



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTGART

VERTRÄGLICHKEITSUNTERSUCHUNG

zur Ansiedlung eines BBM Baumarktes/ Gartencenters und
eines Fachmarktes für Tierfutter/ Zoobedarf in Friesoythe, Böseler Straße

Bericht für den Auftraggeber

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

Stand: 31. Juli 2009

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck

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



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

© CIMA Beratung + Management GmbH

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

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

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

Inhaltsverzeichnis

1	AUFTRAG	5	5	ABSCHÄTZUNG DER AUSWIRKUNGEN DES PLANVORHABENS AUF DIE BESTEHENDE EINZELHANDELSSTRUKTUR	28	
2	DARSTELLUNG DES PLANVORHABENS	7		5.1	Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter	29
2.1	Mikrostandort des Vorhabens	7		5.1.1	Struktur des Teilvorhabens BBM Baumarkt/ Gartencenter mit ergänzendem Backshop	29
2.2	Vorhaben	8		5.1.2	Herkunft des Teilvorhabenumsatzes BBM Baumarkt/ Gartencenter	30
3	RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL	10		5.1.3	Ökonomische Wirkungsprognose des Teilvorhabens BBM Baumarkt/ Gartencenter	32
3.1	Vorhabenrelevante Nachfragesituation in der Stadt Friesoythe	11		5.1.4	Wirkungsanalyse des Teilvorhabens BBM Baumarktes/ Gartencenters	38
3.2	Vorhabenrelevante Angebotsstruktur in Friesoythe	12		5.2	Teilvorhaben Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf	42
3.3	Vorhabenrelevante Ergebnisse der Haushaltsbefragung 2008	14		5.2.1	Struktur des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf	42
3.4	Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse	15		5.2.2	Herkunft des Teilvorhabenumsatzes Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf	43
3.5	Vorhabenrelevante Bestandssituation in Friesoythe und dem Umland	16		5.2.3	Ökonomische Wirkungsprognose des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf	44
3.5.1	Stadt Friesoythe	16		5.2.4	Wirkungsanalyse des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf	47
3.5.2	Bestandssituation im näheren Untersuchungsgebiet	19		6	FAZIT UND EMPFEHLUNGEN	49
3.5.3	Einzelhandelssituation im weiteren Untersuchungsgebiet	23		7	ANHANG	50
4	AUSZÜGE AUS DEM EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT FRIESOYTHE	24		7.1	Friesoyther Sortimentsliste	50
4.1	Vorhabenrelevante Aussagen des Einzelhandelskonzeptes	24		7.2	Methodik	51
4.2	Einbindung in das Einzelhandelskonzept	26				

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Vorhabenstandort	7	Abb. 19: Sortimentsstruktur entsprechend der „Friesoyther Sortimentsliste“ des ergänzenden Fachmarkt Tierfutter /Zoobedarf	26
Abb. 2: Sortimentsstruktur des geplanten BBM-Baumarktes/ Gartencenters mit Backshop	8	Abb. 20: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose BBM Baumarkt/ Gartencenter mit ergänzendem Backshop	29
Abb. 3: Sortimentsstruktur des ergänzenden Fachmarkt für Tierfutter /Zoobedarf	8	Abb. 21: Umsatzherkunft des Teilvorhabens BBM Baumarkt/ Gartencenter	31
Abb. 4: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial in der Stadt Friesoythe	11	Abb. 22: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter innerhalb der Stadt Friesoythe	34
Abb. 5: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Anzahl Betriebe, Verkaufsfläche)	12	Abb. 23: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter im nahen Untersuchungsgebiet 1	35
Abb. 6: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Umsatz, Handelszentralität)	12	Abb. 24: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter im nahen Untersuchungsgebiet 2	36
Abb. 7: Wo kaufen Sie hauptsächlich Baumarkt- und Heimwerkerbedarf/ Gartendarf ein? (Top 8 Nennungen)	14	Abb. 25: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter im erweiterten Untersuchungsgebiet	37
Abb. 8: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	16	Abb. 26: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Fachmarkt Tierfutter / Zoobedarf	42
Abb. 9: Zentraler Versorgungsbereich Barßeler Straße	17	Abb. 27: Umsatzherkunft des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf	43
Abb. 10: Zentraler Versorgungsbereich Barßeler Straße	17	Abb. 28: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf innerhalb der Stadt Friesoythe und im nahen Umland	45
Abb. 11: Sonstiges Stadtgebiet: Hagebaumarkt; Blumenhaus Bohlsen; Famila	18	Abb. 29: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf im erweiterten Umland	46
Abb. 12: Barßel: Immken-Baumarkt	19	Abb. 30: „Friesoyther Sortimentsliste“	50
Abb. 13: Edewecht: Blumencenter Wiesmoor, Mc Garden, Raiffeisen-Markt	20	Abb. 31: Die CIMA-Branchen	51
Abb. 14: Lorup: Raiffeisen-Markt	21	Abb. 32: Von der CIMA differenzierte Betriebstypen	52
Abb. 15: Molbergen: Reißelmann Holz & Baustoffe	21		
Abb. 16: Cloppenburg: Fressnapf	23		
Abb. 17: Einordnung in das Einzelhandelskonzept	25		
Abb. 18: Sortimentsstruktur entsprechend der „Friesoyther Sortimentsliste“ des geplanten BBM-Baumarktes/ Gartencenters mit Backshop	26		

1 AUFTRAG

Auftrag

- Erstellung einer gutachterlichen Stellungnahme zur kommunalen und regionalen Verträglichkeit der Ansiedlung eines BBM-Baumarktes/ Gartencenters und eines Fachmarktes für Tierbedarf in der Stadt Friesoythe am Standort Altenoyther Straße/ Böseler Straße.

Auftraggeber

- Stadt Friesoythe

Analysezeitraum

- Juli 2009

Untersuchungsdesign

- Bewertung des Mikrostandortes und des Nutzungskonzeptes des Planvorhabens,
- Darlegung des Einzugsgebiets und Umsatzherkunft des Planvorhabens,
- Dokumentation der warengruppenspezifischen kommunalen und regionalen Umsatzverlagerungen (Verträglichkeitsberechnung),
- Darstellung und Beurteilung der zu erwartenden Auswirkungen auf die bestehenden Angebotsstrukturen innerhalb der Stadt Friesoythe (Zentrale Versorgungsbereiche),
- Darstellung und Beurteilung der zu erwartenden ökonomischen Auswirkungen auf die bestehenden Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet des Vorhabens,
- Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen und
- Bewertung des Planvorhabens im Hinblick auf das Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe.

Vorbemerkung zur Methodik:

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Friesoythe basiert auf einer Vollerhebung¹ des Einzelhandels durch die CIMA im September 2008, die im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Friesoythe durchgeführt wurde, sowie einer einzelbetrieblichen Aktualisierung im Februar 2009.

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

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

Die Untersuchung bezieht sich schwerpunktmäßig auf den aperiodischen Bedarf. Folgende Warengruppen werden gemäß der vorliegenden Planung angesiedelt:

- Baumarktspezifische Sortimente
- Gartenbedarf
- Tierfutter / Zoobedarf

Darüber hinaus werden auch die Auswirkungen der folgenden Randsortimente gutachterlich geprüft:

- Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten
- Geschenke, Glas/ Keramik/ Porzellan
- Spielwaren
- Hobbybedarf (Fahrräder)
- Lebensmittel

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

2 DARSTELLUNG DES PLANVORHABENS

2.1 Mikrostandort des Vorhabens

Zurzeit wird in der Stadt Friesoythe die Neuansiedlung eines Baumarktes mit integriertem Gartencenter und einem Backshop am Standort Altenoyther Straße/ Böseler Straße diskutiert. Ergänzend wird die Ansiedlung eines Fachmarktes für Tierfutter / Zoobedarf geplant.

Das Vorhaben soll gemäß den aktuellen Planungen eine Gesamtverkaufsfläche von 6.540 qm erreichen. Davon entfallen 6.120 qm auf den Bau- und Gartenfachmarkt und 420 qm auf den Tierfutterfachmarkt. Das zentrenrelevante Randsortiment würde insgesamt ca. 330 qm umfassen.

Aufgrund seiner Lage zwischen der Kernstadt Friesoythe und dem zweitgrößten Ortsteil Altenoythe sowie der guten Autoerreichbarkeit eignet sich der Planstandort aus Gutachtersicht insbesondere für Einzelhandelsanbieter mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment, deren Ansiedlung in der Innenstadt nicht möglich bzw. nicht erwünscht ist. Durch diese verkehrsgünstige Lage wird eine Ausdehnung des Einzugsgebietes bis in die Umlandgemeinden begünstigt.

Aktuell handelt es sich beim zu prüfenden Standort um eine landwirtschaftliche Nutzfläche; im direkten Umfeld befindet sich bislang kein großflächiger Einzelhandel. Ein Bebauungsplan für diesen Bereich ist in Aufstellung befindlich.

Abb. 1: Vorhabenstandort



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

2.2 Vorhaben

Am Vorhabenstandort an der Altenoyther Straße/ Böseler Straße soll ein BBM-Baumarkt mit integriertem Gartencenter und Backshop sowie ein ergänzender Fachmarkt für Zoo-/ Tierbedarf nach folgender aktueller Planung angesiedelt werden:

Die Planung des BBM Baumarkt/ Gartencenter mit einem Backshop umfassen insgesamt:

6.120 qm Verkaufsfläche.

Der ergänzende Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf umfasst nach aktuellem Planungsstand:

420 qm Verkaufsfläche.

Somit ergibt sich aus der Planungskonzeption in der Summe eine Neuverkaufsfläche durch das gesamte Vorhaben von:

6.540 qm Verkaufsfläche.

Abb. 2: Sortimentsstruktur des geplanten BBM-Baumarktes/ Gartencenters mit Backshop

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	in %
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	6100	99
Baumarktspezifische Sortimente	2870	47
Gartenbedarf	2600	42
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	300	5
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	250	4
Spielwaren	60	1
Hobbybedarf (Fahrräder)	20	< 1
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	20	< 1
Lebensmittel, Reformwaren	20	< 1
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	6.120	100

Anmerkung: Rundungsdifferenzen möglich
 Quelle: BBM Baumärkte
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 3: Sortimentsstruktur des ergänzenden Fachmarkt für Tierfutter /Zoobedarf

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	in %
Tierfutter-/ Zoobedarf	420	100
Einzelhandel insgesamt	420	100

Quelle: BBM Baumärkte
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

Die CIMA wird in den nachfolgenden Berechnungen und Bewertungen eine Untersuchung der vorhabenrelevanten Sortimente vornehmen. Dabei wird untersucht, ob die geplante Einzelhandelsansiedlungen für die Einzelhandelsstrukturen im Einzugsgebiet als verträglich zu bewerten sind.

Bei der Abwägung ist von Bedeutung, in wie weit die bestehenden Wettbewerber im Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes durch Frequenzverluste und Umsatzverdrängungseffekte betroffen sind und negative städtebauliche Effekte zu erwarten sein könnten (im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO).

Fazit

Das Planareal ist im Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe als Sondergebiets-/ Fachmarktstandort ausgewiesen.

