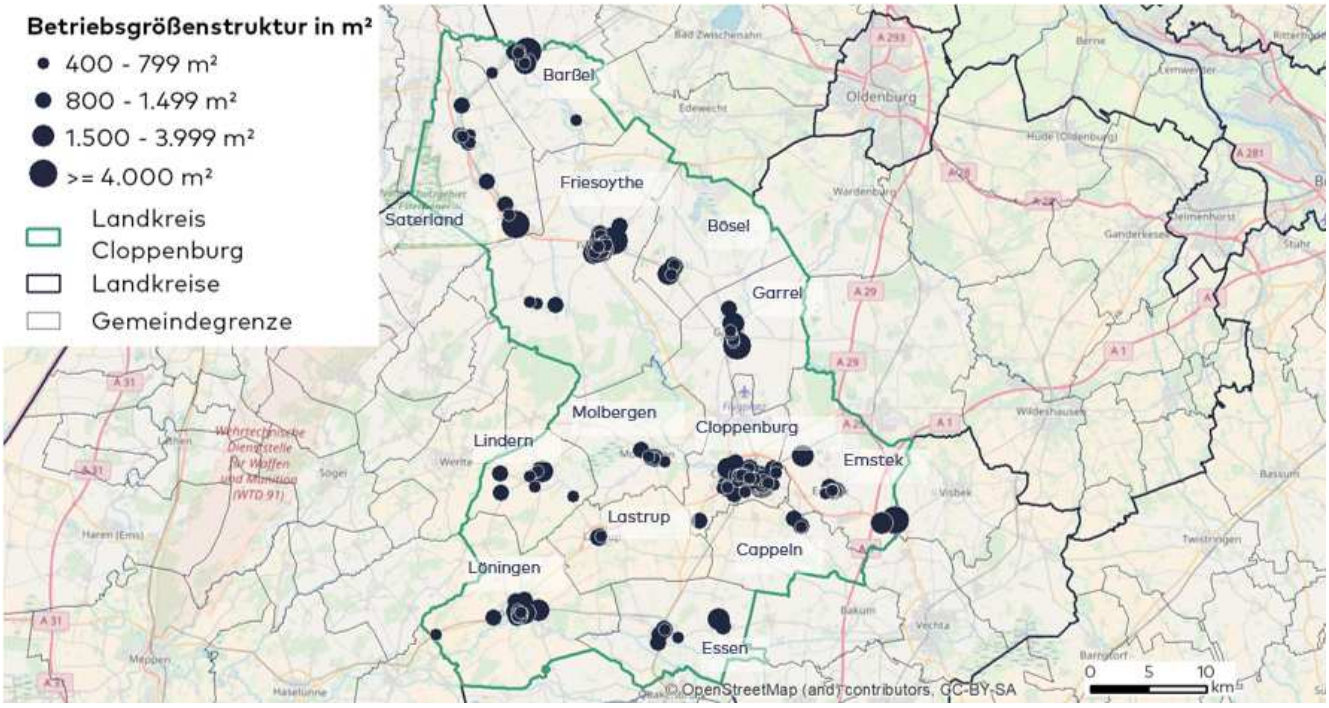


Abbildung 9: Strukturprägende Betriebe ab 400 m² auf Landkreisebene

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einzelhandelsbetriebe (Stand: 02-03/2018), inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die Verkaufsflächen nach Bedarfsstufen des Einzelhandels weisen im Landkreis Cloppenburg im Bereich des mittelfristigen Bedarfs den höchsten Anteil auf mit rd. 188.800 m² Verkaufsfläche. Des Weiteren sind rd. 85.000 m² Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen sowie rd. 27.700 m² Verkaufsfläche dem sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereich und rd. 60.100 m² Verkaufsfläche dem langfristigen Bedarfsbereich.

4.2.3 Nachfragesituation auf Landkreisebene

Neben den räumlichen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der Nachfrageseite im Landkreis Cloppenburg von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants GmbH (IFH) zurückgegriffen.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgende Tabelle stellt die sozioökonomischen Rahmendaten des Landkreises Cloppenburg im Verlauf der letzten Jahre dar. Diese stellen neben der Kaufkraft der Wohnortbevölkerung einen wichtigen Indikator dar, um das Versorgungsgebiet des Landkreises und daraus resultierende Kaufkraftströme abzuleiten.

Tabelle 3: Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Cloppenburg

Strukturdaten	2013	2014	2015	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	63.090	65.915	67.620	7,2 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	67.286	69.700	72.022	7,0 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	18.082 (29 %)	19.041 (29 %)	19.204 (28 %)	6,2 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	22.335 (33 %)	22.890 (33 %)	23.662 (33 %)	5,9 %
Pendlersaldo	-4.253	-3.849	-4.458	-205

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Stichtag: 30.06.).

Die aggregierte Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist im Untersuchungszeitraum innerhalb des betrachteten Zeitraums um 7,2 % (Arbeitsort) bzw. 7,0 % (Wohnort) gestiegen (siehe Tabelle 3). Gleichzeitig sind sowohl die Einpendlerquote (+6,2 %) als auch die Auspendlerquote (+5,9 %) gestiegen. Das negative Pendlersaldo schwankt im Betrachtungszeitraum, hat sich in der Gesamtschau aber leicht negativ entwickelt. Die Bedeutung der Städte und Gemeinden des Landkreises haben somit als Arbeitsorte in den letzten Jahren leicht an Bedeutung verloren. Die Mobilität der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist – bezogen auf die Pendlerzahlen – als relativ niedrig einzustufen.

Das Verhältnis von Ein- zu Auspendlern ist ein bedeutender Einflussfaktor auf die Einkaufsorientierung und die daraus resultierende Ausprägung der Kaufkraftströme im Landkreis. Es wird allgemein ersichtlich, dass die höchsten Pendlerströme aus dem Landkreis Cloppenburg in den südöstlich benachbarten Landkreis Vechta sowie in die Stadt Oldenburg abfließen. Ferner können den Landkreisen Ammerland und Emsland deutliche Auspendlerzuströme zugewiesen werden.

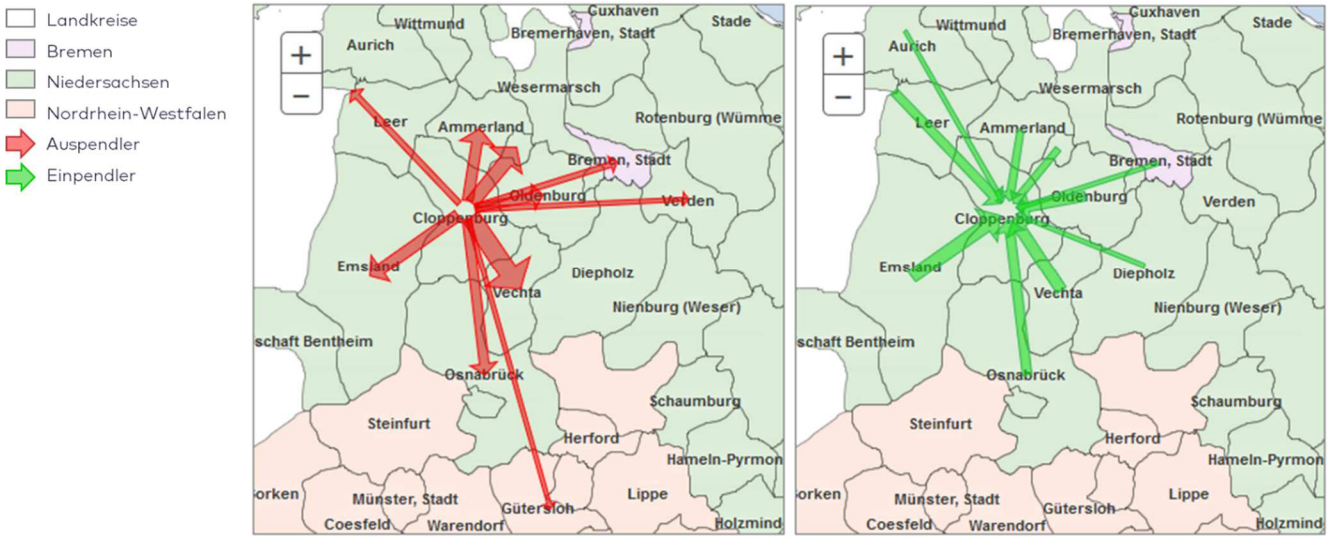


Abbildung 10: Auspendler aus dem und Einpendler in den Landkreis Cloppenburg

Quelle: Pendleratlas, Agentur für Arbeit, Datenstand: Juni 2017.

Im Hinblick auf die Herkunft der Einpendler in den Landkreis Cloppenburg zeigt sich, dass die höchsten Einpendlerströme aus dem westlich angrenzenden Landkreis Emsland, aus den Landkreisen Vechta, Leer sowie ferner aus Osnabrück generiert werden.

Bei Betrachtung der Pendlerströme auf Ebene der Städte und Gemeinden zeigt sich, dass insbesondere die beiden Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe signifikante Pendlerströme aufweisen, wobei die Stadt Friesoythe Pendlerströme vornehmlich aus den nördlich umliegenden Grundzentren generieren kann (siehe nachfolgende Abbildung). Hinsichtlich der durchschnittlich zurückgelegten Entfernungen von Auspendlern im Landkreis wird offensichtlich, dass diese Entfernungen im nördlichen Teil des Landkreises, im Umkreis von Friesoythe überwiegend über 18 km und mehr betragen und somit z. T. deutlich über den Auspendlerdistanzen der Städte und Gemeinden im südlichen Teil des Landkreises liegen.

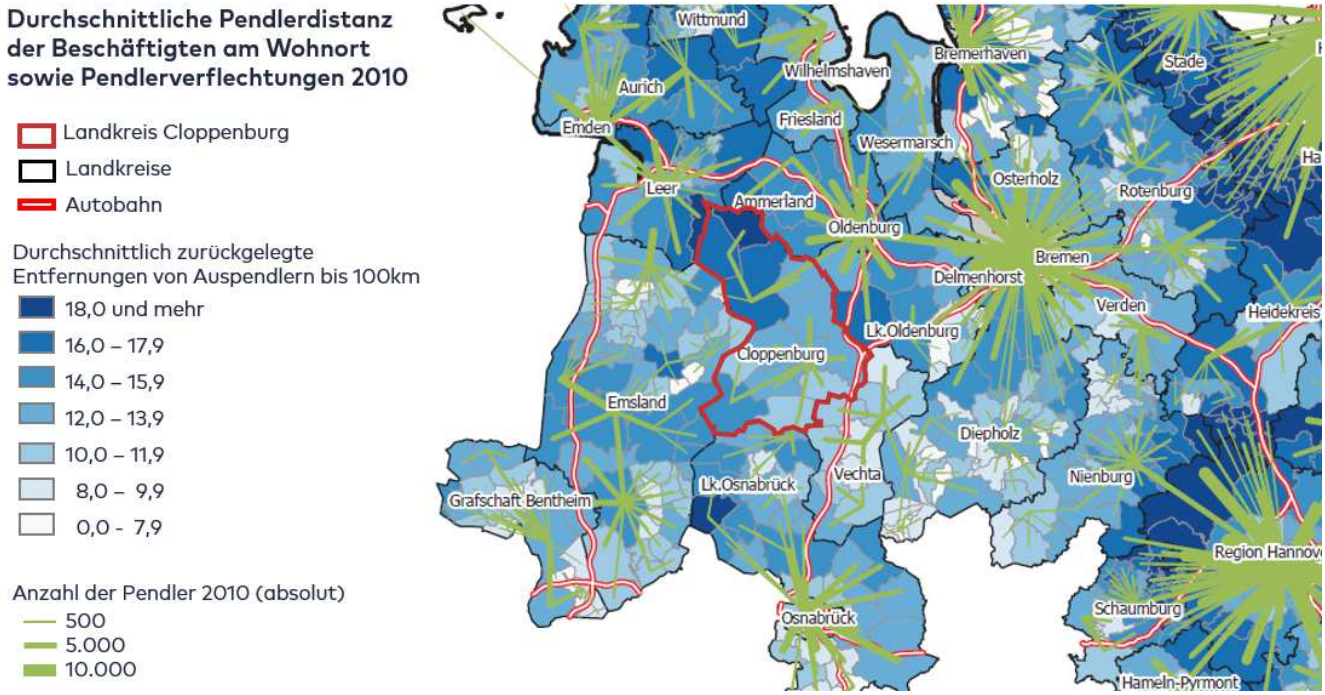


Abbildung 11: Pendlerströme auf Gemeindeebene

Quelle: NIW, Regionalmonitoring Niedersachsen Regionalreport 2012, Datenstand: 2010.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Der Landkreis Cloppenburg verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 1,02 Mrd. Euro/Jahr. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 5.936 Euro/Jahr je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.309 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt. Für die weiteren Untersuchungen und konzeptionellen Schritte ist zu berücksichtigen, dass in der dargestellten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft auch mögliche Anteile des Online-Handels inkludiert sind.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	397,0	2.309
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	63,9	372
Blumen, zoologischer Bedarf	18,9	110
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	26,4	153
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**506,1**	**2.944**
Bekleidung	81,7	475
Schuhe/Lederwaren	23,7	138
Pflanzen/Gartenbedarf	17,6	103
Baumarktsortiment i. e. S.	84,0	489
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	17,9	104
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	21,7	126
Sportartikel/Fahrräder/Camping	23,8	138
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**270,4**	**1.573**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	14,5	84
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	10,7	62
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	9,3	54
Möbel	53,8	313
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	28,0	163
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	64,6	376
Uhren/Schmuck	10,8	63
Sonstiges	52,3	304
Langfristiger Bedarfsbereich	**244,1**	**1.420**
Gesamt	**1.020,6**	**5.936**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer[14] beträgt im Landkreis Cloppenburg rd. 93 und liegt damit sowohl unter dem Durchschnitt von Niedersachsen (rd. 99) als auch unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Auch die Nachbarkommunen im Umkreis des Landkreises Cloppenburg verfügen mehrheitlich über ein

[14] Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

eher unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Ausnahmen bilden die Kommunen Vechta, Bakum und Visbek. Grundsätzlich ist ein Kaufkraftgefälle von Süden nach Norden festzustellen (Ausnahme: Molbergen). Insbesondere die Stadt Cloppenburg sowie die Gemeinden Lastrup, Cappeln und Essen weisen jeweils ein für den Landkreis überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf (siehe Abbildung 12).

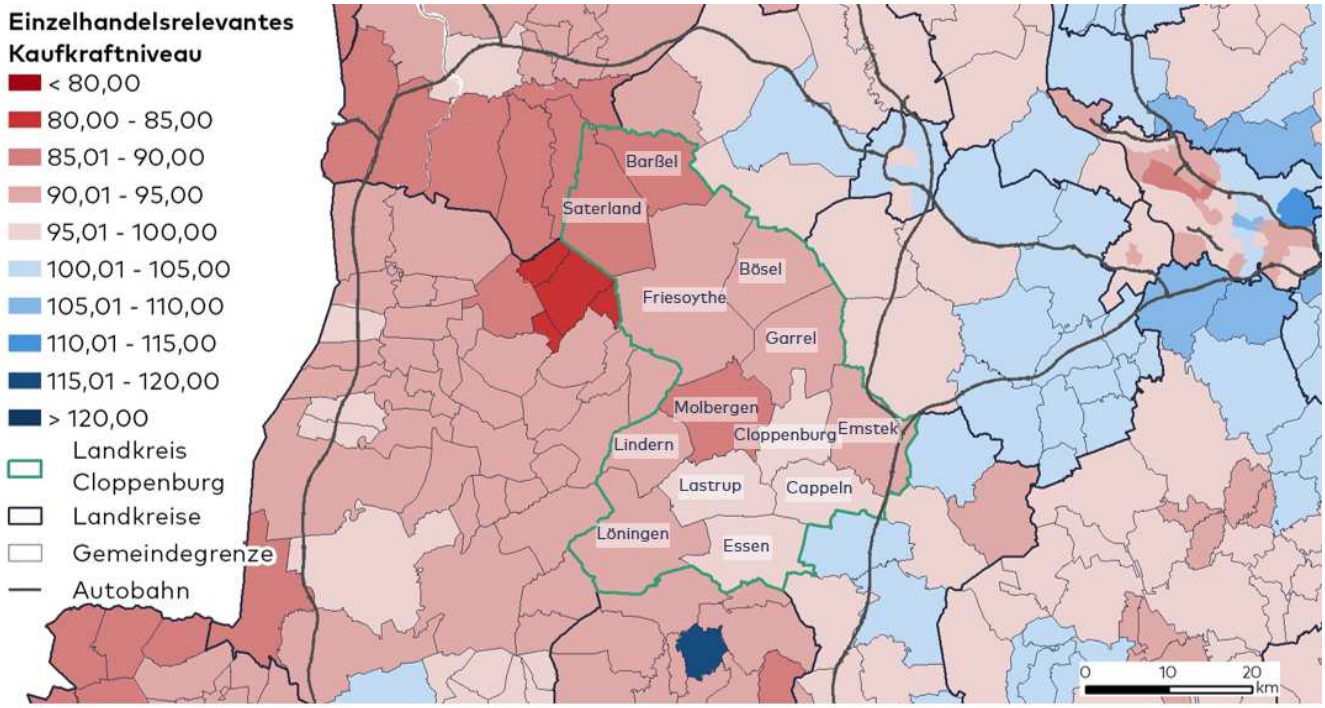


Abbildung 12: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Landkreis Cloppenburg und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2017; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014.

Einwohnerentwicklung/-prognose

Das zukünftige einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Landkreis Cloppenburg wird u. a. maßgeblich durch die demografische Entwicklung beeinflusst. Innerhalb des Zeithorizonts bis Ende 2025 wird für den Landkreis Cloppenburg eine positive Bevölkerungsentwicklung (+6,7 %) prognostiziert. Dabei stellt sich die Bevölkerungsprognose des Landkreises Cloppenburg je nach Stadt bzw. Gemeinde differenziert dar (siehe nachfolgende Tabelle).

Tabelle 5: Bevölkerung und Bevölkerungsprognose bis Ende 2025 nach Kommunen im Landkreis Cloppenburg

Stadt/Gemeinde	Bevölkerung (in Klammern Prognose bis Ende 2025)
Cloppenburg	35.368 (+6,8 %)
Barßel	13.032 (+4,2 %)
Bösel	8.216 (+8,6 %)
Cappeln (Oldenburg)	8.364 (+12,0 %)
Emstek	12.231 (+6,0 %)
Essen (Oldenburg)	9.113 (+7,3 %)
Friesoythe	22.427 (+6,0 %)
Garrel	15.175 (+8,0 %)
Lastrup	6.998 (+5,4 %)
Lindern (Oldenburg)	4.927 (+6,3 %)
Löningen	13.474 (+4,7 %)
Molbergen	8.923 (+9,6 %)
Saterland	13.744 (+5,4 %)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Landkreis Cloppenburg (Stand: 30.09.2019, nur Hauptwohnsitz); Einwohnerprognose: Landkreis Cloppenburg.

Einzelhandelsumsatz

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze[15] im Einzelhandel des Landkreises Cloppenburg basiert auf allgemein und für den Landkreis Cloppenburg spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden grundlegende **nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (siehe oben) berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie sozioökonomische Strukturdaten (insb. die Bedeutung der Städte und Gemeinden des Landkreises als Arbeitsort in der Region).
- Im Rahmen einer Desk-Research werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten im Landkreis Cloppenburg beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentsspezifischen Umsätze werden abschließend mit Hilfe von Stadt + Handel vorliegenden **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter** plausibilisiert. Das

[15] Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.

- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte, neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe, zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. In Einzelfällen fließen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die, im Hinblick auf das mögliche Umsatzpotenzial, relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Insgesamt lässt sich für den Landkreis Cloppenburg ein Einzelhandelsumsatz von rd. 848,7 Mio. € brutto je Jahr ermitteln (siehe nachfolgende Tabelle). Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich somit eine Gesamtzentralität von rd. 0,83[16]. Wie nachfolgender Tabelle zu entnehmen ist, fällt die Zentralität im Landkreis je nach Warengruppe sehr differenziert aus. So können in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, GPK/Hausrat und Einrichtungszubehör sowie Pflanzen/Gartenbedarf die vorhandenen Kaufkraftpotenziale des Landkreises rechnerisch gebunden werden. Gleichzeitig sind besonders bei den Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe deutliche rechnerische Kaufkraftabflüsse aus dem Landkreis zu konstatieren. Die niedrigsten Zentralitäten weisen die Warengruppen Neue Medien/Unterhaltungselektronik (rd. 0,39), Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (rd. 0,46), Möbel (rd. 0,52) sowie Uhren/Schmuck (rd. 0,59) auf.

[16] Zentralität: Sie gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte im Landkreis Cloppenburg

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	85.000	404,0	397,0	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	14.700	64,0	63,9	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	7.200	15,7	18,9	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	5.800	16,2	26,4	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**112.700**	**499,9**	**506,1**	**0,99**
Bekleidung	42.300	58,9	81,7	0,72
Schuhe/Lederwaren	10.400	15,6	23,7	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	46.500	18,4	17,6	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	51.900	67,7	84,0	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	21.400	20,0	17,9	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	5.600	10,0	21,7	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	10.600	19,0	23,8	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**188.800**	**209,6**	**270,4**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	2.800	12,8	14,5	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	3.900	6,4	10,7	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	5.400	6,4	9,3	0,69
Möbel	29.700	27,9	53,8	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	8.000	19,4	28,0	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	5.600	25,5	64,6	0,39
Uhren/Schmuck	1.500	6,3	10,8	0,59
Sonstiges	3.300	34,4	52,3	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**60.100**	**139,1**	**244,1**	**0,57**
Gesamt	**361.600**	**848,7**	**1.020,6**	**0,83**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 02-03/2018, inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich; *inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung.

4.3 STRUKTURANALYSE AUF GEMEINDEEBENE

Die gemeindespezifische Betrachtung zeigt eine heterogene Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen über den Landkreis Cloppenburg. Im Kontext der Strukturanalyse auf Ebene der Städte und Gemeinden werden die relevanten

Ausstattungskennziffern der Gesamtstadt bzw. -gemeinde anhand nachfolgender Steckbriefe betrachtet, ehe eine Analyse und Bewertung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP der einzelnen Städte und Gemeinden vorgenommen wird. Als wesentliche Grundlage für die Abgrenzung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP dienen die zentralen Versorgungsbereiche auf Ebene der Haupt- und Nebenzentren bzw. Teilraum-/Stadtteilzentren) aus den kommunalen Einzelhandelskonzepten (sofern vorhanden und sachgerecht abgegrenzt).[17] Sofern kein kommunales Einzelhandelskonzept vorhanden ist, wurde eine städtebaulich integrierte Lage im Sinne des LROP auf Grundlage der aktuellen Einzelhandels- und Infrastrukturen durch Stadt + Handel abgegrenzt.

Folgende ergänzende Anmerkungen sind hervorzuheben:

- Übergeordnetes Ziel des REHK Cloppenburg 2021 ist es, die Raumverträglichkeit der zentrenrelevanten Randsortimente des in Rede stehenden Möbelvorhabens abzuleiten. Zur Beurteilung der regionalen Zentrenrelevanz einzelner Sortimente und der Zentrenprägung sind gemäß LROP Niedersachsen 2017 die städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP die geeignete Bemessungsgrundlage.
- Um eine einheitliche Bemessungsgrundlage zu gewährleisten, werden für jede Kommune städtebaulich integrierte Lagen i. S. d. LROP (anstelle von zentralen Versorgungsbereichen) dargestellt.
- Als städtebaulich integrierte Lage i. S. d. LROP wurde jeweils der durch Handelsnutzungen sowie zentrenergänzende Funktionen geprägte Teil des Ortskerns eines Zentralen Ortes abgegrenzt.
- Unter Berücksichtigung des Konzept-Fokus auf aperiodische Güter (im Speziellen Möbel und die gängigen Randsortimente von Möbelmärkten) finden Nahversorgungszentren keine Beachtung, da diese aufgrund ihres Versorgungsauftrages und einer auch faktisch überwiegenden Ausrichtung auf nahversorgungsrelevante bzw. periodische Sortimente nur geringe Überschneidungen mit den Sortimenten des Möbelvorhabens aufweisen.
- Bei der Darstellung der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP handelt es sich um keine abschließende, planerische Festsetzung des Landkreises Cloppenburg. Daher werden Sie als nicht parzellenscharfer Lagebereich dargestellt. Sie dienen als Bemessungsgrundlage für die im REHK behandelten Fragestellungen. Es sei grundsätzlich darauf hingewiesen, dass die Abgrenzung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP eine wesentliche Gebietskategorisierung für die landesplanerisch konforme Realisierung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben darstellt. Die Abgrenzung sollte im Kontext des § 11 Abs. 3 BauNVO, § 2 Abs. 2 BauGB und § 34 BauGB[18] durch die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches in kommunalen Einzelhandelskonzepten weiter konkretisiert werden. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass zum einen ein tatsächlicher (der aktuellen Rechtsprechung genügender) zentraler Versorgungsbereich nicht

[17] Keine Beachtung finden Nahversorgungszentren, da diese aufgrund ihres Versorgungsauftrages und einer auch faktisch überwiegenden Ausrichtung auf nahversorgungsrelevante bzw. periodische Sortimente geringe Überschneidungen mit den Sortimenten des Möbelvorhabens aufweisen.

[18] Hier als wichtiger Indikator für Bewertungen nach § 34 Abs. 3 BauGB.

zwangsläufig die gesamte städtebaulich integrierte Lage i. S. d. LROP umfasst, zum anderen auch jenseits der hier dargestellten Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentren) ausgewiesen werden können.

STADT CLOPPENBURG

Gesamtstädtische Kennwerte

Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	35.368
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,8 %
Kaufkraftniveau	95
Anzahl der Betriebe	278
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	3,39

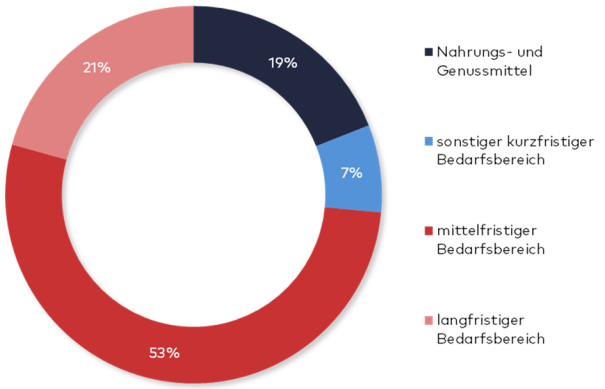
Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität Kommune	Zentralität Landkreis
Nahrungs- und Genussmittel	22.800	111,6	83,3	1,34	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	4.700	21,4	13,4	1,59	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	2.300	5,5	3,9	1,39	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	2.000	5,3	5,6	0,95	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**31.800**	**143,8**	**106,3**	**1,35**	**0,99**
Bekleidung	19.600	26,3	17,4	1,51	0,72
Schuhe/Lederwaren	5.300	7,3	5,0	1,45	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	9.800	5,6	3,7	1,51	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	15.200	25,6	17,4	1,47	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	6.000	5,8	3,8	1,54	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	2.600	5,0	4,6	1,09	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	4.800	10,3	5,1	2,03	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**63.200**	**85,9**	**57,0**	**1,51**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	1.000	5,5	3,0	1,80	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1.400	3,0	2,3	1,32	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	2.300	3,3	2,0	1,68	0,69
Möbel	12.000	13,2	11,5	1,15	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	3.100	8,6	6,0	1,44	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	2.700	13,7	13,7	1,00	0,39
Uhren/Schmuck	400	2,6	2,3	1,12	0,59
Sonstiges	1.800	19,1	11,1	1,72	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**24.800**	**68,9**	**51,8**	**1,33**	**0,57**
Gesamt	**119.800**	**298,6**	**215,1**	**1,39**	**0,83**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018, inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

INNENSTADTZENTRUM CLOPPENBURG

Versorgungsbereich — Stadt Cloppenburg inkl. Kongruenzraum

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtstadt	35.368
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,8 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	182	65 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	49.300	41 %
Anzahl der Leerstände	22	11 %
Zentrenergänzende Funktionen	191	-

Magnetbetriebe

Kabs, Kaufland, Warenkaufhaus (> 2.500 m²), C&A, Edeka, H&M, Woolworth, zwei großflächige Bekleidungsfachgeschäfte (> 1.000 m²), ein Haushaltswarenfachgeschäft (> 1.400 m²), Intersport, K+K, Rossmann, DM

Bewertung

- Rd. die Hälfte der VKF im mittelfristigen Bedarfsbereich, dabei hoher Anteil an innenstadttypischen Leitsortimenten (u. a. Bekleidung, Schuhe, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör)
- Zwei wichtige Nahversorgungspole im Innenstadtzentrum
- Hohe Einzelhandelsdichte entlang der Hauptfrequenzlage Lange Straße
- Ausdünnung der Angebotsstruktur in nördlichen und südlichen Standortbereichen
- Einzelhandelsbesatz geprägt durch hohen Anteil an Filialisten, ergänzt durch inhabergeführte Betriebe
- Wenige Leerstände (insb. in Hauptfrequenzlage Lange Straße)
- Geringe Dichte an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, vor allem (hochwertige) Gastronomieangebote
- Strukturell gut aufgestelltes Innenstadtzentrum mit Entwicklungsspielräumen zur weiteren Attraktivierung der Funktionsvielfalt im Bereich der zentrenergänzenden Funktionen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Stadt Cloppenburg stellt im Vergleich zu den übrigen Kommunen im Landkreis das stärkste Mittelzentrum dar. Cloppenburg weist mit 278 Betrieben die höchste Betriebszahl auf. Zusätzlich liegt die Gesamtverkaufsfläche Cloppenburgs (rd. 119.800 m²) deutlich über der des Mittelzentrums Friesoythe (rd. 61.400 m²). Ebenso stellt sich die Verkaufsflächenausstattung mit rd. 3,39 m² je Einwohner in Cloppenburg als überdurchschnittlich dar. Auch die Einzelhandelszentralität liegt mit einem Wert von rd. 1,39 deutlich über dem Landkreisdurchschnitt (rd. 0,83). Insbesondere die hohen Zentralitätswerte der Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs (u. a. Sportartikel/Fahrräder/Camping, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren) stellen die Funktion Cloppenburgs als leistungsstarkes Mittelzentrum im Landkreis heraus.

STADT FRIESOYTHE

Gesamtstädtische Kennwerte

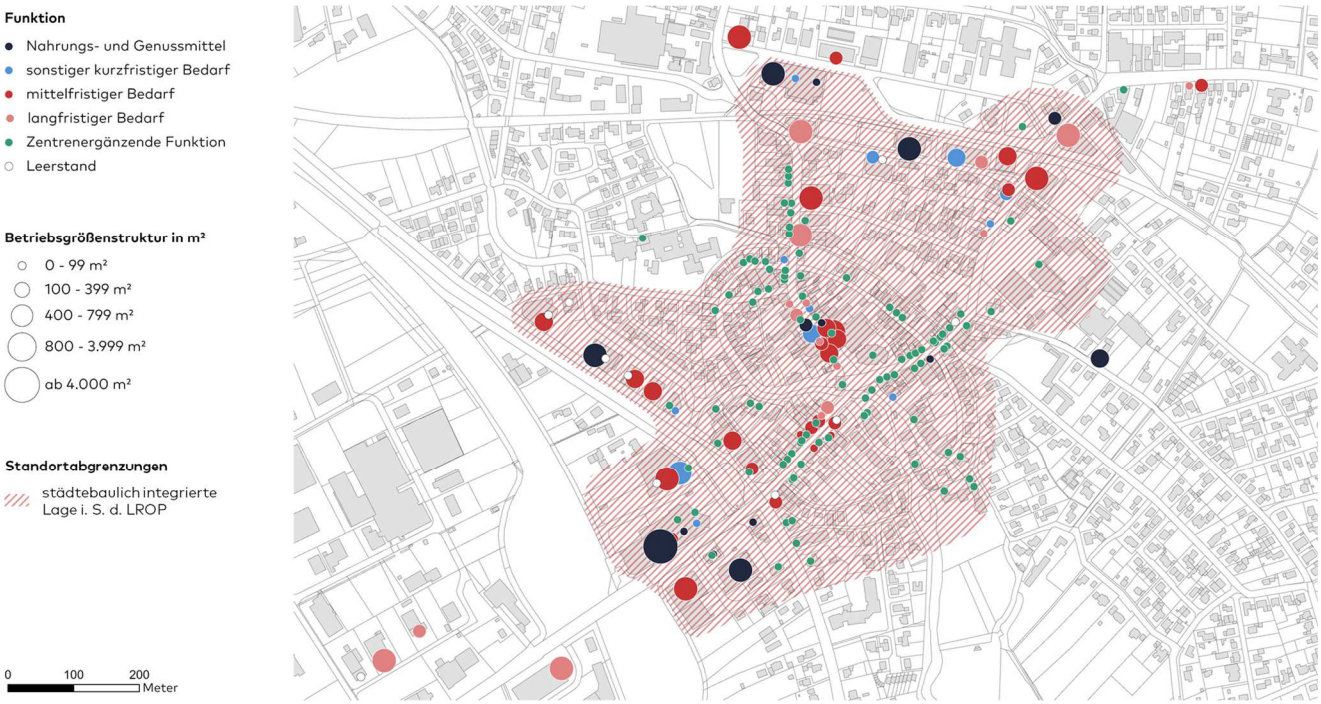
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	22.427
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,0 %
Kaufkraftniveau	93
Anzahl der Betriebe	125
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	2,74

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	11.400	56,3	51,7	1,09	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	2.800	12,3	8,3	1,48	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	1.400	2,9	2,5	1,18	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1.100	2,9	3,4	0,84	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**16.700**	**74,4**	**65,9**	**1,10**	**0,99**
Bekleidung	8.200	11,5	10,6	1,08	0,72
Schuhe/Lederwaren	1.400	2,6	3,1	0,84	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	4.000	2,3	2,3	0,99	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	7.100	8,2	11,0	0,75	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	4.700	4,2	2,3	1,79	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	1.400	2,3	2,8	0,81	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	2.300	3,2	3,1	1,04	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**29.000**	**34,2**	**35,2**	**1,00**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	400	1,9	1,9	1,01	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	900	1,2	1,4	0,86	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	1.700	1,4	1,2	1,18	0,69
Möbel	8.600	6,3	7,0	0,89	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	1.900	3,4	3,6	0,94	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	1.400	5,5	8,4	0,66	0,39
Uhren/Schmuck	200	0,8	1,4	0,59	0,59
Sonstiges	700	6,9	6,8	1,01	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**15.700**	**27,5**	**31,7**	**0,86**	**0,57**
Gesamt	**61.400**	**136,1**	**132,8**	**1,02**	**0,83**

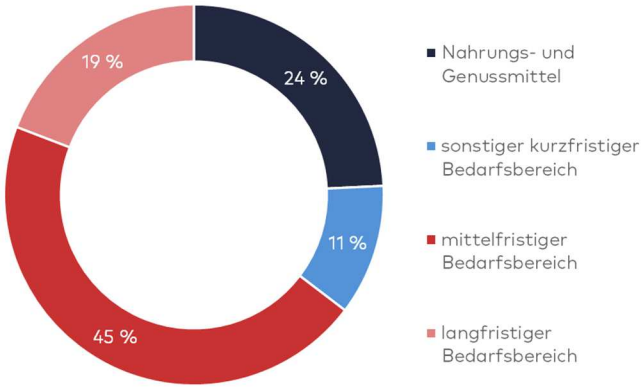
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

INNENSTADTZENTRUM FRIESOYTHE

Versorgungsbereich | Stadt Friesoythe inkl. Kongruenzraum



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtstadt	22.427
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,0 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	64	51 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	32.700	53 %
Anzahl der Leerstände	9	12 %
Zentrenergänzende Funktionen	95	-

Magnetbetriebe

famila, Zimmermann Sonderpostenmarkt, E-Center, C&A, ein Bekleidungsfachgeschäft (> 1.400 m²), Lidl, Müller, KiK, zwei Möbelfachmärkte (> 1.000 m²), Dänisches Bettenlager, Kik, ein Spielwarenfachmarkt (> 800 m²), Aldi, Rossmann, Zweiradfachmarkt (> 600 m²) Takko, Deichmann

Bewertung

- Entsprechend der mittelzentralen Versorgungsfunktion hohe Verkaufsflächenanteile im mittelfristigen Bedarfsbereich (rd. 45 %)
- Quantitativ und qualitativ gutes Nahversorgungsangebot
- Hohe Ausstattung an innenstadttypischen Leitsortimenten (insb. Bekleidung, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, Schuhe), dabei mit unterschiedlichen Angebotsqualitäten
- Großflächige Fachmarktformate überwiegend an den Standortbereichen „Am Hafen“ und „Europastraße“
- Im Vergleich deutlich abfallende Einzelhandelsdichte entlang der Kirchstraße (aufgrund limitierter Flächenverfügbarkeiten für den Einzelhandel)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Stadt Friesoythe verfügt über überdurchschnittliche Kennwerte im Vergleich zum landkreisweiten Durchschnitt. Dies zeigt sich sowohl im Hinblick auf die vorhandene Verkaufsflächenausstattung (rd. 61.400 m²), der Höhe des verfügbaren Kaufkraftpotenzials sowie die Einzelhandelszentralität, welche mit rd. 1,02 deutlich über dem Landkreisdurchschnitt (rd. 0,83) liegt. Dabei werden in den Warengruppen Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 1,79), Drogerie/ Parfümerie/Kosmetik, Apotheken (rd. 1,48), Blumen/zoologischer Bedarf (rd. 1,18) und Bekleidung (rd. 1,08) die höchsten Zentralitätswerte erreicht. Gleichzeitig sind in einigen Warengruppen deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen (u. a. Baumarktsortiment i. e. S., Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, Neue Medien/Unterhaltungselektronik, Uhren/Schmuck). Im direkten Vergleich beider Mittelzentren zeigt sich anhand der vorgestellten Ausstattungskennwerte, dass die Stadt Cloppenburg als deutlich leistungsstärkeres Mittelzentrum zu beurteilen ist.

GEMEINDE BARßEL

Gesamtstädtische Kennwerte

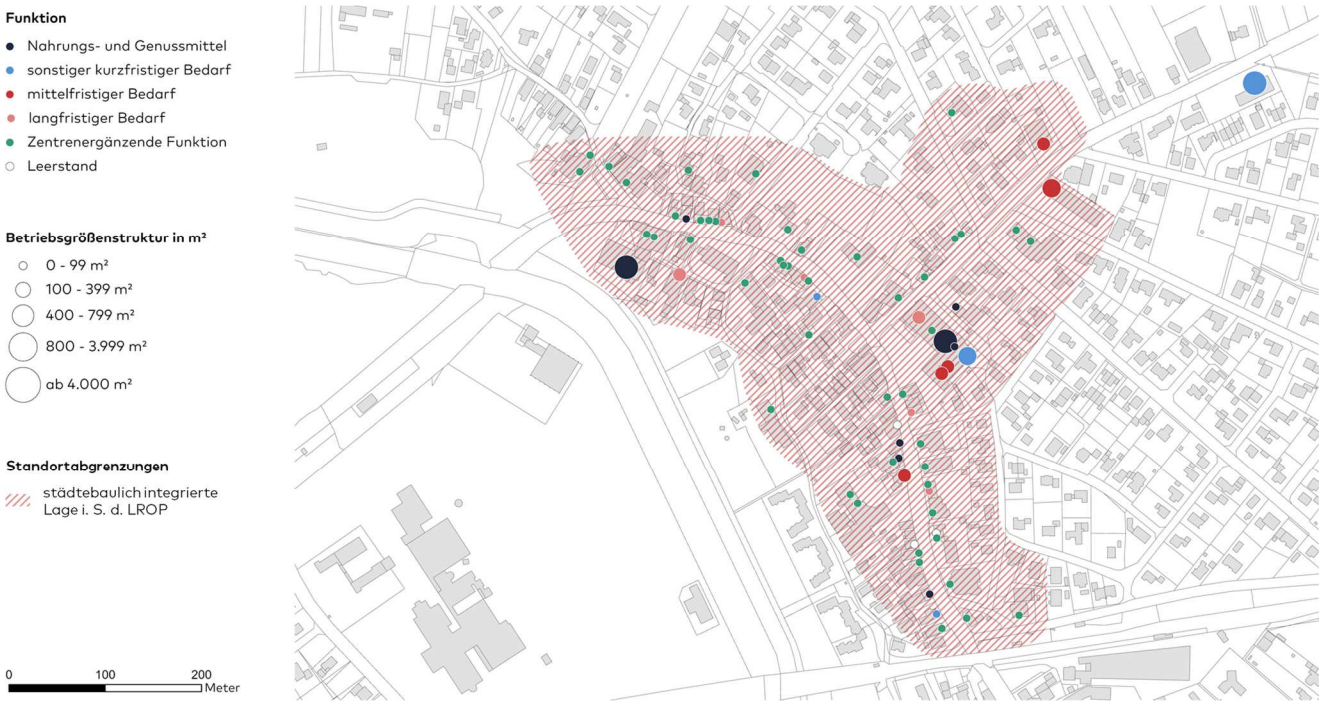
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	13.032
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 4,2 %
Kaufkraftniveau	89
Anzahl der Betriebe	66
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,69

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	7.400	34,0	28,8	1,18	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	1.100	4,3	4,6	0,93	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	600	1,2	1,4	0,85	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	500	1,3	1,9	0,72	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**9.600**	**40,8**	**36,6**	**1,11**	**0,99**
Bekleidung	2.400	3,0	5,7	0,53	0,72
Schuhe/Lederwaren	400	0,8	1,7	0,46	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	2.200	1,2	1,3	0,91	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	4.200	5,5	6,3	0,87	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	300	0,4	1,3	0,35	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	200	0,2	1,5	0,13	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	600	0,9	1,7	0,54	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**10.300**	**12,0**	**19,4**	**0,62**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	300	1,1	1,1	1,08	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	400	0,4	0,8	0,56	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	300	0,5	0,7	0,71	0,69
Möbel	300	0,5	3,8	0,14	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	400	1,1	2,0	0,56	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	100	0,5	4,6	0,12	0,39
Uhren/Schmuck	100	0,4	0,7	0,51	0,59
Sonstiges	< 100	1,2	3,7	0,33	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**2.100**	**5,8**	**17,2**	**0,34**	**0,57**
Gesamt	**22.000**	**58,6**	**73,3**	**0,80**	**0,83**

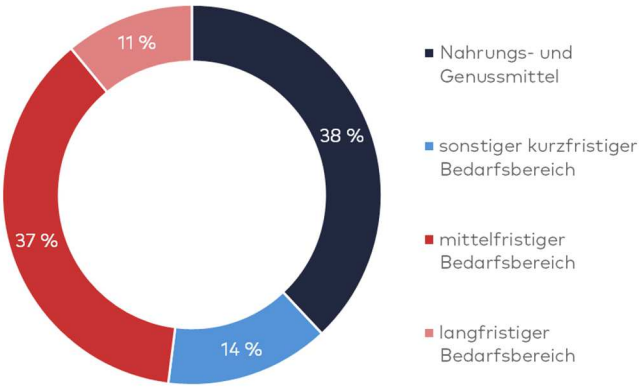
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM BARßEL

Versorgungsbereich | Gemeinde Barßel



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	13.032
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 4,2 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	22	33 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	5.000	23 %
Anzahl der Leerstände	3	12 %
Zentrenergänzende Funktionen	49	-

Magnetbetriebe

Netto, K+K, ein Bekleidungsfachgeschäft (> 700 m²), DroNova, NKD, Ernstings` family

Bewertung

- Insgesamt niedrige Einzelhandelsdichte entlang der Hauptfrequenzachse Lange Straße
- Angebotskonzentration im zentralen Bereich der Lange Straße
- Einzelhandelsausstattung gemäß grundzentraler Versorgungsfunktion überwiegend auf Waren der kurzfristigen Bedarfsstufe (rd. 52 %) ausgerichtet
- Hohe Dichte an zentrenergänzenden Funktionen
- Im Kontext seines grundzentralen Versorgungsauftrags qualitativ und quantitativ gut ausgestattetes Ortszentrum

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Barßel verfügt über eine durchschnittliche Zentralität (rd. 0,80). Dabei zeigen sich teilweise große Unterschiede zwischen verschiedenen Warengruppen. Mit Blick auf die grundzentrale Versorgungsfunktion erfüllt die Gemeinde Barßel im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (rd. 1,18) die angedachte Versorgungsfunktion in überdurchschnittlichem Maß. Allgemein stellt sich Barßel im Kontext seines Versorgungsauftrages mit einer Zentralität im kurzfristigen Bedarfsbereich von 1,11 als gut ausgestattet dar.

GEMEINDE BÖSEL

Gesamtstädtische Kennwerte

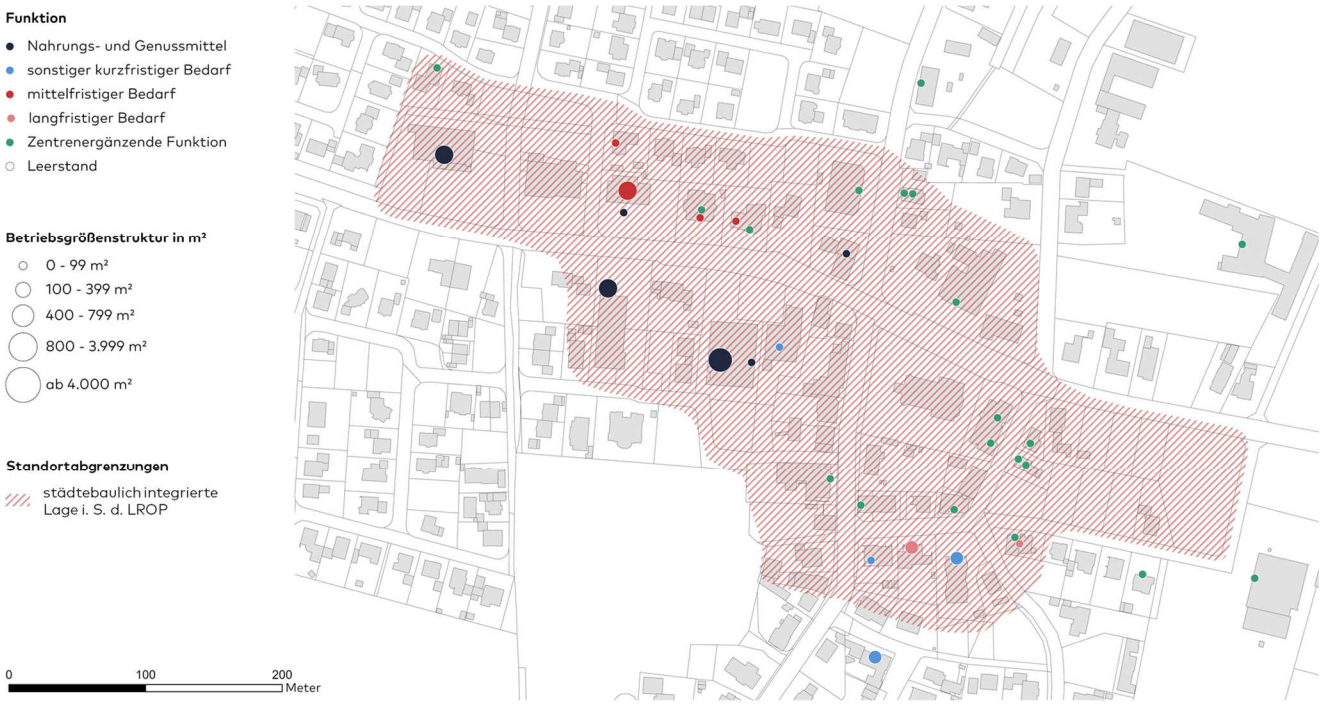
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	8.216
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 8,6 %
Kaufkraftniveau	92
Anzahl der Betriebe	31
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,96

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	2.600	13,5	18,8	0,72	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	400	1,6	3,0	0,53	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	200	0,5	0,9	0,55	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	100	0,4	1,2	0,31	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**3.300**	**16,0**	**23,9**	**0,67**	**0,99**
Bekleidung	700	1,2	3,8	0,31	0,72
Schuhe/Lederwaren	-	0,0	1,1	0,00	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	400	0,4	0,8	0,42	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	2.400	2,9	4,0	0,72	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	300	0,3	0,8	0,34	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	< 100	< 0,1	1,0	0,08	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	200	0,3	1,1	0,30	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**4.000**	**5,1**	**12,7**	**0,40**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	< 100	0,3	0,7	0,37	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	-	0,0	0,5	0,00	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	< 100	< 0,1	0,4	0,04	0,69
Möbel	300	0,3	2,5	0,12	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	-	0,0	1,3	0,00	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	100	0,6	3,0	0,19	0,39
Uhren/Schmuck	200	0,4	0,5	0,81	0,59
Sonstiges	-	0,0	2,5	0,00	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**600**	**1,6**	**11,5**	**0,14**	**0,57**
Gesamt	**7.900**	**22,6**	**48,1**	**0,47**	**0,83**

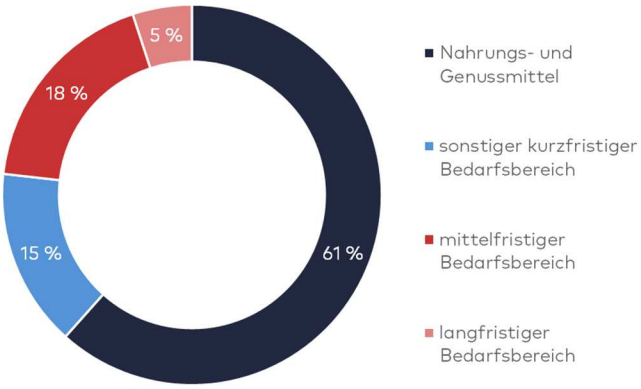
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM BÖSEL

Versorgungsbereich | Gemeinde Bösel



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	8.216
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 8,6 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	15	48 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	3.700	47 %
Anzahl der Leerstände	0	0 %
Zentrenergänzende Funktionen	17	-

Magnetbetriebe

Lidl, Netto, Combi

Bewertung

- Deutlicher Angebotsschwerpunkt auf Waren des kurzfristigen Bedarfs (rd. 76 % der VKF im Ortszentrum)
- Eher geringer Einzelhandelsbesatz mit erhöhter Dichte der vorhandenen Angebote im zentralen Bereich der Friesoyther Straße
- Keine Leerstände innerhalb des Ortszentrums
- Schwerpunktraum für zentrenergänzenden Funktionen im nördlichen und östlichen Bereich des Ortszentrums
- Räumlich-funktionale Integration innerhalb des Gemeindegebiets
- Übernahme der grundzentralen Versorgungsfunktion gegeben

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Bösel verfügt über eine durchschnittliche Betriebsanzahl (31 Betriebe) und vergleichsweise geringe Gesamtverkaufsfläche (rd. 7.900 m²). Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner liegt mit rd. 0,96 m² unter den Durchschnittswerten des Landkreises sowie des Bundes. In Relation zum Landkreisdurchschnitt (rd. 0,83) weist die Gemeinde Bösel zusätzlich eine deutlich unterdurchschnittliche Zentralität (rd. 0,47) auf. Dabei lassen sich für alle betrachteten Warengruppen unterdurchschnittliche Zentralitätswerte feststellen. Die Warengruppe Uhren/Schmuck stellt mit einer Zentralität von rd. 0,81 im Vergleich zur sortimentsspezifischen Zentralität im Landkreis (rd. 0,59) die einzige Ausnahme dar.

GEMEINDE CAPPELN (OLDENBURG)

Gesamtstädtische Kennwerte

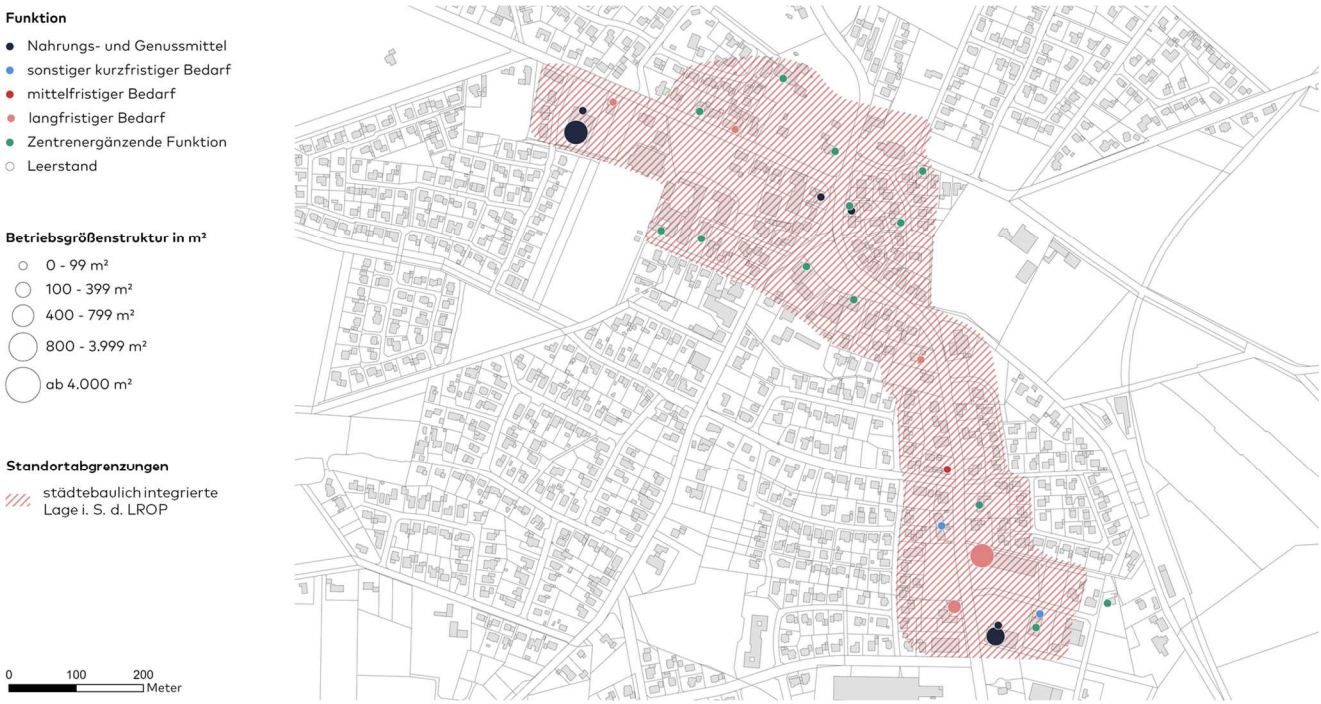
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	8.364
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 12,0 %
Kaufkraftniveau	96
Anzahl der Betriebe	20
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,54

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	1.900	8,3	19,8	0,42	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	300	1,0	3,2	0,32	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	< 100	0,2	0,9	0,20	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	100	0,4	1,3	0,27	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**2.300**	**9,9**	**25,3**	**0,39**	**0,99**
Bekleidung	< 100	< 0,1	4,2	0,02	0,72
Schuhe/Lederwaren	< 100	0,1	1,2	0,10	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	500	0,4	0,9	0,41	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	500	0,6	4,1	0,14	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	500	0,5	0,9	0,50	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	< 100	< 0,1	1,1	0,06	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	-	0,0	1,2	0,00	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**1.500**	**1,7**	**13,6**	**0,12**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	-	0,0	0,7	0,00	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	< 100	< 0,1	0,5	0,17	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	< 100	< 0,1	0,5	0,15	0,69
Möbel	400	0,4	2,7	0,13	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	100	0,4	1,4	0,28	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	< 100	0,3	3,3	0,09	0,39
Uhren/Schmuck	-	0,0	0,6	0,00	0,59
Sonstiges	-	0,0	2,7	0,00	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**700**	**1,2**	**12,4**	**0,10**	**0,57**
Gesamt	**4.500**	**12,8**	**51,3**	**0,25**	**0,83**

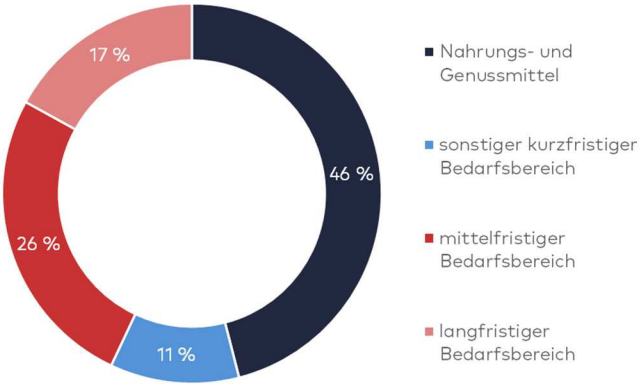
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM CAPPELN

Versorgungsbereich | Gemeinde Cappeln



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	8.364
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 12,0 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	14	70 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	3.800	85 %
Anzahl der Leerstände	0	0 %
Zentrenergänzende Funktionen	12	-

Magnetbetriebe

Netto, Combi, Posten-Börse

Bewertung

- Angebotsschwerpunkt durch filialisierte Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, ergänzt durch inhabergeführte Betriebe und einen Filialisten mit Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs
- Geringer Einzelhandelsbesatz, Verortung der Magnetbetrieb in den Randbereichen des Ortzentrums
- Hohes städtebauliches Gewicht (rd. 85 % der gesamtstädtischen VKF im Ortszentrum verortet)
- Keine Leerstände innerhalb des Ortszentrums
- Konzentration der zentrenergänzenden Funktionen im Norden des Ortszentrums, dabei überwiegend öffentliche und kirchliche Einrichtungen
- Übernahme der grundzentralen Versorgungsfunktion gegeben

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Cappeln verfügt in Relation zu dem Landkreisdurchschnitt (rd. 0,83) über eine deutlich unterdurchschnittliche Zentralität (rd. 0,25) sowie, eine im Vergleich zu anderen Grundzentren des Landkreises, geringe Anzahl an Betrieben. Gleichzeitig verfügt die Gemeinde Cappeln über eine Verkaufsflächenausstattung (0,54 m² je Einwohner), welche sowohl deutlich unter Durchschnitt des Landkreises als auch unter dem bundesweiten Durchschnitt liegt.

GEMEINDE EMSTEK

Gesamtstädtische Kennwerte

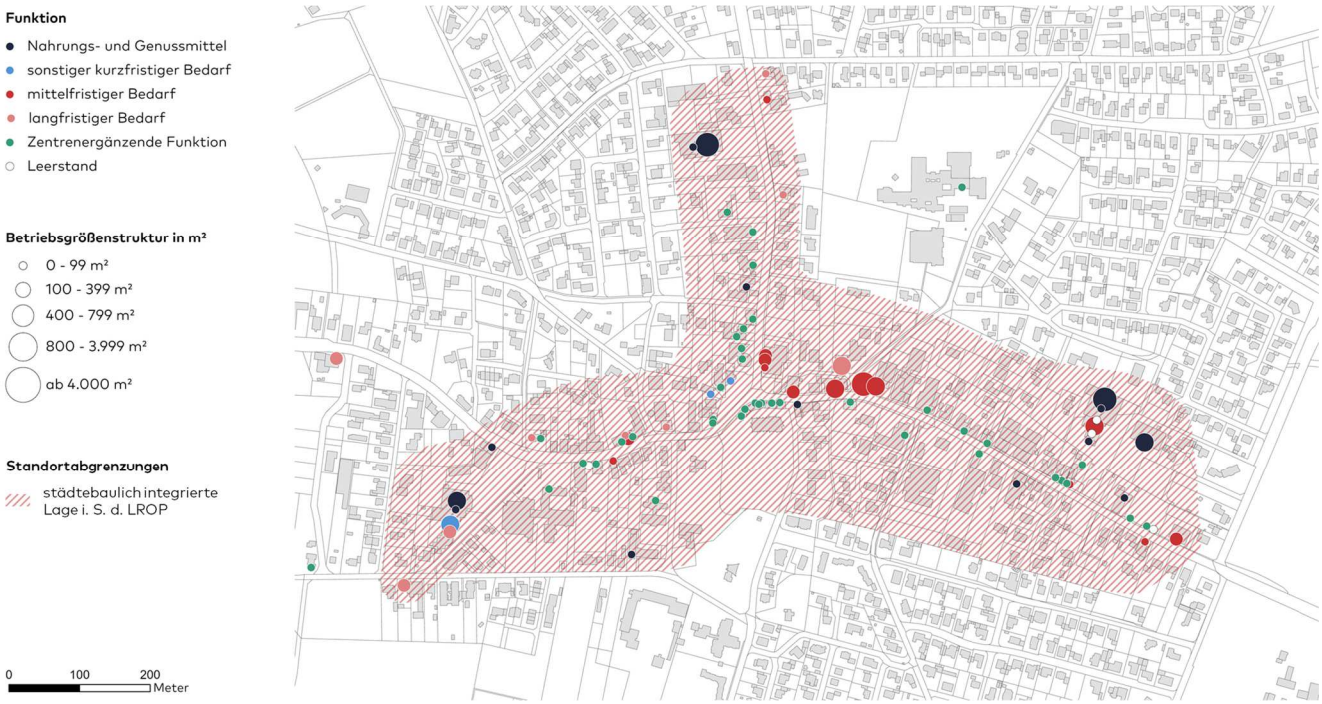
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	12.231
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,0 %
Kaufkraftniveau	93
Anzahl der Betriebe	57
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,82

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	4.500	22,6	28,3	0,80	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	900	4,0	4,5	0,88	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	200	0,5	1,3	0,37	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	100	0,4	1,9	0,21	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**5.700**	**27,5**	**36,0**	**0,76**	**0,99**
Bekleidung	1.600	2,0	5,8	0,35	0,72
Schuhe/Lederwaren	400	0,5	1,7	0,30	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	10.000	2,1	1,3	1,66	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	1.300	2,3	6,0	0,38	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1.000	1,0	1,3	0,75	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	300	0,7	1,5	0,44	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	300	0,5	1,7	0,31	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**15.000**	**9,1**	**19,3**	**0,47**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	100	0,7	1,0	0,63	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	200	0,3	0,8	0,43	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	< 100	< 0,1	0,7	0,11	0,69
Möbel	800	1,0	3,8	0,25	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	300	0,9	2,0	0,47	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	< 100	0,4	4,6	0,08	0,39
Uhren/Schmuck	< 100	< 0,1	0,8	0,04	0,59
Sonstiges	< 100	0,5	3,7	0,14	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**1.600**	**3,9**	**17,4**	**0,22**	**0,57**
Gesamt	**22.300**	**40,4**	**72,7**	**0,56**	**0,83**

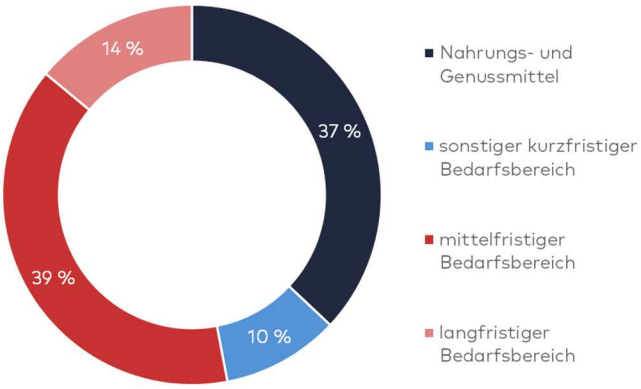
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM EMSTEK

Versorgungsbereich | Gemeinde Emstek



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	12.231
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,0 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	30	53 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	10.500	47 %
Anzahl der Leerstände	5	11 %
Zentrenergänzende Funktionen	37	-

Magnetbetriebe

Edeka, Lidl, Netto, Aldi, Küchenfachgeschäft (> 700 m²), Rossmann, Fachmarkt für Gartengeräte (> 400 m²), Kik

Bewertung

- Über 50 % der Verkaufsflächenanteile von Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe
- Überwiegend preisorientierte Angebotsstruktur im mittelfristigen Sortimentsbereich
- Ortszentrum als quantitativ und qualitativ sehr gut ausgestatteter Nahversorgungsstandort
- Zwei größere Leerstände (>100 m²) am östlichen Standortbereich „Am Mühlencenter"
- Räumliche Konzentration der Betriebe an den westlichen und östlichen Endpunkten der Lange Straße sowie im zentralen Standortbereich; zwischen den Angebotspolen Ausdünnung des Besatzes
- Hohe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen
- Räumlich-funktional in das Kernsiedlungsgebiet Emstek integriert
- Im Kontext seines grundzentralen Versorgungsauftrags strukturell und funktional sehr gut ausgestattetes Ortszentrum

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Emstek weist sowohl eine durchschnittliche Anzahl an Betrieben (57 Betriebe) als auch durchschnittliche Gesamtverkaufsfläche (rd. 22.300 m²) auf. Gleichzeitig verfügt die Gemeinde über eine Verkaufsflächenausstattung (1,82 m² je Einwohner) die zwar unter dem Landkreisdurchschnitt, jedoch deutlich über dem Bundesdurchschnitt (1,50 m² je Einwohner) liegt. Die Gemeinde Emstek weist im Vergleich zu dem Landkreisdurchschnitt (rd. 0,83) eine unterdurchschnittliche Zentralität (rd. 0,56) auf, wobei ausschließlich in der Warengruppe Pflanzen/Gartenbedarf Kaufkraftzuströme (rd. 1,66) zu konstatieren sind.

GEMEINDE ESSEN (OLDENBURG)

Gesamtstädtische Kennwerte

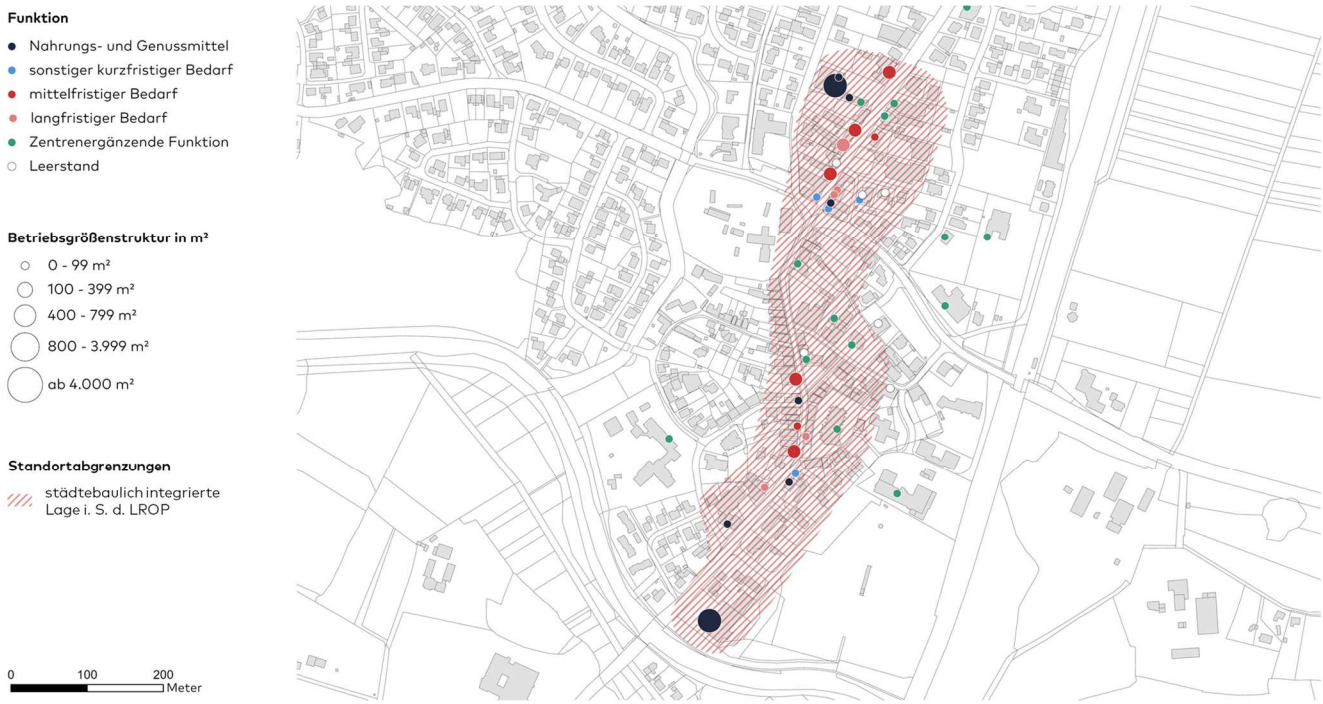
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	9.113
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 7,3 %
Kaufkraftniveau	95
Anzahl der Betriebe	45
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,39

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	4.800	19,8	21,5	0,92	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	500	2,0	3,5	0,57	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	100	0,3	1,0	0,26	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	300	0,8	1,4	0,54	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**5.800**	**22,8**	**27,4**	**0,83**	**0,99**
Bekleidung	1.100	1,3	4,5	0,28	0,72
Schuhe/Lederwaren	< 100	< 0,1	1,3	0,02	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	3.800	0,8	1,0	0,88	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	700	1,3	4,5	0,28	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	500	0,5	1,0	0,46	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	100	0,2	1,2	0,21	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	200	0,3	1,3	0,22	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**6.300**	**4,4**	**14,7**	**0,30**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	< 100	0,3	0,8	0,40	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	-	0,0	0,6	0,00	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	100	0,1	0,5	0,29	0,69
Möbel	200	0,3	3,0	0,09	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	100	0,4	1,5	0,23	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	< 100	0,3	3,5	0,09	0,39
Uhren/Schmuck	< 100	0,2	0,6	0,33	0,59
Sonstiges	< 100	0,2	2,9	0,06	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**600**	**1,8**	**13,4**	**0,13**	**0,57**
Gesamt	**12.700**	**28,9**	**55,4**	**0,52**	**0,83**

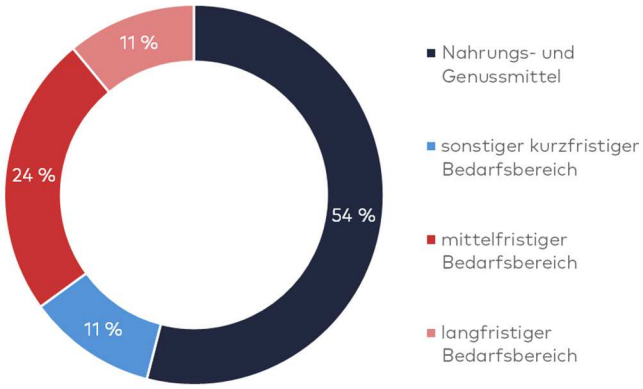
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM ESSEN

Versorgungsbereich | Gemeinde Essen



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	9.113
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 7,3 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	21	47 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	2.500	20 %
Anzahl der Leerstände	5	19 %
Zentrenergänzende Funktionen	9	-

Magnetbetriebe

Edeka, Aldi, Fachgeschäft mit Hauptsortiment Bekleidung (> 200 m²)

Bewertung

- Hohe Verkaufsflächenanteile im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (rd. 54 %) durch vorhandene strukturprägende Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi
- Insgesamt niedrige Einzelhandelsdichte mit Angebotskonzentration im nördlichen Randbereich des Ortszentrums, darüber hinaus Nahversorgungspol im südlichen Randbereich
- Überwiegend kleinflächige inhabergeführte Angebotsstruktur
- Geringe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen, vor allem an einzelhandelsnahen Dienstleistungen
- Erfüllung der Versorgung des Ortszentrums für umliegende Siedlungsgebiete westlich der Eisenbahnschienen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Essen verfügt im Vergleich über eine eher geringe Verkaufsfläche (rd. 12.700 m²), eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (rd. 1,39 m² je Einwohner) sowie eine unterdurchschnittliche Einzelhandelszentralität (rd. 0,52). In allen Warengruppen sind Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen, wobei die höchsten Zentralitäten in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel (rd. 0,92), Pflanzen/Gartenbedarf (rd. 0,88) sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken (rd. 0,57) erreicht werden.