Die Lage des Standortes bietet gute Rahmenbedingungen hinsichtlich der verkehrstechnischen Anbindung des Vorhabens. Durch diese verkehrsgünstige Lage wird die Ausdehnung des Einzugsgebietes bis in die Umlandgemeinden begünstigt.

3 RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL

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

In Bezug auf die Friesoyther Einzelhandelssituation sind im Rahmen dieser Untersuchung lediglich vorhabenrelevante Warengruppen von Interesse. Dabei handelt es sich um die folgenden Branchen:

- Baumarktspezifische Sortimente (inkl. Farbe/ Lacke/ Tapeten),
- Gartenbedarf,
- Tierfutter / Zoobedarf,
- Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten,
- Geschenke, Glas/ Keramik/ Porzellan,
- Spielwaren,
- Hobbybedarf (Fahrräder) und
- Lebensmittel.

3.1 Vorhabenrelevante Nachfragesituation in der Stadt Friesoythe

Die Berechnung des Nachfragepotenzials² in der Stadt Friesoythe erfolgt auf der Basis der gemeindeschaffen Einwohnerzahlen (20.590)³ und der jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (90,3 Prozent). Es wird ein Ausgabebesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.297 € für 2008 zu Grunde gelegt. Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer wird dieser an das Niveau jeder Stadt bzw. Gemeinde angepasst. Für Friesoythe ergibt sich somit ein Ausgabebesatz von 4.783,19 € je Einwohner pro Jahr.

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

Das Volumen des Nachfragepotenzials in der Stadt Friesoythe insgesamt liegt damit bei 118,6 Mio. €. Davon sind dem vorhabenrelevanten aperiodischen Bedarfsbereich in der Stadt Friesoythe insgesamt

32,5 Mio. € zuzuordnen.

Im vorhabenrelevanten periodischen Bedarf ergibt sich ein Nachfragepotenzial von

38,9 Mio. €.

² Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Friesoyther Bevölkerung, die dem Einzelhandel zu Verfügung stehen (statistischer Wert).

³ Einwohner vom 31.03.2008 (Stand des Einzelhandelskonzeptes 2009)

Abb. 4: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial in der Stadt Friesoythe

CIMA Warengruppe	Nachfragepotenzial in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	38,9
Lebensmittel, Reformwaren	38,9
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	32,5
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	2,0
Spielwaren	0,7
Hobbybedarf (Fahrräder)	0,5
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,8
Baumarktspezifische Sortimente	9,0
Tierfutter-/ Zoobedarf	0,4
Gartenbedarf	1,2
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	71,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

3.2 Vorhabenrelevante Angebotsstruktur in Friesoythe

Die folgenden Tabellen bilden die vorhabenrelevante Einzelhandelssituation in der Stadt Friesoythe ab:

Abb. 5: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Anzahl Betriebe, Verkaufsfläche)

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	41	10350
Lebensmittel, Reformwaren	41	10350
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	41	14565
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	5	2.345
Spielwaren	3	960
Hobbybedarf (Fahrräder)	7	1015
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	650
Baumarktspezifische Sortimente	17	6880
Tierfutter-/ Zoobedarf	1	820
Gartenbedarf	7	1.895
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	82[*]	24.915[*]

* Anmerkung: Laufende Planungen zur Umsiedlung/ Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes und Nachnutzung des Famila-Altobjektes sind nicht eingeflossen.

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 6: Vorhabenrelevanter Einzelhandel in Friesoythe (Umsatz, Handelszentralität)

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Handelszentralität in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	40,9	105,2
Lebensmittel, Reformwaren	40,9	105,2
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	47,4	146,1
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	7,0	357,9
Spielwaren	1,6	213,1
Hobbybedarf (Fahrräder)	1,8	325,7
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	***	150,7
Baumarktspezifische Sortimente	7,8	86,0
Tierfutter-/ Zoobedarf	***	401,7
Gartenbedarf	2,6	205,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	88,3[*]	123,8[*]

*** Aus Datenschutzgründen werden Umsätze erst ab einer Betriebsanzahl von drei Betrieben aufgeführt.

* Anmerkung: Laufende Planungen zur Umsiedlung/ Erweiterung des Famila Verbrauchermarktes und Nachnutzung des Famila-Altobjektes sind nicht eingeflossen.

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH. 2009

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

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

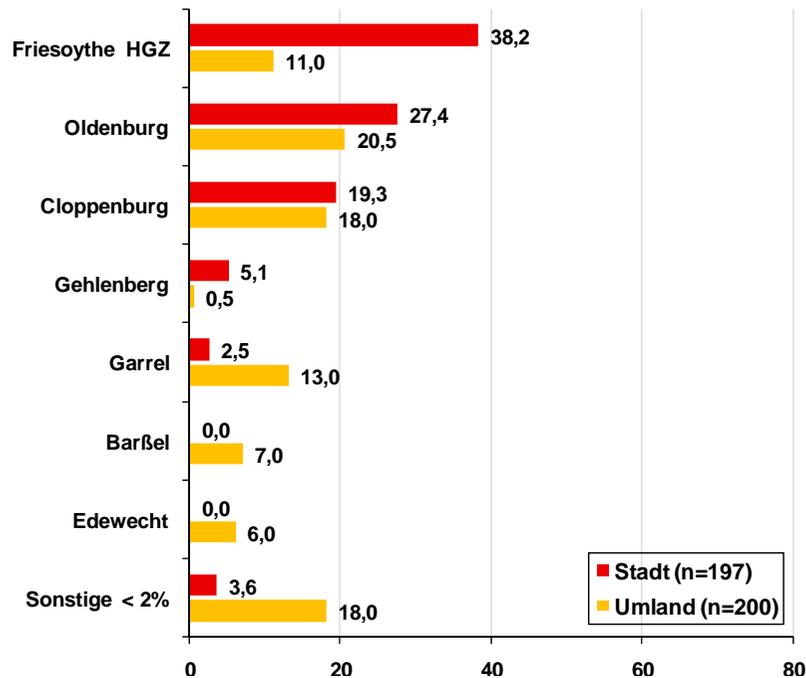
Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Für die Hauptbranche des BBM-Baumarktes „Baumarktspezifische Sortimente“ wurde eine Zentralität in Höhe von 86 Prozent ermittelt. Insgesamt liegt die Einzelhandelszentralität der Stadt Friesoythe bei rd. 163 Prozent, so dass die Branche der baumarktspezifischen Sortimente gemessen an den übrigen vorhabenrelevanten Branchen eine deutlich unterdurchschnittliche Zentralität aufweist. Per Saldo müssen erhebliche Kaufkraftabflüsse verzeichnet werden. Mit der Realisierung des Planvorhabens könnten heutige Kaufkraftabflüsse stärker in Friesoythe gebunden werden sowie Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland gewonnen werden. Im Ergebnis könnte eine Steigerung der Kaufkraftbindung sowie der Einzelhandelszentralität erzielt werden.

In den anderen Branchen (auch den Hauptsortimenten Gartenbedarf und Tierfutter / Zoobedarf), die von der Ansiedlung dieses Planvorhabens betroffen wären, verfügt die Stadt über deutlich höhere Zentralitäten (vorhabenrelevante Einzelhandelszentralität insgesamt: 123,8 Prozent). Sie weisen darauf hin, dass bereits heute hohe Kaufkraftzuflüsse erzielt werden. Das Potenzial für Verkaufsflächenerweiterungen in diesen Branchen ist demzufolge begrenzt. Bei Ansiedlungen wären in erster Linie Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt und nur eine eingeschränkte Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse zu erwarten. Hierbei spielen die lokale und regionale Angebotsstruktur sowie die aktuelle Einkaufsorientierung der Bevölkerung eine wesentliche Rolle, die in den folgenden Kapiteln betrachtet werden.

3.3 Vorhabenrelevante Ergebnisse der Haushaltsbefragung 2008

Abb. 7: Wo kaufen Sie hauptsächlich Baumarkt- und Heimwerkerbedarf/ Gartendarf ein? (Top 8 Nennungen)



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung 2008, in Prozent

Die im Jahr 2008 im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes von der CIMA durchgeführte Haushaltsbefragung zeigt, dass nur ein relativ geringer Anteil der Befragten aus Friesoythe ihren Baumarkt- und Heimwerkerbedarf bzw. Gartenbedarf in der eigenen Stadt decken. Das Hauptgeschäftszentrum wird nur von 38,2 Prozent der Einwohner als Haupteinkaufsort genannt, weitere 5,1 Prozent kaufen in Gehlenberg. Dort ist der Immken Baumarkt (Verkaufsflächegröße deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) niedergelassen.

Insgesamt 46,7 Prozent der Befragten Friesoyther nutzen vorwiegend die großen Bau- und Heimwerkermärkte in Oldenburg und Cloppenburg. Weitere 2,5 Prozent der Nennungen entfallen auf die Anbieter in Garrel.

Hieraus lässt sich ableiten, dass im Bereich Baumarkt- und Heimwerkerbedarf bislang starke Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Friesoythe in die umliegenden Konkurrenzorte bestehen. Die Ansiedlung eines modernen und großflächigen Baumarktes in Friesoythe kann dazu dienen, die Verbraucher und die abfließende Kaufkraft verstärkt an die Stadt zu binden.

Von den Befragten Umlandbewohnern nutzen bislang nur 11,5 Prozent hauptsächlich das Angebot in Friesoythe

Durch die Ansiedlung eines modernen Baumarktes in Friesoythe bietet sich aus Sicht der CIMA deshalb die Chance, neue Einkaufsströme nach Friesoythe zu lenken und somit Kaufkraftzuflüsse zu generieren.

3.4 Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse

Anhand der dargelegten Daten lässt sich deutlich nachweisen, dass in Friesoythe derzeit vergleichsweise hohe Kaufkraftabflüsse bei den „Baumarktspezifischen Sortimenten“ vorliegen.

Ein moderner und großflächig angelegter Baumarkt ist in Friesoythe bislang noch nicht vorhanden. Die Ansiedlung würde aus Gutachtersicht somit zu einer verstärkten Kaufkraftbindung innerhalb der Stadt beitragen und zusätzliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb generieren.

Bei den übrigen Sortimenten des geplanten BBM Baumarktes/ Gartencenters sind bereits heute hohe Kaufkraftzuflüsse nach Friesoythe zu verzeichnen. Dies und die heutige Angebotsstruktur im Bereich Gartenbedarf (Kernsortiment) und in den geplanten Randsortimenten des BBM Baumarktes/ Gartencenters deuten darauf hin, dass eine Umsatzumverteilung auch innerhalb des Stadtgebietes Friesoythe erzeugt werden würde.

Auch im Sortiment Tierfutter /Zoobedarf, das in einem ergänzenden Fachmarkt geplant wird verfügt die Stadt Friesoythe über eine hohe Handelszentralität und über Kaufkraftzuflüsse. Die Angebotsstruktur setzt sich hier vorwiegend aus Randsortimenten und einem spezialisierten Anbieter zusammen. Ein moderner und großflächiger Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf ist bislang in Friesoythe nicht angesiedelt. Dennoch sind auch hier Umsatzumverteilung innerhalb des Stadtgebietes zu erwarten.

3.5 Vorhabenrelevante Bestandssituation in Friesoythe und dem Umland

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

3.5.1 Stadt Friesoythe

Das Angebot im vorhabenrelevanten Bedarfsbereich konzentriert sich im Wesentlichen auf die Ortsteile Friesoythe, Altenoythe, Gehlenberg, Kamperfehn und Markhausen. Als wichtigste Anbieter, die in Konkurrenz zum geplanten Bau- und Gartenmarkt werden, sind die Betriebe Rosemeyer & Rohjans (Hagebau), BAUDI, GS agri in Altenoythe, Grüner Markt, der Famila Baumarkt und der Immken Baumarkt in Gehlenberg zu nennen.

Zentrale Versorgungsbereiche Friesoythe

In den **Zentralen Versorgungsbereichen** der Stadt Friesoythe – Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe – ist insgesamt nur ein großflächiger, vorhabenrelevanter Betrieb mit über 800 qm Verkaufsfläche angesiedelt: der Bau-disconter BAUDI.

Der **Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** hat im vorhabenrelevanten Bedarfsbereich neben zwei Fahrradläden ein Spielzeuggeschäft und einen Anbieter von Glas, Porzellan, Keramik und Gartenmöbeln vorzuweisen. Hier befinden sich auch zwei Bäckereifilialen. Weitere Anbieter führen vorhabenrelevante Sortimente im Randsortiment. Die Sortimente Tierfutter und Zoobedarf sowie Elektrogeräte/ Lampen/ Leuchten sind nicht im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt.

Abb. 8: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

Im **Zentralen Versorgungsbereich Barßeler Straße** ist der Bau-Discounter BAUDI adressiert. Darüber hinaus gibt es einen Anbieter im Segment Tierfutter und Zoobedarf und eine Bäckereifiliale.

Abb. 9: Zentraler Versorgungsbereich Barßeler Straße



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Im **Zentralen Versorgungsbereich Altenoythe** befinden sich zwei Bäckereifilialen. Die übrigen vorhabenrelevanten Sortimente werden lediglich im Randsortiment zum Verkauf angeboten.

Abb. 10: Zentraler Versorgungsbereich Barßeler Straße



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Sonstiges Friesoyther Stadtgebiet

Von den Betrieben aus dem weiteren Kernstadtgebiet treten insbesondere der Grüne Markt und Rosemeyer & Rohjans (Hagebau) in Konkurrenz zum Planvorhaben. Ergänzend finden sich hier fünf Anbieter von Elektrozubehör (v.a. der großflächige Euronics in der Emsstraße), ein Anbieter von Fahrradzubehör (Europastraße), zwei Sonderpostenmärkte und das Dänische Bettenlager. Das Sortiment Tierfutter und Zoobedarf ist im sonstigen Friesoyther Stadtgebiet (außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche) nur als Randsortiment vorzufinden.

Der heutige Familia-Baumarkt wird im Rahmen der geplanten Umsiedlung des Familia aufgelöst; nur ein Teil der heute dort vorhandenen Verkaufsflächen im Bereich Baumarktbedarf werden auch im neuen Markt noch zu finden sein.

Im Ortsteil **Altenoythe** hat das Vorhaben vor allem für den GS agri Markt (Altenoyther Straße) Relevanz.

Im Ortsteil **Gehlenberg** sind in der Mühlenstraße zwei Baumärkte adressiert: Immken Baumarkt und GS agri Markt. Weiterhin findet sich hier in der Kirchstraße ein Anbieter für Fahrradzubehör.

Die vorhabenrelevante Angebotsstruktur in **Kamperfehn** konzentriert sich auf den MK Bau+Heimwerkermarkt an der Kreisstraße.

Markhausens vorhabenrelevantes Angebot beschränkt sich auf kleinflächige Anbieter (Gartengeräte, Blumenhaus Bohlsen, Quelle Shop, Fahrradzubehör).

In den Ortsteilen **Thüle** und **Neuscharrel** sind jeweils ein kleinflächiger Anbieter von Baumarktzubehör (unter 100 qm) und ein Anbieter von Fahrradzubehör ansässig.

In **Neuvrees** ist nur ein Anbieter von landwirtschaftlichem Spezialbedarf angesiedelt.

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

Hinzu kommt insbesondere in der Kernstadt Friesoythe das vorhabenrelevante Angebot als Randsortiment, z.B. in den Verbrauchermärkten.

Abb. 11: Sonstiges Stadtgebiet: Hagebaumarkt; Blumenhaus Bohlsen; Familia



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

3.5.2 Bestandssituation im näheren Untersuchungsgebiet

Gemeinde Bösel (rd. 7.500 Einwohner)

Das vorhabenrelevante Angebot in der Gemeinde Bösel erstreckt sich vornehmlich auf eine zentrumsnah gelegene Zoohandlung (vor allem Zierfische) an der Fliederstraße, einen Anbieter von Farben und Bodenbelägen in der Industriestraße (Gewerbegebiet) und zwei Anbietern von Elektrobedarf (je einer zentral und einer im Gewerbegebiet gelegen).

Gemeinde Barßel (rd. 12.550 Einwohner)

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

Im Ortsteil Barßel sind zwei Baumärkte angesiedelt, wobei sich der eine (Raiffeisen Baumarkt) im Ortskern (Friesoyther Straße), der andere (Lütjes) im Gewerbegebiet (Dritter Hüllenweg) befindet. Im Ortskern finden sich weiterhin noch Raummode Enners (Elisabethstraße) und ein Fahrradgeschäft (Ammerländer Straße). Etwas abseits der Einzelhandelsballung hat sich ein Elektromarkt an der Feldstraße angesiedelt.

Im Ortsteil Elisabethfehn ist an der Dockstraße der Baumarkt Immken und an der Ankerstraße ein weiteres Fahrradgeschäft adressiert.

Der Ortsteil Harkebrügge hat außer „Farben Werner“ keinen weiteren vorhabenrelevanten Einzelhandel vorzuweisen.

Abb. 12: Barßel: Immken-Baumarkt



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Gemeinde Edewecht (rd. 21.000 Einwohner)

Die Gemeinde Edewecht setzt sich aus 15 Bauernschaften zusammen, wobei der Einzelhandel in den Gemeindeteilen Edewecht, Jeddelloh I und Jeddelloh 2, Osterscheps und Portsloge konzentriert ist. Vorhabenrelevanter Einzelhandel findet sich sogar nur in Edewecht, Jeddelloh I, Jeddelloh II und Portsloge.

In Edewecht finden sich dezentral zwei Baumärkte (Güterstraße und Bachmannsweg), ein Sonderpostenmarkt (am Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße) und zwei solitär gelegene Gartencenters (Bachmannsweg und Hauptstraße).

Weiterhin sind im Gemeindeteil Edewecht mehrere kleinteilige vorhabenrelevante Versorger vorhanden: u.a. fünf Anbieter von Elektrozubehör und ein Anbieter von Zoobedarf. Im Zentrum Edewechts ist außerdem noch ein kleinerer Gartenmarkt adressiert. Zwei großflächige Anbieter anderer Sortimentsgruppen bieten allerdings auch vorhabenrelevante Warengruppen im Randsortiment auf größeren Verkaufsflächen an. So v.a. in der Möbelrampe am Grubenhof und im Combi-Markt in der Hauptstraße.

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

In Jeddelloh I und Jeddelloh II sind mehrere kleinere Anbieter vorhabenrelevanter Branchen adressiert, v.a. ein Anbieter von Gartentechnik (Jeddelloh I) und ein Anbieter von Malerzubehör (Jeddelloh II).

gelegener Anbieter von Malerzubehör, ein Gartencenter am Arnsweg, zwei Anbieter von Fahrradzubehör (beide zentral gelegen) und ein Anbieter von Zoobedarf an einem Außenstandort adressiert.

Abb. 13: Edewecht: Blumencenter Wiesmoor, Mc Garden, Raiffeisen-Markt



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Gemeinde Esterwegen (rd. 5.200 Einwohner)

Die westlich von Friesoythe gelegene Gemeinde Esterwegen verfügt zwar über ein weites Angebot an vorhabenrelevanten Branchen, allerdings verfügt kein Betrieb über eine Verkaufsfläche von mehr als 1.000 qm. In Esterwegen sind aber u.a. Agravis und Rolfes (Malerzubehör) am Standort Lattenberg, der zentrumsnah gelegene Baumarkt im Clemenswerth, ein weiterer zentrumsnah

Gemeinde Garrel (rd. 12.950 Einwohner)

Die Gemeinde Garrel liegt zwischen Friesoythe und Cloppenburg und setzt sich aus 12 Bezirken zusammen, wobei sich der Einzelhandel auf Varrelbusch und Garrel-Ort beschränkt. Über Verkaufsflächen von mehr als 1.000 qm verfügen hier nur ein Sonderpostenmarkt im Ortszentrum Garrel und die beiden Baumärkte BBM (Amerikastraße) und GS agri Markt (Petersfelder Straße).

In Garrel-Ort sind folgende vorhabenrelevante Betriebe vorhanden: der großflächige BBM Baumarkt in der Amerikastraße (rund 5.000 qm), ein Holzfachmarkt in der Böseler Straße, der GS agri Markt in der Petersfelder Straße, ein Sonderpostenmarkt in der Gutenbergstraße und weitere kleinere Anbieter.

Gemeinde Lorup (rd. 3.200 Einwohner)

In der Gemeinde Lorup sind im Bereich des vorhabenrelevanten Einzelhandels der Raiffeisen-Baumarkt in der Raiffeisenstraße, der Haus- und Gartenmarkt in der Wertler Straße, Maler Gravel (Breddenberger Straße) und ein Anbieter von Elektro- und Sanitärzubehör in der Brinkstraße adressiert.

Abb. 14: Lorup: Raiffeisen-Markt



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Gemeinde Molbergen (rd.7.800 Einwohner)

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

In Molbergen-Ort befindet sich in zentrumsnaher Lage ein GS agri Markt (rd. 1220 qm), dessen Sortiment von Baumarktartikeln über Zoobedarf bis hin zu Gartenmöbeln bzw. -zubehör reicht. Des Weiteren ist in der Mühlenstraße der Kibitzmarkt mit einer Verkaufsfläche von 180 qm angesiedelt, in dem ausschließlich Tierfutter und Zoobedarf angeboten wird, sowie in der Cloppenburger Straße eine Posten Börse (rd. 1200 qm), die u.a. Gartenmöbel anbietet..

In Gewerbegebietslage befindet sich außerdem Reißelmann Holz & Baustoffe (Hohe Feldstraße); hier werden Baumarktartikel sowie Gartenzubehör angeboten.

Abb. 15: Molbergen: Reißelmann Holz & Baustoffe



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Gemeinde Saterland (rd. 12.900 Einwohner)

Die Gemeinde Saterland setzt sich zusammen aus den vier Gemeindeteilen Ramsloh, Scharrel, Sedelsberg und Strücklingen. Die vorhabenrelevanten Hauptanbieter finden sich hier vornehmlich in Ramsloh (Sonderposten- und Gartenmarkt), Sedelsberg (Holz Niehaus, Pflanzencenter) und Scharrel (Raiffeisen-Fachmarkt).

Im Gemeindeteil Ramsloh sind neben zwei kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben aus dem Bereich Geschenke/ Hausrat ein Sonderpostenmarkt, ein Anbieter von Elektrozubehör und ein Markt für Garten- und Landschaftsbau angesiedelt.