GEMEINDE GARREL

Gesamtstädtische Kennwerte

Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	15.175
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 8,0 %
Kaufkraftniveau	94
Anzahl der Betriebe	69
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,70

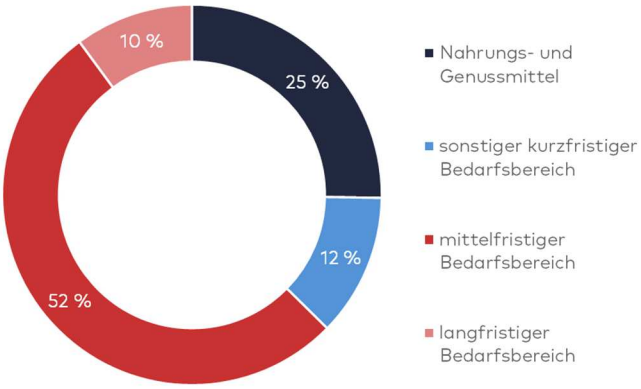
Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	7.700	36,3	35,2	1,03	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	1.100	5,3	5,7	0,93	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	500	0,9	1,7	0,52	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	300	1,0	2,3	0,43	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**9.500**	**43,5**	**44,9**	**0,97**	**0,99**
Bekleidung	2.400	4,2	7,3	0,58	0,72
Schuhe/Lederwaren	900	1,3	2,1	0,63	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	2.300	1,2	1,6	0,74	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	4.600	6,6	7,4	0,89	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1.400	1,4	1,6	0,85	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	200	0,2	1,9	0,11	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	700	1,1	2,1	0,52	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**12.400**	**16,0**	**24,0**	**0,67**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	200	0,7	1,3	0,51	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	200	0,4	1,0	0,38	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	200	0,2	0,8	0,23	0,69
Möbel	2.400	2,3	4,8	0,47	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	300	0,6	2,5	0,26	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	400	1,4	5,8	0,25	0,39
Uhren/Schmuck	< 100	0,4	1,0	0,43	0,59
Sonstiges	< 100	0,7	4,7	0,14	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**3.800**	**6,6**	**21,7**	**0,30**	**0,57**
Gesamt	**25.700**	**66,1**	**90,7**	**0,73**	**0,83**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM GARREL

Versorgungsbereich | Gemeinde Garrel

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	15.175
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 8,0 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	24	35 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	4.400	17 %
Anzahl der Leerstände	3	11 %
Zentrenergänzende Funktionen	24	-

Magnetbetriebe

ein Fachmarkt mit Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (> 1.000 m²), ein Bekleidungsfachgeschäft (> 700 m²); Rossmann, Takko

Bewertung

- Hohe Verkaufsflächenanteile im mittelfristigen Bedarfsbereich (insb. Bekleidung)
- Quantitativ hohe Flächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, aufgrund des vornehmlich spezialisierten Angebots jedoch geringe Sortimentsbreite
- Wesentlicher Beitrag des Lebensmittel-Fachmarktes für die quantitative Nahversorgung, angesichts seiner spezialisierten Angebotsstruktur (insb. gegenüber klassischen Lebensmittelmärkten) im Kontext der qualitativen Nahversorgung allerdings nur mit eingeschränktem Beitrag
- Räumlich aufgelockerter Einzelhandelsbesatz entlang der Hauptstraße
- Konzentration der zentrenergänzenden Funktionen im zentralen Bereich Ortszentrums

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Garrel verfügt über die vierthöchste Verkaufsfläche (rd. 25.700 m²) nach den beiden Mittelzentren Cloppenburg, Friesoythe und dem leistungsstarken Grundzentrum Löningen. Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 1,70 zwar unter Landkreisdurchschnitt, jedoch über dem des Bundes (rd. 1,50 m² je Einwohner). Die Zentralität der Gemeinde Garrel liegt mit rd. 0,73 unter dem Landkreisdurchschnitt. Allerding weist die hohe Zentralität im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (rd. 1,03) auf die Erfüllung der grundzentralen Versorgungsfunktion Garrels hin.

GEMEINDE LASTRUP

Gesamtstädtische Kennwerte

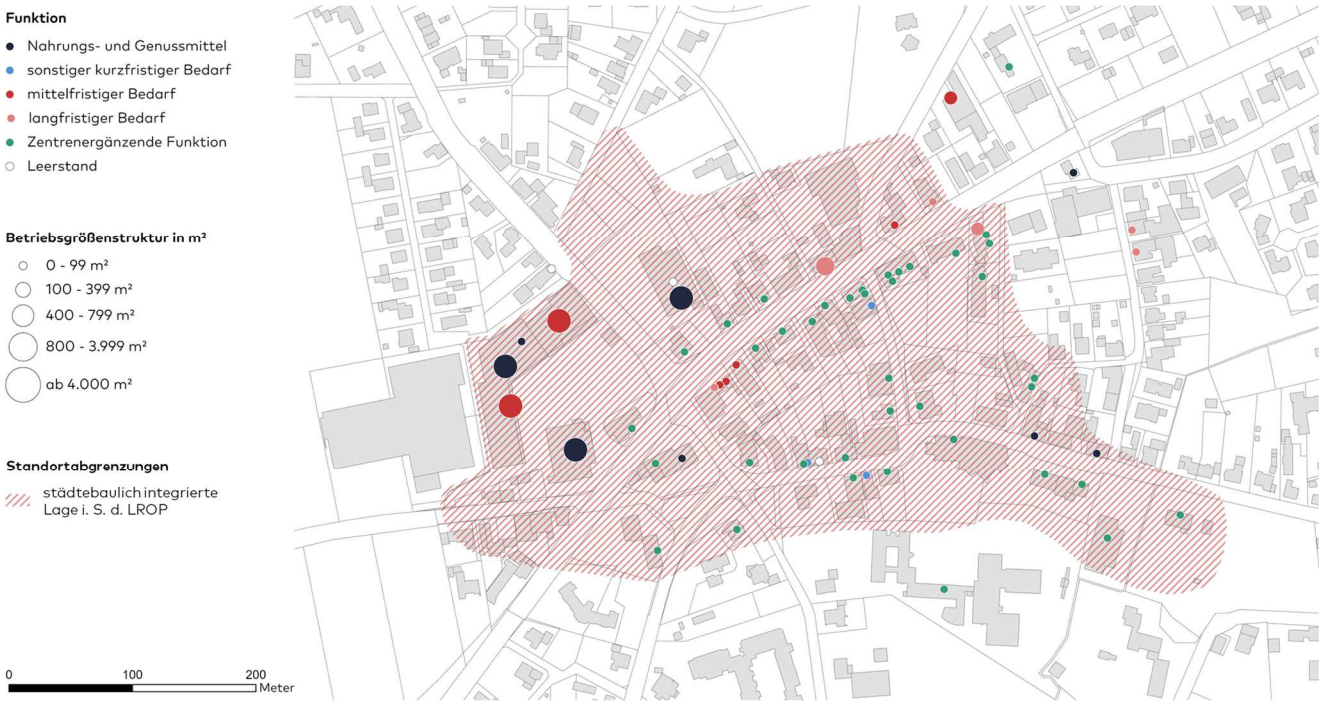
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	6.998
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 5,4 %
Kaufkraftniveau	97
Anzahl der Betriebe	32
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,40

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	3.300	14,5	16,7	0,87	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	500	1,6	2,7	0,59	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	300	0,7	0,8	0,84	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	200	0,5	1,1	0,44	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**4.200**	**17,3**	**21,3**	**0,81**	**0,99**
Bekleidung	100	0,4	3,5	0,10	0,72
Schuhe/Lederwaren	< 100	0,2	1,0	0,15	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	1.000	0,5	0,7	0,74	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	600	1,7	3,5	0,48	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	800	0,7	0,8	0,85	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	100	0,2	0,9	0,18	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	200	0,2	1,0	0,21	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**2.800**	**3,7**	**11,5**	**0,33**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	< 100	< 0,1	0,6	0,05	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	100	0,1	0,5	0,33	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	200	0,2	0,4	0,41	0,69
Möbel	1.400	1,6	2,3	0,67	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	200	0,6	1,2	0,51	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	< 100	< 0,1	2,8	0,03	0,39
Uhren/Schmuck	< 100	0,1	0,5	0,28	0,59
Sonstiges	200	0,9	2,2	0,42	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**2.100**	**3,7**	**10,5**	**0,35**	**0,57**
Gesamt	**9.200**	**24,7**	**43,2**	**0,57**	**0,83**

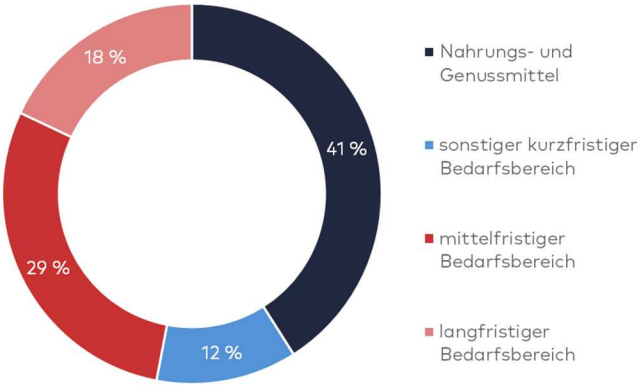
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM LASTRUP

Versorgungsbereich | Gemeinde Lastrup



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	6.998
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 5,4 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	19	59 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	7.600	83 %
Anzahl der Leerstände	2	10 %
Zentrenergänzende Funktionen	37	-

Magnetbetriebe

Lidl, Posten-Börse, Edeka, Netto, GS Agri

Bewertung

- Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel (rd. 41 %), insbesondere ergänzt um Angebote der mittelfristigen Bedarfsstufe (VKF-Anteil rd. 29 %)
- Konzentration der Einzelhandelbetriebe überwiegend auf den westlichen Bereich des Ortszentrums
- Großflächige Formate am westlichen Standort „Ladestraße"
- Abnahme der Handelsdichte an der Vlämischen Straße sowie in den südlich angeschlossenen Lagen
- Hohes städtebauliches Gewicht (rd. 83 % der gesamtstädtischen VKF im Ortszentrum verortet)
- Konzentration der zentrenergänzenden Funktionen entlang der Vlämischen Straße; eingeschränktes Gastronomieangebot
- Erfüllung der Nahversorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus für das gesamte Gemeindegebiet

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Lastrup verfügt mit 32 Betrieben über eine vergleichsweise eher geringe Betriebsanzahl und geringe Gesamtverkaufsfläche (rd. 9.200 m²). Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 1,40 sowohl unter dem Landkreisdurchschnitt als auch unter dem bundesweiten Durchschnitt (rd. 1,50 m² je Einwohner). Die Zentralität der Gemeinde Lastrup liegt mit rd. 0,57 unter dem Landkreisdurchschnitt. Die höchsten Zentralitäten, welche über dem Landkreisdurchschnitt liegen, werden in den Warengruppen Blumen, zoologischer Bedarf (rd. 0,84) und Möbel (rd. 0,67) erreicht.

GEMEINDE LINDERN (OLDENBURG)

Gesamtstädtische Kennwerte

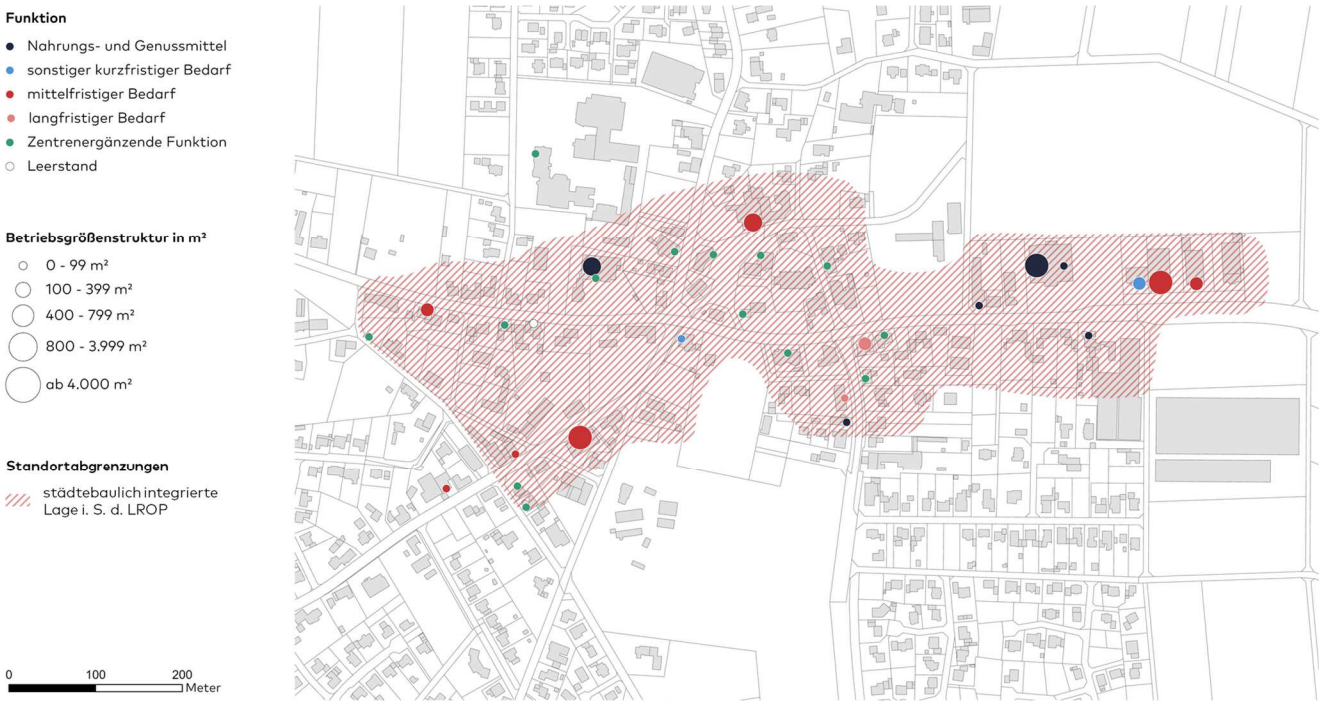
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	4.927
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,3 %
Kaufkraftniveau	93
Anzahl der Betriebe	27
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	2,08

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	2.400	10,6	11,4	0,93	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	200	0,9	1,8	0,49	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	300	0,4	0,5	0,75	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	100	0,4	0,8	0,55	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**2.900**	**12,3**	**14,5**	**0,85**	**0,99**
Bekleidung	1.700	1,9	2,3	0,81	0,72
Schuhe/Lederwaren	300	0,3	0,7	0,44	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	700	0,3	0,5	0,67	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	500	0,5	2,4	0,22	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1.700	1,4	0,5	2,64	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	100	0,2	0,6	0,31	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	-	0,0	0,7	0,00	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**4.900**	**4,6**	**7,8**	**0,59**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	< 100	0,2	0,4	0,51	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	< 100	< 0,1	0,3	0,17	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	< 100	< 0,1	0,3	0,12	0,69
Möbel	2.200	1,3	1,5	0,81	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	< 100	< 0,1	0,8	0,04	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	-	0,0	1,9	0,00	0,39
Uhren/Schmuck	< 100	0,1	0,3	0,48	0,59
Sonstiges	< 100	< 0,1	1,5	0,06	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**2.400**	**1,8**	**7,0**	**0,26**	**0,57**
Gesamt	**10.300**	**18,7**	**29,3**	**0,64**	**0,83**

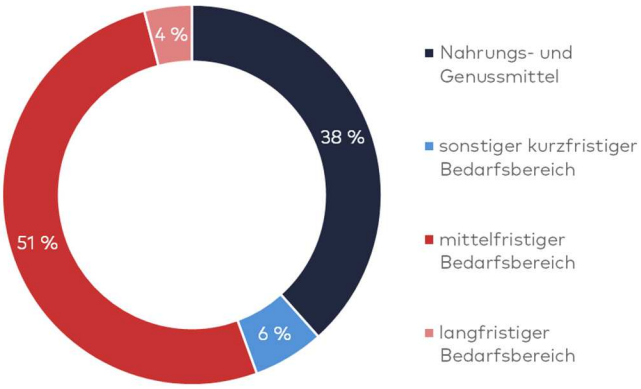
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM LINDERN

Versorgungsbereich | Gemeinde Lindern



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	4.927
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 6,3 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	16	59 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	5.700	55 %
Anzahl der Leerstände	1	6 %
Zentrenergänzende Funktionen	13	-

Magnetbetriebe

Combi, ein Bekleidungsfachmarkt (> 1.000 m²), ein Fachmarkt mit Hauptsortiment GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (> 800 m²), NP-Markt, ein Bekleidungsfachgeschäft (> 400 m²)

Bewertung

- Angebotsmix durch filialisierte Anbieter der kurzfristigen Bedarfsstufe sowie inhabergeführte Betriebe mit Sortimenten insb. des mittelfristigen Bedarfs
- Mit rd. 51 % hohe VKF-Anteile im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe, dabei insb. Bekleidung und GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör
- Entlang der Hauptachse des Zentrums (Werlter Straße/Lastruper Straße) niedrige Einzelhandelsdichte (eingeschränkte Flächenverfügbarkeiten für den Einzelhandel)
- Zentrenergänzende Funktionen überwiegend im Kern des Ortszentrums
- Übernahme der grundzentralen Versorgungsfunktion gegeben

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Lindern verfügt im landkreisweiten Vergleich mit 27 Betrieben über eine geringe Betriebsausstattung und eine eher geringe Verkaufsfläche (rd. 10.300 m²). Gleichzeitig verfügt Lindern aufgrund der vergleichsweisen hohen Anzahl an Betrieben über 400 m², in Bezug auf seine geringe Einwohnerzahl, über eine hohe überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (rd. 2,08 m² je Einwohner). Die Einzelhandelszentralität (rd. 0,64) stellt sich als unterunterdurchschnittlich dar. Die einzigen überdurchschnittlichen Zentralitäten werden in den Bereichen Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 2,64) und Möbel (rd. 0,81) erreicht. Folglich kann Lindern im Bereich Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör deutliche Kaufkraftzuflüsse, welche über seine zugedachte grundzentrale Versorgungsfunktion hinaus gehen, generieren.

STADT LÖNINGEN

Gesamtstädtische Kennwerte

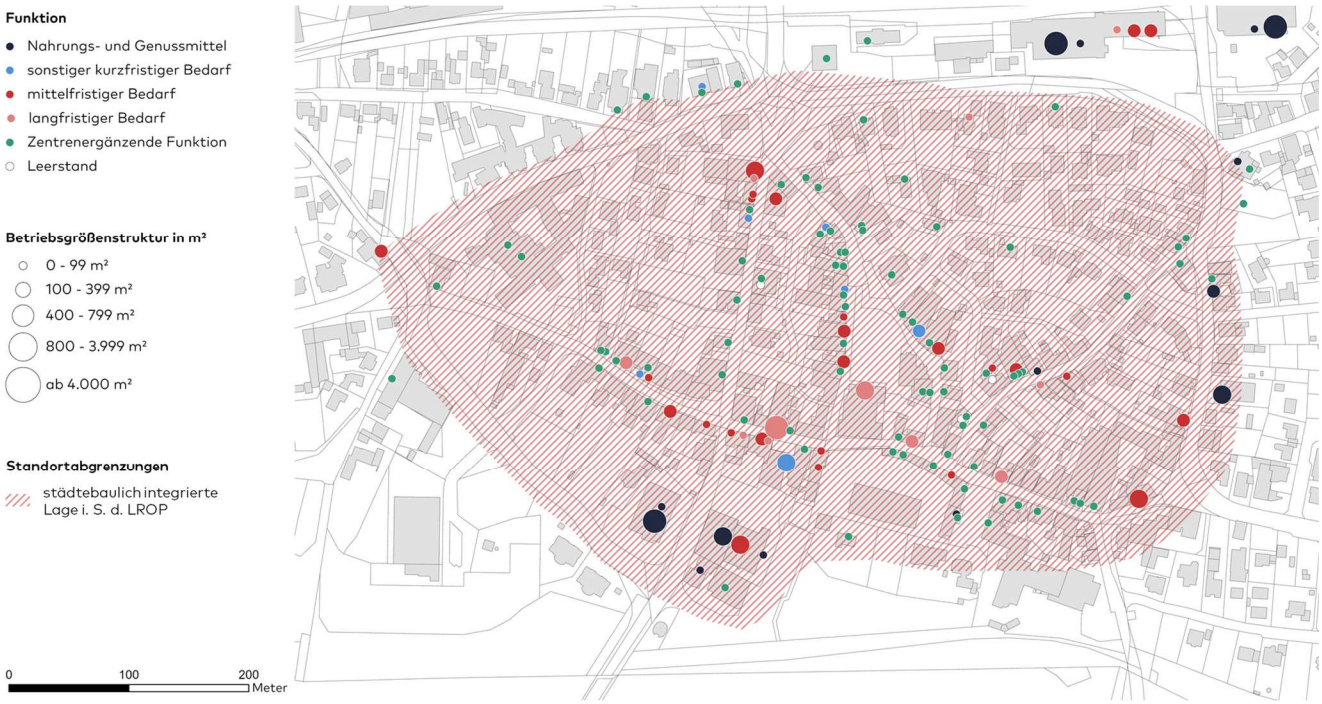
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	13.474
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 4,7 %
Kaufkraftniveau	95
Anzahl der Betriebe	89
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	2,31

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität Kommune	Zentralität Landkreis
Nahrungs- und Genussmittel	6.900	32,4	31,8	1,02	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	1.300	5,6	5,1	1,10	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	500	1,1	1,5	0,75	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	700	1,7	2,1	0,80	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**9.300**	**40,9**	**40,6**	**1,01**	**0,99**
Bekleidung	2.600	4,7	6,6	0,71	0,72
Schuhe/Lederwaren	1.200	1,4	1,9	0,74	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	7.600	1,8	1,4	1,27	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	3.200	5,4	6,6	0,82	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	2.600	2,5	1,5	1,69	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	300	0,5	1,8	0,30	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	1.300	1,9	1,9	1,00	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**18.900**	**18,3**	**21,8**	**0,84**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	500	1,4	1,2	1,23	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	400	0,6	0,9	0,69	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	300	0,4	0,8	0,58	0,69
Möbel	200	0,2	4,4	0,06	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	700	1,8	2,3	0,78	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	300	1,4	5,2	0,27	0,39
Uhren/Schmuck	200	0,7	0,9	0,86	0,59
Sonstiges	300	3,0	4,2	0,71	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**2.900**	**9,7**	**19,8**	**0,49**	**0,57**
Gesamt	**31.100**	**68,9**	**82,1**	**0,84**	**0,83**

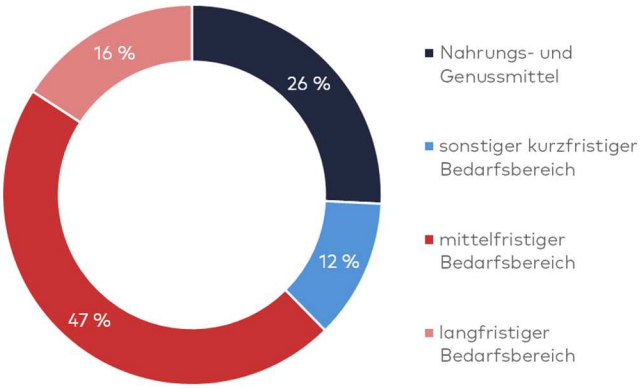
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich; aufgrund unterschiedlicher Berechnungsmethodik und Datengrundlage z. T. abweichende Kennziffern gegenüber dem kommunalen Einzelhandelskonzept der Gemeinde Löningen.

STADT LÖNINGEN

Versorgungsbereich | Stadt Löningen



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtstadt	13.474
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 4,7 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	41	46 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	8.600	28 %
Anzahl der Leerstände	3	7 %
Zentrenergänzende Funktionen	75	-

Magnetbetriebe

K+K, Aldi, Posten-Börse, Rossmann, Getränkefachmarkt (> 500 m²), Fahrradfachgeschäft (> 500 m²), Euronics, Kik,

Bewertung

- Höchste Verkaufsflächenanteile in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren sowie GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör
- Verkaufsflächenschwerpunkt im südlichen Bereich der „Angelbecker Straße“
- Kleinflächiger (überwiegend inhabergeführter) Einzelhandel in den nördlichen Bereichen aufgrund vorgegebener kleinteiliger Baustrukturen
- Hohe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen
- Übernahme der grundzentralen Versorgungsfunktion gegeben

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Stadt Löningen verfügt neben den beiden Mittelzentren mit 89 Betrieben über die dritthöchste Betriebsanzahl im Landkreis Cloppenburg. In diesem Kontext verfügt die Stadt Löningen ebenso über die dritthöchste Gesamtverkaufsfläche (rd. 31.100 m²). Auch die Verkaufsflächenausstattung ist mit rd. 2,31 m² je Einwohner nach den beiden Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe die dritthöchste im Cloppenburger Landkreis. Die Einzelhandelszentralität (rd. 0,84) liegt nahezu auf dem Durchschnittsniveau des Landkreises, wobei sich je nach Warengruppe ein differenziertes Bild ergibt. Neben Kaufkraftzuflüssen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (rd. 1,02) und Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken (rd. 1,10) sind in Löningen hohe Zentralitäten in Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs festzustellen. So kann die Stadt Löningen in den Warengruppen Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 1,69), Pflanzen/Gartenbedarf (rd. 1,27), Sportartikel/Fahrräder/Camping (rd. 1,00) sowie im Bereich medizinische und orthopädische Artikel/Optik (rd. 1,23) die vorhandene Kaufkraft binden bzw. Zuflüsse aus umliegenden Gemeinden generieren.

GEMEINDE MOLBERGEN

Gesamtstädtische Kennwerte

Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	8.923
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 9,6 %
Kaufkraftniveau	88
Anzahl der Betriebe	40
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,26

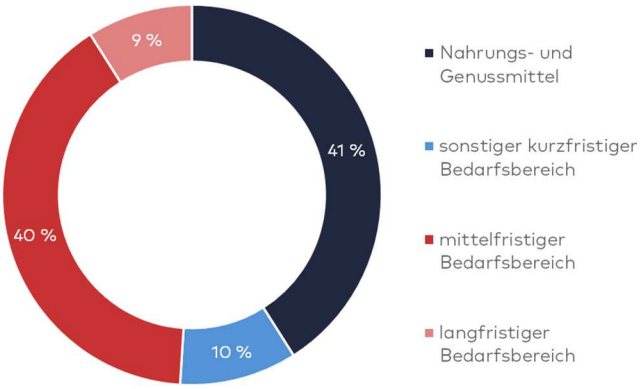
Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	3.600	17,0	19,5	0,87	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	400	1,4	3,1	0,46	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	300	0,7	0,9	0,72	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	100	0,3	1,3	0,23	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**4.400**	**19,4**	**24,8**	**0,78**	**0,99**
Bekleidung	900	1,1	3,8	0,29	0,72
Schuhe/Lederwaren	200	0,3	1,1	0,28	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	2.100	0,8	0,9	0,91	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	1.400	2,1	4,3	0,50	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	900	0,8	0,8	0,89	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	100	0,2	1,0	0,18	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	100	0,2	1,1	0,22	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**5.800**	**5,5**	**13,1**	**0,42**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	< 100	0,3	0,7	0,43	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	< 100	< 0,1	0,5	0,18	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	< 100	< 0,1	0,4	0,09	0,69
Möbel	300	0,4	2,5	0,14	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	300	0,6	1,3	0,46	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	200	0,6	3,1	0,21	0,39
Uhren/Schmuck	< 100	0,2	0,5	0,33	0,59
Sonstiges	100	1,0	2,5	0,41	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**1.100**	**3,2**	**11,6**	**0,28**	**0,57**
Gesamt	**11.200**	**28,2**	**49,6**	**0,57**	**0,83**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM MOLBERGEN

Versorgungsbereich | Gemeinde Molbergen

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtstadt	8.923
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 9,6 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	23	58 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	7.800	70 %
Anzahl der Leerstände	2	8 %
Zentrenergänzende Funktionen	27	-

Magnetbetriebe

Edeka, GS-Agri, Posten-Börse, Lidl, Aldi, Getränkefachmarkt (> 400 m²), Kik, Rossmann

Bewertung

- Angebotsschwerpunkt im kurz- (insb. Nahrungs- und Genussmittel) und mittelfristigen Bedarfsbereich (insb. Pflanzen/Gartenbedarf und GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör)
- Angebotsschwerpunkt im östlichen Bereich des Ortszentrums
- Überwiegend kleinteiliger Einzelhandelsbesatz und geringe Handelsdichte entlang der Cloppenburger Straße und Kirchstraße
- Hohes städtebauliches Gewicht (rd. 70 % der gesamtstädtischen VKF im Ortszentrum angesiedelt)
- Zentrenergänzende Funktionen überwiegend entlang der Cloppenburger Straße
- Angebote im Ortszentrum als wichtige (Nah-)Versorgungsmöglichkeiten für das Gemeindegebiet Molbergen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Molbergen verfügt über eine durchschnittliche Betriebsanzahl (40 Betriebe) und eine eher geringe Gesamtverkaufsfläche (rd. 11.200 m²). Die Verkaufsflächenausstattung ist mit rd. 1,26 m² je Einwohner als unterdurchschnittlich einzustufen. Die Einzelhandelszentralität (rd. 0,57) liegt ebenfalls unter dem Durchschnitt des Landkreises und des Bundes. Dabei liegen alle spezifischen Zentralitäten der betrachteten Warengruppen unter den jeweiligen Durchschnittswerten auf Landkreisebene.

GEMEINDE SATERLAND

Gesamtstädtische Kennwerte

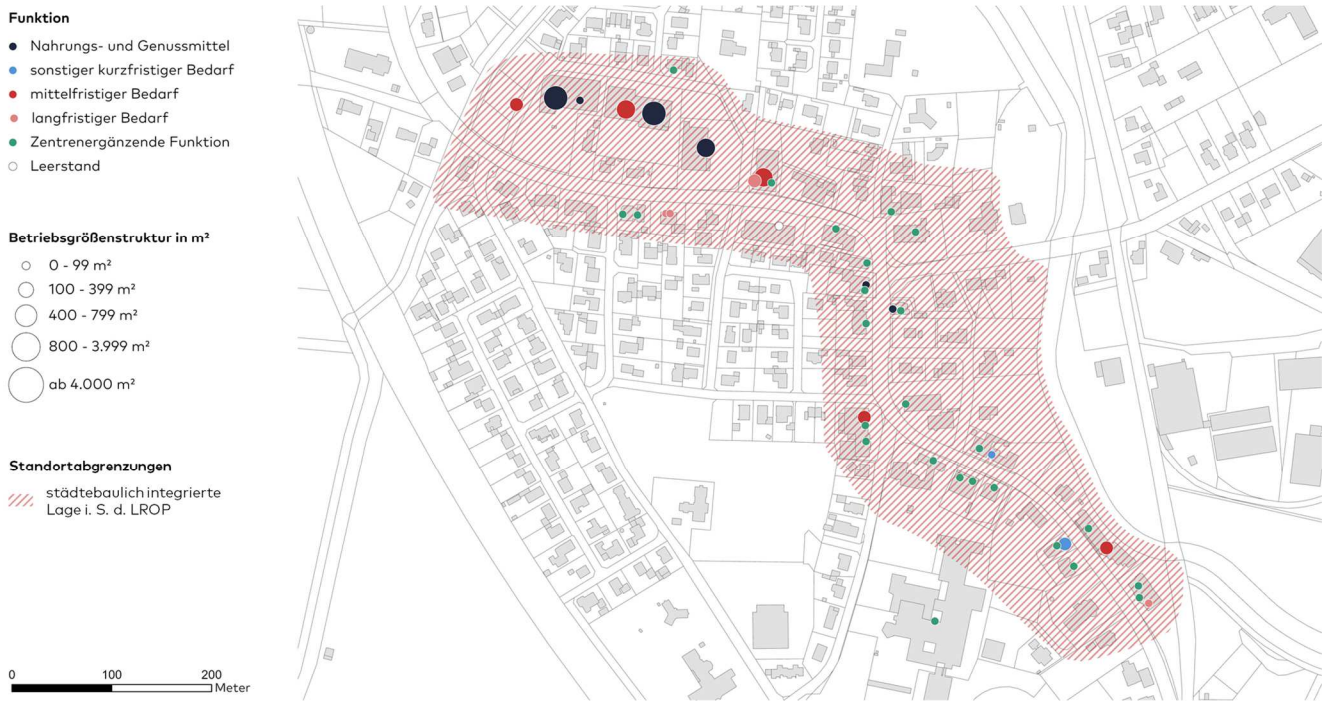
Strukturdaten	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (Stand: 30.09.2019)	13.744
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 5,4 %
Kaufkraftniveau	89
Anzahl der Betriebe	48
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,69

Warengruppe	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. Euro**	**Kaufkraft in Mio. Euro**	**Zentralität Kommune**	**Zentralität Landkreis**
Nahrungs- und Genussmittel	6.000	27,0	30,4	0,89	1,02
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	700	2,6	4,9	0,54	1,00
Blumen, zoologischer Bedarf	500	0,9	1,5	0,63	0,83
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	300	0,9	2,0	0,44	0,62
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**7.300**	**31,4**	**38,7**	**0,81**	**0,99**
Bekleidung	1.000	1,3	6,0	0,21	0,72
Schuhe/Lederwaren	400	0,8	1,8	0,43	0,66
Pflanzen/Gartenbedarf	2.200	1,1	1,4	0,83	1,04
Baumarktsortiment i. e. S.	10.300	5,0	6,6	0,76	0,81
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	900	0,9	1,3	0,65	1,12
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	< 100	0,1	1,6	0,07	0,46
Sportartikel/Fahrräder/Camping	< 100	< 0,1	1,8	0,02	0,80
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**14.800**	**9,2**	**20,5**	**0,45**	**0,78**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	< 100	0,4	1,1	0,35	0,88
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	< 100	< 0,1	0,8	0,10	0,59
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	< 100	< 0,1	0,7	0,11	0,69
Möbel	300	0,4	4,0	0,09	0,52
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	300	0,9	2,1	0,42	0,69
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	100	0,5	4,8	0,11	0,39
Uhren/Schmuck	< 100	0,3	0,8	0,39	0,59
Sonstiges	< 100	0,9	3,9	0,22	0,66
Langfristiger Bedarfsbereich	**1.100**	**3,5**	**18,2**	**0,19**	**0,57**
Gesamt	**23.200**	**44,1**	**77,3**	**0,57**	**0,83**

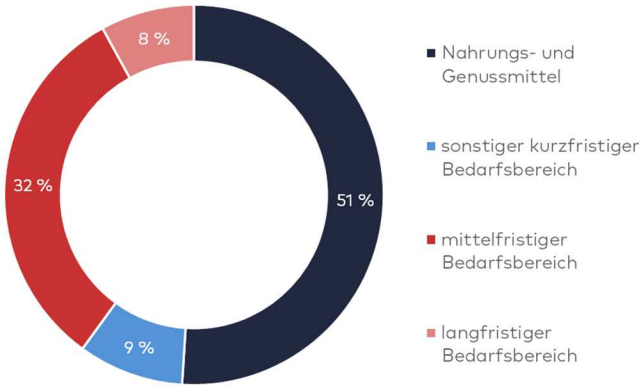
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

ORTSZENTUM SATERLAND

Versorgungsbereich | Gemeinde Saterland



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner Gesamtgemeinde	13.744
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 5,4 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe	16	33 %
Gesamtverkaufsfläche in m²	5.200	22 %
Anzahl der Leerstände	2	11 %
Zentrenergänzende Funktionen	24	-

Magnetbetriebe

Markant, Lidl, Aldi, KiK, Tedi

Bewertung

- Hoher Verkaufsflächenanteil im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel (rd. 51 %)
- Ein strukturprägender Leerstand (rd. 600 m²) im nördlichen Abschnitt der Hauptstraße
- Geringe Einzelhandelsdichte entlang der Hauptstraße in südlicher Richtung
- Zentrenergänzende Funktionen zur Erfüllung des grundzentralen Versorgungsauftrages vorhanden
- Nahversorgungsstandort für den westlichen Siedlungsbereich Saterlands

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Die Gemeinde Saterland verfügt über eine durchschnittliche Betriebsanzahl (48 Betriebe) sowie eine durchschnittliche Gesamtverkaufsfläche (rd. 23.200 m²). Mit rd. 1,69 m² je Einwohner liegt die Verkaufsflächenausstattung zwar unter dem Durchschnitt des Landkreises, jedoch über dem bundesweiten Durchschnitt. Die Einzelhandelszentralität (rd. 0,57) liegt sowohl unter dem Durchschnitt des Landkreises als auch unter dem Bundesdurchschnitt. Dabei liegen alle betrachteten sortimentsspezifischen Zentralitäten zum Teil deutlich unter den jeweiligen Durchschnittswerten des Landkreises.