In Sedelsberg sind vor allem die vorhabenrelevanten Anbieter Holz Niehaus, zwei Pflanzencenter/ Gartenmärkte, zwei Elektroanbieter und ein Malerzubehörgeschäft angesiedelt.

Der Gemeindeteil Scharrel verfügt am Raiffeisendamm über einen großflächigen Raiffeisen-Fachmarkt, an der Hauptstraße über einen großflächigen, zentral gelegenen Elektrofachmarkt und einen kleinteiligen Einzelhandelsbetrieb aus dem Sortimentsbereich Geschenke/ Hausrat an einem solitären Standort.

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

In Strücklingen findet sich ein Raiffeisenmarkt an der Bahnhofstraße.

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

Im vorhabenrelevanten Sortiment verfügen die Gemeinde Hilkenbrook, die Gemeinde Rastdorf sowie die Gemeinde Vrees über kein relevantes Angebot.

3.5.3 Einzelhandelssituation im weiteren Untersuchungsgebiet

Cloppenburg (rd. 32.250 Einwohner)

Die Stadt Cloppenburg liegt südöstlich von Friesoythe. Neben der Kernstadt gehören elf Ortsteile zum Stadtgebiet. In der Kernstadt konzentriert sich auch der vorhabenrelevante Einzelhandel, zu dem immerhin auch sechs Anbieter mit Verkaufsflächen über 1.000 qm zählen: OBI, Hammer, Hagebaumarkt, Albers Baummarktartikel, Einrichtungshaus Bley und Schouten.

Im Ortszentrum finden sich neben dem Einrichtungshaus Bley in der Mühlenstraße nur kleinflächige Anbieter.

Die Baumärkte OBI und Hagebaumarkt sind beide etwas peripher am Lankumer Ring adressiert, der Hammer Fachmarkt für Heim-Ausstattung, Albers (Einrichtungsdiscouter) und der Klier Baumarkt sind an der Emsteker Straße angesiedelt –. Innerhalb der Gewerbegebietslage befinden sich unweit des Albers-Marktes und des Klier-Baumarktes zudem der BIG Discouter für Heimtextilien in der Daimler Straße und ein Gartencenter (Schouten) in der Cappelner Straße.

Integriert gelegen ist der Markt für Bodenbeläge in der Löninger Straße (Lohmann).

Abb. 16: Cloppenburg: Fressnapf



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Oldenburg (rd. 126.000 Einwohner)

Das Oberzentrum Oldenburg liegt nordöstlich von Friesoythe. Im Stadtgebiet befinden sich neben zahlreichen kleineren Anbietern fünf große Baumärkte, die eine Verkaufsfläche von über 1000 qm aufweisen: Bahr, OBI, Toom, Hornbach und Praktiker.

In den Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Oldenburg sind keine Baumärkte angesiedelt. Hier sind in erster Linie kleinere Geschäfte niedergelassen. Eine Ausnahme bildet hierbei der Zentrale Versorgungsbereich Hauptstraße Eversten, da dort der Standort des Fachmarktes Obi (Ammerländer Heerstraße) ist, der im Randsortiment über 800 qm Verkaufsfläche mit Gartenbedarf verfügt.

Einen größeren Anteil an Verkaufsfläche mit Gartenbedarf weist das Fachmarktzentrum Wechloy auf (Gartencenter Pflanzen & Blumen sowie den Randsortimenten im Baumarkt Bahr). Aber auch Toom (Alter Postweg) sowie in der Edewechter Landstraße Hornbach und der Raiffeisenmarkt weisen in ihrem Sortiment Gartenbedarf/-artikel bzw. Gartenmöbel auf.

Der größte Anteil an Verkaufsfläche im Hauptsortiment Baumarktartikel ist allerdings außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt.

4 AUSZÜGE AUS DEM EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT FRIESOYTHE

4.1 Vorhabenrelevante Aussagen des Einzelhandelskonzeptes

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe (CIMA 2009) ist der Standort des Planvorhabens als Entwicklungsfläche für einen Sondergebiets-/Fachmarktstandort deklariert.

Im Einzelhandelskonzept wurden für den Sondergebiets-/Fachmarktstandort Böseler Straße folgende Aussage getroffen:

- *Der Standort ist für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (auch großflächig) grundsätzlich geeignet. Aus Sicht der CIMA eignet sich die Kreuzung Böseler Straße/Altenoyther Straße insbesondere für Ansiedlungen von schwer transportierbaren Sortimenten (Möbel, Baumarktartikel) und eine Ansiedlung im Bereich Kfz, verbunden mit Handwerk und Dienstleistung. Eine Ansiedlung dieser Branchen innerhalb des HGZ⁴ Friesoythes wäre hingegen mit zusätzlichen Verkehrsströmen verbunden, die zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt eher vermieden werden sollten.*
- *Nachdem das Planvorhaben des Baumarktes zwischenzeitlich näher umrissen ist, sind die zu erwartenden Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel im Rahmen einer gesonderten Verträglichkeitsuntersuchung zu überprüfen.*

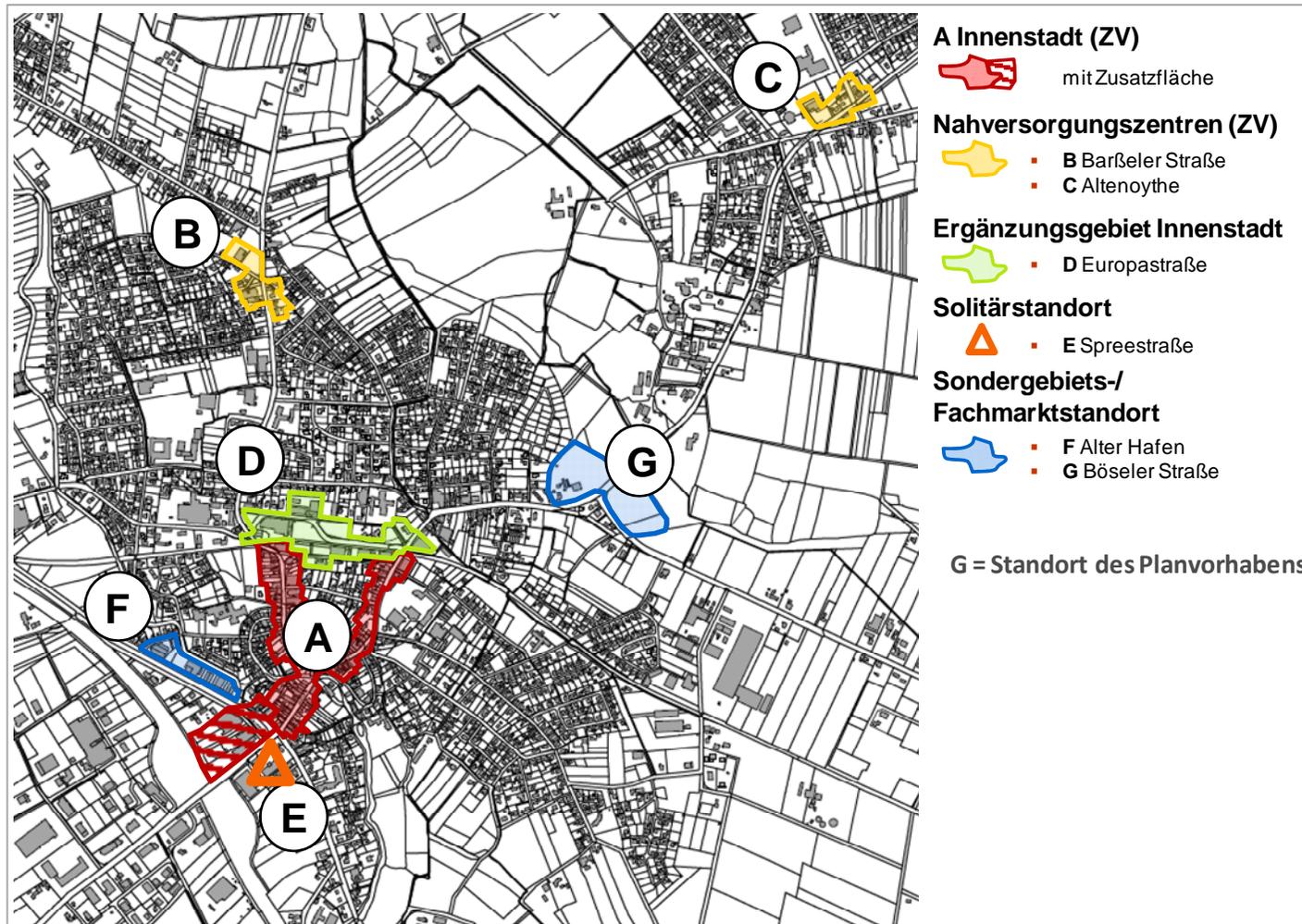
Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Ansiedlung von Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel. In diesem Punkt entspricht das Vorhaben an diesem Standort den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Friesoythe.

Zusätzlich sind folgende Aussagen des Einzelhandelskonzeptes zu berücksichtigen. Bezüglich der Ansiedlung von zentrenrelevanten Randsortimenten sind folgende planerische Zielsetzungen im Einzelhandelskonzept enthalten:

- *Zentrenrelevante Randsortimente sind auf 10 Prozent der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebs und eine absolute Obergrenze von 800 qm Verkaufsfläche zu begrenzen ...*
- *Beschränkungen der zentrenrelevanten Einzelsortimente auf maximal 100 qm Verkaufsfläche. Beispiel: Im Fall der Neuansiedlung eines nicht-zentrenrelevanten Fachmarktes mit 3.000 qm Verkaufsfläche bedeutet dies eine zulässige Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente von 300 qm. Diese Fläche könnte dann zum Beispiel in 100 qm für Bekleidung, 100 qm für Schuhe und 100 qm für Geschenke/ Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat aufgeteilt werden*

⁴ Hauptgeschäftszentrum

Abb. 17: Einordnung in das Einzelhandelskonzept



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

4.2 Einbindung in das Einzelhandelskonzept

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

Abb. 18: Sortimentsstruktur entsprechend der „Friesoyther Sortimentsliste“ des geplanten BBM-Baumarktes/ Gartencenters mit Backshop

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	in %
Zentrenrelevante Sortimente	330	5
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	250	4
Spielwaren	60	1
Hobbybedarf (Fahrräder)	20	< 1
Nahversorgungsrelevante Sortimente	20	< 1
Lebensmittel, Reformwaren	20	< 1
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	5.770	94
Baumarktspezifische Sortimente	2870	47
Gartenbedarf	2600	42
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	300	5
Einzelhandel insgesamt	6.120	100

Quelle: BBM Baumärkte; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 19: Sortimentsstruktur entsprechend der „Friesoyther Sortimentsliste“ des ergänzenden Fachmarkt Tierfutter /Zoobedarf

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	420	0,5
Tierfutter-/ Zoobedarf	420	0,5
Einzelhandel insgesamt	420	0,5

Quelle: BBM Baumärkte; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Betrachtet man den Anteil zentrenrelevanter Randsortimente am Gesamtvorhaben zeigt sich eine Unvereinbarkeit mit dem Friesoyther Einzelhandelskonzept.