5 Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive

Bevor im anschließenden Konzeptteil, aufbauend auf die Bestandsanalyse die Ableitung der regionalen Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg, die Abgrenzung der mittelzentralen Kongruenzräume sowie die Ableitung raumverträglicher Randsortimentsgrößenordnungen i. S. d. LROP für das aktuell diskutierte Möbelvorhaben folgen, wird nachfolgend die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive auf Ebene des Landkreises Cloppenburg ermittelt und dargestellt.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Es werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin auf Ebene des Landkreises untersucht. Dabei wird die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive im Prognosehorizont bis zum Jahr 2025 neben dem Sortiment Möbel für die betrachtungsrelevanten (Rand-) Sortimente des Möbelhandels ermittelt und vertiefend dargestellt.

Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsperspektive

Die nachfolgend vorgestellte Entwicklungsperspektive ist im regionalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive beschränkt sich aufgrund der klaren Fokussierung des regionalen Einzelhandelskonzeptes auf die Warengruppe Möbel sowie die gängigen Randsortimente von Möbelhäusern.
- Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient als Beurteilungsbasis einer zukünftigen angebots- und nachfrageseitigen Entwicklung. Die hier dargestellte Entwicklungsperspektive stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung"** dar. Auch ist die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive keinesfalls als max. raumordnerisch verträgliche Verkaufsflächendimensionierung aufzufassen. Sie dient vielmehr als Leitplanke für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung.
- Insbesondere im Zusammenhang mit dem aktuellen Urteil des Europäischen Gerichtshofs in der Sache Visser/Appingedam[19] soll die hier aufgezeigte Entwicklungsperspektive **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der **Auswirkungsintensität neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Eine geringe oder fehlende Entwicklungsperspektive (insgesamt oder auch in einzelnen Warengruppen) stellt somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot"** dar, sondern ist im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in den städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP bzw. den

[19] vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

zentralen Versorgungsbereichen sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze zu befürworten.

- Werden über diese Entwicklungsperspektive hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.
- Dies impliziert, dass die hier beschriebene Entwicklungsperspektive im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung im Landkreis Cloppenburg zu sehen ist.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können.

Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des zukünftigen Verkaufsflächenentwicklung die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage im Landkreis Cloppenburg werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

Abbildung 13: Ermittlungsmethodik der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen sind mögliche versorgungsstrukturelle und regionalentwicklungspolitische Impulse bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive für das **Prognosejahr 2025** einzeln erläutert.

Einwohnerentwicklung im Landkreis

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft Im Landkreis Cloppenburg werden Prognosedaten des Landesamtes für Statistik Nieder-

sachsen zugrunde gelegt. Die kleinräumige Bevölkerungsprognose des Landesamtes für Statistik Niedersachsen berücksichtigt einen Bevölkerungszuwachs um rd. +6,7 % bis zum Prognosejahr 2025, welcher für die Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale im Folgenden Anwendung findet. Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind, je nach betrachteter Kommune, moderate Impulse auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial zu erwarten.

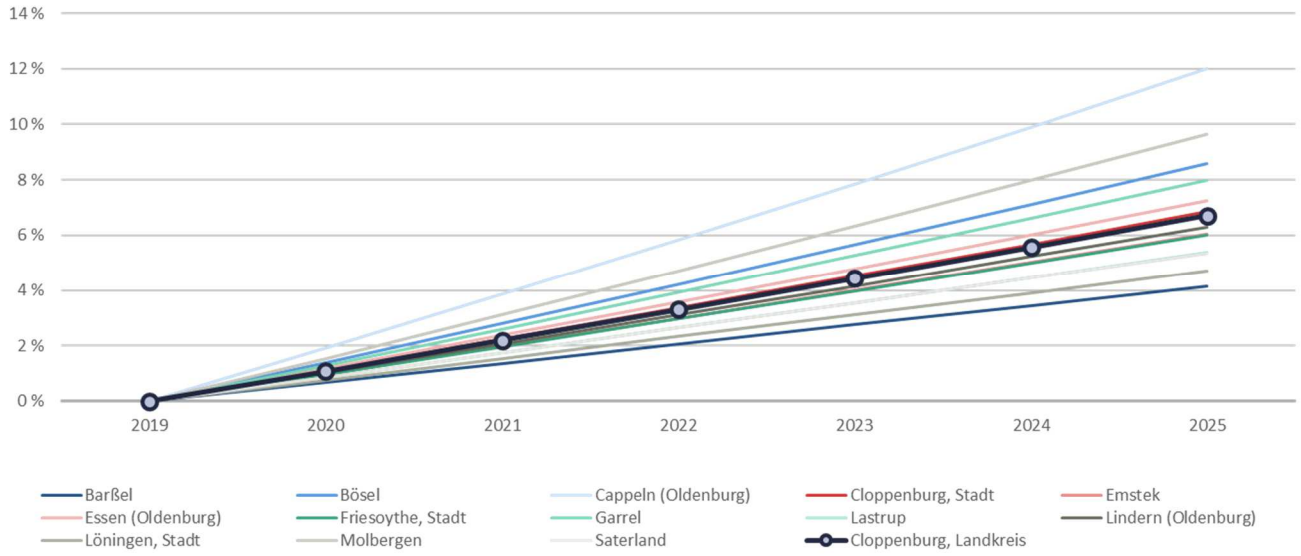


Abbildung 14: Einwohnerprognose für den Landkreis Cloppenburg bis Ende 2025
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2017 bei rd. 512,8 Mrd. Euro liegen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 15 % in den letzten fünf Jahren. Im Gegensatz dazu sind die allgemeinen Konsumausgaben in den letzten fünf Jahren lediglich um rd. 12 % gestiegen. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln, hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

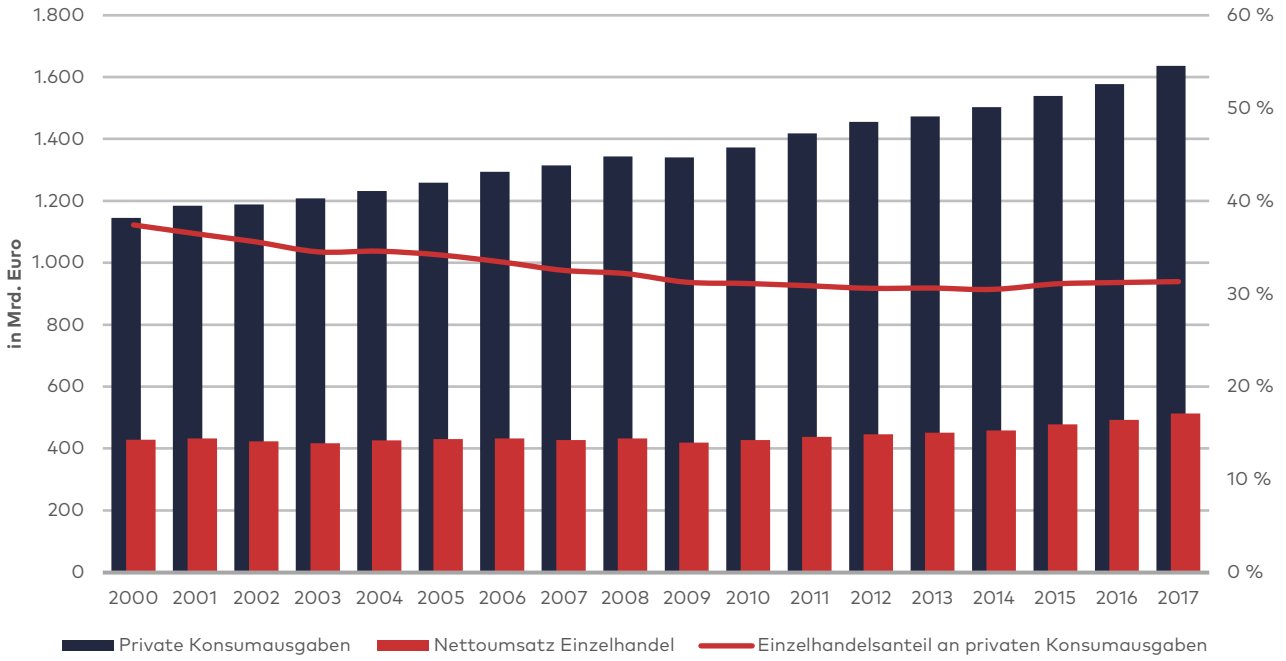


Abbildung 15: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentsspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede: Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigen wird , ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivitäten im Einzelhandel

In der Zeit von 2000 bis 2014 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm. Das Verkaufsflächenwachstum hat sich in den letzten Jahren allerdings abgeschwächt. Eine Fortsetzung des Trends zum Verkaufsflächenwachstum ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.) unwahrscheinlich. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat

sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt, sodass die Flächenproduktivität insgesamt wieder ansteigt (vgl. Abbildung 16).

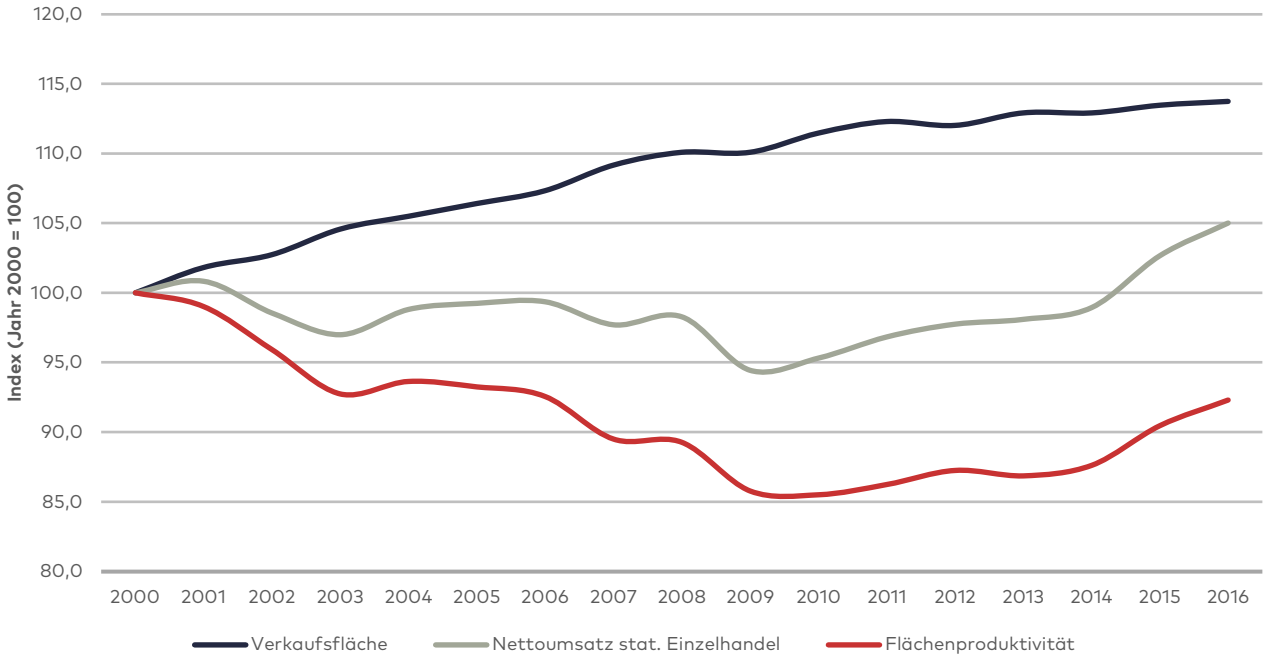


Abbildung 16: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzliche Entwicklungen zu konstatieren.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2018 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 53,3 Mrd. Euro (rd. 10,1 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert.

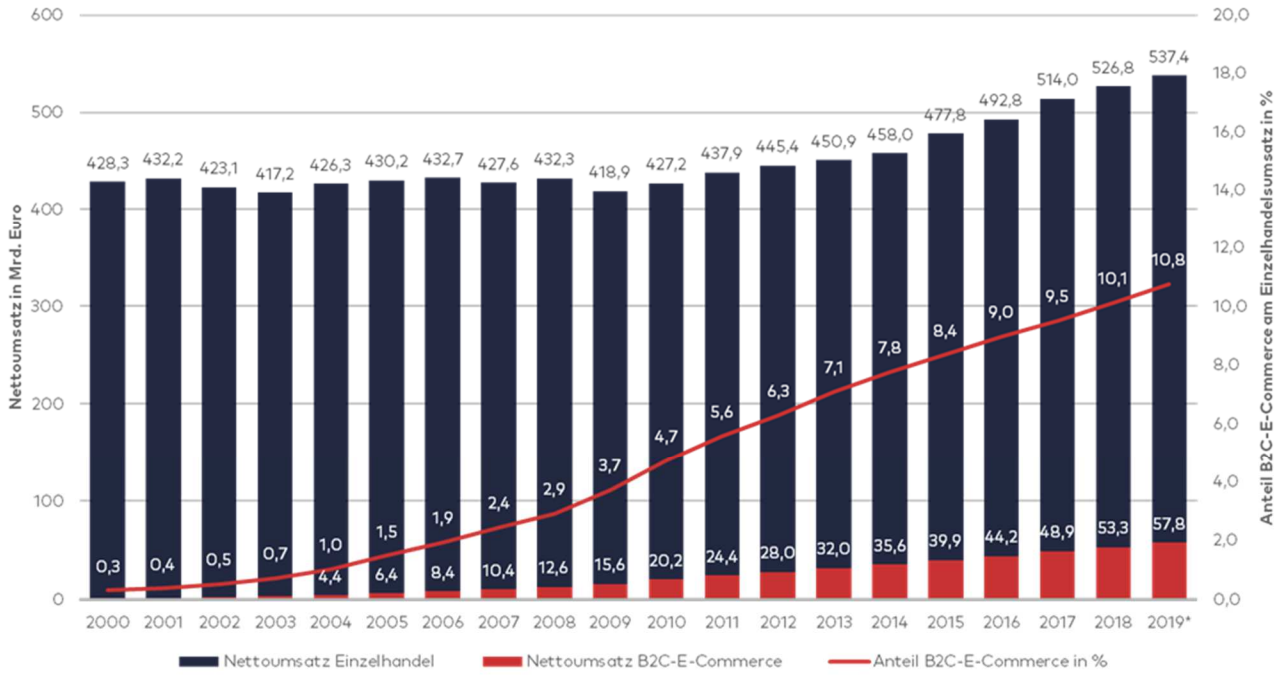


Abbildung 17: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Der Anteil ist allerdings sortimentsspezifisch deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen.

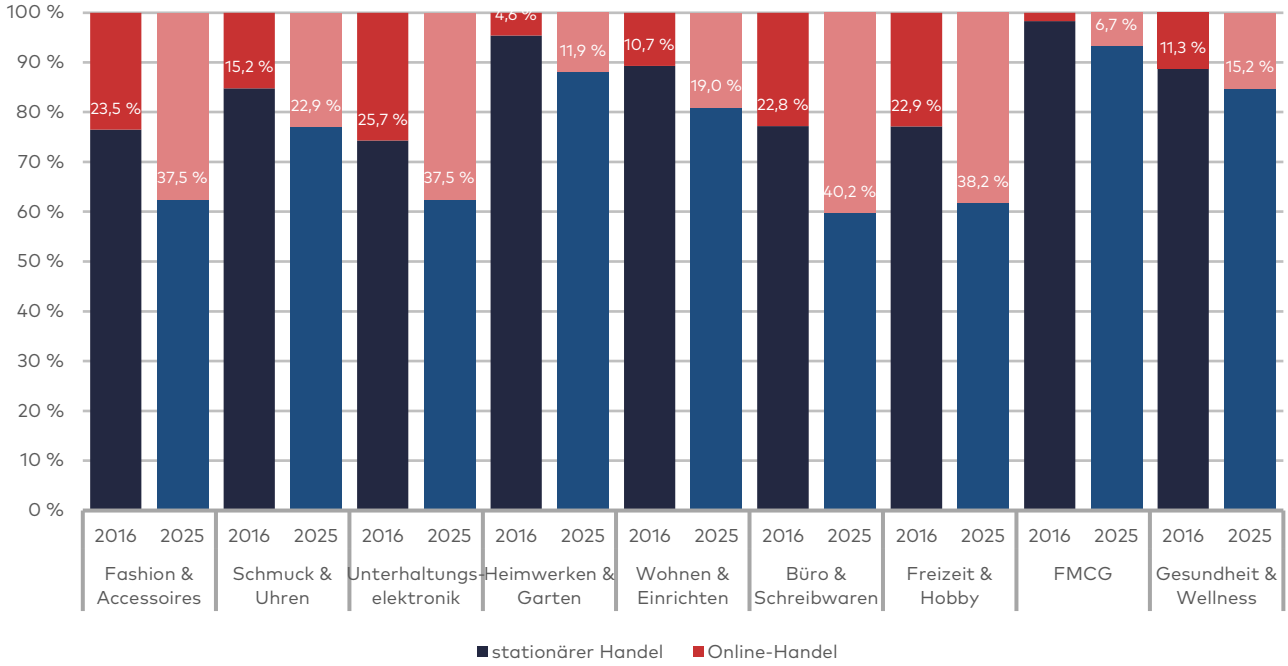


Abbildung 18: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2017, BBSR 2017; Prognose: BBE/elaboratum; FCMG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Für die im Rahmen des vorliegenden regionalen Einzelhandelskonzeptes besonders relevante Warengruppe Wohnen & Einrichten[20] wird bis 2025 ein Online-Anteil von rd. 22,8 % angenommen, wobei von deutlichen Unterschieden zwischen den Sortimentsgruppen Möbel (deutlich niedrigerer Online-Anteil) und Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör (deutlich höherer Online-Anteil) auszugehen ist.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind, neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten, in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Mögliche warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven

Die heutige aggregierte Einzelhandelszentralität des Landkreises Cloppenburg beträgt rd. 0,83, wobei jedoch sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsperspektiven im Rahmen von Ansiedlungen oder Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben.

Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht eine perspektivische Zentralität von 1,00 regionalentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages plausibel. Diese Sortimente sollen grundsätzlich von allen Kommunen, gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft, im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden.

Für die Mehrzahl der Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wird eine perspektivische Zentralität von 0,80 als regionalentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell angemessen erachtet. Eine stärkere Bindung von Kaufkraft kann aufgrund der leistungsstarken und attraktiven Oberzentren im weiteren Umfeld, der Einzelhandelsausstattung der Mittelzentren (insb. Friesoythe) sowie des geänderten Konsumverhaltens der Verbraucher (insb. Erlebnisshopping und One-Stop-Shopping) nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden.

Bei der in Abbildung 19 dargestellten warengruppenspezifischen Entwicklungsperspektive lassen sich gewisse Impulse für die Mehrheit der Warengruppen ableiten. Es ist dabei jedoch zu berücksichtigen, dass aufgrund der Entwicklungen im Online-Handel nur ein Teil dieser Impulse im stationären Einzelhandel realisiert

[20] Diese umfasst insbesondere die Sortimentsbereiche Möbel sowie Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör.

werden kann. In der Abbildung wird dies durch entsprechend verblassende Segmente dargestellt. Umso wichtiger werden ein attraktives Standortumfeld und eine proaktive Begleitung von Handelsentwicklungen an Standorten, die den regionalentwicklungspolitischen entsprechen.

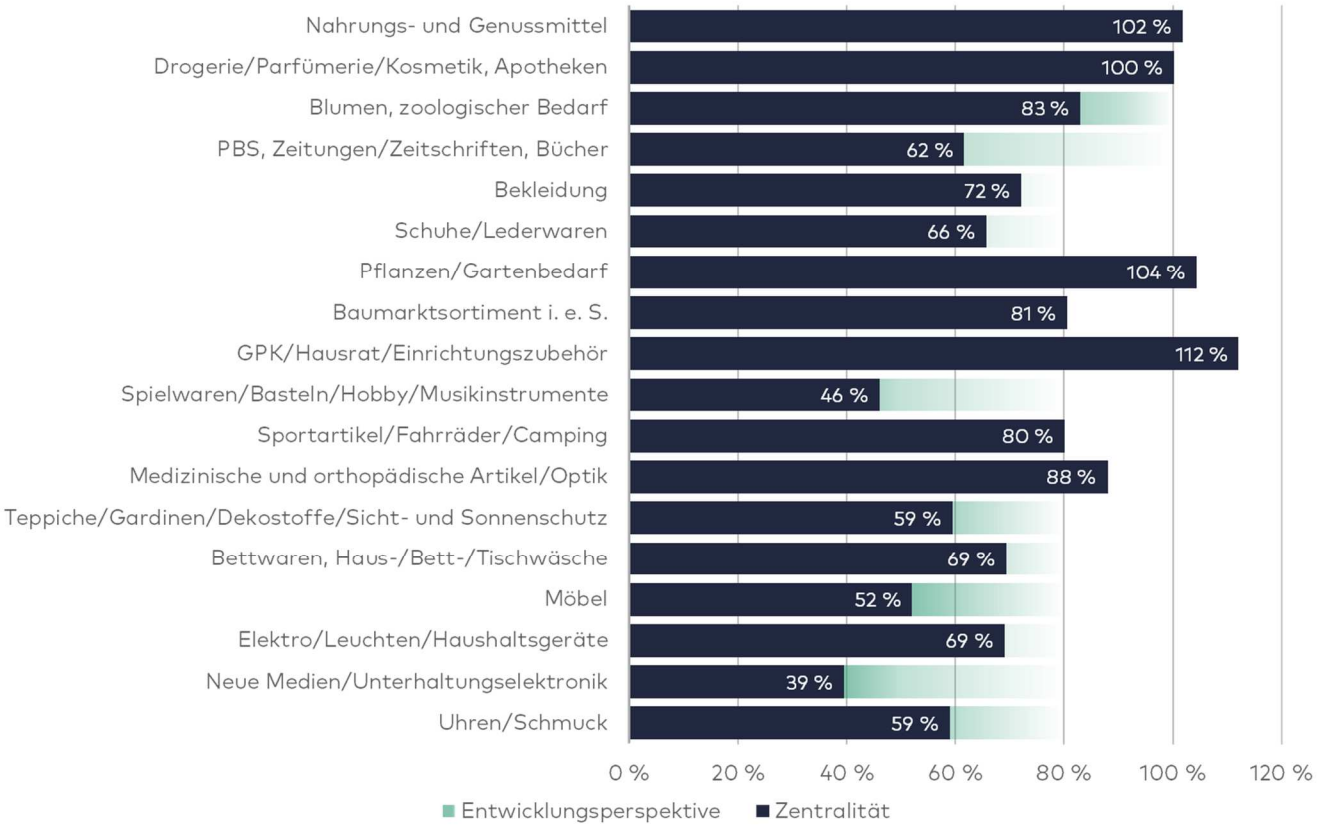


Abbildung 19: Sortimentsspezifische Entwicklungsperspektive
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Für den Landkreis Cloppenburg ergeben sich damit regionalentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale v. a. in den Warengruppen Blumen, zoologischer Bedarf, PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz, Möbel, Neue Medien/Unterhaltungselektronik sowie Uhren/Schmuck.

Dabei sind vor dem Hintergrund des prioritären Versorgungsauftrages aperiodische Sortimente im Wesentlichen in den Mittelzentren zu realisieren.

Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive für die (Rand-)Sortimente des Möbelhandels im Landkreis Cloppenburg

Bei genauerer Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale von der für den Möbelhandel betrachtungsrelevanten (Rand-)Sortimente bis 2025 zeigen sich neben dem Sortiment Möbel auch in den Segmenten Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz, Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche sowie Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte gewisse rechnerische Verkaufsflächenpotenziale bis 2025. Aus den errechneten sortimentsspezifischen Orientierungswerten ergibt sich ein Verkaufsflächenpotenzial

von rd. 15.000 m² für das Sortiment Möbel. Für die betrachtungsrelevanten Randsortimente besteht ein kumuliertes Verkaufsflächenpotenzial von insgesamt rd. 4.300 m². Dabei sind die vorhandenen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive je nach Sortiment unterschiedlich stark ausgeprägt.

Tabelle 7: Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive für den Landkreis Cloppenburg bis 2025

Warengruppe	Bestand in m² VKF*	Verkaufsflächenpotenzial in Bezug auf Bestandsverkaufsfläche > 0 %	> 10 %	> 20 %	> 30 %	Orientierungswert in m² VKF
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	21.500	■	□	□	□	-
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	3.900	■	■	■	■	1.700
Bettwaren (inkl. Matratzen), Haus-/Bett-/Tischwäsche	5.400	■	■	■	□	1.200
Möbel	29.700	■	■	■	■	15.000
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	7.800	■	■	□	□	1.400

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018, inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■ = absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive vorhanden; □ = keine absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive vorhanden; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

In der Sortimentsgruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör besteht dagegen keine nennenswerte quantitative Entwicklungsperspektive.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte - gerade im Lichte des bereits genannten EuGH-Urteils (vgl. Appingedam-Urteil; EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123) – jedoch grundsätzlich keine „Demarkationslinie" darstellen und insbesondere kein „Entwicklungsverbot" rechtfertigen. Auch Vorhaben mit begrenzter Entwicklungsperspektive können zur Verbesserung des Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den regionalentwicklungspolitischen Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung korrespondieren. In diesem Kontext ist darauf hinzuweisen, dass neue Angebote und Verkaufsflächen mit geringer Entwicklungsperspektive die Wahrscheinlichkeit stärkerer Umsatzumverteilungen im Bestand erhöhen. Darüber hinaus ist festzuhalten, dass mit einem Überschreiten der absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive zwar das versorgungsstrukturelle Ziel des Landkreises Cloppenburg „übererfüllt" wird, aber nicht automatisch von einer Unverträglichkeit für die Einzelhandels- und Raumstrukturen im Landkreis auszugehen ist.[21]

[21] In diesem Zusammenhang wird für das in Rede stehende Möbelvorhaben in Band II des REHK Cloppenburg 2021 der Fragestellung einer raumverträglichen Verkaufsfläche für die Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör dezidiert nachgegangen.

6 Regionale Sortimentsliste

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der im Landkreis Cloppenburg als zentrenrelevant sowie als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimenten in Form einer regionalen Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im regionalen Abstimmungsprozess festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entsprechen.

6.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der regionalen Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in den städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte. Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

6.2 EINFLUSSPARAMETER ZUR ABLEITUNG DER REGIONALEN SORTIMENTSLISTE

Im Kontext der Ableitung der regionalen Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg werden, neben der städtebaulichen Verortung i. S. d. LROP und der Betrachtung der Zielperspektive, auch die landesplanerischen Vorgaben seitens des LROP Niedersachsen zu den Empfehlungen für zentrenrelevante Sortimente berücksichtigt. Bei der Aufstellung der regionalen Sortimentsliste werden darüber hinaus bestehende Sortimentslisten aus kommunalen Einzelhandelskonzepten im Landkreis berücksichtigt. Nach Erörterung der genannten Beurteilungskriterien für die Ableitung der regionalen Sortimentsliste erfolgt eine vertiefende Diskussion „strittiger" Sortimentsbereiche zur Klärung der sortimentsspezifischen Zentrenrelevanz.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die ein Zentrum städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem Zentrum bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb der Zentren in siedlungsstrukturell integrierten Lagen angesiedelt sind und
- die dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in siedlungsstrukturell nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Städtebauliche Verortung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen

Im Folgenden werden die im Rahmen der Bestandserhebung erfassten Sortimente hinsichtlich ihrer städtebaulich-funktionalen Prägung untersucht. Dazu wird der Verkaufsflächenanteil je Sortiment nach städtebaulich integrierter Lage i. S. d. LROP dargestellt. Eine überwiegende Verortung der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierter Lage i. S. d. LROP ist ein Hinweis dafür, dass diese durch das entsprechende Sortiment strukturell geprägt werden.

Tabelle 8: Städtebauliche Verortung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen in Landkreis Cloppenburg

Sortiment	siL i. S. d. LROP in %	niL i. S. d. LROP in %	Summe in m²
Augenoptik	94	6	2.100
Baumarktsortiment i. e. S.	26	74	51.900
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	93	7	42.300
Bettwaren (inkl. Matratzen)	63	37	3.000
Bücher	90	10	1.000
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	2	98	300
Computer/-peripherie und -zubehör (PC)	46	54	700
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	82	18	14.700

(Fortsetzung Tabelle 8)

Sortiment	siL i. S. d. LROP	niL i. S. d. LROP in %	Summe in m²
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	67	33	12.000
Elektrogroßgeräte	36	64	3.800
Elektrokleingeräte	62	38	2.300
Fahrräder und Zubehör	62	38	6.600
Foto und Zubehör	54	46	300
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	47	53	18.600
Glas/Porzellan/Keramik	83	17	3.500
Haus-/Bett-/Tischwäsche	52	48	2.300
Haushaltswaren/Hausrat	77	23	6.000
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	52	48	3.100
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	34	66	2.200
Kinderwagen	67	33	500
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	90	10	600
Lampen/Leuchten	43	57	1.900
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	100	0	700
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	42	58	29.700
Musikinstrumente und Musikalien	61	39	300
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	78	22	85.000
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	77	23	3.800
Pflanzen/Pflanzartikel	29	71	27.900
(Schnitt-)Blumen	76	24	1.800
Schuhe, Lederwaren	78	22	10.400
Spielwaren/Bastelbedarf	80	20	4.700
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	73	27	3.800
Telekommunikationsgeräte	76	24	600
Teppiche (Einzelware)	38	62	800
Uhren/Schmuck	98	2	1.500
Unterhaltungselektronik und Zubehör	44	56	4.100
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	85	15	600
Zeitungen/Zeitschriften	82	18	1.000
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	53	47	5.400

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018, inkl. Neuansiedlung von „Kabs Polsterwelt" in der Stadt Cloppenburg im Nachgang der Bestandserfassung; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; siL = städtebaulich integrierte Lage; niL = städtebaulich nicht integrierte Lage.

Landesplanerische Empfehlungen

Zur Ableitung der regionalen Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg werden die landesplanerischen Empfehlungen durch das Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) berücksichtigt. In dem entsprechenden Erläuterungsteil des LROP werden gelten in der Regel folgende Sortimente als zentrenrelevant[22]:

- Genuss- und Lebensmittel, Getränke
- Drogerieartikel, Kosmetika und Haushaltswaren
- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation
- Kunst, Antiquitäten
- Baby- und Kinderartikel, Spielwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Sportartikel
- Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltswaren, Foto/Film, Optik
- Uhren, Schmuck, Musikinstrumente
- Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Teppiche (ohne Teppichböden)
- Blumen
- Campingartikel, Fahrräder und Fahrradzubehör
- Tiernahrung und Zoobedarf
- Lampen/Leuchten

Die aufgeführten Sortimente sind unter Beachtung aller Beurteilungskriterien entsprechend auch in der Aufstellung der Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg als zentrenrelevante Sortimente zu berücksichtigen.

Kommunale Sortimentslisten im Landkreis Cloppenburg

Neben den landesplanerischen Empfehlungen finden folgenden kommunalen Einzelhandelskonzepte innerhalb des Landkreises Cloppenburg Berücksichtigung:

- EHK Bösel (2017)
- EHK Cloppenburg (2017)
- EHK Emstek (2009)
- EHK Friesoythe (2008)[23]
- EHK Garrel (2012)
- EHK Lastrup (2013)
- EHK Molbergen (2014)
- EHK Saterland (2018)

Der zum Zeitpunkt der Berichtserstellung im Erarbeitungsprozess befindliche Entwurf des kommunalen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Löningen fließt auf Wunsch der Stadt aufgrund des frühen Bearbeitungsstandes im Folgenden nicht in die Untersuchung ein.

Dabei gilt, dass die Sortimentsausweisungen aus den ortstypischen Sortimentslisten der Städte und Gemeinden im Landkreis grundsätzlich berücksichtigt werden. Nur in wenigen Ausnahmen (z. B. bei Einzelfällen, die gemäß der genannten

[22] In diesem Kontext ist zu berücksichtigen, dass es sich hierbei um eine widerlegliche Vermutungsregel handelt.

[23] Die aktuelle Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Friesoythe war zum Zeitpunkt der Erstellung des REHK Cloppenburg 2021 nicht öffentlich zugänglich. Daher erfolgt ein Bezug zum kommunalen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008.

Kriterien relativ eindeutig als zentrenrelevant bzw. nicht zentrenrelevant eingestuft werden können) weicht die regionale Sortimentsliste von einzelnen kommunalen Listen ab. Bei strittigen Sortimenten, welche eine sehr geringe landkreisweite Prägung für zentrale Versorgungsbereiche aufweisen und/oder die sonstigen Merkmale der Zentrenrelevanz nicht eindeutig zu bestimmen sind, erfolgt eine Einzelfallbetrachtung jener Sortimente.

6.3 DETAILBETRACHTUNG STRITTIGER SORTIMENTE

Resultierend aus der städtebaulichen Verortung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen im Landkreis, der Berücksichtigung der landesplanerischen Empfehlungen sowie der ortstypischen Sortimentslisten der Städte und Gemeinden erfolgt für folgende Sortimente eine entsprechende Detailbetrachtung:

- Campingartikel (ohne Campingmöbel)
- Elektrogroßgeräte
- Fahrräder und Zubehör
- Lampen/Leuchten
- Teppiche (Einzelware)
- Waffen/Jagdbedarf/Angeln
- Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere

Nachfolgend werden die zur Diskussion stehenden Sortimente unter Bezugnahme einer Bewertungsmatrix, in welcher die Sortimente nach verschiedenen Beurteilungskriterien (Einzelhandelsstruktur, Besucherfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsfähigkeit, Transportfähigkeit und Besondere Zielperspektive) auf ihre Einstufung zur Zentrenrelevanz hin untersucht werden.

Tabelle 9: Detailbetrachtung Campingartikel (ohne Campingartikel)

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	✗	lediglich rd. 2 % der VKF in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; keine landkreisweite Prägung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP
Besucherfrequenz	(✓)	nicht nur zieleinkauforientiertes Publikum, jedoch eingeschränkte als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	(✗)	häufig in Sportabteilungen von Kaufhäusern und Sportfachmärkten mit hohem Flächenbedarf; aktuell jedoch wieder verstärkt in Outdoor-Stores
Kopplungsaffinität	(✓)	trotz spitzerer Zielgruppe und Tendenzen zum Zieleinkauf ebenfalls höhere Wahrscheinlichkeit von Kopplungseinkäufen im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
Transportfähigkeit	(✓)	Transportfähigkeit überwiegend gegeben; nur vereinzelte, sperrige Artikel (z. B. Zelte und spezielles Zubehör)
Empfehlung LROP Niedersachsen	✓	Gemäß Erläuterung des LROP Niedersachsen gilt das Sortiment i. d. R. als zentrenrelevant
Kommunale Steuerung	(✗)	in zwei kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen
Besondere Entwicklungsperspektive	(✓)	durchaus innenstadtaffine Betriebsformate mit Hauptsortiment Campingartikel (ohne Campingmöbel) vorhanden; Beitrag zur Stärkung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP
Empfehlung	**Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment**	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018.

Tabelle 10: Detailbetrachtung Elektrogroßgeräte

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	(✗)	rd. 36 % der VKF in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; nur bedingt landkreisweite Prägung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP; eigentliche Zentrale Versorgungsbereiche (sofern vorhanden) in deutlich geringerem Maße durch das Sortiment geprägt
Besucherfrequenz	✗	klassischer Zieleinkauf; geringe Bedeutung als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	(✓)	als Hauptsortiment sowohl bei kleinflächigen, spezialisierten Anbietern sowie häufig als Randsortiment in großflächigen Elektronik-Fachmärkten
Kopplungsaffinität	(✗)	vornehmlich Zielpublikum; allerdings durchaus Kopplungspotenzial im zentrenrelevanten Sortimentsbereich (insb. Elektronik, Einrichtungszubehör)
Transportfähigkeit	(✗)	eingeschränkte Transportfähigkeit (insb. ohne Pkw); Liefer-Services vieler Anbieter relativieren diesen Faktor allerdings teilweise
Empfehlung LROP Niedersachsen	(✓)	Gemäß Erläuterung des LROP Niedersachsen gilt das Sortiment i. d. R. als zentrenrelevant (allerdings unklarer Begriff der „Elektrohaushaltswaren“)
Kommunale Steuerung	(✓)	in vier kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen
Besondere Entwicklungsperspektive	(✗)	Fachgeschäfte insb. für kleinere Kommunen relevant, insb. in den beiden Mittelzentren keine Flächenpotenziale für größere Fachmarktansiedlungen
Empfehlung	**Einstufung als nicht zentrenrelevantes* Sortiment**	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; *gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant.

Tabelle 11: Detailbetrachtung Fahrräder und Zubehör

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	(✓)	rd. 62 % der VKF in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; gewisse landkreisweite Prägung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP
Besucherfrequenz	✗	klassischer Zieleinkauf; geringe Bedeutung als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	(✓)	als Hauptsortiment sowohl in Fachgeschäften als auch in flächenintensiven Fachmärkten; zudem als Randsortiment u. a. in SB-Warenhäusern
Kopplungsaffinität	✗	vornehmlich Zielpublikum; geringe Wahrscheinlichkeit von Kopplungseinkäufen, die über Fahrradzubehör hinausgehen
Transportfähigkeit	(✓)	Transportfähigkeit eingeschränkt gegeben (Fahrrad selbst transportfähig, Transportvorrichtungen an Pkw); allerdings kein klassischer „Tragetaschen-Kauf“
Empfehlung LROP Niedersachsen	✓	Gemäß Erläuterung des LROP Niedersachsen gilt das Sortiment i. d. R. als zentrenrelevant
Kommunale Steuerung	(✓)	in vier kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen
Besondere Entwicklungsperspektive	(✓)	zukünftig weiterhin als Hauptsortiment in Fachgeschäften und flächenintensiven Fachmärkten
Empfehlung	**Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment**	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018.

Tabelle 12: Detailbetrachtung Lampen/Leuchten

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	(✗)	rd. 43 % der VKF in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; nur bedingt landkreisweite Prägung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP; eigentliche Zentrale Versorgungsbereiche (sofern vorhanden) in deutlich geringerem Maße durch das Sortiment geprägt
Besucherfrequenz	✗	klassischer Zieleinkauf; geringe Bedeutung als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	(✗)	häufig als Randsortiment in großflächigen Betriebskonzepten (Möbelhäusern, Baumärkten, z. T. Elektronik-Fachmärkte); geringe Zahl an Fachgeschäften
Kopplungsaffinität	(✗)	überwiegend Zielpublikum; Kopplungseinkäufe i. d. R. mit hohem Anteil im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich; aber auch Einrichtungszubehör
Transportfähigkeit	(✓)	Transportfähigkeit i. d. R. gegeben, sofern es keine überaus sperrigen bzw. großen Artikel sind
Empfehlung LROP Niedersachsen	✓	Gemäß Erläuterung des LROP Niedersachsen gilt das Sortiment i. d. R. als zentrenrelevant
Kommunale Steuerung	(✓)	in drei kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen
Besondere Entwicklungsperspektive	(✗)	nur bedingtes Entwicklungspotenzial in Form von spezialisierten Fachgeschäften in Zentren; Trend geht hin zu Randsortiment in größeren Möbel- und Baumärkten
Empfehlung	**Einstufung als nicht zentrenrelevantes* Sortiment**	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; *gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant.

Tabelle 13: Detailbetrachtung Teppiche (Einzelware)

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	(✗)	rd. 38 % der VKF in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; nur bedingt landkreisweite Prägung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP; eigentliche Zentrale Versorgungsbereiche (sofern vorhanden) in deutlich geringerem Maße durch das Sortiment geprägt
Besucherfrequenz	✗	klassischer Zieleinkauf; geringe Bedeutung als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	(✓)	häufig als Randsortiment in großflächigen Betriebskonzepten (insb. Möbelhäusern, Teppich-Fachmärkte); teilweise jedoch auch Fachgeschäfte
Kopplungsaffinität	(✗)	überwiegend Zielpublikum; Kopplungseinkäufe i. d. R. mit hohem Anteil im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich (z. B. in Möbelhäusern)
Transportfähigkeit	(✗)	je nach Größe eingeschränkte Transportfähigkeit (insb. ohne Pkw)
Empfehlung LROP Niedersachsen	✓	Gemäß Erläuterung des LROP Niedersachsen gilt das Sortiment i. d. R. als zentrenrelevant
Kommunale Steuerung	(✗)	in zwei kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen (nicht immer explizit als Einzelsortiment aufgeführt)
Besondere Entwicklungsperspektive	(✗)	relativ geringe Entwicklungsdynamik bei Fachgeschäften in Zentren; Trend geht hin zu Randsortiment in größeren Möbelmärkten
Empfehlung	**Einstufung als nicht zentrenrelevantes* Sortiment**	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; *gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant.

Tabelle 14: Detailbetrachtung Waffen/Jagdbedarf/Angeln

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	✓	rd. 85 % der VKF in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; landkreisweite Prägung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP
Besucherfrequenz	(✗)	eher zieleinkauforientiertes Publikum; zudem eher eingeschränkte Bedeutung als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	✓	als Hauptsortiment eher in spezialisierten Fachgeschäften mit geringer Größe; als Randsortiment im geringeren Umfang in größeren Sport-Fachmärkten
Kopplungsaffinität	(✓)	spitze Zielgruppe und Tendenzen zum Zieleinkauf; Möglichkeit von Kopplungseinkäufen im zentrenrelevanten Sortimentsbereich durchaus gegeben
Transportfähigkeit	(✓)	Transportfähigkeit i. d. R. gegeben, sofern es keine überaus sperrigen bzw. großen Artikel (Angelruten, Gewehre, etc.) sind
Empfehlung LROP Niedersachsen	✗	Gemäß Erläuterung des LROP Niedersachsen gilt das Sortiment i. d. R. als nicht zentrenrelevant (Abgrenzung zu Sportartikel aus Gutachtersicht)
Kommunale Steuerung	(✓)	in drei kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen
Besondere Entwicklungsperspektive	(✓)	keine hohe Entwicklungsdynamik dieses Sortimentes im Bereich großflächiger Anbieter; spezialisierte Fachgeschäfte tragen ggf. zur Stärkung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP bei
Empfehlung	**Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment**	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018.

Tabelle 15: Detailbetrachtung Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	(✓)	rd. 53 % der VKF in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; gewisse landkreisweite Prägung der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP
Besucherfrequenz	(✓)	durchaus frequenzsteigernde Wirkung als klassisches Randsortiment beim Versorgungseinkauf (insbesondere im Teilbereich Zoologischer Bedarf)
Integrationsfähigkeit	(✗)	häufig als Randsortiment in großflächigen Lebensmittel- und Gartenmärkten (nur Zoologischer Bedarf); darüber hinaus spezialisierte Zoo-Fachmärkte
Kopplungsaffinität	(✓)	Kopplungsaffinität insb. im zentren- und nahversorgungsrelevanten Bereich; darüber hinaus vornehmlich im nicht zentrenrelevanten Bereich (Garten/Pflanzen)
Transportfähigkeit	(✓)	Transportfähigkeit überwiegend gegeben; nur vereinzelte, sperrige Artikel (z. B. Aquarien, Käfige)
Empfehlung LROP Niedersachsen	(✓)	Gemäß Erläuterung des LROP Niedersachsen gelten Teile des Sortiments (Zoologischer Bedarf inkl. Tiernahrung) i. d. R. als zentrenrelevant
Kommunale Steuerung	(✗)	lediglich in einer kommunalen Liste als zentrenrelevant ausgewiesen; oftmals Tiernahrung als nahversorgungsrelevant*
Besondere Entwicklungsperspektive	(✓)	hohe Bedeutung für Lebensmittelmärkte arrondierende Zoo-Fachmärkte, allerdings schwer in Zentren zu integrieren; hohe Bedeutung für Gartenmärkte
Empfehlung	**Aufteilung des Sortiments in Zoologischer Bedarf (nahversorgungsrelevant*) und Lebendige Tiere (nicht zentrenrelevant**)**	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; * gleichzeitig auch zentrenrelevant; ** gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant.

6.4 REGIONALE SORTIMENTSLISTE FÜR DEN LANDKREIS CLOPPENBURG

Im Ergebnis der methodischen Herleitung, der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen, der Berücksichtigung der landesplanerischen Empfehlungen und kommunalen Sortimentslisten der Städte und Gemeinden ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Landkreis Cloppenburg. In diesem Zusammenhang sei auf folgende Umstände gesondert hingewiesen:

- Durch die unterschiedlichen Eigenschaften hinsichtlich der Zentrenrelevanz (z. B. Transportfähigkeit, Kopplungsmöglichkeit, zielgerichtete Einkäufe) erfolgt eine Unterteilung der Sortimente **Bettwaren** und **Matratzen**, wobei Bettwaren als zentrenrelevant und Matratzen als nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant eingeordnet werden.
- Das in mehreren kommunalen Sortimentslisten ausgewiesene Sortiment **Babyartikel** wird nicht in der regionalen Sortimentsliste ausgewiesen, da es aus fachgutachterlicher Einschätzung nur bedingt abgrenzbar ist und daher u. a. den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Bekleidung und Möbel zugeordnet wird. Es erfolgt stattdessen eine Ausweisung des Sortiments **Kinderwagen** als nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantes Sortiment.

- Aufgrund fehlender Nachvollziehbarkeit/Bestimmtheit wird ebenfalls auf die Ausweisung des Sortiments **Geschenkartikel** verzichtet. Eine Zuordnung erfolgt u. a. über die Sortimente Einrichtungsbedarf, Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände und Glas/Porzellan/Keramik.

Tabelle 16: Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg (Kurzfassung)

zentrenrelevante Sortimente	nahversorgungsrelevante Sortimente*	nicht zentrenrelevante Sortimente**
Augenoptik	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	Baumarktsortiment i. e. S.***
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	Elektrogroßgeräte
Bettwaren	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	Erotikartikel
Bücher	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	(Schnitt-)Blumen	Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	Zeitungen/Zeitschriften	Kinderwagen
Elektrokleingeräte	Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hieraus NUR: Zoologischer Bedarf)	Lampen/Leuchten
Fahrräder und Zubehör		Matratzen
Glas/Porzellan/Keramik		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Haus-/Bett-/Tischwäsche		Pflanzen/Pflanzartikel
Haushaltswaren/Hausrat		Sportgroßgeräte
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)		Teppiche (ohne Teppichböden)****
Künstler- und Bastelbedarf		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hieraus NUR: lebendige Tiere)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		
Musikinstrumente und Musikalien		
Neue Medien/Unterhaltungselektronik		
Parfümerieartikel und Kosmetika		
Schuhe, Lederwaren		
Spielwaren		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) (ohne Sportgroßgeräte)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf/Angeln		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * gleichzeitig auch zentrenrelevant; ** gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen; **** Teppiche (ohne Teppichböden) umfassen Teppiche als Einzelware, Teppichböden hingegen umfassen Teppiche als Meterware (typischerweise auf Rollen).

Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen. **Abschließend sei darauf hingewiesen, dass die regionale Sortimentsliste im Rahmen kommunaler Einzelhandelskonzepte durch ortstypische Sortimentslisten konkretisiert werden muss. Abweichungen von der regionalen Sortimentsliste sind dabei durch ortstypische Gegebenheiten bzw. die stadtentwicklungspolitischen**

Zielstellungen zu begründen. Eine Anpassung bestehender kommunaler Sortimentslisten auf die regionale Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg ist nicht erforderlich.

7 Kongruenzräume für aperiodische Güter

Im Rahmen des vorliegenden regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Landkreis Cloppenburg werden die Kongruenzräume für die zentralen Orte (gemäß Kongruenzgebot LROP) abgeleitet. Der Kongruenzraum beschreibt laut LROP 2017 den Raum im Umfeld eines Zentralen Ortes, den Einzelhandelsgroßprojekte, die im Zentralen Ort angesiedelt werden sollen oder bereits bestehen, im Wesentlichen versorgen sollen. Das Einzugsgebiet entsprechender Planvorhaben darf dabei den Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten. Eine wesentliche Überschreitung ist gemäß LROP dann gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.[24]

7.1 METHODIK

Im Kontext des Regionalen Einzelhandelskonzeptes werden Kongruenzräume für den aperiodischen Bedarf im Landkreis Cloppenburg abgegrenzt. Hierfür werden entsprechend des zentralörtlichen Versorgungsauftrages für die beiden Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe Kongruenzräume abgeleitet. Aperiodische Kongruenzräume sind im LROP als Grundsatz verankert (LROP 2.3 (03) Satz 3). Das Kongruenzgebot ist somit im Rahmen einer regionalplanerischen Beurteilung eines Planvorhabens zu berücksichtigen und einer Abwägung zugänglich.

Die Kongruenzräume können sich dabei gemäß der Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels" des LROP im Falle von gleichrangigen zentralen Orten teilweise an den Rändern überlagern. Die Kongruenzräume der Oberzentren können hingegen die der Mittelzentren vollständig überlagern. Im Falle einer Überlagerung ist dabei zu prüfen, inwieweit eine anteilige Anrechenbarkeit der Kaufkraft zu benachbarten Mittel- oder Oberzentren erfolgen soll.[25]

Das LROP Niedersachsen benennt hierzu im Abschnitt 2.3 Ziffer 03 Sätze 3 bis 4 vier Parameter, die bei einer entsprechenden Abgrenzung heranzuziehen sind:

- Zentralörtliche Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentren,
- Verkehrliche Erreichbarkeit,
- Grenzüberschreitende Verflechtungen,
- Marktgebiete der Mittel- und Oberzentren auf Grundlage von kommunalen Einzelhandelskonzepten.

Im Rahmen der Abgrenzung der aperiodischen Kongruenzräume der Mittelzentren im Landkreis Cloppenburg wurden die einzelnen Parameter dabei unterschiedlich gewichtet.

[24] vgl. LROP Abschnitt 2.3 Ziffer 03.

[25] vgl. Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2017): Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels" des LROP. S. 33f.

7.2 ABGRENZUNGSKRITERIEN DER KONGRUENZRÄUME FÜR APERIODISCHE GÜTER

Im Folgenden werden die obengenannten vier Parameter zur Ermittlung der mittelzentralen Kongruenzräume im Landkreis Cloppenburg dargestellt. Dabei stellen die beiden Parameter Zentralörtliche Versorgungsaufträge und die verkehrliche Erreichbarkeit die Hauptkriterien zur Abgrenzung der mittelzentralen Kongruenzräume dar.

Hauptkriterium: Zentralörtliche Versorgungsaufträge

Im aperiodischen Bedarf übernehmen gem. LROP die Mittel- und Oberzentren Versorgungsfunktionen. Eine Trennung der Versorgungsfunktion in gehobenem (Mittelzentrum) und spezifischem aperiodischen Bedarf (Oberzentrum) ist dabei gemäß OVG Lüneburg nicht sachgerecht.[26] Gemäß LROP übernehmen Oberzentren gleichzeitig die Versorgungsfunktionen eines Mittelzentrums.

Die zentralörtliche Struktur des Landkreises Cloppenburg ist geprägt durch die beiden Mittelzentren Cloppenburg und Friesoythe sowie elf Grundzentren (siehe nachfolgende Abbildung). Bereits im Zuge der Strukturanalyse wurde ersichtlich, dass deutliche Unterschiede hinsichtlich der Stärke der Einzelhandelsfunktion zwischen den beiden Mittelzentren erkennbar sind. So verfügt die Stadt Cloppenburg über mehr als doppelt so viele Einzelhandelsbetriebe wie die Stadt Friesoythe. Ebenso ist die Gesamtverkaufsfläche Cloppenburgs (rd. 115.800 m²) fast doppelt so hoch, wie die Verkaufsfläche der Stadt Friesoythe (rd. 61.400 m²). Entsprechend zeigen sich auch deutliche Unterschiede in den Verkaufsflächenausstattungen in m² je Einwohner zwischen beiden Mittelzentren sowie ferner bei deren Einzelhandelszentralitäten.

Außerhalb des Landkreises liegen die Oberzentren Oldenburg, Bremen und Osnabrück sowie das Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion Lingen (Ems), welche bei der Abgrenzung der Kongruenzräume für die aperiodischen Güter ebenso berücksichtigt werden müssen. Weiterhin werden die mittelzentralen Kongruenzräume der Städte Cloppenburg und Friesoythe durch die mittelzentralen Kongruenzräume der Städte Westerstede, Bad Zwischenahn, Wildeshausen, Vechta, Lohne, Quakenbrück, Meppen, Papenburg und Leer begrenzt.

[26] vgl. OVG Niedersachsen, 15.03.2012 - 1 KN 152/10.

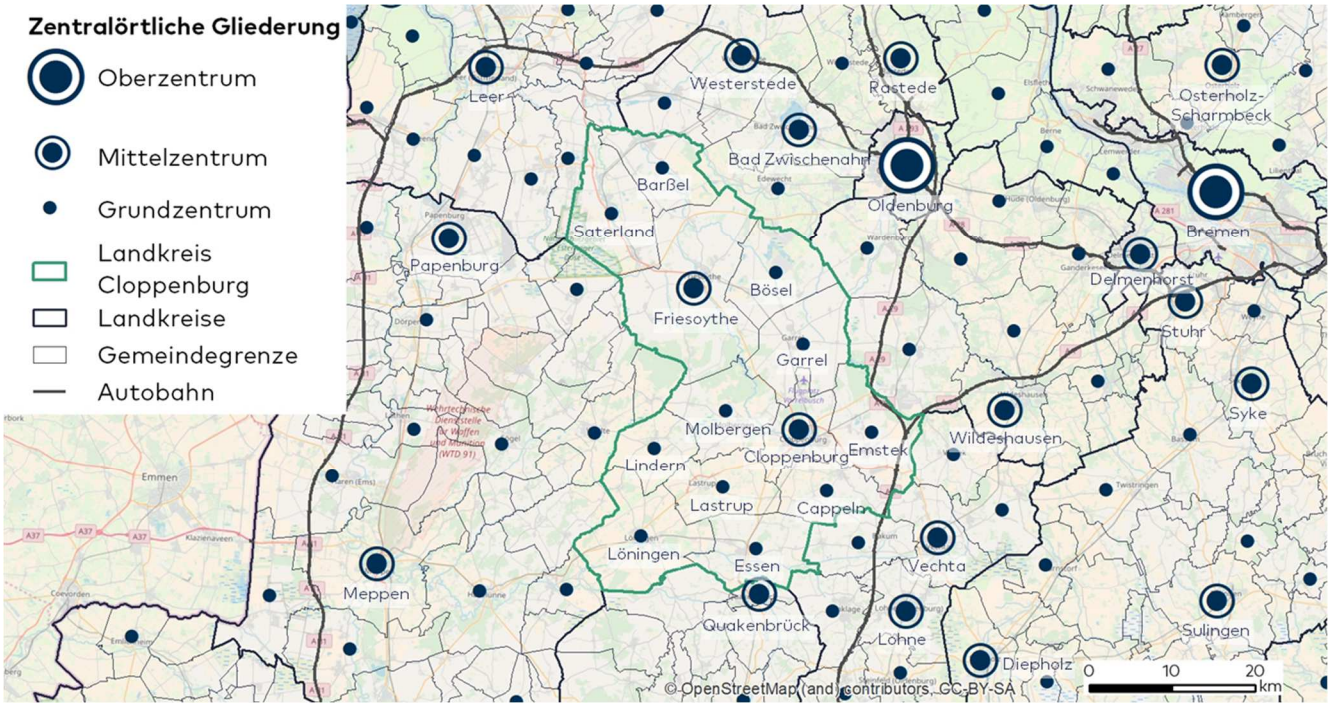


Abbildung 20: Zentralörtliche Versorgungsaufträge

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage. GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Anhand der Karte wird ersichtlich, dass die Distanzen zwischen den einzelnen Mittezentren im Westen des Landkreises deutlich größer sind als in den anderen angrenzenden Bereichen. Dies gilt es bei den zentralörtlichen Versorgungsaufträgen zu berücksichtigen.

Hauptkriterium: Verkehrliche Erreichbarkeit

Die verkehrliche Erreichbarkeit stellt das zweite Hauptkriterium für die Abgrenzung der aperiodischen Kongruenzräume im Landkreis Cloppenburg dar. Bei diesem Kriterium wird insbesondere die wohnorts- bzw. verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung mit aperiodischen Gütern in den Vordergrund gestellt. Die einzelnen Mittel- bzw. Oberzentren werden dabei unabhängig ihres bestehenden Einzelhandelsbesatzes gleichbehandelt.

Als Datengrundlage für die Abgrenzung der Kongruenzräume dienen dabei die „Vektordaten zur Erreichbarkeit von Mittel- und Oberzentren des Landes Niedersachsen“. Die Daten umfassen das gesamte niedersächsische Landesgebiet sowie einen Bereich von 60 km über die Grenze des Landes hinaus. Für das gesamte Gebiet wurden in Form eines Rasters alle 250 m Punkte gesetzt. Von diesen aus wurde berechnet, welches das verkehrlich nächstgelegene Mittelzentrum ist. Die jeweiligen Punkte wurden dann dem entsprechenden Mittelzentrum zugewiesen. Die Berechnung wurde dabei anhand des überörtlichen Straßennetzes vorgenommen.

Da die verwendete Datengrundlage lediglich das überregionale Straßennetz berücksichtigt, bleiben Erschließungsstraßen unberücksichtigt. Zur Berechnung der verkehrlichen Erreichbarkeit wurde mittels eines GIS Systems von jedem Punkt aus die nächste Möglichkeit der Nutzung des überregionalen Straßennetzes mittels eines Geographischen Informationssystems gesucht.

Daher kann es in Einzelfällen dazu kommen, dass kleinere Bereiche bspw. an Autobahnauffahrten einem Mittel- oder Oberzentrum zugewiesen wurden, ohne

dass diese einen räumlichen Zusammenhang mit den übrigen Bereichen des Erreichbarkeitsraums eines Mittel- oder Oberzentrums aufweisen. Entsprechende solitär gelegene Bereiche wurden im Rahmen der Abgrenzung der aperiodischen Kongruenzräume dem Ober- bzw. Mittelzentrum zugewiesen, das auch für die umgebenden Bereiche Versorgungsfunktionen übernimmt.

Die Ermittlung der verkehrlichen Erreichbarkeit orientiert sich grundsätzlich an den Grenzen des Landkreises Cloppenburg (siehe nachfolgende Abbildung) mit einigen Ausnahmen: So erstreckt sich die ermittelte Erreichbarkeitszelle der Stadt Friesoythe im Westen deutlich über die Landkreisgrenze hinaus und umfasst dabei u. a. die Stadt Werlte und die Gemeinde Esterwegen. Die dargestellte Erreichbarkeitszelle der Stadt Cloppenburg ist in südlicher Richtung aufgrund der räumlichen Nähe zum Mittelzentrum Quakenbrück eingeschränkt. Gleichzeitig erstreckt sich die Erreichbarkeitszelle im Osten über die Landkreisgrenze hinaus und umfasst westliche Bereiche der Gemeinde Großenkneten im Landkreis Oldenburg.

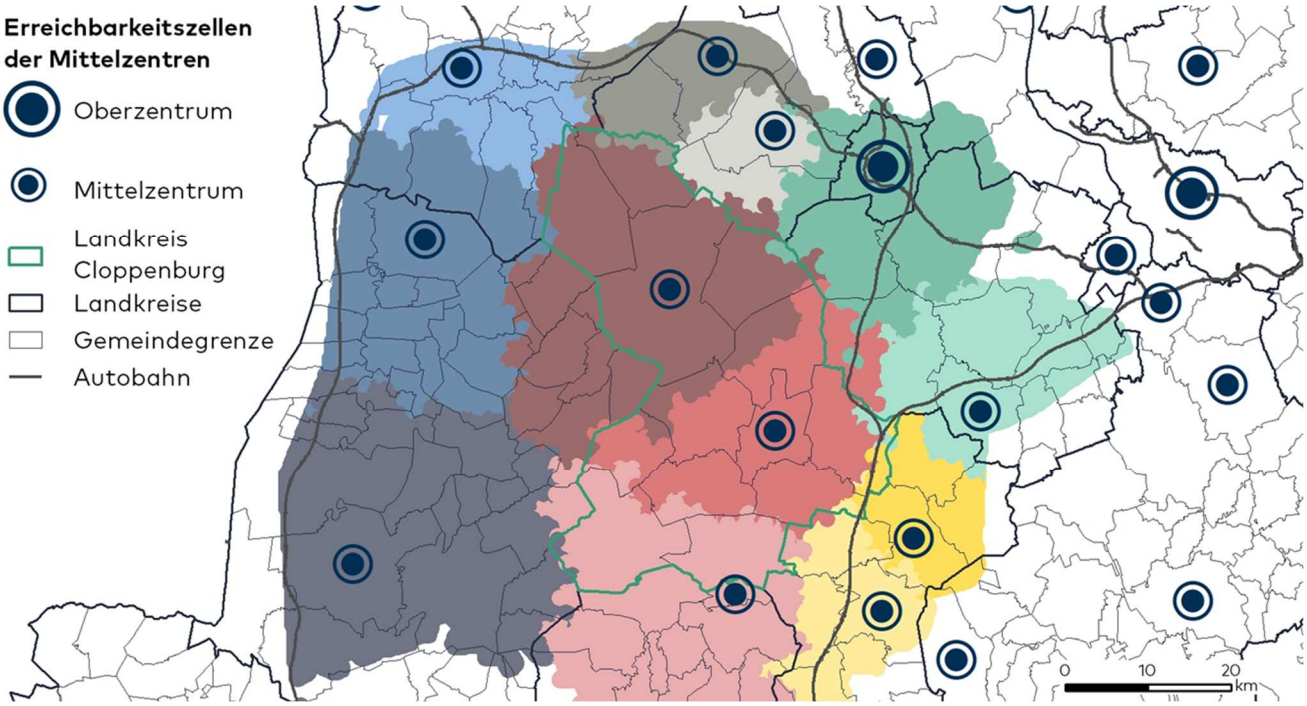


Abbildung 21: Erreichbarkeitszellen der Ober- und Mittelzentren
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erreichbarkeitszellen: Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Stand: 2017); Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Weiteres Kriterium: Grenzüberschreitende Verflechtungen

Das Kriterium der grenzüberschreitenden Verflechtungen wird anhand des Parameters Pendlerverflechtungen operationalisiert.

Die anhand der Kriterien zentralörtliche Gliederung und verkehrliche Erreichbarkeit abgegrenzten Räume wurden dabei mit den räumlichen Mustern der Pendlerverflechtungen abgeglichen. Hierbei wurde auf Daten der Arbeitsagentur für Arbeit aus dem Jahre 2017 sowie auf eine Studie des NIW aus dem Jahre 2010 zurückgegriffen. Dabei sind die ermittelten grenzüberschreitenden Verflechtungen insbesondere für die beiden Mittelzentren von Relevanz. Die betrachteten Pendlerverflechtungen innerhalb des Landkreises bestätigen die beiden zuvor dargestellten Erreichbarkeitsräume und eine funktionale Trennung der beiden Pendlerregionen Cloppenburg und Friesoythe. Landkreisüberschreitend ist eine Kon-

zentration der Pendlerströme auf das Oberzentrum Oldenburg sowie ausgewählte grenznahe Gemeinden in den Landkreisen Emsland, Osnabrück (insb. Quakenbrück) und Vechta festzustellen (vgl. nachfolgende Abbildung).

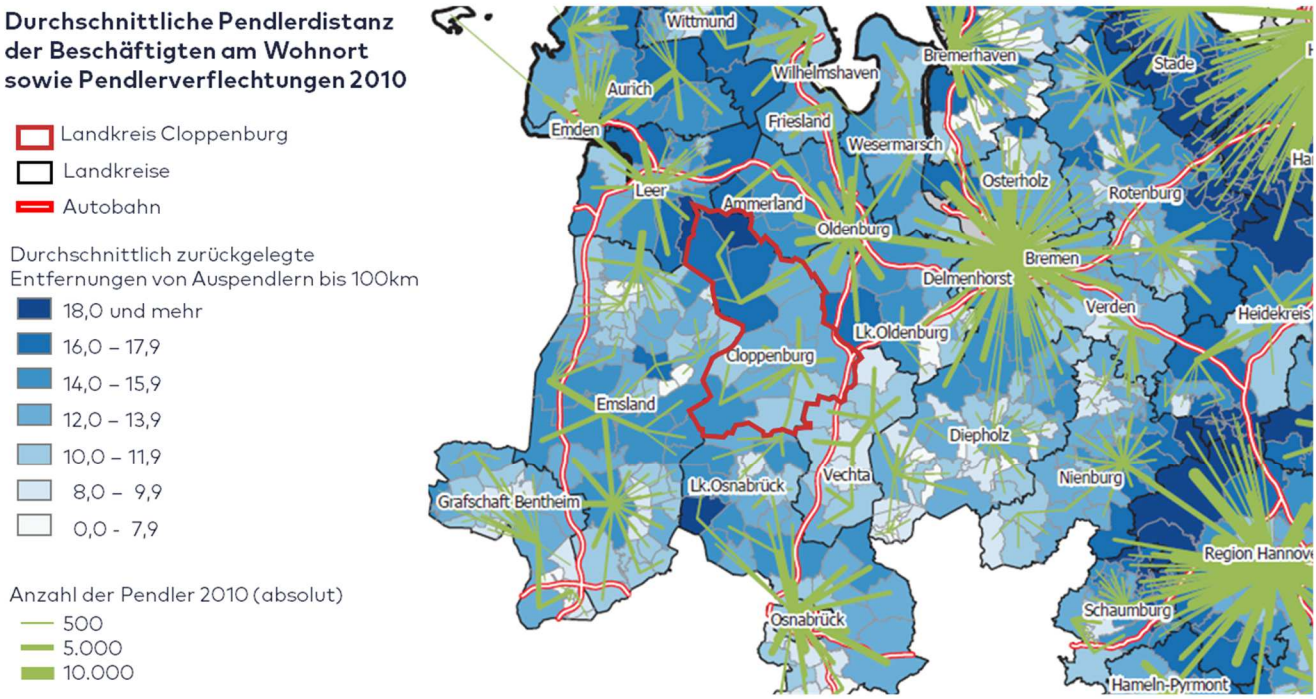


Abbildung 22: Grenzüberschreitende Verflechtungen (Pendlerströme)
Quelle: NIW, Regionalmonitoring Niedersachsen Regionalreport 2012, Datenstand: 2010.

Weiteres Kriterium: Marktgebiete der Mittelzentren auf Grundlage von kommunalen Einzelhandelskonzepten

Bei der Abgrenzung der Kongruenzräume für den aperiodischen Bedarf wurden bestehende kommunale Einzelhandelskonzepte im Hinblick auf mögliche abgegrenzte Marktgebiete untersucht. Beide Mittelzentren im Landkreis verfügen über ein Einzelhandelskonzept mit einem abgegrenzten Markteinzugsgebiet, wobei nur das Marktgebiet der Stadt Friesoythe durch eine Kundenherkunftserhebung empirisch abgesichert hergeleitet wurde. Die Betrachtung der Marktgebiete aus kommunalen Einzelhandelskonzepten und aus umliegenden Landkreisen zeigt, dass sieben der neun Mittelzentren im Umkreis des Landkreises Cloppenburg über ein entsprechendes kommunales Konzept mit einem abgegrenzten Markteinzugsgebiet verfügen, wobei das Marktgebiet der Städte Meppen und Vechta sowie der Gemeinde Bad Zwischenahn empirisch nicht hinreichend abgeleitet wurde (vgl. nachfolgende Tabelle). Darüber hinaus sind die Ausführungen der Einzelhandelskonzepte der Städte Friesoythe, Lohne, Papenburg und Westerstede aufgrund des Datenstands der Konzepte nur bedingt aussagekräftig. Im Kontext einer Zonierung von Marktgebieten sind im Zuge der Ableitung der mittelzentralen Kongruenzräume insb. die Zonen I und II gemäß den Empfehlungen des LROP zu berücksichtigen.

Tabelle 17: Marktgebiete aus kommunalen Einzelhandelskonzepten

Mittelzentren	Aktualität/Veröffentlichung des Konzeptes	abgegrenztes Markt-/Einzugsgebiet	empirische Untersuchung zur Kundenherkunft
Landkreis Cloppenburg			
Cloppenburg (2017)	✓	✓	✗
Friesoythe (2008)[27]	✗	✓	✓
andere Landkreise			
Bad Zwischenahn (-)[28]	✗	✓	✗
Leer (-)	✗	✗	✗
Lohne (2008)	✗	✓	✓
Meppen (2018)	✓	✓	✗
Papenburg (2011)	(✗)	✓	✓
Quakenbrück (-)	✗	✗	✗
Vechta (2014)	(✓)	✓	✗
Westerstede (2010)	(✗)	✓	✓
Wildeshausen (2015)	(✓)	✓	✓

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Aus fachgutachterlicher Sicht ist das Kriterium der Marktgebiete zur Abgrenzung der Kongruenzräume für den aperiodischen Bedarf auf Grundlage der Datenlage nur bedingt anwendbar. Hinzu kommt, dass zentrale Orte, die einen besonders hohen Besatz an Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten an nicht integrierten Standorten aufweisen und so über ein verhältnismäßig weitläufiges Einzugsgebiet verfügen, gegenüber Zentren, deren geringerer Verkaufsflächenbesatz mit zentrenrelevanten Sortimenten v. a. in zentralen Versorgungsbereichen verortet ist, bevorteilt würden.

Weiteres Kriterium: Definierte Kongruenzräume der Ober- und Mittelzentren außerhalb des Landkreises Cloppenburg

Bei der Abgrenzung der Kongruenzräume für den aperiodischen Bedarf wurden, neben den bisher dargelegten Kriterien, auch bereits definierte Kongruenzräume

[27] Die aktuelle Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Friesoythe war zum Zeitpunkt der Erstellung des REHK Cloppenburg 2021 nicht öffentlich zugänglich. Daher erfolgt ein Bezug zum kommunalen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008.

[28] Das Einzelhandelskonzept der Gemeinde Bad Zwischenahn war zum Zeitpunkt der Erstellung des REHK Cloppenburg 2021 nicht öffentlich zugänglich.

der Oberzentren und Mittelzentren im Umkreis des Landkreises Cloppenburg berücksichtigt.

Der oberzentrale Kongruenzraum der Stadt Oldenburg überlagert, bis auf die in südlicher Randlage gelegenen Stadt Löningen und die Gemeinde Essen, gänzlich den Landkreis Cloppenburg. Der oberzentrale Kongruenzraum der Stadt Lingen (Ems) überlagert den Bereich der Stadt Löningen. Darüber hinaus ist keine weitere Überlagerung im Landkreis Cloppenburg durch den oberzentralen Kongruenzraum festzustellen.

Bei Betrachtung der definierten mittelzentralen Kongruenzräume zeigt sich, dass der mittelzentrale Kongruenzraum der Stadt Meppen die Kommunen des Landkreises Cloppenburg nicht überlagert (vgl. nachfolgende Abbildung). Gleichzeitig gibt es potenzielle Überschneidungsbereiche des mittelzentralen Kongruenzraums von Meppen mit den mittelzentralen Kongruenzräumen von Cloppenburg und Friesoythe, sodass die Aussagen zum Kongruenzraum von Meppen bei der Ableitung der Kongruenzräume im vorliegenden Konzept berücksichtigt werden. Es bleibt gleichzeitig zu konstatieren, dass die festgesetzte Kaufkraftabschöpfung in den nordöstlichen Randbereichen des Kongruenzraums im Verhältnis zu den dargestellten Rahmenbedingungen als vergleichsweise hoch erscheint.