Insgesamt umfassen die zentrenrelevanten Randsortimente des geplanten BBM-Baumarktes/ Gartencenters zwar lediglich fünf Prozent der Gesamtverkaufsfläche. Dieser Wert liegt somit deutlich unter den laut Einzelhandelskonzept maximal zulässigen 10 Prozent der Gesamtverkaufsfläche.

Hinsichtlich der maximalen Verkaufsflächenobergrenze von 100 qm bei Einzel-sortimenten kommt es jedoch zu einer Überschreitung in den Bereichen „Geschenke/ Glas/ Porzellan/ Keramik“ und „Hausrat“. **Hier wird eine geringe Modifizierung der Verkaufsfläche erforderlich, um eine Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem Einzelhandelskonzept zu erzielen.**

Darüber hinaus dürfen gemäß Einzelhandelskonzept sowie §11 Abs. 3 Bau NVO von den geplanten Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt ausgehen. Die Auswirkungen müssen im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung nachgewiesen werden.

In diesem Gutachten wird abgewogen, in wie weit der bestehende Einzelhandel im Einzugsgebiet von Frequenzverlusten und Verdrängungsumsätzen betroffen wäre und negative städtebauliche Effekte zu erwarten sind. Insbesondere die Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche in Friesoythe werden in diesem Gutachten kritisch geprüft.

Fazit

Der Planstandort ist entsprechend dem Einzelhandelskonzept Friesoythe für die Ansiedlung von großflächigen nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel grundsätzlich geeignet.

Aufgrund der vorgeschriebenen Begrenzung der zentrenrelevanten Einzelsortimente auf maximal 100 qm Verkaufsfläche ist eine Modifizierung des Vorhabens bzw. der maximalen Verkaufsfläche in den Sortimentsbereichen Geschenke/ Glas/ Porzellan/ Keramik und Hausrat erforderlich, um eine Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem Einzelhandelskonzept zu erzielen.

5 ABSCHÄTZUNG DER AUSWIRKUNGEN DES PLANVORHABENS AUF DIE BESTEHENDE EINZELHANDELSSTRUKTUR

In der Stadt Friesoythe ist die Ansiedlung eines BBM Baumarktes/ Gartencenters am Standort Altenoyther Straße/ Böseler Straße mit insgesamt 6.100 qm Verkaufsfläche. Ergänzend ist ein Backshop mit 20 qm Verkaufsfläche angedacht. Darüber hinaus ist ein Fachmarkt Tierfutter / Zoobedarf mit 420 qm Verkaufsfläche geplant.

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

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

5.1 Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter

5.1.1 Struktur des Teilvorhabens BBM Baumarkt/ Gartencenter mit ergänzendem Backshop

Abb. 20: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose BBM Baumarkt/ Gartencenter mit ergänzendem Backshop

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevantes Kernsortiment	5470	6,6
Baumarktspezifische Sortimente	2870	3,9
Gartenbedarf	2600	2,7
vorhabenrelevantes Randsortiment	650	1,2
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	300	0,6
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	250	0,3
Spielwaren	60	0,1
Hobbybedarf (Fahrräder)	20	0,0
Lebensmittel, Reformwaren	20	0,2
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	6.120	7,9

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

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

Die CIMA Beratung + Management GmbH prognostiziert für das Planvorhaben zur Neuansiedlung des BBM Baumarktes/ Gartencenters mit ergänzendem Backshop einen Einzelhandelsumsatz (brutto), der bei

7,9 Mio. € im Jahr liegen dürfte.

Im **aperiodischen Bedarf** wird ein zusätzlicher Umsatz von ca.

7,7 Mio. € erwartet

Für die Sortimente im **periodischen Bedarfsbereich** wird ein zusätzlicher Umsatz von insgesamt rd.

0,2 Mio. € berechnet,

der als umverteilungsrelevant zu bewerten ist.

5.1.2 Herkunft des Teilvorhabenumsatzes BBM Baumarkt/ Gartencenter

Vorbemerkungen Umsatzherkunft

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

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

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

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

Einflussgrößen sind z.B.:

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

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

Die in den Kapiteln zuvor dargestellte Angebotssituation in Friesoythe verdeutlicht insbesondere im Bereich des Angebotes bei den „baumarktspezifischen Sortimenten“ Defizite und somit Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Friesoythe.

In den übrigen Branchen (auch im Hauptsortiment Gartenbedarf) werden hingegen bereits heute Kaufkraftzuflüsse generiert. Das Potenzial für Verkaufsfächenerweiterungen in diesen Branchen ist demzufolge begrenzt, ebenso wie eine weitere Steigerbarkeit der entsprechenden Handelszentralitäten.

Abb. 21: Umsatzherkunft des Teilvorhabens BBM Baumarkt/ Gartencenter

Umsatzherkunft aus ...	in Mio. €	in %
Stadt Friesoythe insgesamt	2,0	25
davon Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	0,1	2
davon Nahversorgungszentrum Barßler Straße	0,1	2
davon Nahversorgungszentrum Altenoythe	0,0	0
davon sonstiges Stadtgebiet Friesoythes	1,7	22
außerhalb des Stadtgebietes Friesoythe insgesamt	5,9	75
davon Gemeinde Barßel	0,4	5
davon Gemeinde Bösel	0,2	3
davon Gemeinde Edewecht	0,7	9
davon Gemeinde Esterwegen	0,2	2
davon Gemeinde Garrel	0,6	8
davon Gemeinde Lorup	0,0	1
davon Gemeinde Molbergen	0,2	3
davon Gemeinde Saterland	0,6	8
davon übrigen Gemeinde (Hilkenbrook, Rastorf, Vrees)	-	0
davon Stadt Cloppenburg	1,0	12
davon Stadt Oldenburg	1,6	21
außerhalb des Untersuchungsgebiets	0,4	5
Gesamtsumme	7,9	100

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Insgesamt würden rund **2,0 Mio. Euro** des Umsatzes des BBM Baumarktes/ Gartencenters innerhalb des Stadtgebietes von Friesoythe verdrängt. Die höchsten Umsatzanteile stammen aus dem sonstigen Stadtgebiet Friesoythes. Hier sind u.a. der Grüne Markt, der GS agri Markt in Altenoythe sowie die Baumärkte Hagebau und Immken niedergelassen.

Etwa **5,9 Mio. Euro** des Planvorhabenumsatzes stammen von **außerhalb der Stadt Friesoythe**. 37 Prozent des Vorhabenumsatzes werden in den direkten Umlandgemeinden Friesoythes abgeschöpft.

Darüber hinaus verzeichnet die Stadt Friesoythe heute hohe Kaufkraftabflüsse nach Oldenburg und Cloppenburg. Aus diesen beiden Städten ist eine Umsatzumverteilung von 33 Prozent zurück nach Friesoythe zu erwarten.

Zudem liegt der Anteil an Umsatzverdrängung in Orten außerhalb des dargestellten Untersuchungsgebietes (auch Zuflüsse durch Touristen, Tagesbesucher, Pendler etc.) bei 5 Prozent.

5.1.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Teilvorhabens BBM Baumarkt/ Gartencenter

Nachfolgend wird der Umsatz des geplanten BBM Baumarktes/ Gartencenters den heutigen Umsätzen des Einzelhandels in dessen Einzugsgebiet gegenübergestellt.

Vorbemerkungen zur Umsatzverdrängungsquote

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

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

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

⁶ OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6.2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentrO)

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

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

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

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

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

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

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

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

¹¹ OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201; OVG Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwertes“ ist ein Kaufkraftabfluss nach der obergerichtlichen Rechtsprechung zumeist erst dann, wenn die Umsatzumverteilung deutlich mehr als 10 Prozent beträgt. Genannt wird – allerdings abhängig unter anderem vom maßgeblichen Sortiment – ein Mindestwert von etwa 20 bis 25 Prozent.¹² Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B 51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzabfluss von bis zu 20 Prozent für vertretbar gehalten und die Berufung zum OVG zugelassen.

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

Als Richtwert für die Verträglichkeit von Neuansiedlungen verwendet die CIMA im Allgemeinen jedoch die oben genannte 10 Prozent-Grenze als wesentlichen Bewertungsmaßstab. Je nach Situation vor Ort sollten dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätz-

lich möglich sein. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung.

4128/01BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76 = auch Internetseite des OVG Lüneburg www.dbovg.niedersachsen.de.

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

Abb. 22: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter innerhalb der Stadt Friesoythe

Sortiment	Stadtgebiet Friesoythe														
	Zentrale Versorgungsbereiche									Sonstiges Stadtgebiet			Friesoythe gesamt		
	Innenstadt			Barßler Straße			Altenoythe								
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevante Kernsortimente	0,8	0,0	1,7	1,3	0,1	7,6	0,1	0,0	0,0	9,8	1,2	12,2	12,0	1,3	11,0
Baumarktspezifische Sortimente	***	0,0	***	***	0,1	***	***	0,0	***	7,5	0,8	11,2	9,4	0,9	10,0
Gartenbedarf	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	2,3	0,4	15,6	2,6	0,4	14,6
vorhabenrelevante Randsortimente	3,3	0,1	3,3	2,9	0,0	0,8	4,6	0,0	0,7	41,6	0,5	1,2	52,4	0,7	1,3
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,7	0,1	9,6	***	0,0	***	***	0,0	***	0,4	0,0	10,1	1,1	0,1	9,8
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	0,0	0,0	0,0	***	0,0	***	***	0,0	***	6,9	0,3	4,5	7,0	0,3	4,5
Spielwaren	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	0,3	0,0	2,2	1,6	0,0	2,6
Hobbybedarf (Fahrräder)	***	0,0	***	***	0,0	***	***	0,0	***	1,5	0,0	1,2	1,8	0,0	1,0
Lebensmittel, Reformwaren	1,1	0,0	0,9	2,8	0,0	0,7	4,6	0,0	0,7	32,4	0,1	0,4	40,9	0,2	0,5
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	4,1	0,1	3,0	4,2	0,1	3,0	4,7	0,0	0,6	51,4	1,7	3,3	64,3	2,0	3,1

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

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

Abb. 23: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter im nahen Untersuchungsgebiet 1

Sortiment	Nachbargemeinden/ Grundzentren im Untersuchungsgebiet außerhalb Friesoythes														
	Gemeinde Barßel			Gemeinde Bösel			Gemeinde Edewecht			Gemeinde Esterwegen			Gemeinde Garrel		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevante Kernsortimente	4,9	0,3	6,6	3,3	0,2	6,4	8,4	0,6	7,7	2,2	0,1	5,9	6,7	0,5	8,1
Baumarktspezifische Sortimente	4,0	0,3	6,4	***	0,2	***	4,4	0,3	6,7	2,0	0,1	5,9	4,4	0,3	7,5
Gartenbedarf	***	0,1	***	***	0,0	***	4,0	0,4	8,9	***	0,0	***	2,3	0,2	9,4
vorhabenrelevante Randsortimente	30,4	0,0	0,1	11,6	0,0	0,2	42,7	0,1	0,1	17,3	0,0	0,1	30,2	0,1	0,2
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,0	0,0	1,7	***	0,0	***	1,5	0,0	1,5	0,8	0,0	0,9	2,1	0,0	1,6
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	***	0,0	***	***	0,0	***	1,7	0,0	1,2	0,2	0,0	3,0	0,7	0,0	3,4
Spielwaren	***	0,0	***	***	0,0	***	0,6	0,0	1,5	0,2	0,0	2,8	0,3	0,0	1,9
Hobbybedarf (Fahrräder)	***	0,0	***	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,7	***	0,0	***
Lebensmittel, Reformwaren	27,7	0,0	0,0	10,6	0,0	0,0	38,9	0,0	0,0	16,0	0,0	0,0	26,9	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	35,4	0,4	1,0	14,9	0,2	1,6	51,1	0,7	1,4	19,5	0,2	0,8	36,9	0,6	1,7

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

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

Abb. 24: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter im nahen Untersuchungsgebiet 2

Sortiment	Gemeinde Lorup			Gemeinde Molbergen			Gemeinde Saterland			übrige Umlandgemeinden Hilkenbrook, Rastorf, Vrees		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevante Kernsortimente	0,7	0,0	4,6	3,6	0,2	5,0	8,0	0,5	6,7	0,0	0,0	0,0
Baumarktspezifische Sortimente	***	0,0	***	2,9	0,1	4,7	2,7	0,1	4,4	0,0	0,0	0,0
Gartenbedarf	***	0,0	***	***	0,0	***	5,3	0,4	7,9	0,0	0,0	0,0
vorhabenrelevante Randsortimente	4,5	0,0	0,2	26,2	0,0	0,1	31,1	0,1	0,2	1,4	0,0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	***	0,0	***	1,0	0,0	1,2	3,4	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	***	0,0	***	1,5	0,0	1,0	2,0	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0
Spielwaren	***	0,0	***	0,1	0,0	1,3	0,2	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0
Hobbybedarf (Fahrräder)	0,0	0,0	0,0	***	0,0	***	***	0,0	***	0,0	0,0	0,0
Lebensmittel, Reformwaren	4,0	0,0	0,0	19,6	0,0	0,0	25,5	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	5,2	0,0	0,8	29,8	0,2	0,7	39,1	0,6	1,5	1,4	0,0	0,0

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

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

Abb. 25: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben BBM Baumarkt/ Gartencenter im erweiterten Untersuchungsgebiet

Sortiment	Erweiterten Untersuchungsgebiet außerhalb Friesoythes								
	Stadt Cloppenburg**			Stadt Oldenburg**			erweitertes Untersuchungsgebiet		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
vorhabenrelevante Kersortimente	28,6	0,9	3,2	86,3	1,5	1,7	114,9	2,4	2,1
Baumarktspezifische Sortimente	25,1	0,6	2,3	72,0	0,8	1,1	97,1	1,3	1,4
Gartenbedarf	3,6	0,3	9,6	14,3	0,7	4,9	17,8	1,0	5,9
vorhabenrelevante Randsortimente	12,0	0,1	0,6	37,9	0,1	0,4	49,9	0,2	0,4
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3,2	0,0	0,6	7,6	0,0	0,6	10,8	0,1	0,6
Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten	3,5	0,0	1,3	11,6	0,1	0,8	15,1	0,1	0,9
Spielwaren	0,8	0,0	1,0	8,4	0,0	0,1	9,2	0,0	0,2
Hobbybedarf (Fahrräder)	0,0	0,0	0,0	8,1	0,0	0,0	8,1	0,0	0,1
Lebensmittel, Reformwaren	4,4	0,0	0,0	2,3	0,0	0,0	6,7	0,0	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	40,6	1,0	2,4	124,2	1,6	1,3	164,8	2,6	1,6

** nur vorhabenrelevante Betriebe ab 400 qm einbezogen

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

5.1.4 Wirkungsanalyse des Teilvorhabens BBM Baumarktes/ Gartencenters

Anhand der ökonomischen Wirkungsanalyse wurde die Verdrängungswirkung der Ansiedlung eines BBM Baumarktes/ Gartencenters am Standort Altenoyther Straße/ Böseler Straße in der Stadt Friesoythe untersucht. Dabei wurde eine differenzierte lokale Betrachtung in der Stadt Friesoythe hinsichtlich der Zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe sowie dem sonstigen Friesoyther Stadtgebiet und eine regionale Betrachtung des nahen bzw. entfernteren Untersuchungsgebietes vorgenommen, um räumliche unterschiedlichen Effekte auf bestehende Einzelhandelsstrukturen beurteilen zu können.

Verträglichkeit Stadt Friesoythe

Auf Basis der ökonomischen Wirkungsanalyse stellt sich die Ansiedlung des BBM Baumarktes/ Gartencenters in Friesoythe in der kommunalen Betrachtung ohne eine Modifizierung der Sortimentsstruktur bzw. eine Verkaufsflächenreduzierung bei einzelnen Sortimenten als kritisch dar.

Es ist davon auszugehen, dass die geplante Ansiedlung des geplanten Kernsortiments **Baumarktspezifische Sortimente** in erster Linie zu Lasten der im *sonstigen Stadtgebiet* angesiedelten vorhabenrelevanten Betriebe geht, d.h. vor allem der verschiedenen Bau- und Heimwerkermärkte sowie eingeschränkt der Sonderpostenmärkte. Von hier stammen 21 Prozent des Vorhabenumsatzes. Die prognostizierte Verdrängungsquote liegt bei immerhin 11,2 Prozent.

Durch die zu erwartenden Auswirkungen können einzelne bestehende Betriebe unter starken Konkurrenzdruck geraten. Da jedoch insgesamt keine negativen städtebaulichen Effekte zu erwarten sind und das Baumarktsortiment in Friesoythe keine zentrenbildende Funktion übernimmt, kann die CIMA die prognostizierten Verdrängungsquoten noch als verträglich werten. Bei der

Beurteilung des Vorhabens muss zudem berücksichtigt werden, dass aufgrund der vergleichsweise niedrigen Handelszentralität im baumarktspezifischen Sortiment sowie die derzeitigen Angebotsstruktur derzeit noch deutliche Abflüsse in die Umlandkommunen stattfinden. Ein moderner und großflächig angelegter Baumarkt ist in Friesoythe bislang noch nicht vorhanden, so dass durch die geplante Umsetzung des Planvorhabens BBM Baumarkt/ Gartencenter eine qualitative Aufwertung des Einzelhandelsangebotes erfolgen würde. Die Ansiedlung würde aus Gutachtersicht zu einer verstärkten Kaufkraftbindung innerhalb der Stadt beitragen und zusätzliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb generieren.

Auf die *Zentralen Versorgungsbereiche* sind von der Ansiedlung keine negativen städtebaulichen Effekte zu erwarten. Die Verdrängungsquoten liegen hier deutlich unter 10 Prozent. Obwohl der BAUDI an der Barßeler Straße – wie im folgenden dargestellt – auch in anderen Sortimentsbereichen von den Auswirkungen des Planvorhabens berührt wird, verfügt er aufgrund seiner Ausrichtung auf die „Billigschiene“ aus Sicht der CIMA über die Möglichkeit, spezielle eigene Käuferschichten zu akquirieren und sich dem neuen Wettbewerber zu stellen. Insgesamt kann damit eine Verträglichkeit für die Zentralen Versorgungsbereiche nachgewiesen werden.

Auch im zweiten Kernsortiment **Gartenbedarf** deuten die Ergebnisse der ökonomischen Wirkungsanalyse der Stadt Friesoythe auf kritische Umsatzumverlagerungsquoten im sonstigen Stadtgebiet hin. Eine Gefährdung einzelner Zentraler Versorgungsbereiche würde hieraus jedoch nicht resultieren,

Im *sonstigen Stadtgebiet* von Friesoythe wurde eine Verdrängungsquote in Höhe von 15,6 Prozent ermittelt. Das dort zur Zeit bestehende Angebot im Bereich Gartenbedarf wird im Wesentlichen von einigen spezialisierten Anbietern und den Baumärkten als Randsortiment bereitgestellt. Gerade diejenigen Betriebe, die durch ihren Branchenmix aus Gartenbedarf, Baumarktartikeln und Tierfutter auch in allen anderen Bereichen von den Auswirkungen des Planvorhabens betroffen wären, müssen aus Sicht der CIMA mit Frequenz- und

Umsatzverlusten rechnen. Dem ist entgegenzustellen, dass sich – ähnlich wie für den Baumarktbereich – die Angebotssituation in Friesoythe durch ein modernes und großflächiges Gartencenter deutlich verbessern würde. Aus einer einzelbetrieblichen Gefährdung kann zudem aus Sicht der CIMA keine generelle Unverträglichkeit des Vorhabens abgeleitet werden, da keine städtebaulichen Effekte zu erwarten sind.

Für die *Zentralen Versorgungsbereiche* Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe können keine Umsatzverdrängungsquoten mit Abwägungsrelevanz dokumentiert werden.

In der zentrenrelevanten Branche **Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat**, das ein Randsortiment des geplanten BBM Baumarktes/ Gartencenters ergeben sich im Stadtgebiet von Friesoythe abwägungsrelevante Umsatzverlagerungsquoten.

Während die Umsatzumverteilungen in den *Zentralen Versorgungsbereichen* Barßeler Straße und Altenoythe als unproblematisch einzustufen sind, dürften die Anbieter der Innenstadt von einer Umsatzumverteilung betroffen sein, die nur knapp unter der 10-Prozent-Marke liegt. Die geplante Ansiedlung von insgesamt 250 qm Verkaufsfläche im zentrenrelevanten Randsortiment des geplanten BBM Baumarktes/ Gartencenters am Standort Altenoyther Straße/ Böseler Straße widerspräche darüber hinaus dem Einzelhandelskonzept (vgl. Kapitel 4.2).

Durch eine Verringerung der Verkaufsfläche von den geplanten 250 qm auf maximal 200 qm insgesamt in den beiden Sortimentsgruppen „Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik“ und „Hausrat“ könnte das Risiko negativer städtebaulicher Effekte in der Innenstadt minimiert werden. Eine Verkaufsflächenreduzierung in diesem Randsortiment würde zudem eine Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe gewährleisten.

Die im *sonstigen Friesoyther Stadtgebiet* nachgewiesenen Verdrängungsquoten von 12,9 Prozent würden durch die vorgeschlagene Reduzierung ebenfalls noch etwas sinken. Städtebauliche Effekte sind jedoch in jedem Fall ausgeschlossen.

Die Ergebnisse der Wirkungsanalyse für die **übrigen Randsortimente (Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten; Spielwaren; Hobbybedarf (Fahrräder); Lebensmittel)** des geplanten BBM Baumarktes/ Gartencenters liegen bei maximal 6,6 Prozent. Sie liegen damit deutlich unter der planungsrechtlich relevanten 10-Prozent-Grenze und sind aus Gutachtersicht als unproblematisch einzustufen. Von einer Verträglichkeit für den bestehenden Einzelhandel ist deshalb auszugehen.

Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet

Die regionale Untersuchung zur Umsatzumverteilung durch die geplante Ansiedlung eines BBM Baumarktes/ Gartencenters in der Stadt Friesoythe kommt zu dem Ergebnis, dass ca. 75 Prozent des Planvorhabenumsatzes in Orten außerhalb der Stadt Friesoythe verdrängt werden würde. Im „worst-case“ wird hier eine Umsatzumverteilung in Höhe von insgesamt 5,9 Mio. € angenommen.