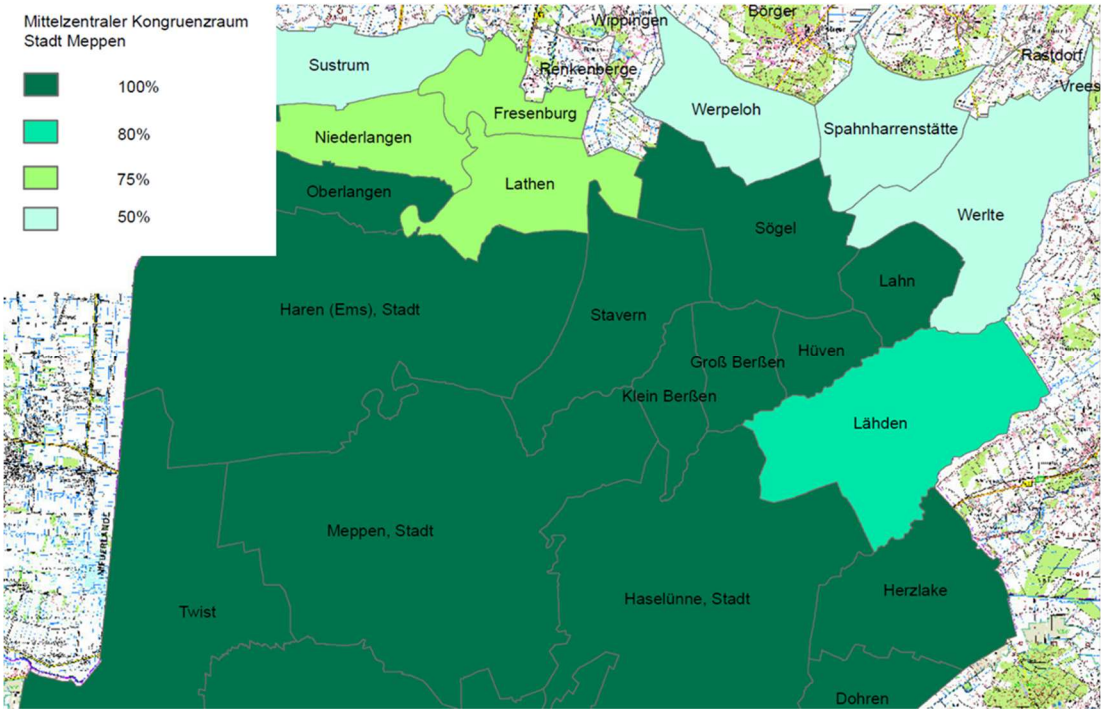


Abbildung 23: Mittelzentraler Kongruenzraum Meppen
Quelle: Landkreis Emsland.

Ähnlich wie der Kongruenzraum der Stadt Meppen gestaltet sich der definierte mittelzentrale Kongruenzraum der Stadt Papenburg hinsichtlich der Überlagerung auf die Städte und Gemeinden im Landkreis Cloppenburg. Folglich ist keine Kommune des Landkreises im entsprechenden mittelzentralen Kongruenzraum von Papenburg verortet (vgl. nachfolgende Abbildung). Auch mit dem Kongruenzraum Papenburgs gibt es mögliche Überschneidungsbereiche mit den mittelzentralen Kongruenzräumen von Cloppenburg und Friesoythe, sodass die Aussagen zum Kongruenzraum von Papenburg bei der Ermittlung der entsprechenden mittelzentralen Kongruenzräume im Landkreis Cloppenburg berücksichtigt werden.

Die Kaufkraftabschöpfung in den östlichen Randbereichen des definierten Kongruenzraums (insb. der Gemeinde Hilkenbrook) erscheint in Relation zu den dargestellten Rahmenbedingungen als eher hoch. In den südöstlichen Randbereichen ist die Kaufkraftabschöpfung hingegen als angemessen einzuschätzen.

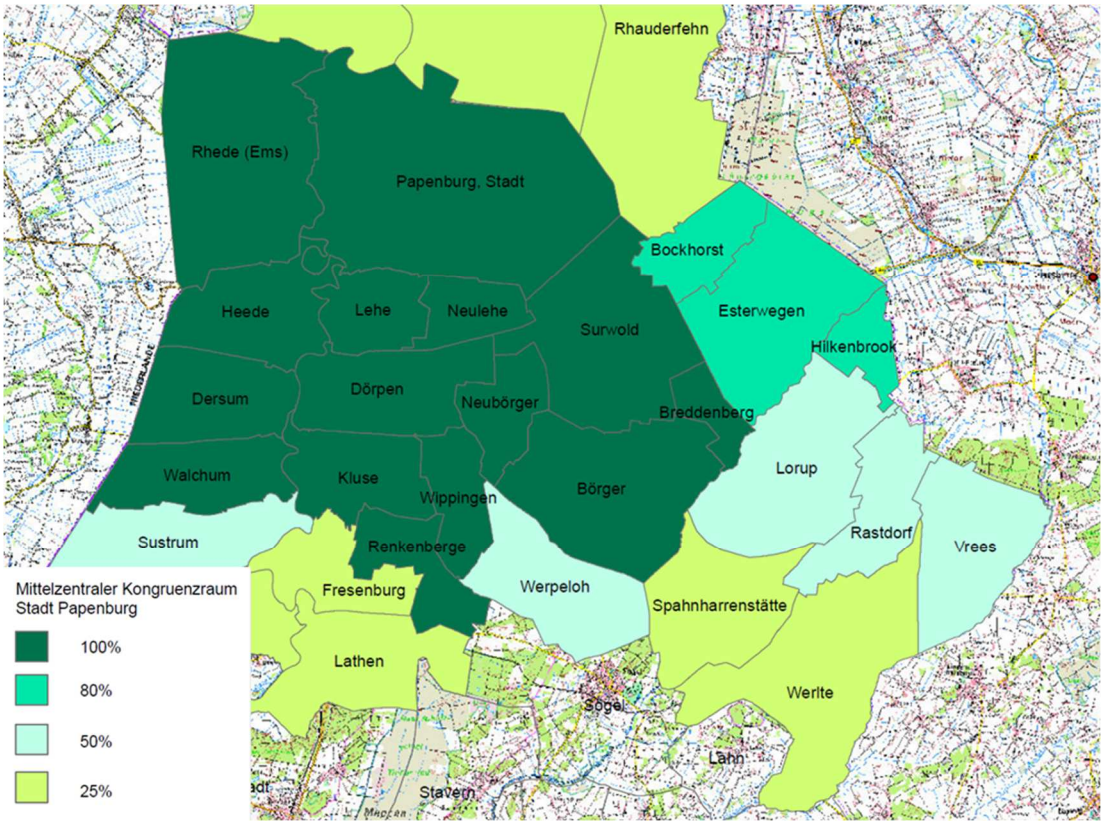


Abbildung 24: Mittelzentraler Kongruenzraum Papenburg
Quelle: Landkreis Emsland.

Die definierten mittelzentralen Kongruenzräume des Landkreises Osnabrück wurden ebenfalls bei der Ableitung der mittelzentralen Kongruenzräume von Cloppenburg und Friesoythe berücksichtigt. Es zeigt sich, dass die beiden Kommunen Essen (Oldenburg) und Löningen des Landkreises Cloppenburg im Überschneidungsbereich mit dem mittelzentralen Kongruenzraum der Stadt Quakenbrück liegen (siehe nachfolgende Abbildung). In bestehenden Gutachten wird allerdings keine Aussage zu einer möglichen Aufteilung der Kaufkraftabschöpfung zwischen den mittelzentralen Kongruenzräumen von Cloppenburg und Quakenbrück (bezogen auf die Kommunen Essen (Oldenburg) und Löningen) getroffen. Die allgemeinen Aussagen zum mittelzentralen Kongruenzraum von Quakenbrück werden bei der Ermittlung des mittelzentralen Kongruenzraumes von Cloppenburg berücksichtigt.

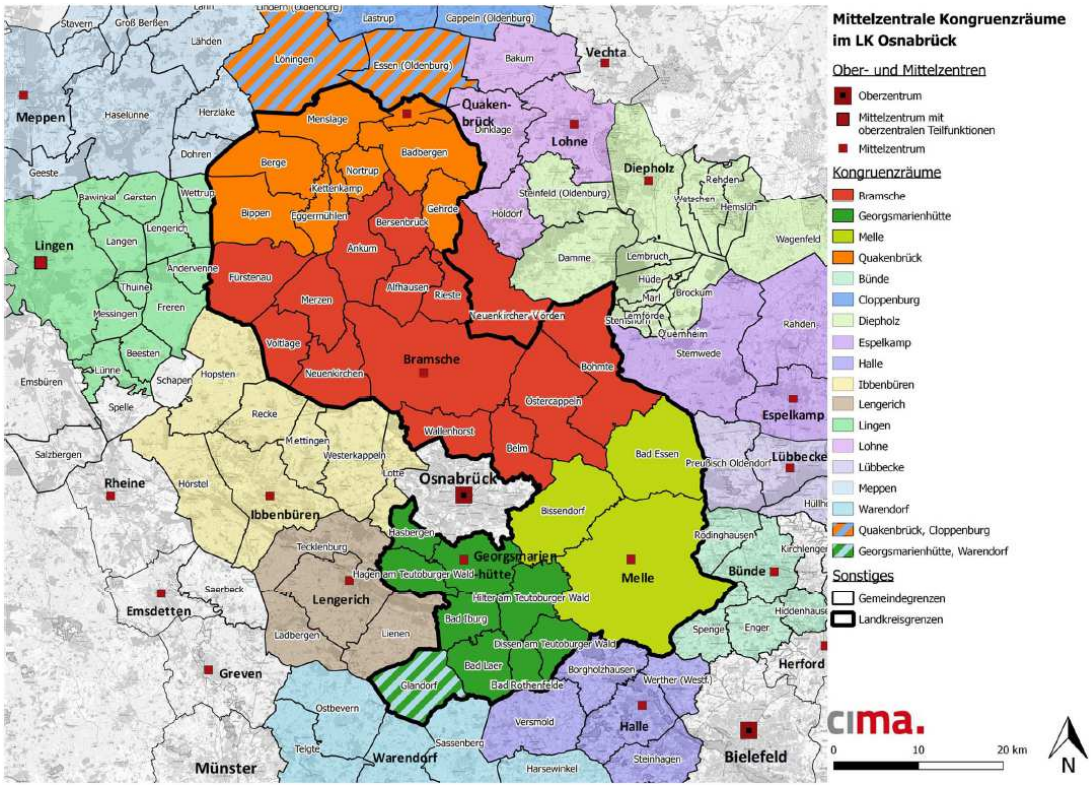


Abbildung 25: Mittelzentrale Kongruenzräume Landkreis Osnabrück
Quelle: Cima 2018.

Neben der kartographischen Betrachtung der definierten ober- und mittelzentralen Kongruenzräume im Umkreis des Landkreises Cloppenburg wird zusätzlich die textliche Festsetzung des mittelzentralen Kongruenzraumes der Stadt Westerstede berücksichtigt. In diesem Kontext überlagert der entsprechende Kongruenzraum von Westerstede zu 40 % die Gemeinde Barßel im Landkreis Cloppenburg.

7.3 MITTELZENTRALER KONGRUENZRAUMS DER STADT CLOPPENBURG FÜR APERIODISCHE GÜTER

Der abgebildete Kongruenzraum der Stadt Cloppenburg umfasst – ohne Berücksichtigung der anteilig anzurechnenden Kaufkraft – 144.361 Einwohner (Stand: 30.09.2019). Der mittelzentrale Kongruenzraum der Stadt Cloppenburg für aperiodische Güter orientiert sich, gemäß der Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels" des LROP, an administrativen Grenzen. Hierdurch wird eine räumlich differenzierte Betrachtung der Einwohnerzahlen, welche fortlaufend aktualisierbar sind, gewährleistet. Die ermittelten Bevölkerungszahlen bilden die Grundlage für die Zuordnung der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft.

Im Osten erstreckt sich der mittelzentrale Kongruenzraum der Stadt Cloppenburg über die Landkreisgrenze hinweg auf das Gebiet der Gemeinde Großenkneten (insb. Ortsteil Ahlhorn) im Landkreis Oldenburg. Daher wird die Kaufkraft der Gemeinde Großenkneten zu 50 % dem Kongruenzraum von Cloppenburg zugeordnet. Im Südwesten überschneiden sich die Kongruenzräume der Stadt Cloppenburg und der Stadt Quakenbrück (insb. Gemeinde Essen). Trotz der räumlichen Nähe der Gemeinde Essen zur Stadt Quakenbrück ist eine (insb. im aperiodischen Sortimentsbereich) stärkere Einkaufsorientierung der Bevölkerung auf

die leistungsfähigeren Einzelhandelsstrukturen der Stadt Cloppenburg zu konstatieren. Für die Stadt Löningen wird darüber hinaus ergänzend die bessere Verkehrsanbindung (B 213) sowie stärkere Pendlerorientierung auf die Stadt Cloppenburg berücksichtigt. Insgesamt wird daher 75 % der in Essen und 100 % der in Löningen im aperiodischen Bereich zur Verfügung stehenden Kaufkraft dem Kongruenzraum von Cloppenburg zugeordnet. Westlich der Landkreisgrenzen dehnt sich der Kongruenzraum von Cloppenburg aufgrund der deutlich höheren Entfernung zwischen den Mittelzentren sowie der Pendlerorientierung mit abnehmender Kaufkraftabschöpfung über die Landkreisgrenze hinweg auf die Gemeinden Vrees, Spahnharrenstätte sowie die Stadt Werlte aus. Die räumliche Abgrenzung des Kongruenzraums sowie die vorgeschlagene anteilige Berücksichtigung der Kaufkraft ist der nachfolgenden Abbildung und Tabelle zu entnehmen.

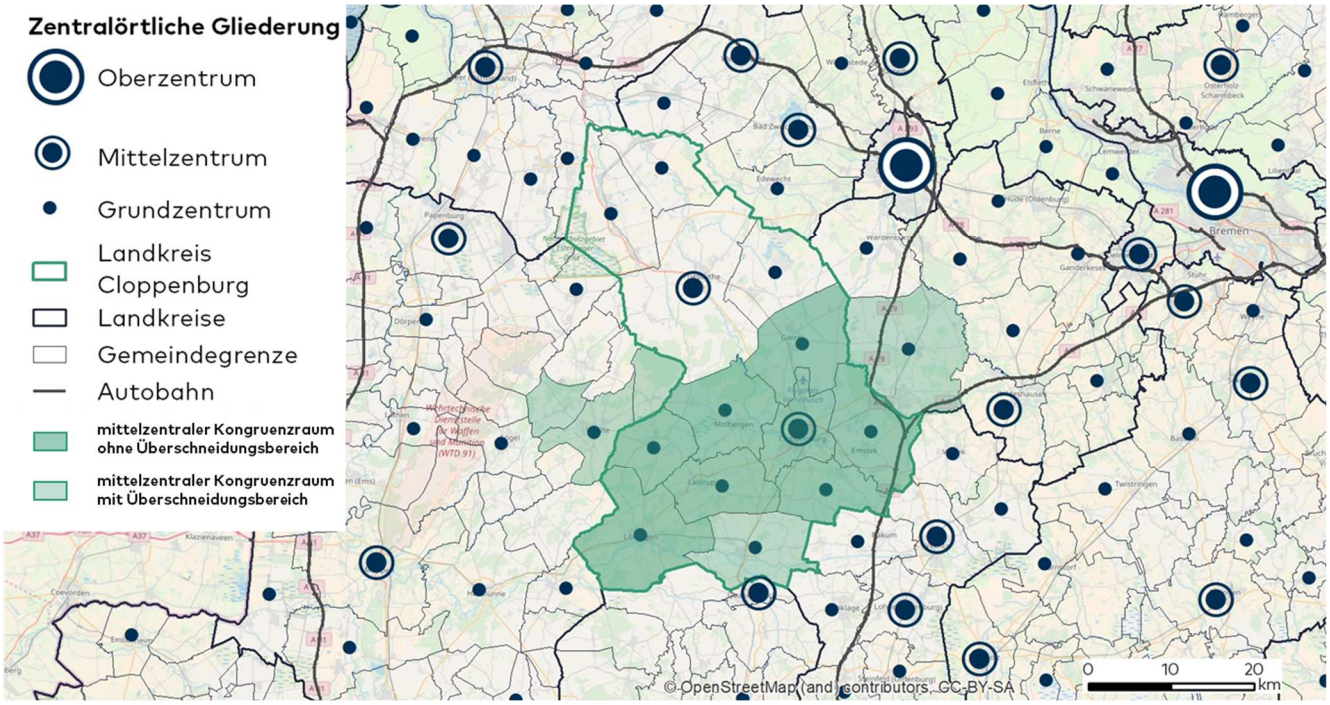


Abbildung 26: Mittelzentraler Kongruenzraum Stadt Cloppenburg

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage. GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Tabelle 18: Kaufkraftabschöpfung im mittelzentralen Kongruenzraum Cloppenburg

Kommune	Kaufkraftabschöpfung
Stadt Cloppenburg	100 %
Gemeinde Garrel	100 %
Gemeinde Emstek	100 %
Gemeinde Cappeln (Oldenburg)	100 %
Gemeinde Lastrup	100 %
Gemeinde Lindern (Oldenburg)	100 %
Gemeinde Molbergen	100 %
Stadt Löningen	100 %
Gemeinde Essen (Oldenburg)	75 %
Gemeinde Großkneten	50 %
Gemeinde Vrees	50 %
Gemeinde Spahnharrenstätte	25 %
Stadt Werlte	25 %

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

7.4 MITTELZENTRALER KONGRUENZRAUM DER STADT FRIESOYTHE FÜR APERIODISCHE GÜTER

Der unten abgebildete mittelzentrale Kongruenzraum der Stadt Friesoythe umfasst – ohne Berücksichtigung der anteilig anzurechnenden Kaufkraft – 70.595 Einwohner (Stand: 30.09.2019). Der mittelzentrale Kongruenzraum der Stadt Friesoythe für aperiodische Güter orientiert sich, gemäß der Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels" des LROP, an administrativen Grenzen. Hierdurch wird eine räumlich differenzierte Betrachtung der Einwohnerzahlen, welche fortlaufend aktualisierbar sind, gewährleistet. Die ermittelten Bevölkerungszahlen bilden die Grundlage für die Zuordnung der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft.

Im Westen und Süden erstreckt sich der mittelzentrale Kongruenzraum von Friesoythe aufgrund der verkehrlichen Erreichbarkeit sowie der (großen) Entfernung zwischen den jeweiligen Mittelzentren über die Grenze des Landkreises hinweg auf die umliegenden Gemeinden Bockhorst, Esterwegen, Hilkenbrook, Lorup, Rastdorf und Vrees mit z. T. nur anteilig zu berücksichtigender Kaufkraft aufgrund der Überschneidung mit dem Kongruenzraum von Papenburg. Die Gemeinde Barßel liegt hingegen im Überschneidungsbereich mit dem Kongruenzraum von Westerstede (insb. aufgrund der räumlichen Lage des Siedlungsschwerpunktes direkt an der nördlichen Landkreisgrenze). Hier ist daher lediglich von einer anteiligen Anrechnung der Kaufkraft von 75 % auszugehen. Ein Überschneidungsbereich zwischen den Kongruenzräumen von Bad Zwischenahn, Oldenburg

und Friesoythe im Bereich der Gemeinde Edewecht ergibt sich aufgrund der räumlichen Nähe und guten Verkehrsanbindung zum Mittelzentrum Bad Zwischenahn und insb. zum Oberzentrum Oldenburg aus fachgutachterlicher Sicht nicht. Die räumliche Abgrenzung des Kongruenzraums sowie die vorgeschlagene anteilige Berücksichtigung der Kaufkraft ist der nachfolgenden Abbildung und Tabelle zu entnehmen.

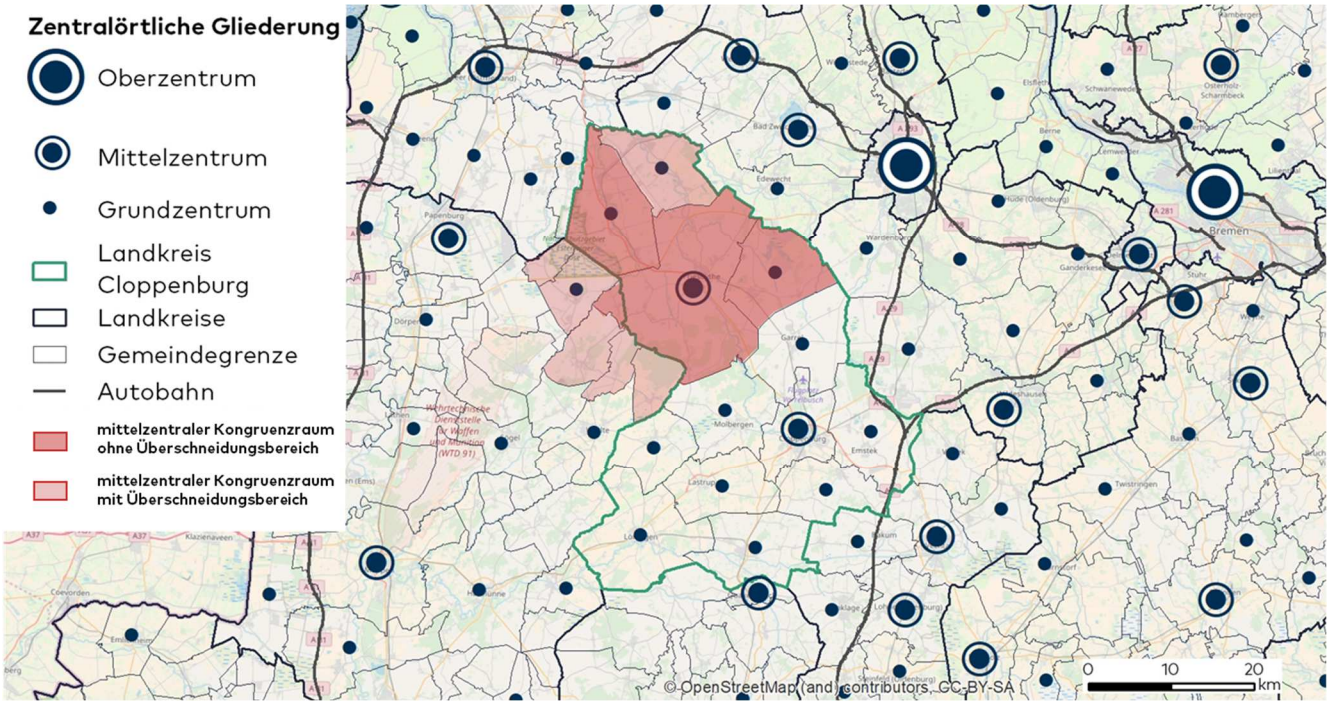


Abbildung 27: Mittelzentraler Kongruenzraum Stadt Friesoythe

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage. GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Tabelle 19: Kaufkraftabschöpfung im mittelzentralen Kongruenzraum Friesoythe

Kommune	Kaufkraftabschöpfung
Stadt Friesoythe	100 %
Gemeinde Bösel	100 %
Gemeinde Saterland	100 %
Gemeinde Hilkenbrook	100 %
Gemeinde Barßel	75 %
Gemeinde Rastdorf	75 %
Gemeinde Lorup	75 %
Gemeinde Esterwegen	50 %
Gemeinde Vrees	25 %
Gemeinde Bockhorst	25%

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

8 Raumverträgliche Randsortimentsgrößen

Im Landkreis Cloppenburg steht ein Möbelvorhaben mit 34.000 m² Gesamtverkaufsfläche[29] zu Diskussion, das in der Stadt Cloppenburg realisiert werden soll. Das Einzelhandelsgroßprojekt wird außerhalb der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP der Stadt Cloppenburg entstehen und in nicht unerheblichem Maße Verkaufsflächenanteile mit zentrenrelevanten Randsortimenten aufweisen.

Gemäß LROP 2017 sind Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

- wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche und höchsten 800 m² beträgt oder
- wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.

Daher dient das vorliegende regionale Einzelhandelskonzept der Ableitung von raumverträglichen Randsortimentsgrößenordnungen für das genannte Vorhaben.

Die Ableitung raumverträglicher Randsortimentsgrößenordnungen wird anhand drei verschiedener Betrachtungsebenen diskutiert. Zunächst werden übliche **Markterfordernisse der Betreiber** erörtert, indem übliche Randsortimentsgrößen auf Grundlage eines bundesweiten Benchmarkings abgeleitet werden. Ferner werden aktuelle Entwicklungen im Möbeleinzelhandel dargelegt. Darauf stützend werden **strukturellen Rahmenbedingungen** im Landkreis Cloppenburg aufgezeigt indem das Wettbewerbsumfeld sowie spezifische Ausstattungskennziffern der relevanten Randsortimentsgruppen betrachtet werden. Ergänzt wird die Untersuchung der strukturellen Rahmenbedingungen durch eine Beurteilung der sortimentsspezifischen Prägung der Zentren im Landkreis um möglichen schädlichen Auswirkungen auf die Innenstädte und Ortszentren im Landkreis vorzubeugen. Die dritte Betrachtungsebene stellt eine **absatzwirtschaftliche Auswirkungsbetrachtung** dar, mit der die konkreten Auswirkungsmodellierungen zu sortimentsspezifischen Umsatzverteilungen für besonders kritische Sortimente rechnerisch ermittelt werden.

Im Folgenden sind die üblichen Randsortimente von Möbeleinrichtungshäusern aufgelistet und hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz gemäß der regionalen Sortimentsliste des Landkreises Cloppenburg (siehe Kapitel 6) eingeordnet.

[29] Vorhabendaten gemäß Aussage der Stadt Cloppenburg (Stand: September 2018).

Tabelle 20: Übliche Randsortimente in Möbeleinrichtungshäusern und Zentrenrelevanz gem. REHK

Kurzbezeichnung Sortiment	zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant
Bettwaren	■	□
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	■	□
Elektrokleingeräte	■	□
Glas/Porzellan/Keramik	■	□
Haus-/Bett-/Tischwäsche	■	□
Haushaltswaren (Hausrat)	■	□
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	■	□
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	■	□
Elektrogroßgeräte	□	■
Lampen/Leuchten	□	■
Matratzen	□	■
Teppiche (Einzelware)	□	■

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Ableitung raumverträglicher Größenordnungen werden die in Tabelle 20 abgebildeten Sortimente zu den folgenden vier untersuchungsrelevanten Warengruppen als übliche Randsortimente in Möbeleinrichtungshäusern zusammengefasst:

- Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche
- Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz
- Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte

8.1 MARKTERFORDERNISSE DER BETREIBER

Wie bereits in Kapitel 4.1 aufgezeigt, ist der Einzelhandel im Allgemeinen als dynamischer Wirtschaftsbereich zu charakterisieren und unterliegt seit einigen Jahrzehnten einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite, die in einem engen gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Viele dieser allgemeinen Entwicklungsprozesse im Einzelhandelssektor können auch auf den Möbeleinzelhandel übertragen werden. Im Sinne einer nachholenden Entwicklung sind die prozessualen Trends in diesem Marktsegment bislang jedoch vergleichsweise gering ausgeprägt und haben erst in der letzten Zeit an Dynamik gewonnen.

Makrotrends des Möbeleinzelhandels

Die Makrotrends des Möbelhandels (siehe nachfolgende Abbildung) orientieren sich an den heutigen gesellschaftlichen Anforderungen und werden durch neue moderne Technologien begünstigt.

Wird der klassische Möbeleinzelhandel betrachtet, ist das Verbraucherverhalten im Hinblick auf Online-Käufe aktuell noch als eher zurückhaltend zu bewerten. Gleichzeitig stellt die **Digitalisierung** für den (Möbel)Einzelhandel ein großes Potenzial zum Wachstum dar. Nicht zuletzt durch das Voranschreiten der Smart-Home-Technologien sowie dem Ausbau von Omni-Channel-Vertriebskonzepten wird eine positive Entwicklung des Umsatzes im Möbeleinzelhandel prognostiziert.

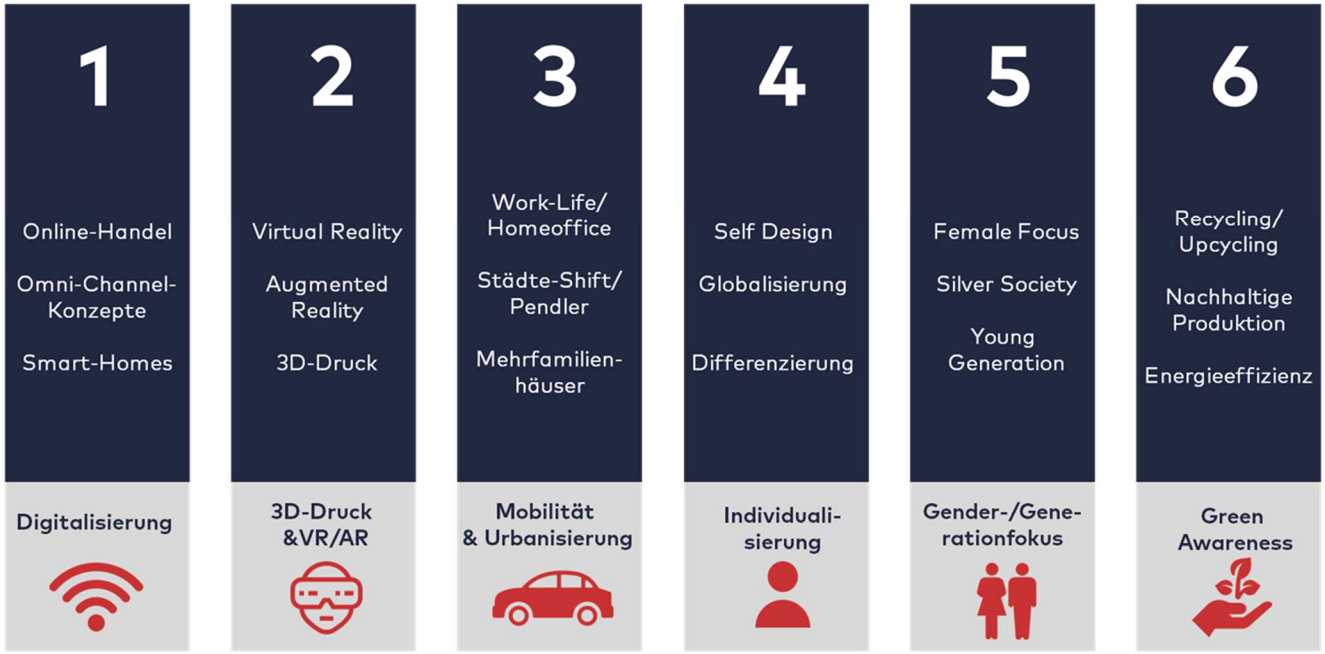


Abbildung 28: Trends in der Möbelbranche
Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis PWC (2017): Die deutsche Möbelbranche. Struktur, Trends und Herausforderungen.

Bereits heute findet die Technik des **3D-Drucks** im Möbelhandel Anwendung. So produzieren sowohl Start-up-Unternehmen als auch Global Player wie Ikea erste kleinteilige Möbelstücke wie Stühle oder Einrichtungszubehör. Wiederum ist Ikea aktuell der erste Anbieter mit AR-gestützten Verkaufskonzepten.[30] Mit Hilfe dieser Technologie können potenzielle Kunden die Möbel, Dekorationsobjekte etc. zunächst virtuell bei sich zuhause austesten, ehe ein Kauf im Möbelmarkt oder online getätigt wird.

In Folge der zunehmenden **Mobilität und Urbanisierung** geht der Wunsch der Verbraucher nach multifunktionalen Möbeln einher, welche in Zeiten sich verändernder Wohn- und Lebenssituationen flexibel und multifunktional einsetzbar sind. Zusätzlich unterstützt der Anteil an Arbeitnehmern, die im Home-Office arbeiten den Ruf nach flexiblen Möbeln, welche sich in verschiedenste Bereiche integrieren lassen.

[30] AR = Augmented Reality.

Als Ergebnis von **Individualisierungsprozessen** stellt der übergeordnete Wunsch nach Selbstverwirklichung eine prägende Einflussgröße auf das Konsumentenverhalten im Möbelhandel dar. Dieser Drang nach Individualisierung manifestiert sich u. a. in einem höheren Qualitätsanspruch sowie in einer immer individuelleren Gestaltung einzelner Möbelstücke. Zeitgleich steigt der Umsatz an Basis-Möbelstücken (Küchen, Schlafzimmermöbel) aufgrund des konstant anteigenden Anteils von Ein-Personen-Haushalten in Deutschland.

Bei dem Makrotrend des **Gender-/Generation-Fokus** rückt dagegen der Wunsch nach komfortablen, leichten und multifunktionalen Möbeln in den Vordergrund. Dabei ist die Erfüllung der individuellen Bedürfnisse und Ansprüche verschiedener Generationen sowie die Folgen der Geschlechtergleichstellung ein Kernaspekt dieser Trendbewegung. Ein barrierefreies attraktives Wohnkonzept wird heutzutage zunehmend als selbstbestimmte Ausgestaltung des eigenen Lebensstils im Alter verstanden. Jene Generation über 60 legt insbesondere Wert auf hochwertiges Design und Materialen. Oftmals stellen hochwertige Wohnküchen den Mittelpunkt des Alltags dar.

Das Umweltbewusstsein im Zuge der Trendbewegung der **Green-Awareness** stellt den Wunsch nach nachhaltigen Produktionsweisen, Verwendung von natürlichen und umweltfreundlichen Materialien sowie modernen Möbeln aus Re- oder Upcycling-Prozessen in den Mittelpunkt. Dabei sind jene nachhaltigen und aufwendig produzierten Möbel besonders im oberen Preissegment des Möbeleinzelhandels angesiedelt.

Ausdifferenzierung von Betriebstypen und Vertriebsformen

Eine Reaktion des Möbeleinzelhandels auf die veränderten Rahmenbedingungen ist eine Spezialisierung auf Marken, Sortimente oder Zielgruppen (siehe nachfolgende Abbildung). Dabei kommt es als Reaktion auf die Pluralisierung der Lebensstile zunehmend zu einer Differenzierung zwischen Formaten mit einem breiten Sortiment (sog. Generalisten) und Anbietern mit einem tiefen Sortiment (sog. Spezialisten). Darüber hinaus vollzieht sich eine Differenzierung zwischen Märkten die auf den Versorgungseinkauf ausgerichtet sind (z. B. discountorientierte Formate) und Märkten, die auf die Erlebnisorientierung des Konsumenten ausgerichtet sind (z. B. Wohnkaufhäuser). Dabei sind insbesondere die filialisierten Anbieter zumeist in verschiedenen Betriebsformen bzw. Formaten am Markt präsent, wie beispielsweise die XXXLutz Gruppe mit Möbeleinrichtungshäusern (XXXL Lutz), Discountmärkten (Möbelix) und Mitnahmemärkten (Mömax). In Ballungsgebieten verhalten sich Möbeleinzelhändler vielfach konkurrenzsuchend, so dass häufig Standortagglomerationen mit großflächigen Anbietern sowie spezialisierten Anbietern mit jeweils unterschiedlicher Ausrichtung entstehen.

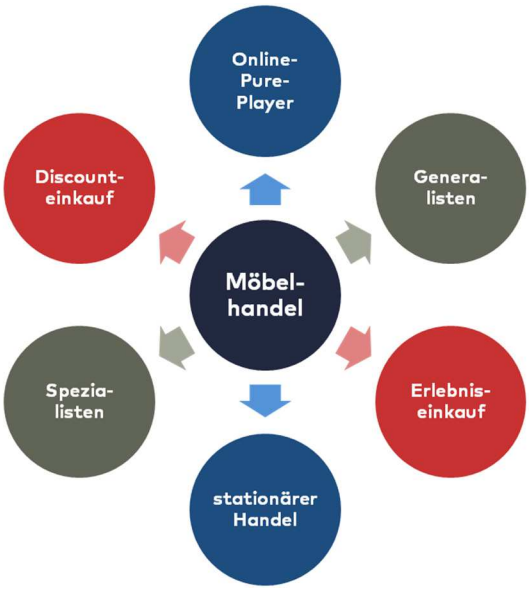


Abbildung 29: Ausdifferenzierung von Betriebsformen und Vertriebsformen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Für den Möbeleinzelhandel haben die Warengruppen Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat, Einrichtungszubehör, Wohnaccessoires in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen. Diese Warengruppen haben sich in den größeren Märkten zunehmend von einem arrondierenden Angebot zu einem maßgeblichen Frequenzbringer mit steigenden Umsatzanteilen entwickelt. Teilweise werden Shop-in-Shop Konzepte mit bekannten Marken angeboten. Durch die Erweiterung des Produktportfolios und dem damit verbundenen Wandel von Möbelhäusern zu Einrichtungshäusern, treten diese zunehmend auch in eine Konkurrenzbeziehung zu den innerstädtischen Einkaufslagen.