Die Betrachtung der Umsatzverdrängungsquoten im eng verflochtenen Umland sowie im erweiterten Untersuchungsgebiet zeigt ohne Ausnahme Verdrängungsquoten, die unterhalb der baurechtlich relevanten 10-Prozent-Marke liegen.

Im Kernsortiment **Baumarktspezifische Sortimente** liegen die höchsten Umsatzverdrängungsquoten bei 7,5 Prozent in der Gemeinde Garrel, wo sich ein Baumarkt der Firma BBM befindet. Für die übrigen Städte und Gemeinden im Untersuchungsgebiet lassen sich deutlich niedrigere Verdrängungsquoten nachweisen. Die insgesamt niedrigen Verdrängungsquoten deuten auf eine eindeutige städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit der geplanten Ansiedlung bei den Baumarktspezifischen Sortimenten hin.

Auch im zweiten Kernsortiment des geplanten BBM Baumarktes/ Gartencenters, dem **Gartenbedarf**, liegen die Verdrängungsquoten in den Umlandkommunen überall unterhalb der planungsrechtlich relevanten 10-Prozent-Abwägungsgrenze. Somit lassen sich durch die geplante Ansiedlung von insgesamt 2600 qm Verkaufsfläche im Kernsortiment Gartenbedarf in der interkommunalen Betrachtung negative städtebauliche Effekte ableiten.

Die **Randsortimente** des geplanten Vorhabens verfügen in der regionalen Betrachtung über Verdrängungsquoten, die bei maximal 3,4 % liegen. Die raumordnerische Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet ist somit gewährleistet.

Fazit

Das Teilvorhaben **BBM Baumarkt/ Gartencenter** bietet insgesamt gute Rahmenbedingungen das **qualitative Einzelhandelsangebot** in der Stadt Friesoythe zu verbessern.

Die **Wirkungsanalyse** für die baumarktspezifischen Sortimente, Gartenbedarf den Bereich **Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten, Spielwaren und Fahrräder** dokumentiert eine **verträgliche Dimensionierung**. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass Betriebe mit einem **branchentypischen Mix** aus Gartenbedarf, Tierfutter und Baumarktartikeln in all ihren Teilsortimenten zugleich betroffen wären. **Negative strukturelle Auswirkungen** oder gar sogenannte **städtebauliche Effekte** sind hier aber nicht zu erwarten.

Für die zentrenrelevanten Sortimentsgruppen „**Geschenke, Glas/ Porzellan/ Keramik**“ sowie „**Hausrat**“ ist aus Gutachtersicht eine **Modifizierung** des Teilvorhabens in Form einer **Reduzierung der Verkaufsfläche** zu empfehlen. Durch eine **Beschränkung** beider Sortimentsgruppen auf insgesamt maximal **200 qm** würden **Umsatzverlagerungsquoten** erzielt, die deutlich unterhalb der abwägungsrelevanten **10-Prozent-Grenze** liegen und zudem mit dem Einzelhandelskonzept vereinbar wären.

5.2 Teilvorhaben Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf

5.2.1 Struktur des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf

Der zweite Teil des Planvorhabens umfasst die Ansiedlung eines Fachmarktes für Tierfutter / Zoobedarf. Dieser hat folgende strukturelle Merkmale:

Abb. 26: Geplante Verkaufsfläche und Umsatzprognose Fachmarkt Tierfutter / Zoobedarf

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
Tierfutter-/ Zoobedarf	420	0,6
Einzelhandel insgesamt	420	0,6

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

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

Die CIMA Beratung + Management GmbH prognostiziert für dieses Teilvorhaben einen Einzelhandelsumsatz (brutto), der bei **0,6 Mio. €** im Jahr liegen dürfte und dem **aperiodischen Bedarfsbereich** zuzurechnen ist. Dieser Umsatz ist vollständig dem Kernsortiment Tierfutter / Zoobedarf zuzuordnen.

Nach Kenntnis der CIMA verfügt dieser Betriebstyp über keine relevanten Randsortimente.

5.2.2 Herkunft des Teilvorhabenumsatzes Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf

Abb. 27: Umsatzherkunft des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf

Umsatzherkunft aus ...	in Mio. €	in %
Stadt Friesoythe insgesamt	0,2	38
davon Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	0,0	0
davon Nahversorgungszentrum Barßler Straße	0,0	4
davon Nahversorgungszentrum Altenoythe	0,0	0
davon sonstiges Stadtgebiet Friesoythes	0,2	33
Außerhalb des Stadtgebietes Friesoythe insgesamt	0,3	62
davon Gemeinde Barßel	0,0	5
davon Gemeinde Bösel	0,0	1
davon Gemeinde Edewecht	0,0	9
davon Gemeinde Esterwegen	0,0	2
davon Gemeinde Garrel	0,0	3
davon Gemeinde Lorup	0,0	1
davon Gemeinde Molbergen	0,0	4
davon Gemeinde Saterland	0,0	4
davon übrigen Gemeinde (Hilkenbrook, Rastorf, Vrees)	0,0	0
davon Stadt Cloppenburg	0,0	6
davon Stadt Oldenburg	0,1	24
außerhalb des Untersuchungsgebiets	0,0	5
Gesamtsumme	0,6	100

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009
Rundungsdifferenzen enthalten

CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Die aktuelle Handelszentralität in der Branche Tierfutter-/ Zoobedarf, verdeutlicht, dass bereits heute hohe Kaufkraftzuflüsse generiert werden. Das Angebot in diesem Segment ist in Friesoythe jedoch vorwiegend auf Randsortimente in den großen Einkaufsmärkten sowie ein kleines Fachgeschäft im Zentralen Versorgungsbereich begrenzt. Ein größerer Fachmarkt für Tierfutter- / Zoobedarf ist bislang nicht in Friesoythe niedergelassen. Dennoch ist das Potenzial für Verkaufsflächenerweiterungen in diesen Branchen begrenzt. Bei Ansiedlungen wären in erster Linie Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt und nur eine eingeschränkte Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse zu erwarten.

Das Einzugsgebiet eines solchen Fachmarktes ist nach Erfahrungen der CIMA weniger weit ausgedehnt als das eines modernen Baumarktes. Daher ist eine größerer Umsatzumverteilung innerhalb des Friesoyther Stadtgebietes zu erwarten. Insgesamt würden rund **0,2 Mio. Euro** des Umsatzes (38 %) innerhalb des Stadtgebietes von Friesoythe verdrängt. Die höchsten Umsatzanteile stammen aus dem sonstigen Stadtgebiet Friesoythes. Hier sind u.a. die Randsortimente im Gartenmarkt Grüner Markt und der Famila hervorzuheben. Darüber hinaus stammen 5 % des Umsatzes aus dem Zentralen Versorgungsbereich Barßeler Straße. Hier ist neben Betrieben mit Randsortimenten in diesem Segment auch ein Anbieter niedergelassen, der Tierfutter-/ Zoobedarf im Hauptsortiment führt.

Dennoch würden sich auch die Agglomerationseffekte des Baumarktes/ Gartencenters auswirken, wodurch auch der Fachmarkt für Tierfutter-/ Zoobedarf über ein ausgedehntes regionales Einzugsgebiet verfügt. Etwa **0,3 Mio. Euro** (62 %) des Planvorhabenumsatzes stammen von **außerhalb der Stadt Friesoythe**. 28 % des Vorhabenumsatzes werden in den direkten Umlandgemeinden Friesoythes abgeschöpft.

5.2.3 Ökonomische Wirkungsprognose des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf

Nachfolgend wird der Umsatz des geplanten Fachmarktes für Tierfutter / Zoobedarf den heutigen Umsätzen des Einzelhandels in dessen Untersuchungsgebiet gegenübergestellt.

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

Abb. 28: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf innerhalb der Stadt Friesoythe und im nahen Umland

Sortiment	Stadtgebiet Friesoythe																
	Zentrale Versorgungsbereiche									Sonstiges Stadtgebiet			Friesoythe gesamt				
	Innenstadt			Barßler Straße			Altenoythe			Umsatz		Verdrängungs-		Umsatz		Verdrängungs-	
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz			
in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %			
Tierfutter-/ Zoobedarf	0,0	0,0	0,0	***	0,0	***	***	0,0	***	1,5	0,18	12,7	1,6	0,2	12,8		
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	0,0	0,0	0,0	***	0,0	***	***	0,0	***	1,5	0,18	12,7	1,6	0,2	12,8		

Sortiment	Nachbargemeinden/ Grundzentren im Untersuchungsgebiet außerhalb Friesoythes														
	Gemeinde Barßel			Gemeinde Bösel			Gemeinde Edewecht			Gemeinde Esterwegen			Gemeinde Garrel		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Tierfutter-/ Zoobedarf	0,3	0,0	8,2	***	0,0	***	0,5	0,0	10,1	0,2	0,0	7,9	0,2	0,0	9,3
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	0,3	0,0	8,2	***	0,0	***	0,5	0,0	10,1	0,2	0,0	7,9	0,2	0,0	9,3

Sortiment	übrige Umlandgemeinden Hilkenbrook, Rastorf, Vrees														
	Gemeinde Lorup			Gemeinde Molbergen			Gemeinde Saterland			Umsatz			Verdrängungs-		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz				
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %			
Tierfutter-/ Zoobedarf	***	0,0	***	0,2	0,0	8,7	0,3	0,0	8,1	0,0	0,0	0,0			
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	***	0,0	***	0,2	0,0	8,7	0,3	0,0	8,1	0,0	0,0	0,0			

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

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

Abb. 29: Umsatzumverteilungseffekte durch das Teilvorhaben Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf im erweiterten Umland

Sortiment	Stadt Cloppenburg**			Stadt Oldenburg**			erweitertes Untersuchungsgebiet		
	Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungs- umsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Tierfutter-/ Zoobedarf	***	0,0	***	7,6	0,1	1,7	7,9	0,2	2,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	***	0,0	***	7,6	0,1	1,7	7,9	0,2	2,0

** nur vorhabenrelevante Betriebe ab 400 qm einbezogen

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

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

5.2.4 Wirkungsanalyse des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf

Anhand der ökonomischen Wirkungsanalyse wurde die Verdrängungswirkung der Ansiedlung eines Fachmarktes für Tierfutter-/ Zoobedarf am Standort Altenoyther Straße/ Böseler Straße in der Stadt Friesoythe untersucht. Dabei wurde eine differenzierte lokale Betrachtung in der Stadt Friesoythe selbst nach den Zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt, Barßeler Straße und Altenoythe sowie dem sonstigen Friesoyther Stadtgebiet und eine regionale Betrachtung des nahen bzw. entfernteren Untersuchungsgebietes vorgenommen, um räumliche differenzierte Effekte auf bestehende Einzelhandelsstrukturen beurteilen zu können.

Verträglichkeit Stadt Friesoythe

Zentrale Versorgungsbereiche

Da in den Zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Altenoythe bislang kaum relevante Angebote im Bereich Tierfutter / Zoobedarf vorzufinden sind, liegen sowohl die bestehenden Umsätze in den Zentralen Versorgungsbereichen als auch die zu erwartende Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisschwelle. Der Branche Tierfutter/ Zoobedarf kommt zudem keine zentrenbildende Funktion zu.