In Zeiten dieser Ausdifferenzierungstendenzen im Möbeleinzelhandel befinden sich die konventionellen Anbieter (insbesondere mittelständische Möbelmärkte mit einer Verkaufsfläche von 500 bis 10.000 m²) in einem ausgeprägten Konsolidierungsprozess und verzeichnen deutlich abnehmende Marktanteile aufgrund ihrer unklaren Zielgruppenausrichtung und der zunehmenden Preissensibilität potenzieller Konsumenten. Mittelfristig ist davon ausgehen, dass die Ausdifferenzierung der Handelskonzepte im Möbeleinzelhandel weiter voranschreiten wird (siehe nachfolgende Abbildung).

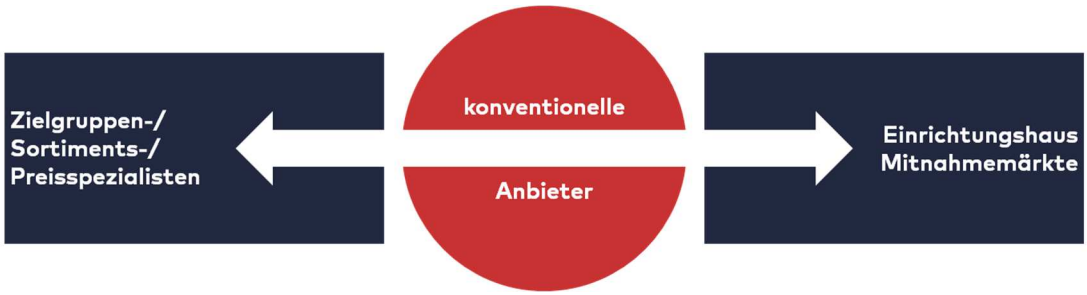


Abbildung 30: Entwicklungstendenzen im Möbelhandel
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Herleitung üblicher Randsortimentsanteile für Möbeleinrichtungshäuser

Neben der Berücksichtigung der aktuellen allgemeinen Trends im Einzelhandel sowie der Darstellung der Entwicklungen im Möbelhandel, wurden auf Grundlage eines bundesweiten Benchmarkings übliche bzw. markttypische Randsortimentsgrößenordnungen von Möbeleinrichtungshäusern ermittelt und dargestellt. Im Zuge des Benchmarkings wurden primärstatistische Daten aus Großraumerhebungen (u. a. Region Bremen, Großraum Hannover, Rostock) zur Ableitung üblicher Randsortimentsanteile ausgewertet. Zusätzlich wurden darüber hinaus relevante Erhebungsdaten aus diversen Auswirkungsanalysen für Möbelvorhaben betrachtet (siehe Abbildung 31).

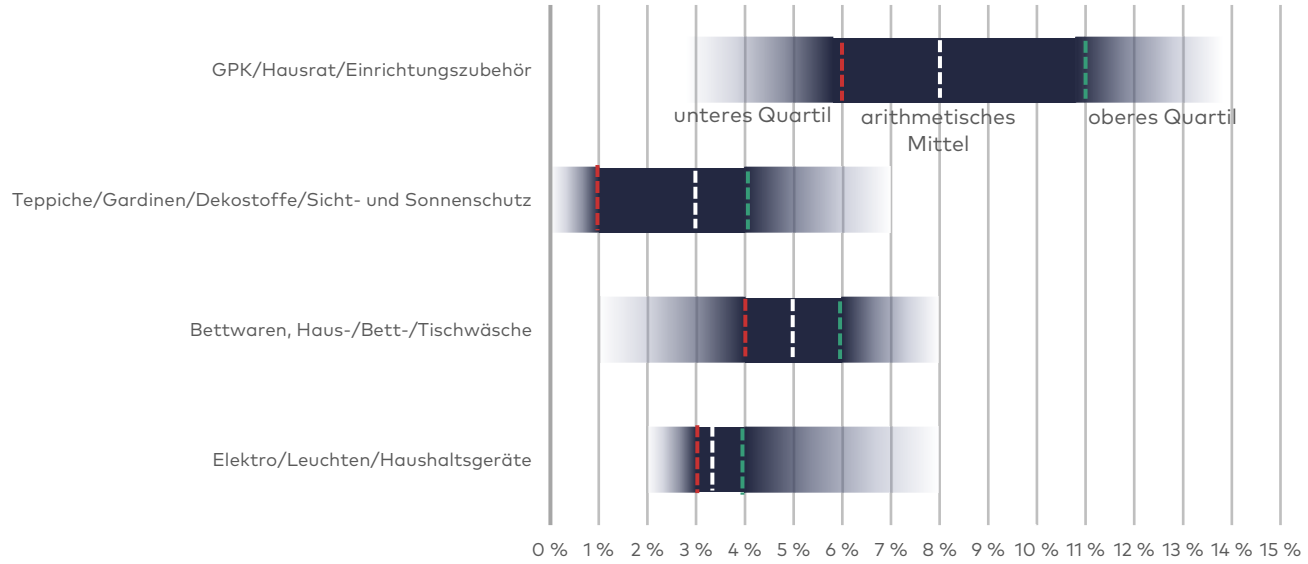


Abbildung 31: Übliche Randsortimentsanteile bei Möbeleinrichtungshäusern (Benchmarking)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Datenbank Stadt + Handel.

Die Höhe der prozentualen Anteile der betrachteten Randsortimente stellen sich je nach Warengruppe differenziert dar.

Für das Randsortiment Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat/Einrichtungszubehör ergibt das Benchmarking als arithmetisches Mittel einen markttypischen Verkaufsflächenanteil von rd. 8 %, wobei eine deutliche Streuung (insb. nach oben) der Verkaufsflächenanteile zu verzeichnen ist: das untere Quartil liegt mit rd. 6 % nahe am arithmetischen Mittel, während das obere Quartil mit rd. 11 % deutlich weiter abweicht. Bei der aktuell in der Diskussion befindlichen Gesamtverkaufsfläche des Möbelvorhabens in Cloppenburg von 34.000 m² würde sich somit im Mittel eine sortimentsspezifische Verkaufsfläche von rd. 2.720 m² ergeben.

Bei dem Randsortiment Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz ergibt das Benchmarking als arithmetisches Mittel einen markttypischen Verkaufsflächenanteil von rd. 3 %, wobei eine mäßige Streuung (insb. nach unten) der Verkaufsflächenanteile zu verzeichnen ist: das untere Quartil liegt mir rd. 1 % weiter vom arithmetischen Mittel entfernt als das obere Quartil mit rd. 4 %. Bei der aktuell in der Diskussion befindlichen Gesamtverkaufsfläche des Möbelvorhabens in Cloppenburg von 34.000 m² würde sich somit im Mittel eine sortimentsspezifische Verkaufsfläche von rd. 1.020 m² ergeben.

Mit Blick auf das Randsortiment Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche ergibt das Benchmarking als arithmetisches Mittel einen markttypischen Verkaufsflächenanteil von rd. 5 % mit einer relativ geringen und gleichmäßigen Streuung: sowohl das untere Quartil (rd. 4 %) als auch das obere Quartil (rd. 6 %) sind annähernd gleich weit vom arithmetischen Mittel entfernt. Bei der aktuell in der Diskussion befindlichen Gesamtverkaufsfläche des Möbelvorhabens in Cloppenburg von rd. 34.000 m² würde sich somit im Mittel eine Verkaufsfläche von rd. 1.700 m² im Bereich Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche ergeben.

Für das Randsortiment Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte ergibt das Benchmarking als arithmetisches Mittel einen markttypischen Verkaufsflächenanteil von rd. 3 % mit einer sehr geringen Streuung (unteres Quartil: rd. 3 %, oberes Quartil: rd. 4 %). Bei der aktuell in der Diskussion befindlichen Gesamtverkaufsfläche des Möbelvorhabens in Cloppenburg von rd. 34.000 m² würde sich somit im Mittel eine sortimentsspezifische Verkaufsfläche von rd. 1.020 m² ergeben.

Allgemein zeigt das bundesweite Benchmarking, dass die Mittelwerte der betrachteten Randsortimente in Summe den gemäß LROP konformen Randsortimentsanteil von 10 % überschreiten.[31] Selbst bei Betrachtung der unteren Quartile der einzelnen Randsortimentsanteile zeigt sich, dass bei einer angenommenen Verkaufsfläche von rd. 34.000 m² jedes einzelne Randsortiment jenseits der im LROP als Grenze angegebenen 800 m² liegt. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass einige der hier untersuchten Sortimente (Elektrogroßgeräte, Lampen/Leuchten, Matratzen sowie Teppiche) gemäß der regionalen Sortimentsliste des Landkreises Cloppenburg als nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant eingestuft sind.

Als Ergebnis aus der Betrachtung der aktuellen Trends im Möbeleinzelhandel sowie den dargestellten markttypischen Randsortimentsgrößenordnungen zeigt sich, dass Kunden zunehmend große Möbeleinrichtungshäuser nachfragen und hohe Ansprüche an Angebotsvielfalt, Warenpräsentation und Erlebnischarakter des Einkaufs haben. Gleichzeitig zeigen die aktuellen Entwicklungen sowie die Daten des Benchmarkings, dass die Randsortimentsanteile marktgängiger Möbeleinrichtungshäuser entsprechend umfangreich sind, um das Angebot attraktiv gestalten zu können. Weiterhin zeigt sich anhand der Auswertung, dass die marktüblichen Randsortimentsgrößenordnungen (je nach Ausgestaltung der Sortimentsliste) deutlich über den im LROP festgesetzten Werten liegen.

8.2 STRUKTURELLE AUSGANGSLAGE

Im Rahmen der Betrachtung der strukturellen Ausgangslage wird mittels einer Desk-Research und unter Berücksichtigung von Stadt + Handel durchgeführter Großraumerhebungen die Wettbewerbssituation im Segment der Möbeleinrichtungshäuser ab 20.000 m² GVKF mit vergleichbarem Betriebskonzept (d. h. ohne Möbeldiscountmärkte u. ä.) dargestellt (siehe nachfolgende Abbildung). Dabei zeigt sich, dass die Wettbewerbssituation sowohl im engeren (insb. Werlte und Vechta) als auch im weiteren Umfeld des Landkreises Cloppenburg relativ stark ausgeprägt ist. Insbesondere die nördlichen Oberzentren Oldenburg und Bremen

[31] Unter der Annahme, dass die hier dargestellten Randsortimente als zentrenrelevante Sortimente einzustufen sind.

halten, entsprechend ihres zentralörtlichen Versorgungsauftrages, ein ausgeprägtes Angebot im Sortimentsbereich Möbel vor. Darüber hinaus ist das Wettbewerbsumfeld durch entsprechende Anbieter im Umkreis des Landkreises in Vechta, Osnabrück sowie durch weitere strukturprägende Betriebe im Westen des Landkreises Cloppenburg gekennzeichnet.

Im Landkreis fehlt hingegen ein entsprechendes Betriebskonzept. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen im Rahmen des REHK hat aufgezeigt, dass im Landkreis Cloppenburg ein ausgeprägtes Angebot im Sortimentsbereich Möbel vorzufinden ist. Vornehmlich handelt es sich dabei allerdings um kleine bis mittlere, mittelständische Möbelhäuser, Spezialfachmärkte (z. B. Polster, Küchen) und Spezialgeschäfte. Diese leisten einen wesentlichen Beitrag zur Gewährleistung des Versorgungsauftrages der einzelnen landkreisangehörigen Kommunen (insb. der beiden Mittelzentren). Den vorhandenen Angebotsstrukturen gelingt es jedoch, lediglich die Hälfte der vorhandenen Kaufkraft im Bereich Möbel im Landkreis Cloppenburg zu binden (Zentralität im Bereich Möbel: 0,50).

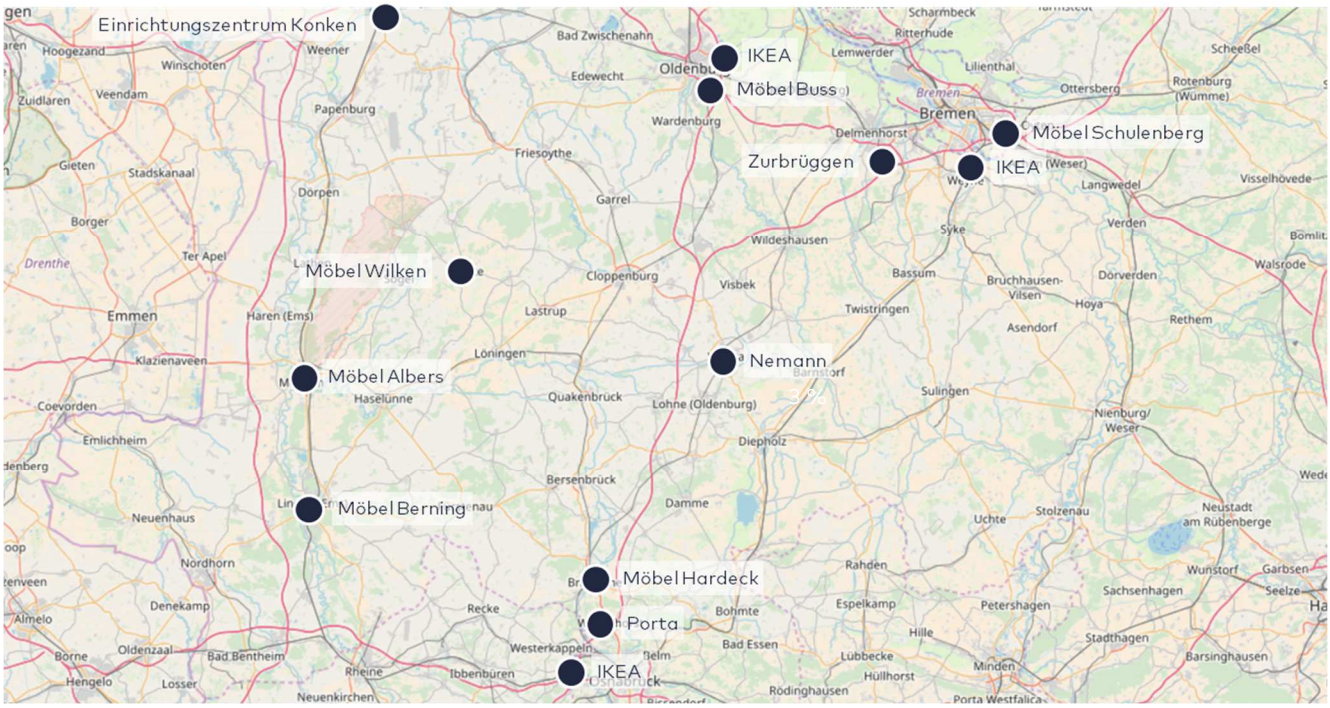


Abbildung 32: Wettbewerbsumfeld außerhalb des Landkreises

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Wettbewerbssituation: Desk-Research Stadt + Handel 09/2018, Datenbank Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Zielstellung des Landkreises Cloppenburg ist es, das bestehende Versorgungsdefizit im Sortimentsbereich Möbel zu reduzieren. Diese Zielstellung erscheint mit hoher Wahrscheinlichkeit nur durch die Ansiedlung eines entsprechend marktfähigen Möbeleinrichtungshauses erfüllbar zu sein, das im dargestellten Wettbewerbsumfeld bestehen kann.

Aus Sicht von Stadt + Handel erscheint es auch unter Berücksichtigung der dargelegten bundesweiten Trends im Möbeleinzelhandel (siehe Kapitel 8.1) unwahrscheinlich, dass durch eine Stärkung bereits vorhandener Strukturen im Möbelbereich (Spezialgeschäfte/-fachmärkte sowie kleiner und mittlerer Möbelhäuser) wesentliche Kaufkraftanteile zurückgebunden werden können. Stadt + Handel betont in diesem Kontext, dass die Sicherung und Stärkung ausgewogener und kleinräumiger Einzelhandelsstrukturen eine ebenso legitime Strategie ist wie die

Behebung des identifizierten versorgungsstrukturellen Defizits im Sortimentsbereich Möbel. Eine „Aufteilung" der für ein großes Möbeleinrichtungshaus relevanten Verkaufsflächenpotenziale auf die landkreisangehörigen Kommunen würde in diesem Falle zwar zu ausgeglicheneren Raumstrukturen führen, jedoch ein erkennbares versorgungsstrukturelles Defizit im Landkreis Cloppenburg nicht verbessern. Es wäre davon auszugehen, dass gegenüber den großformatigen Angebotsstrukturen in angrenzenden Landkreisen kein entsprechendes Gegengewicht ausgebildet werden kann. Die durch eine gleichmäßige „Aufteilung" von Potenzialen verfolgte Schaffung von gleichwertigen Einzelhandelsstrukturen auf Landkreisebene können somit im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel zu einem stärkeren Ungleichgewicht der Einzelhandelsstrukturen auf interregionaler Ebene führen – denn die Wettbewerbsanalyse zeigt auf, dass im weiteren Umfeld des Landkreises etliche große Einrichtungshäuser verortet sind, welche auch Kaufkraft aus dem Landkreis Cloppenburg binden.

8.2.1 Markterfordernisse unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive für die betrachteten Randsortimente

Die in Kapitel 5 aufgestellte absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive weist gewisse Verkaufsflächenpotenziale für die gängigen Randsortimente eines Möbelhauses aus, die jedoch sortimentsspezifisch sehr unterschiedlich verteilt sind. Die Verkaufsflächenpotenziale werden im Folgenden mit den Markterfordernissen der Betreiber sowie den daraus abgeleiteten Randsortimentsgrößen abgeglichen (siehe nachfolgende Tabelle).

Tabelle 21: Abgleich der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive mit üblichen Randsortimentsgrößen

Warengruppe	GVKF in m²	Zentralität	perspektivische Zentralität	Potenzial* in m²	Markterfordernis** in m²	Bewertung
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	21.400	1,12	0,80	-	2.720	
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	3.900	0,59	0,80	1.700	1.020	
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	5.400	0,69	0,80	1.200	1.700	
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	7.800	0,69	0,80	1.400	1.020	

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; * Orientierungswert der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive; ** abgeleitet aus einem bundesweiten Benchmarking (arithmetisches Mittel der Randsortimentsanteile) unter Annahme eines Möbelvorhabens mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 34.000 m².

Es wird ersichtlich, dass sich die rechnerischen (und als Orientierungswerte zu verstehenden) Verkaufsflächenpotenziale im Landkreis für die markttypischen Verkaufsflächengrößen der beiden Randsortimente Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz sowie Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte als ausreichend darstellen (bei einem Möbelvorhaben mit einer angenommen Gesamtverkaufsfläche von rd. 34.000 m²).

Die durch das Benchmarking ermittelten marktüblichen Verkaufsflächenanteile der Hauptwarengruppe Bettwaren/Haus-/Bett-/Tischwäsche übersteigen hingegen leicht die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive. Die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für Randsortimente dieser Warengruppe sollte daher geringer als marktübliche Randsortimentsanteile ausfallen. So wäre eine Orientierung

am unteren Quartil des Benchmarks (siehe Kapitel 8.1) als zielführend zu erachten.

In der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör besteht wie in Kapitel 5 dargestellt keine nennenswerte quantitative Entwicklungsperspektive.[32] Doch auch wenn die Raumverträglichkeit von mehr als 2.700 m² VKF in der Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör in Frage gestellt werden muss, so wäre ein gänzlicher Verzicht auf die Darbietung besagter Warengruppe als eindeutig marktunüblich zu bezeichnen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Möbeleinrichtungshauses wäre (insbesondere vor dem Hintergrund der dargestellten Wettbewerbssituation) zu hinterfragen. Daher wird im Folgenden im Rahmen einer Detailbetrachtung zur Konkretisierung der Raumverträglichkeit geprüft, in welchem Maße die städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP in den Kommunen des Landkreises durch die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör geprägt werden.

8.2.2 Zentrenprägung der Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör

Im Folgenden wird die städtebauliche Verortung der Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör auf Städte- bzw. Gemeindeebene näher untersucht. Weiterhin wird die Prägung der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP durch die oben genannte Warengruppe quantitativ beurteilt.

Vor dem Hintergrund der Untersuchung zeigen sich z. T. signifikante Verkaufsflächenanteile der Warengruppe in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP in Bezug auf die jeweilige kommunale Einzelhandelsstruktur (siehe nachfolgende Tabelle). Es wird ersichtlich, dass die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör in den Gemeinden Lastrup und Molbergen ausschließlich in der jeweiligen städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP verortet ist. Auch in Cappeln ist mit rd. 97 % der Verkaufsfläche der wesentliche Anteil der Warengruppe in der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP vorzufinden. In vielen weiteren Kommunen (Lindern, Cloppenburg, Saterland und Friesoythe) ist annähernd die Hälfte der Verkaufsfläche in der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP verortet. In den Kommunen Barßel, Bösel, Emstek, Essen (Oldenburg), Löningen und Garrel ist hingegen kein (wesentlicher) Verkaufsflächenschwerpunkt in der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP vorzufinden.

Darüber hinaus werden insbesondere die städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP von Lindern, Molbergen, Cappeln und Lastrup durch die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör geprägt. In den benannten Kommunen liegt der Anteil der Warengruppe an der Gesamtverkaufsfläche der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP bei 10 % oder höher.

Gleichwohl ist anzumerken, dass hohe sortimentsspezifische Verkaufsflächenanteile in den städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP teilweise auf eine geringe Gesamtverkaufsflächenausstattung (z. B. in den Gemeinden Cappeln und Lindern) zurückzuführen sind.

[32] Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass der absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive lediglich die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale als Orientierungswert ermittelt. Aufgrund der vorliegenden Methodik lassen sich jedoch keine Aussagen zu einer absatzwirtschaftlichen oder städtebaulichen Verträglichkeit ableiten.

Tabelle 22: Zentrenprägung GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör

Kommune	siL i. S. d. LROP in %	niL i. S. d. LROP in %	Anteil an siL i. S. d. LROP-GVKF in %
Barßel	13	87	1
Bösel	34	66	3
Cappeln (Oldenburg)	97	3	11
Cloppenburg	51	49	7
Garrel	12	88	4
Emstek	37	63	4
Essen (Oldenburg)	24	76	3
Friesoythe	64	36	9
Lastrup	100	0	10
Lindern (Oldenburg)	49	51	15
Löningen	35	65	9
Molbergen	100	0	12
Saterland	47	53	8

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; siL = städtebaulich integrierte Lage; niL = städtebaulich nicht integrierte Lage.

Die quantitative Betrachtung der Zentrenprägung zeigt, dass die städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP mehrerer Kommunen im Landkreis Cloppenburg nicht bzw. nur im geringen Maße durch die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör geprägt werden. Dazu zählen insbesondere Barßel, Bösel, Garrel, Essen (Oldenburg) und Emstek. Gleichwohl gibt es Kommunen, in denen entweder ein Großteil der Verkaufsfläche der Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör in der städtebaulich integrierten Lage i. S. d. LROP verortet ist und/oder die Lage im nicht unerheblichen Maße durch die Warengruppe geprägt werden. Diese städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP werden im Folgenden einer qualitativen städtebaulichen Kurz-Bewertung unterzogen.

Innenstadtzentrum Cloppenburg (gemäß Abgrenzung in Kapitel 4.3)

Die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt rd. 7 % (rd. 3.100 m²) der Gesamtverkaufsfläche (rd. 45.300 m²) in der Innenstadt von Cloppenburg ein. Als Hauptsortiment wird die entsprechende Warengruppe in filialisierten Fachgeschäften und -märkten angeboten. Zusätzlich sind zwei inhabergeführte Betriebe (> 600 m² GVKF) mit einer spezialisierten und qualitativ hochwertigen Angebotsausstattung (insb. in den Sortimenten Porzellan und Haushaltswaren) in der Innenstadt von Cloppenburg verortet. Neben den Betrieben mit Hauptsortiment Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör wird die Warengruppe in mehreren Geschäften (u. a. in einem Sonderpostenmarkt) als Randsortiment angeboten. Das Innenstadtzentrum von Cloppenburg stellt sich in Bezug auf die Ausstattung an aperiodischen Gütern (insb. im Bereich der innerstädtischen Leitsortimente) als leistungsstark dar. Aufgrund der spezialisierten sortimentsspezifischen Angebotsstruktur im Innenstadtzentrum wird daher eine abgestimmte Angebotsteilung mit dem Möbelvorhaben empfohlen.

Abbildung 33: Innenstadtzentrum Cloppenburg

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Innenstadtzentrum Friesoythe (gemäß Abgrenzung in Kapitel 4.3)

Die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt rd. 9 % (rd. 3.000 m²) der Gesamtverkaufsfläche (rd. 32.700 m²) in der Innenstadt von Friesoythe ein. Neben dem sortimentsspezifischen Angebot in kleineren inhabergeführten Fachgeschäften sowie als Randsortiment in einem Sonderpostenmarkt wird die betrachtete Warengruppe in dem großflächigen inhabergeführten Fachgeschäft (rd. 900m² GVKF) angeboten (siehe Abbildung 34). Aufgrund der Verkaufsflächenausstattung und der hochwertigen Sortimentstiefe und -breite ist eine Konkurrenzsituation mit dem entsprechenden Randsortimentsangebot in dem Möbelvorhaben wahrscheinlich.

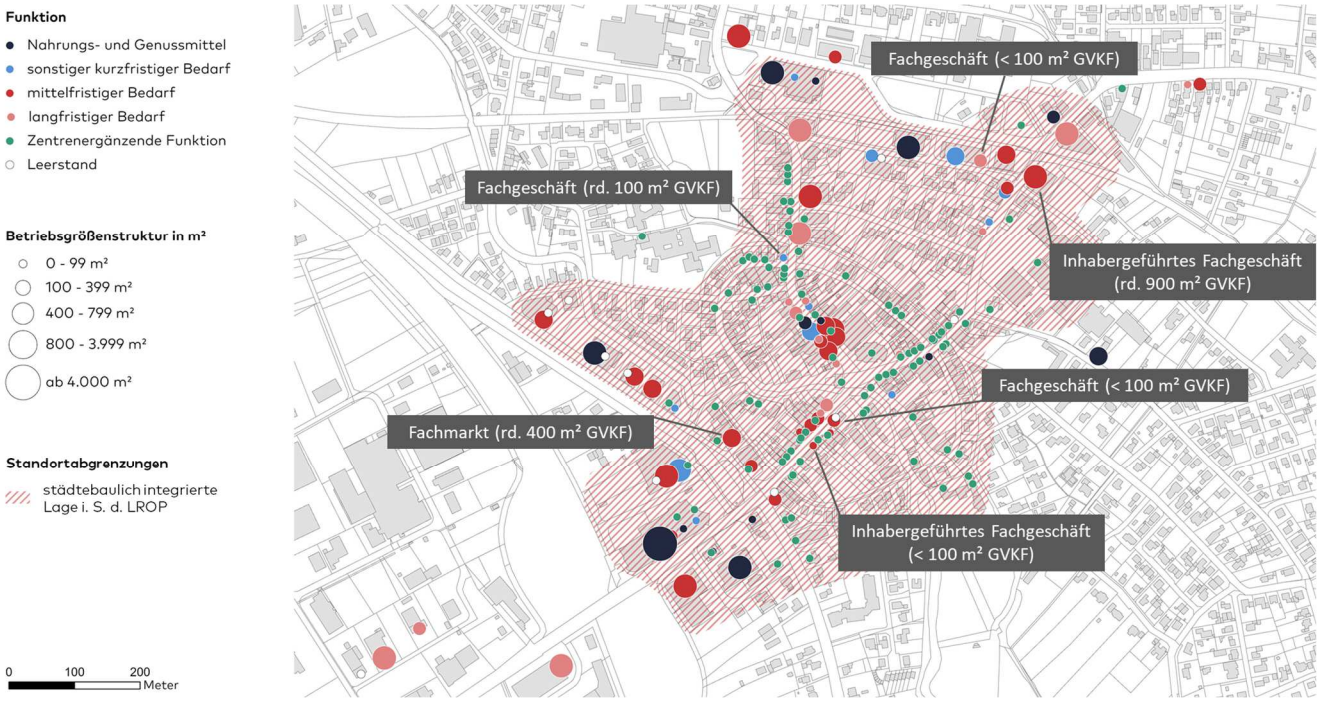


Abbildung 34: Innenstadtzentrum Friesoythe

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

In Bezug auf seine mittelzentrale Versorgungsfunktion ist der zentrale Versorgungsbereich eher unterdurchschnittlich ausgestattet. Gleichwohl trägt die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör, insbesondere durch das nördlich gelegene großflächige Fachgeschäft und die verschiedenen kleineren inhabergeführten Fachgeschäfte, zur Attraktivierung der Angebotsstruktur im Innenstadtzentrum von Friesoythe bei. In Folge der z. T. hochwertigen Angebote sind größere Wechselwirkungen mit dem in Rede stehenden Möbelvorhaben nicht ausgeschlossen.

Ortszentrum Lastrup (gemäß Abgrenzung in Kapitel 4.3)

Die betrachtungsrelevante Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt rd. 10 % (rd. 700 m²) der Gesamtverkaufsfläche (rd. 7.700 m²) des Ortszentrums in Lastrup ein, wobei eine eher preisorientierte Angebotsstruktur festzustellen ist. Als einziger strukturprägender Betrieb mit Hauptsortiment Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör ist in Lastrup ein filialisierter Sonderpostenmarkt am westlichen Rand des Ortszentrum verortet. Neben einem weiteren Fachmarkt im westlichen Bereich (sortimentsspezifische VKF rd. 200 m²) wird die Warengruppe in inhabergeführten Fachgeschäften als Randsortiment mit geringen Verkaufsflächenanteilen angeboten (siehe Abbildung 35). Aufgrund der geringen Gesamtverkaufsfläche sowie der kompakten räumlichen Ausprägung des Ortszentrums ist die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör in den dargestellten Fachgeschäften und -märkten als prägend für das Lastruper Ortszentrum einzuordnen. Somit sind, trotz größtenteils unterschiedlicher Betriebskonzepte, gewisse Wechselwirkungen mit dem in Rede stehenden Möbelvorhaben nicht ausgeschlossen.

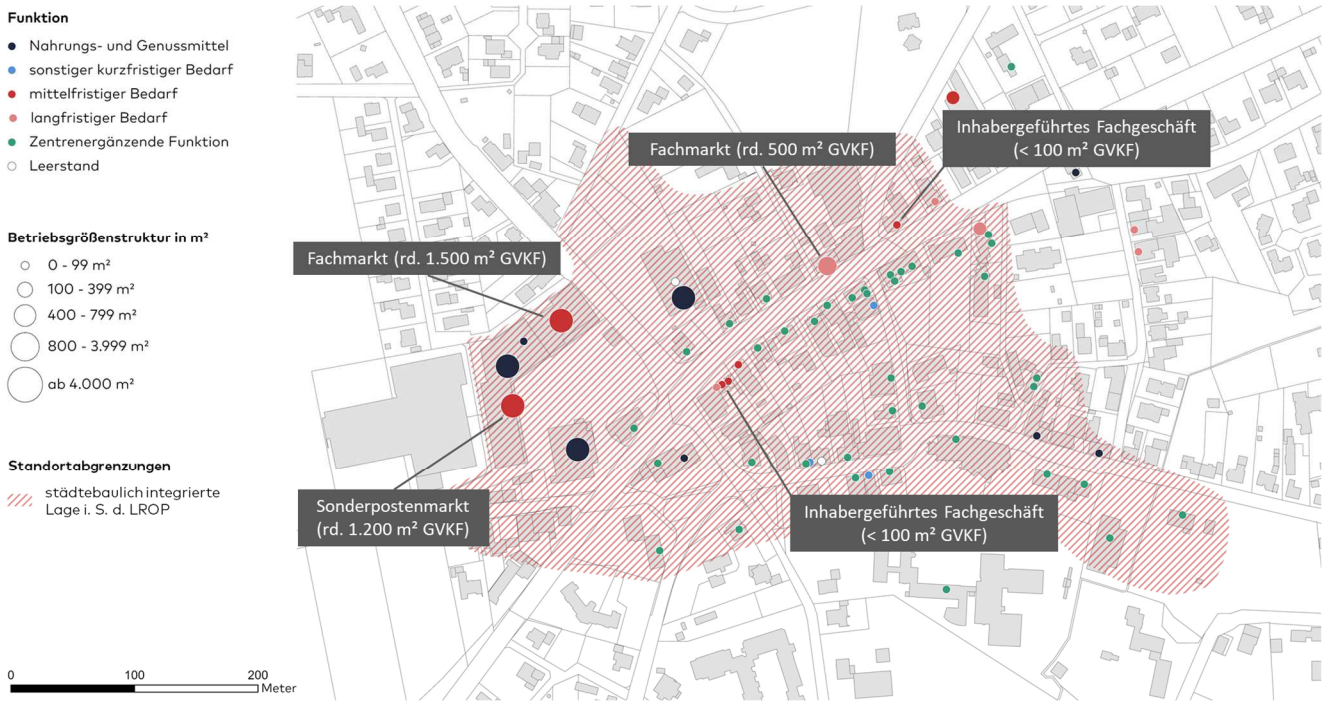


Abbildung 35: Ortszentrum Lastrup

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Ortszentrum Lindern (Oldenburg) (gemäß Abgrenzung in Kapitel 4.3)

Die betrachtungsrelevante Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik /Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt rd. 15 % (rd. 800 m²) der Gesamtverkaufsfläche (rd. 5.700 m²) des Ortszentrums in Lindern (Oldenburg) ein. Im Ortszentrum ist ein inhabergeführter Fachmarkt verortet, welcher jedoch mit seiner Sortimentsaufstellung eine andere Zielgruppe als die eines klassischen Möbeleinrichtungshauses anspricht. Darüber hinaus gibt es am westlichen und östlichen Rand des Ortszentrums zwei weitere inhabergeführte Fachgeschäfte mit z. T. anderen Sortimentsschwerpunkten (siehe Abbildung 36). Es bleibt zu konstatieren, dass der hohe Verkaufsflächenanteil auf die insgesamt geringe Verkaufsflächenausstattung in Lindern (Oldenburg) zurückzuführen ist und sich die Angebote insgesamt, hinsichtlich des Preisniveaus und der Zielgruppenansprache, von den üblichen Randsortimenten eines Möbeleinrichtungshauses unterscheiden.