Dennoch ist darauf hinzuweisen, dass im Zentralen Versorgungsbereich Barßeler Straße in kleiner Anbieter mit Tierfutter / Zoobedarf angesiedelt ist. Hier ist mit Umsatz- und Frequenzverlusten zu rechnen. Aus Sicht der CIMA kann Wettbewerbschutz jedoch nicht als hinreichendes Argument für bzw. gegen ein Vorhaben herangezogen werden. Durch die dokumentierte Umsatzumverteilung sind zudem keine negativen städtebaulichen Effekte zu erwarten.

Sonstiges Stadtgebiet

Bei der lokalen Untersuchung zur Umsatzumverteilung in der Stadt Friesoythe wurde für das sonstige Stadtgebiet festgestellt, dass im Bereich Tierfutter / Zoobedarf zum Teil Verdrängungseffekte von mehr als zehn Prozent eintreten würden. Trotz zu erwartender Frequenz- und Umsatzverluste einzelner Betriebe ist jedoch nicht mit städtebaulichen Effekten zu rechnen.

Die Realisierung des geplanten Fachmarktes für Tierfutter-/ Zoobedarf würde zugleich die Angebotsstruktur in Friesoythe nachhaltig verbessern. Nach Abwägung der Chancen und Risiken schätzt die CIMA das Teilvorhaben „Tierfutterfachmarkt“ deshalb als verträglich für den bestehenden Einzelhandel ein.

Verträglichkeit im regionalen Untersuchungsgebiet

Auf Grund der Nähe zum geplanten BBM-Baumarkt und der Agglomerationseffekte des Gesamtvorhabens wird der Tierfutter- und Zoofachmarkts aus Sicht der CIMA über ein deutlich größeres Einzugsgebiet verfügen als ein Fachmarkt dieses Betriebstyps an Standort in solitärer Lage. Es ist zudem davon auszugehen, dass ein Teil der bisher nach Oldenburg und Cloppenburg abfließenden Kaufkraft der eigenen Bevölkerung wieder vor Ort gebunden werden kann.

Im Einzugsgebiet außerhalb der Stadt Friesoythe liegen einzig in der Gemeinde Edewecht Verdrängungsquoten vor, die die kritische 10-Prozent-Grenze überschreiten. Im sonstigen Einzugsgebiet wurden ausschließlich Verdrängungsquoten unterhalb der abwägungsrelevanten 10-Prozent-Schwelle (maximal 9,3 Prozent) vorgefunden.

Bei der Abwägung muss jedoch bedacht werden, dass Edewecht zur Zeit über ein nur geringes Angebot an Tierfutter / Zoobedarf verfügt. Die hohen Verdrängungsquoten sind deshalb vor allem in dem geringen absoluten Umsatz in dieser Branche begründet. Bei der Umsatzverdrängung in den betroffenen Gemeinden des nahen Untersuchungsgebietes und insbesondere in Edewecht

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

sind zudem mehrheitlich großflächige Betriebe betroffen, die das Sortiment Tierfutter / Zoobedarf lediglich als Randsortiment führen. Der Umsatzanteil aus den Ortszentren ist kaum nachweisbar. Daher sind in den Gemeinden des nahen Untersuchungsgebietes keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Aus Gutachtersicht wäre die Realisierung des Fachmarktes für Tierfutter / Zoobedarf mit den geplanten 420 qm Verkaufsfläche auch in der regionalen Betrachtung als unbedenklich einzustufen.

Fazit

Insgesamt lässt die Umsatzverlagerung durch die Ansiedlung des Teilvorhabens Fachmarkt für Tierfutter / Zoobedarf in Friesoythe sowie im nahen Untersuchungsgebiet abwägungsrelevante Verdrängungsquoten in der Branche Tierfutter / Zoobedarf erwarten. Aus Gutachtersicht könnten deshalb Einzelbetriebe durch Umsatz- und Frequenzverluste gefährdet werden.

Negative städtebauliche Auswirkungen sind hingegen durch das geprüfte Vorhaben nicht zu erwarten, da das Sortiment Tierfutter / Zoobedarf für die Stadt Friesoythe keine zentrenbildende Funktion inne hat. Zudem geht mit der Ansiedlung eines Fachmarkts eine Attraktivierung und Vergrößerung des Angebots für die lokale Bevölkerung einher.

6 FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

In der Stadt Friesoythe wird aktuell die Neuansiedlung eines BBM Baumarktes/ Gartencenters mit integriertem Backshop sowie ergänzend eines Fachmarkts für Tierfutter / Zoobedarf am Standort Altenoyther Straße/ Böseler Straße diskutiert.

Die verkehrsgünstige Lage des Standorts bietet für das Vorhaben die Chance, auch regional eine hohe Wirksamkeit zu entfalten. So könnten den vergleichsweise hohen Kaufkraftabflüssen bei den „**Baumarktspezifischen Sortimenten**“ entgegengewirkt und eine stärkere Kaufkraftbindung in Friesoythe bzw. Kaufkraftzuflüsse von außerhalb der Stadt erreicht werden.

In den anderen Sortimenten des Planvorhabens wird in Friesoythe schon heute eine relativ hohe Handelszentralität erreicht.

Der Planstandort des Vorhabens ist entsprechend dem **Einzelhandelskonzept Friesoythe** für die Ansiedlung von großflächigem nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel als geplanter Fachmarktstandort vorgesehen. Diesbezüglich entspricht das Vorhaben dem Einzelhandelskonzept.

Allerdings sieht dieses Konzept eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 100 qm Verkaufsfläche je Einzelsortiment vor. Mit der aktuellen Planung von insgesamt 250 qm Verkaufsfläche in den beiden zentrenrelevanten Sortimentsgruppen **Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik** und **Hausrat** wird den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes widersprochen.

Daher empfiehlt die CIMA im Hinblick auf die Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept und die Verträglichkeit diesen zentrenbildenden Sortimentes mit den bestehenden Strukturen eine **Verkaufsflächenreduzierung** auf maximal **100 qm** im Sortiment Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat.

Für das zweite Kernsortiment **Gartenbedarf** muss zwar sowohl innerhalb des Friesoyther Stadtgebietes als auch im regionalen Einzugsgebiet mit gewissen

Umsatzumverteilungseffekten gerechnet werden, diese können aus Gutachtenssicht jedoch noch als verträglich eingestuft werden.

Die Wirkungsanalyse in den **übrigen Randsortimenten (Elektroartikel/ Lampen/ Leuchten; Spielwaren; Hobbybedarf (Fahrräder); Lebensmittel)** des geplanten BBM Baumarktes/ Gartencenters ergab eine verträgliche Dimensionierung mit der aktuell geplanten Verkaufsfläche. Eine städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit wird hier nachgewiesen.

Die geplante Ansiedlung des Fachmarktes für **Tierfutter / Zoobedarf** wären mit 420 qm Verkaufsfläche im Sortiment Tierfutter / Zoobedarf für die bestehenden vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen in Friesoythe sowie im nahen Untersuchungsgebiet als verträglich einzustufen. Negative städtebauliche Effekte sind sowohl im Stadtgebiet Friesoythes als auch in den Umlandgemeinden nicht zu erwarten, da es sich nicht um ein zentrenbildendes Sortiment handelt und das Vorhaben mehrheitlich Anbieter mit Randsortimenten in diesem Segment, die außerhalb der Ortszentren liegen, betrifft.

Insgesamt bietet das gesamte Vorhaben mit der Ansiedlung eines großflächigen und modernen Baumarktes mit integriertem Gartencenters und eines Fachmarktes für Tierfutter / Zoobedarf für die Stadt Friesoythe die Möglichkeit die **bestehenden Angebotsstrukturen qualitativ aufzuwerten und zu verbessern**.

Fazit

Nach Abwägung der Chancen und Risiken empfiehlt die CIMA die Umsetzung des Planvorhabens mit den empfohlenen Modifizierungen in den Sortimentsbereichen Geschenke, Glas/Porzellan/Keramik sowie Hausrat, um eine Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Friesoythe zu erlangen.

7 ANHANG

7.1 Friesoyther Sortimentsliste

Abb. 30: „Friesoyther Sortimentsliste“

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekleidung (Damen, Herren, Kinder, Babys), Wäsche ▪ Babybedarf (Kinderwagen, Kindermöbel) ▪ Bücher ▪ Computer, Telekommunikation ▪ Fahrräder (inkl. Zubehör) ▪ Foto, Film ▪ Geschenkartikel, Glas/Porzellan/Keramik ▪ Hausrat ▪ Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Teppiche (Stapelware) ▪ Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen) ▪ Lederwaren, Kürschnerwaren (inkl. Pelze, Taschen, Koffer, Schulranzen) ▪ Optik ▪ Parfümerieartikel/ Friseurartikel ▪ Schuhe ▪ Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe (inkl. Jagdausrüstung, Reit- und Angelausstattung, Waffen) ▪ Schreibwaren ▪ Spielwaren (inkl. Hobbybedarf, Basteln) ▪ Sanitärwaren ▪ Uhren und Schmuck ▪ Unterhaltungselektronik (Braune Ware: TV, Video, HiFi, Ton-, Datenträger) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antiquitäten ▪ Beleuchtung ▪ Baumarktartikel, Baustoffe, Installationsmaterial ▪ Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen, Laminat) ▪ Büromaschinen ▪ Campingartikel ▪ Elektroartikel (Elektrokleingeräte) ▪ Farben, Lacke ▪ Gartenbedarf (inkl. Pflanzen, Pflanzengefäße) ▪ Großelektro (weiße Ware: Waschmaschinen etc.) ▪ Kfz-Zubehör ▪ Möbel (inkl. Matratzen) ▪ Sanitärwaren ▪ Tapeten ▪ Werkzeuge, Eisenwaren ▪ Zoobedarf (inkl. Tiere, Tiernahrung, Heimtierbedarf)
<p>davon sind differenziert zu betrachten:</p>	
<p>Nahversorgungsrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Drogerieartikel (inkl. Apotheken) ▪ Lebensmittel (inkl. Getränke) ▪ Reformwaren ▪ Schnittblumen ▪ Zeitschriften/ Schreibwaren/ Tabak (Kiosksortiment) 	

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

7.2 Methodik

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

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

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

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

Abb. 31: Die CIMA-Branchen

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

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2009

Abb. 32: Von der CIMA differenzierte Betriebstypen

Fachgeschäft

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

Fachmarkt

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

Supermarkt

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

Lebensmittel-Discounter

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

Fachmarktzentrum

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

Verbrauchermarkt

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

SB-Warenhaus

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

Warenhaus

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

Kaufhaus

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

Shopping-Center

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

Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines Baumarktes/ Gartencenters mit Tierfutterfachmarkt in Friesoythe

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

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in Prozent (Bundesdurchschnitt = 100 Prozent)
- Ausgabesatz im Einzelhandel Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2008)
- Ausgabesatz: 5.297 € /Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)

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

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

- $\text{Umsatz} / \text{Nachfrage} * 100 = \text{Handelszentralität}$

Die Handelszentralität wird für

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