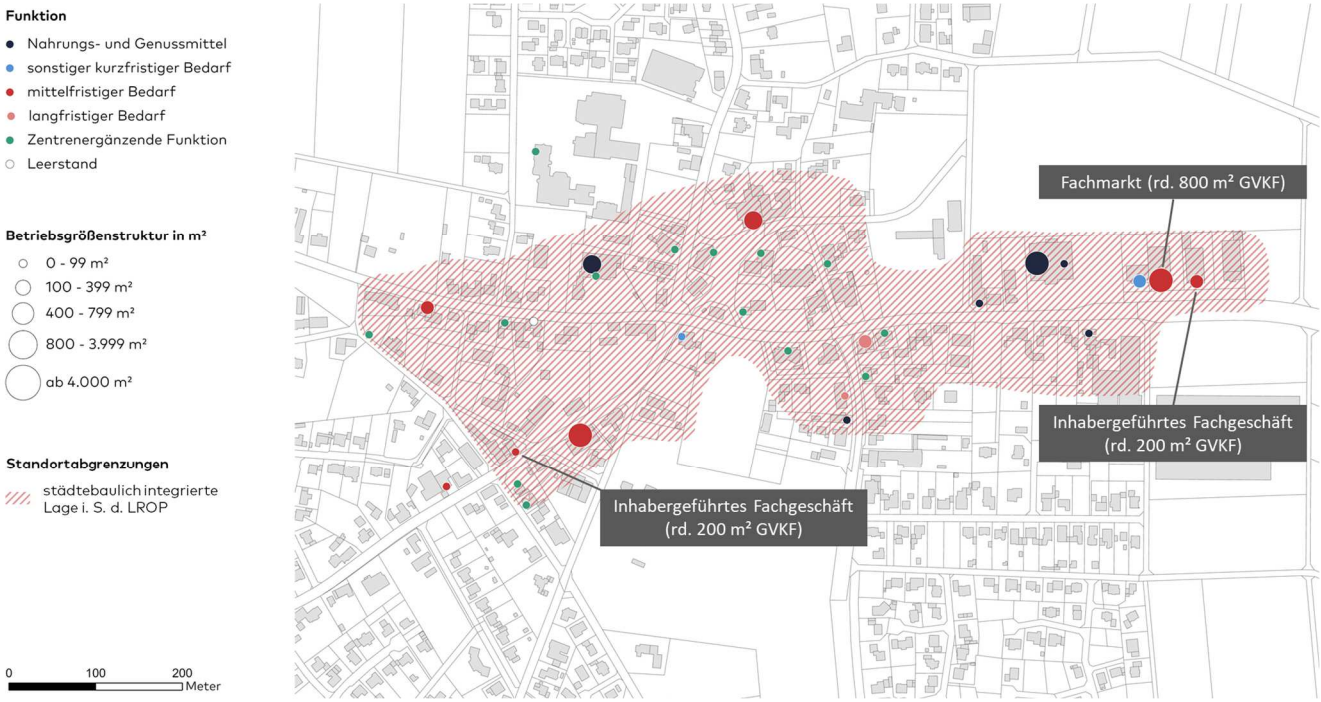


Abbildung 36: Ortszentrum Lindern (Oldenburg)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Innenstadtzentrum Löningen (gemäß Abgrenzung in Kapitel 4.3)

Die betrachtungsrelevante Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik /Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt rd. 9 % (rd. 900 m²) der Gesamtverkaufsfläche (rd. 9.600 m²) des Innenstadtzentrums in Löningen ein. Ein großflächiger Sonderpostenmarkt am südlichen Fachmarktstandort ist der einzige strukturprägende Anbieter mit dem Hauptsortiment Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör im Innenstadtzentrum. Darüber hinaus sind in der Innenstadt mehrere spezialisierte inhabergeführte Fachgeschäfte sowie ein Klein-Kaufhaus verortet (siehe Abbildung 37). Im Hinblick auf mögliche Wettbewerbsbeziehungen mit dem in Rede stehenden Möbelvorhaben ist anzumerken, dass sich Betriebskonzept und Zielgruppenansprache des Sonderpostenmarktes deutlich von einem Möbeleinrichtungshaus unterscheiden. Die lokalen Fachgeschäfte sind ebenfalls durch eine andere Ausrichtung ihres Angebots geprägt. Gleichwohl ist anzumerken, dass insbesondere die inhabergeführten Fachgeschäfte maßgeblich zu einer aus Kundensicht attraktiven Angebotsstruktur in der Innenstadt beitragen.

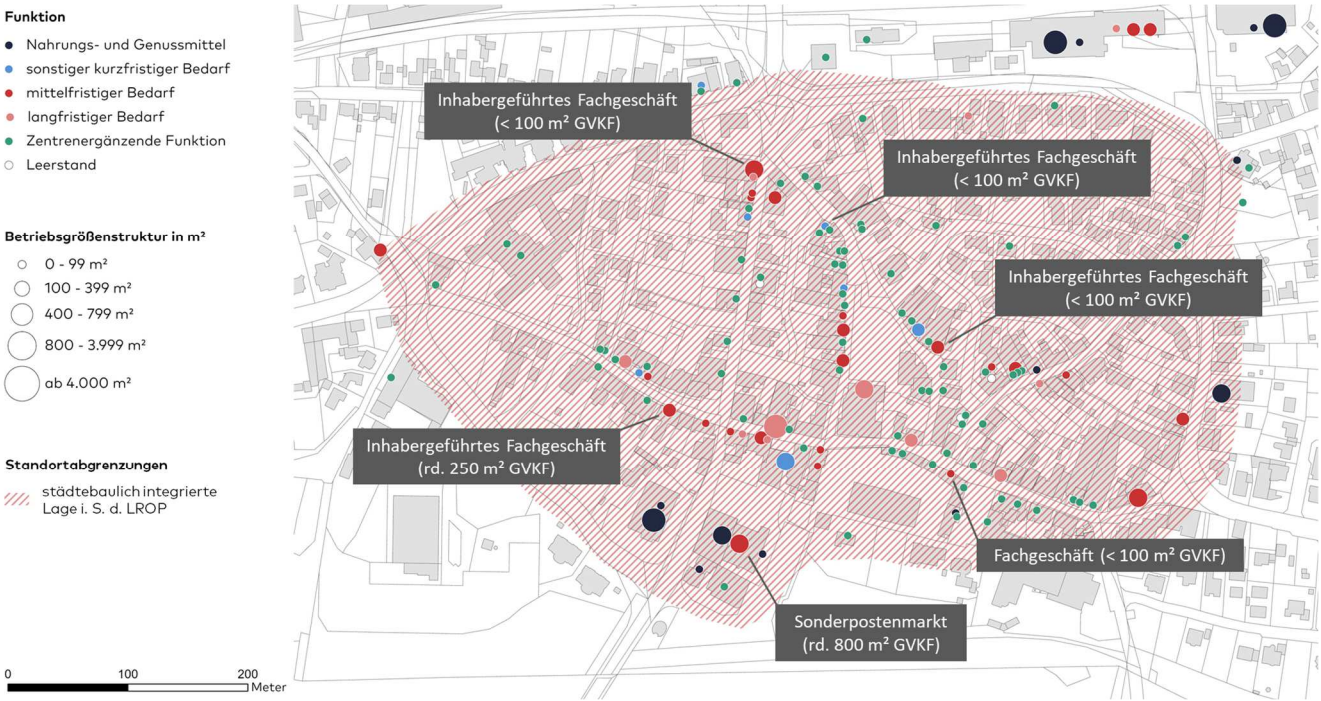


Abbildung 37: Innenstadtzentrum Löningen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Ortszentrum Molbergen (gemäß Abgrenzung in Kapitel 4.3)

Die betrachtungsrelevante Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik /Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt rd. 12 % (rd. 900 m²) der Gesamtverkaufsfläche (rd. 7.800 m²) des Ortszentrums Molbergen ein. Zwei Anbieter mit Hauptsortiment Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör sind am westlichen bzw. östlichen Rand des Ortszentrums verortet, wobei sich sowohl das Fachgeschäft als auch der östliche Sonderpostenmarkt hinsichtlich ihrer Angebotsstruktur zu der eines Möbeleinrichtungshauses unterscheiden. Darüber hinaus sind zwei weitere Betriebe mit untergeordnetem Randsortiment im zentralen Bereich des Ortszentrums gelegen (siehe Abbildung 38). Daher ist von keiner intensiven bzw. einer nur geringen Wettbewerbsbeziehung zum in Rede stehenden Möbelvorhaben auszugehen. Gleichwohl kommt der betrachteten Warengruppe eine relativ hohe Bedeutung für das Ortszentrum in Molbergen zu.

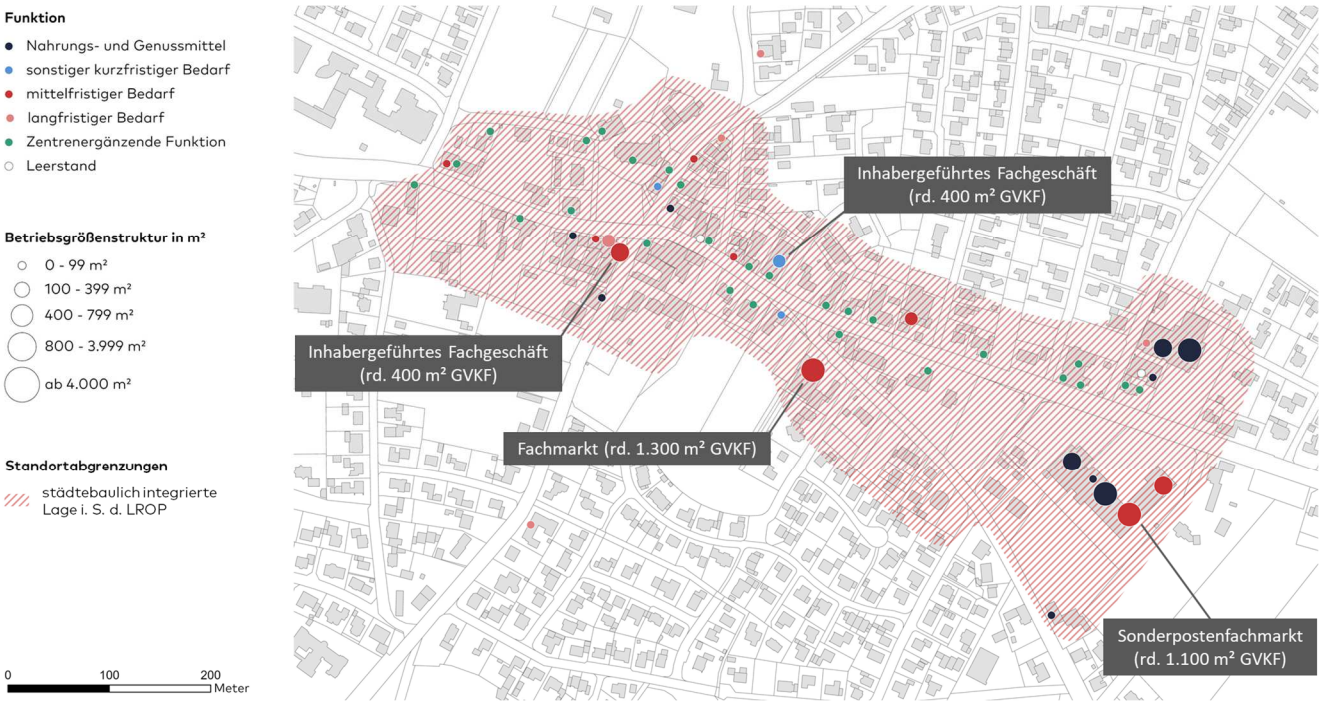


Abbildung 38: Ortszentrum Molbergen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Ortszentrum Saterland (gemäß Abgrenzung in Kapitel 4.3)

Die betrachtungsrelevante Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt rd. 8 % (rd. 400 m²) der Gesamtverkaufsfläche (rd. 5.200 m²) des Ortszentrums Saterland ein. Dabei wird die Warengruppe ausschließlich in zwei Fachmärkten mit preisorientierter Angebotsstruktur angeboten (siehe Abbildung 39). Die zuvor dargestellte hohe Verkaufsflächenverortung im zentralen Versorgungsbereich resultiert aus der Verkaufsflächendimensionierung der beiden Betriebe auf der einen sowie der geringen Gesamtverkaufsfläche des Ortszentrums auf der anderen Seite. Daher ist von keiner intensiven bzw. einer nur geringen Wettbewerbsbeziehung zum in Rede stehenden Möbelvorhaben auszugehen.

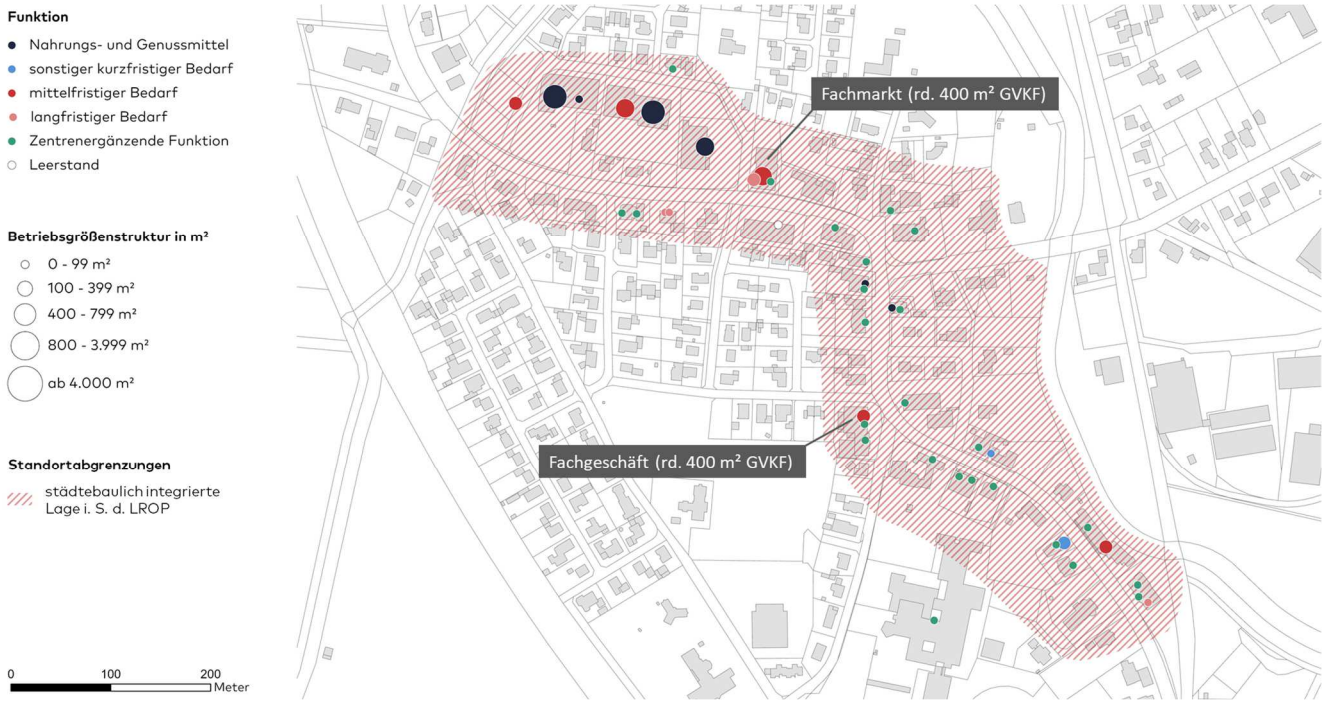


Abbildung 39: Ortszentrum Saterland

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

Zusammenfassung

Die betrachteten städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP sind allgemein gefestigt. Gleichzeitig werden jedoch vereinzelte städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP durch die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör durch Betriebe mit entsprechendem Haupt- und Randsortiment geprägt (neben Cloppenburg insb. Friesoythe und Lastrup sowie nachgeordnet Molbergen und Löningen).

Trotz der unterschiedlichen Ausrichtung hinsichtlich der Betriebskonzepte und Zielgruppenansprache, die sich z. T. deutlich von denen eines Möbeleinrichtungshauses unterscheiden (überwiegend Sonderpostenmärkte und kleinere, spezialisierte Fachgeschäfte), ist angesichts der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive [33] mit höherer Wahrscheinlichkeit von stärkeren, vorhabenbedingten Umsatzumverteilungen auszugehen (je nach Ausgestaltung der Randsortimentsgröße des Möbelmarktes).

Folglich ist die Raumverträglichkeit des als marktüblich ermittelten Randsortimentsanteils (rd. 2.720 m²) für die Hauptwarengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör deutlich zu hinterfragen. Im Rahmen der in diesem Band untersuchten strukturellen Ausgangslage lässt sich daher nur ein deutlich niedrigerer Randsortimentsanteil empfehlen. Dabei wird unter Berücksichtigung der Ausführungen in Kapitel 8.1 zunächst ein sortimentsspezifischer Wert von bis zu 600 m² VKF als angenommenes Minimum für marktübliche Möbeleinrichtungshäuser zugrunde gelegt. Es ist jedoch davon auszugehen, dass dieser reduzierte Verkaufsflächenanteil die Attraktivität eines modernen Möbeleinrichtungshauses grundsätzlich einschränken kann. Weiterhin ist anzunehmen, dass aufgrund der sich deutlich vom geplanten Möbelmarkt unterscheidenden Betriebskonzepte bzw. aufgrund der gefestigten und etablierten Bestandsstrukturen die konkrete absatzwirtschaftliche und städtebauliche (und damit auch räumliche) Verträglichkeit über dem hier aufgeführten Wert von 600 m² liegen kann.

Im Sinne einer genaueren Ermittlung der raumverträglichen Randsortimentsgröße erfolgt in Band 2 des regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Landkreis Cloppenburg auf Basis eines Gravitationsmodells eine ergänzende detailliertere Betrachtung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Verträglichkeit für den Sortimentsbereich GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör. Eine abschließende vorhabenspezifische Raumverträglichkeit ist auf Grundlage des REHK Cloppenburg 2021 unter Berücksichtigung konkreter bzw. belastbarer Rahmendaten zum Vorhaben (u. a. Standort, Betriebstyp und ggf. Betreiber, Verkaufsflächendimensionierung, Flächenprogramm) sowie der landesplanerischen Vorgaben im Rahmen einer dezidierten Verträglichkeitsanalyse auf Ebene der Bauleitplanung zu prüfen.

[33] Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive lediglich die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale ermittelt. Aufgrund der vorliegenden Methodik lassen sich jedoch keine Aussagen zu einer absatzwirtschaftlichen oder städtebaulichen Verträglichkeit ableiten.

8.3 AUSWIRKUNGSBETRACHTUNG

Die marktüblichen Randsortimentsgrößen ausgewählter Hauptwarengruppen sind größer als die im Landkreis Cloppenburg vorhandenen rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale. Insbesondere im Bereich Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör ist aufgrund der z. T. deutlichen Prägung in städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP die Raumverträglichkeit üblicher Randsortimentsgrößen in diesem Bereich kritisch zu hinterfragen. Auf der anderen Seite wurde im Rahmen der städtebaulichen Analysen der betroffenen Lagebereiche festgestellt, dass sich ein Großteil der vorhandenen Betriebskonzepte deutlich von dem diskutierten Möbelvorhaben unterscheidet. Es wird daher empfohlen, den tatsächlich raumverträglichen Randsortimentsanteil im Bereich Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör durch eine konkrete, absatzwirtschaftliche und städtebauliche Verträglichkeitsuntersuchung herzuleiten. Diese erfolgt in Band 2 des regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Landkreis Cloppenburg. Im Folgenden wird zunächst weiter von den im Rahmen von Band 1 angenommenen raumverträglichen Randsortimentsgrößen ausgegangen.

Insgesamt ergeben sich unter Berücksichtigung der im Rahmen von Band 1 angenommenen Raumverträglichkeit (insbesondere in der Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör) und der Marktanforderungen der Betreiber folgende Orientierungswerte für zentrenrelevante Randsortimente:

- **bis 600 m²** Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör (zunächst als angenommenes Minimum für marktübliche Möbeleinrichtungshäuser und mit Verweis auf die Notwendigkeit einer vertiefenden Untersuchung[34])
- **bis 1.100 m²** Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (davon Matratzen als nicht zentrenrelevantes Sortiment)
- **bis 1.600 m²** Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz (davon Teppiche als nicht zentrenrelevantes Sortiment)
- **bis 1.100 m²** Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte (davon Lampen/Leuchten als nicht zentrenrelevantes Sortiment)

Die städtebauliche Verträglichkeit für städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP bzw. zentrale Versorgungsbereiche, die konkreten Auswirkungen auf Versorgungsstrukturen sowie die Einhaltung der landesplanerischen Vorgaben sind abschließend in einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse auf Ebene der Bauleitplanung zu überprüfen.

Das in Rede stehende Möbelvorhaben wurde bereits 2016 im Rahmen einer Grobabschätzung der GMA untersucht. Ergebnis der Voruntersuchung waren u. a. (z. T. reduzierte) Verkaufsflächengrößenordnungen für die relevanten Randsortimente. Diese werden im Folgenden mit den im Rahmen des regionalen Einzelhandelskonzeptes als raumverträglich ermittelten Randsortimentsgrößen gegenübergestellt (siehe nachfolgende Tabelle).

[34] In Band 2 des REHK Cloppenburg 2021 wird daher eine Berechnung der konkreten, vorhabenbezogenen Umsatzumverteilung in der Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör vorgenommen.

Tabelle 23: Abgleich mit raumverträglichen Randsortimentsgrößen

Untersuchungsrelevante Randsortimente	Vorhabenbezogenes Flächenprogramm* VKF in m²	zentren-relevant	Raumverträgliche Randsortimentsgröße VKF in m²	Bewertung der Raumverträglichkeit
Bettwaren	445	ja	1.100	✓
Haus-/Bett-/Tischwäsche	350	ja		
Haushaltswaren (Hausrat), GPK, Einrichtungszubehör	1.750	ja	600	✗
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	820	ja	1.600	✓
Teppiche (Einzelware)	1.160	nein		
Lampen/Leuchten	940	nein	1.100	✓
Matratzen	**	nein	s. o.	✓

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; GPK = Glas/Porzellan/Keramik; * Verkaufsflächenangaben gemäß Grobabschätzung der GMA 2016 und Stadt Cloppenburg; ** Sortiment nicht im Flächenprogramm ausgewiesen.

Im Abgleich mit den Daten aus der vorliegenden Grobabschätzung der GMA aus dem Jahr 2016 zeigt sich, dass die abgeleiteten raumverträglichen Randsortimentsgrößen für die Warengruppen Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche und Lampen/Leuchten mit dem Flächenprogramm des Möbelvorhabens konform sind. Die Sortimente Heimtextilien und Teppiche überschreiten zwar in Summe die im regionalen Einzelhandelskonzept abgeleitete raumverträgliche Randsortimentsgrößenordnung, allerdings ist zu konstatieren, dass der größere Teil der beiden Sortimente auf das nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortiment Teppiche entfällt und somit nicht Abschnitt 2.3, Ziffer 06 des LROP unterliegt. Die gemäß vorhabenbezogenen Flächenprogramm als Randsortiment mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.750 m² angebotene Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör überschreitet jedoch deutlich die im Rahmen von Band 1 zunächst als Minimum für marktübliche Möbeleinrichtungshäuser angenommene Verkaufsfläche von 600 m². Hier ist ein Dissens zwischen dem Planvorhaben und den bisherigen Erkenntnissen des regionalen Einzelhandelskonzeptes festzustellen.

Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabens liegt auf Grundlage der regionalen Sortimentsliste leicht über 10 %. Die Ausweisung von Matratzen und Elektrogroßgeräten als nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ermöglicht allerdings noch eine entsprechende Feinsteuerung.

Die untersuchungsrelevanten Randsortimente des zur Diskussion stehenden Möbelvorhabens sind nach aktuell vorliegender Datengrundlage, trotz ihres hohen Verkaufsflächenanteils bzw. der absoluten Verkaufsfläche, als überwiegend raumverträglich einzustufen. Eine Ausnahme bildet die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör, die mit einer avisierten Verkaufsfläche von 1.750 m² (lt. vorhabenbezogenen Flächenprogramm) deutlich über der in Band 1 als Minimum für marktübliche Möbeleinrichtungshäuser angenommenen Verkaufsfläche von 600 m² liegt. Im Sinne einer genaueren Ermittlung der raumverträglichen Randsortimentsgröße erfolgt in Band 2 des regionalen Einzelhan-

delskonzeptes für den Landkreis Cloppenburg eine ergänzende detailliertere Betrachtung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Verträglichkeit für den Sortimentsbereich GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör. Eine abschließende vorhabenspezifische Raumverträglichkeit für das Gesamtvorhaben ist auf Grundlage des REHK Cloppenburg 2021 unter Berücksichtigung konkreter bzw. belastbarer Rahmendaten zum Vorhaben (u. a. Vorhabenstandort, Betriebstyp und ggf. Betreiber, Verkaufsflächendimensionierung, Flächenprogramm) sowie der landesplanerischen Vorgaben im Rahmen einer dezidierten Verträglichkeitsanalyse auf Ebene der Bauleitplanung herzuleiten.

9 Fazit

Die Landkreis Cloppenburg verfügt durch das regionale Einzelhandelskonzept über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der regionalen Einzelhandelsstruktur, insbesondere der im Rahmen des Konzeptes abgegrenzten städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP. Während der Erarbeitung dieses regionalen Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und die parallel einberufenen kommunalen Hearings – die mittelzentralen Kongruenzräume für aperiodische Güter der Städte Cloppenburg und Friesoythe sowie eine regionale Sortimentsliste abgeleitet. Darüber hinaus wurden Entwicklungsempfehlungen erörtert, die es erlauben, das zur Diskussion stehende Möbelvorhaben im Landkreis Cloppenburg regional abzustimmen und hinsichtlich der Konformität zum LROP (insb. Integrationsgebot) zu beurteilen.

Für den regionalplanerischen Umgang mit dem Möbelvorhaben werden abschließend folgende allgemeine Hinweise zusammengefasst:

In der Aufstellung der **regionalen Sortimentsliste** im Zuge des vorliegenden regionalen Einzelhandelskonzeptes wird der überwiegende Anteil der üblichen Randsortimente eines Möbeleinrichtungshauses als zentrenrelevant ausgewiesen. Ausnahmen stellen in diesem Zusammenhang die Sortimente Elektrogroßgeräte, Lampen/Leuchten, Matratzen sowie Teppiche (Einzelware) dar. Diese Sortimente bieten aufgrund ihrer nicht zentrenrelevanten Einordnung Spielräume zur Ausgestaltung der Randsortimentsanteile bei der möglichen Ansiedlung eines Möbeleinrichtungshauses.

Das **Wettbewerbsumfeld** ist im Umkreis des Landkreises Cloppenburg als ausgeprägt einzustufen. Im nahen Umfeld des Landkreises sind verhältnismäßig viele Möbelanbieter ähnlicher Größenordnung (rd. 25. 000 m² GVKF) verortet. Nach fachgutachterlicher Einschätzung kann eine **signifikante Kaufkraftbindung im Bereich Möbel** (und z. T. auch in den relevanten Randsortimenten) mit hoher Wahrscheinlichkeit nur durch bestimmte Betriebskonzepte (insb. marktfähiges Möbeleinrichtungshaus mit einem entsprechend attraktiven Gesamtangebot) erreicht werden, das im aufgezeigten Wettbewerbsumfeld bestehen kann. Eine „Aufteilung" der für ein großes Möbeleinrichtungshaus relevanten Verkaufsflächenpotenziale auf die landkreisangehörigen Kommunen würde in diesem Falle zwar zu ausgeglicheneren Raumstrukturen führen, jedoch ein erkennbares versorgungsstrukturelles Defizit im Landkreis Cloppenburg nicht verbessern. Es wäre davon auszugehen, dass gegenüber den großformatigen Angebotsstrukturen in angrenzenden Landkreisen kein entsprechendes Gegengewicht ausgebildet werden kann.

Stadt + Handel betont in diesem Kontext, dass die **Sicherung und Stärkung ausgewogener und kleinräumiger Einzelhandelsstrukturen** eine ebenso legitime Strategie ist wie **die Behebung des identifizierten versorgungsstrukturellen Defizits** im Sortimentsbereich Möbel. Die Zielstellung des Landkreises Cloppenburg, das bestehende Versorgungsdefizit im Sortimentsbereich Möbel zu reduzieren, erscheint mit hoher Wahrscheinlichkeit nur durch die Ansiedlung eines entsprechend markt-

fähigen Möbeleinrichtungshaus erfüllbar zu sein. Dieses regionalentwicklungspolitische Ziel wird durch den Beschluss des REHK Cloppenburg 2021 durch den Kreistag festgelegt.

Unter Berücksichtigung der Bestandsstrukturen im Landkreis Cloppenburg sowie der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive bestehen nach Auffassung von Stadt + Handel deutliche Hinweise dafür, dass das Gesamtvorhaben mit einer avisierten GVKF von 34.000 m² als **überdimensioniert** bewertet werden muss bzw. das Ziel der Schließung eines versorgungsstrukturellen Defizits auch mit einem kleineren Möbelvorhaben erreicht werden kann. Die Dimensionierung (und Verträglichkeit) des Gesamtvorhabens ist in Folgestudien zu klären.

Die **untersuchungsrelevanten Randsortimente** des zur Diskussion stehenden Möbelvorhabens sind nach aktuell vorliegender Datengrundlage, trotz ihres hohen Verkaufsflächenanteils bzw. der absoluten Verkaufsfläche, als überwiegend raumverträglich einzustufen. Eine Ausnahme bildet die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör, die mit einer Verkaufsfläche von 1.750 m² deutlich über der in Band 1 als Minimum für marktübliche Möbeleinrichtungshäuser angenommenen Verkaufsfläche von rd. 600 m² liegt. Eine detailliertere Betrachtung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Verträglichkeit erfolgt in Band 2 des regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Landkreis Cloppenburg. Der dort ermittelte absatzwirtschaftlich und städtebaulich verträgliche Randsortimentsanteil i. H. v. 1.200 m² VKF wird als raumverträglich i. S. des Beeinträchtigungsverbotes für den Landkreis Cloppenburg angenommen (vgl. REHK Cloppenburg 2021 – Band II).

Das REHK ersetzt darüber hinaus **keine vorhabenbezogene Verträglichkeitsanalyse** – insbesondere nicht für andere zentrenrelevanten Randsortimente neben GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör[35], für weitere nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente und für das Hauptsortiment Möbel. Eine Untersuchung der Auswirkungen in diesen Sortimentsbereichen ist aus Sicht von Stadt + Handel im Rahmen des bauleitplanerischen Genehmigungsverfahrens durchzuführen.

Im Nachgang des vorliegenden REHK Cloppenburg 2021 bedarf es im Rahmen eines Aufstellungsverfahrens für einen Bauleitplan daher einer dezidierten Prüfung der Raumverträglichkeit des Gesamtvorhabens unter Berücksichtigung konkreter bzw. belastbarer Rahmendaten (u. a. Vorhabenstandort, Betriebstyp und ggf. Betreiber, Verkaufsflächendimensionierung, Flächenprogramm) sowie der regional- und landesplanerischen Vorgaben (u. a. Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Abstimmungsgebot, Beeinträchtigungsverbot).

[35] Ausnahme: Für die Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör wurde eine absatzwirtschaftliche und städtebauliche Verträglichkeitsprüfung durchgeführt, um den raumverträglichen Randsortimentsanteil des in Rede stehenden Möbelvorhabens weiter konkretisieren zu können (vgl. REHK Cloppenburg 2021 – Band II)

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2018): Retail Real Estate Report Germany 2018/2019. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Online-Monitor 2017. Berlin.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2016): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2017): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2019): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bischopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Kommunalverbund Bremen/Niedersachsen e. V. (Hrsg.) (2014): Regionales Zentren- und Einzelhandelskonzept Region Bremen. Delmenhorst.

PWC (2017): Die deutsche Möbelbranche. Struktur, Struktur, Trends und Herausforderungen. o. O.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2015): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Wiesbaden.

DATENBANKEN

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): wegweiser-kommune.de

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG		SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes	11
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse	14
Abbildung 3:	Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster	15
Abbildung 4:	Marktauftritt moderner Handelsstandorte	16
Abbildung 5:	Entwicklung der Gesamtverkaufsfläche in Deutschland	17
Abbildung 6:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	18
Abbildung 7:	Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Warengruppen 2019	18
Abbildung 8:	Strukturprägende Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	22
Abbildung 9:	Strukturprägende Betriebe ab 400 m² auf Landkreisebene	23
Abbildung 10:	Auspendler aus dem und Einpendler in den Landkreis Cloppenburg	24
Abbildung 11:	Pendlerströme auf Gemeindeebene	25
Abbildung 12:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Landkreis Cloppenburg und Umgebung	27
Abbildung 13:	Ermittlungsmethodik der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive	73
Abbildung 14:	Einwohnerprognose für den Landkreis Cloppenburg bis Ende 2025	74
Abbildung 15:	Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland	75
Abbildung 16:	Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel	76
Abbildung 17:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	77
Abbildung 18:	Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose)	77
Abbildung 19:	Sortimentsspezifische Entwicklungsperspektive	79
Abbildung 20:	Zentralörtliche Versorgungsaufträge	97
Abbildung 21:	Erreichbarkeitszellen der Ober- und Mittelzentren	98
Abbildung 22:	Grenzüberschreitende Verflechtungen (Pendlerströme)	99
Abbildung 23:	Mittelzentraler Kongruenzraum Meppen	101
Abbildung 24:	Mittelzentraler Kongruenzraum Papenburg	102
Abbildung 25:	Mittelzentrale Kongruenzräume Landkreis Osnabrück	103
Abbildung 26:	Mittelzentraler Kongruenzraum Stadt Cloppenburg	104
Abbildung 27:	Mittelzentraler Kongruenzraum Stadt Friesoythe	106

Abbildung 28: Trends in der Möbelbranche 109
Abbildung 29: Ausdifferenzierung von Betriebsformen und Vertriebsformen 111
Abbildung 30: Entwicklungstendenzen im Möbelhandel 111
Abbildung 31: Übliche Randsortimentsanteile bei Möbeleinrichtungshäusern (Benchmarking) 112
Abbildung 32: Wettbewerbsumfeld außerhalb des Landkreises 114
Abbildung 33: Innenstadtzentrum Cloppenburg 118
Abbildung 34: Innenstadtzentrum Friesoythe 119
Abbildung 35: Ortszentrum Lastrup 120
Abbildung 36: Ortszentrum Lindern (Oldenburg) 121
Abbildung 37: Innenstadtzentrum Löningen 122
Abbildung 38: Ortszentrum Molbergen 123
Abbildung 39: Ortszentrum Saterland 124

Tabellenverzeichnis

TABELLE		SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen	12
Tabelle 2:	Einzelhandelsbestand im Landkreis Cloppenburg	21
Tabelle 3:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Cloppenburg	24
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen	26
Tabelle 5:	Bevölkerung und Bevölkerungsprognose bis Ende 2025 nach Kommunen im Landkreis Cloppenburg	28
Tabelle 6:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte im Landkreis Cloppenburg	30
Tabelle 7:	Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive für den Landkreis Cloppenburg bis 2025	80
Tabelle 8:	Städtebauliche Verortung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen in Landkreis Cloppenburg	82
Tabelle 9:	Detailbetrachtung Campingartikel (ohne Campingartikel)	86
Tabelle 10:	Detailbetrachtung Elektrogroßgeräte	87
Tabelle 11:	Detailbetrachtung Fahrräder und Zubehör	88
Tabelle 12:	Detailbetrachtung Lampen/Leuchten	89
Tabelle 13:	Detailbetrachtung Teppiche (Einzelware)	90
Tabelle 14:	Detailbetrachtung Waffen/Jagdbedarf/Angeln	91
Tabelle 15:	Detailbetrachtung Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	92
Tabelle 16:	Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg (Kurzfassung)	93
Tabelle 17:	Marktgebiete aus kommunalen Einzelhandelskonzepten	100
Tabelle 18:	Kaufkraftabschöpfung im mittelzentralen Kongruenzraum Cloppenburg	105
Tabelle 19:	Kaufkraftabschöpfung im mittelzentralen Kongruenzraum Friesoythe	106
Tabelle 20:	Übliche Randsortimente in Möbeleinrichtungshäusern und Zentrenrelevanz gem. REHK	108
Tabelle 21:	Abgleich der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive mit üblichen Randsortimentsgrößen	115
Tabelle 22:	Zentrenprägung GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	117
Tabelle 23:	Abgleich mit raumverträglichen Randsortimentsgrößen	127
Tabelle 24:	Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg (Langfassung)	136

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BGF	Bruttogeschossfläche
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
Drog	Drogeriewaren
EH	Einzelhandel
EHK	Einzelhandelskonzept
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EW	Einwohner
GVKF	Gesamtverkaufsfläche
IZ	Innenstadtzentrum
LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
MIV	motorisierter Individualverkehr
niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
NRW	Nordrhein-Westfalen
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
NVZ	Nahversorgungszentrum
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
REHK	regionales Einzelhandelskonzept
RROP	regionales Raumordnungsprogramm
siL	städtebaulich integrierte Lage
VG	Verwaltungsgericht
VKF	Verkaufsfläche
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

Anhang

Tabelle 24: Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3 aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Haushaltswaren/Hausrat	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Künstler- und Bastelbedarf	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Künstler- und Bastelbedarf)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähnadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Schuhe/Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) (ohne Sportgroßgeräte)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln und Anglerbedarf sowie Sportgroßgeräte)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)

(Fortsetzung von Tabelle 24)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75 aus 47.78.9	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wach- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Postern sowie Künstler- und Bastelbedarf)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (daraus NUR: Zoologischer Bedarf)	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (daraus NUR: Einzelhandel mit lebendigen Tieren)
Zeitungen/ Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
Baumarktsortiment i. e. S.**	aus 47.52.1 47.52.3 aus 47.53 aus 47.59.9 aus 47.78.9	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten) Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Erotikartikel	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Erotikartikeln)
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9 aus 47.52.1	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten) Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32 aus 45.40	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1 47.79.1 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (draus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Pflanzartikel	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräten
Teppiche (ohne Teppichböden)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (daraus NUR: lebendige Tiere)	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (daraus NUR: Einzelhandel mit zoologischem Bedarf)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

KONTAKT
Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43