



Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Ostrhauderfehn 2020

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Berlin **Hannover**
Lübeck Ried(A)



Endbericht

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Martin Kremming
Bearbeitung: Dipl.-Geogr. Arne Decker
M.Sc. Humangeographie Johann Russnak
Dr. Gerhard Becher

Hannover, 05. März 2020

cima Beratung + Management GmbH
Berliner Allee 12 30175 Hannover
T 0511 22 00 79 65
F 0511 22 00 79 99
cima.hannover@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus
Mobilität und Verkehr

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhaltsverzeichnis

1 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung	8
1.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel	8
1.2 Veränderte Kundenansprüche	9
1.3 Entwicklung der Betriebsformen	12
1.4 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	14
2 Einzelhandelsstandort Ostrhauderfehn – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	16
2.1 Makrostandort Ostrhauderfehn	16
2.2 Sozioökonomische Strukturdaten	17
3 Kundenherkunft und Verkehrsmittelwahl	19
3.1 Analyse der Kundenherkunft	19
3.2 Analyse der Verkehrsmittelwahl	21
4 Marktgebiet und Marktpotenziale	24
4.1 Marktgebiet der Gemeinde Ostrhauderfehn	24
4.2 Nachfragepotenzial der Gemeinde Ostrhauderfehn	26
5 Einzelhandelsstrukturdaten Ostrhauderfehn	27
5.1 Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Ostrhauderfehn	27
5.2 Einzelhandelszentralität	30
5.3 Kaufkraftstromanalyse	33
5.4 Strukturdaten des Einzelhandels im Überblick	34
5.5 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Ostrhauderfehn	35

6 Zentrenstruktur	37
6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs	39
6.2 Zentraler Versorgungsbereich Ostrhauderfehn	40
6.3 Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn	45
6.4 Sonstige Standorte	48
7 Branchenkonzept	50
7.1 Ableitung der Sortimentsliste für Ostrhauderfehn	50
7.1.1 Vorbemerkung	50
7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	50
7.1.3 Ableitung der Ostrhauderfehner Sortimentsliste	53
7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien	60
7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn	62
7.2.2 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn	62
7.2.3 Ansiedlungsstrategien für solitäre Fachmarktstandorte	63
7.2.4 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte	63
7.2.5 Ansiedlungsstrategien für sonstige Wohn- und Mischgebiete	64
7.2.6 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte und Gewerbegebiete	64
8 Aussagen zu konkreten Planvorhaben und Entwicklungsideen	66

9 Verkehrliche Wirkungen und Beurteilung der Einzelhandelsentwicklung in Ostrhauderfehn unter landesplanerischen Gesichtspunkten	70
9.1 Verkehr und Mobilität in Ostrhauderfehn – Ausgangssituation und Rahmenbedingungen	71
9.2 Einzelhandel und Verkehr in Ostrhauderfehn – Grunddaten zur heutigen Situation.....	75
9.3 Abschätzung der verkehrlichen Wirkungen der neuen Planvorhaben im Einzelhandel in Ostrhauderfehn	78
9.4 Empfehlungen	82
10 Zusammenfassung	83
11 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	85
12 Anhang	87
12.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials	88
12.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation.....	89
12.3 Abgrenzung von Betriebstypen.....	90
12.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung.....	91
12.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche	95

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels in Mrd. €8	Abb. 25:	Nahversorgungsstruktur in Ostrhauderfehn (10 Min.-Gehzeit-Isochronen)36
Abb. 2:	„Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter „REWE to go“ 10	Abb. 26:	Zentrenstruktur der Gemeinde Ostrhauderfehn38
Abb. 3:	Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2017 13	Abb. 27:	Vergleich Anteil Umsatz, Verkaufsfläche und Betriebe in den Lagebereichen.....40
Abb. 4:	Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten 14	Abb. 28:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn – Kartierung Einzelhandel und ergänzende Nutzungen42
Abb. 5:	Lage der Gemeinde Ostrhauderfehn im Raum 17	Abb. 29:	Anbieter im Zentrum von Ostrhauderfehn (Auswahl).....43
Abb. 6:	Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Ostrhauderfehn 18	Abb. 30:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn43
Abb. 7:	Touristische Rahmendaten der Gemeinde Ostrhauderfehn 18	Abb. 31:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn45
Abb. 8:	Kundenherkunft Hauptzentrum Ostrhauderfehn, großräumig 19	Abb. 32:	Anbieter im Nebenzentrum Idafehn (Auswahl)46
Abb. 9:	Kundenherkunft Hauptzentrum Ostrhauderfehn, kleinräumig20	Abb. 33:	Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn – Kartierung Einzelhandel und ergänzende Nutzungen.....47
Abb. 10:	Kundenherkunft Nebenzentrum Idafehn, großräumig20	Abb. 34:	Anbieter an solitären Nahversorgungsstandorten49
Abb. 11:	Kundenherkunft Nebenzentrum Idafehn, kleinräumig21	Abb. 35:	Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereich auf Sortimentsebene: periodischer Bedarf.....54
Abb. 12:	Verkehrsmittelwahl Hauptzentrum Ostrhauderfehn.....21	Abb. 36:	Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: aperiodischer Bedarf.....54
Abb. 13:	Anteil Pkw-Kunden Hauptzentrum Ostrhauderfehn, räumlich.....22	Abb. 37:	Übersicht der Standortkategorien in der Gemeinde Ostrhauderfehn61
Abb. 14:	Verkehrsmittelwahl Nebenzentrum Idafehn22	Abb. 38:	Übersicht der Ansiedlungsregeln65
Abb. 15:	Anteil Pkw-Kunden Nebenzentrum Idafehn, räumlich.....23	Abb. 39:	Szenario Aldi-Verlagerung.....66
Abb. 16:	Marktgebiet der Gemeinde Ostrhauderfehn25	Abb. 40:	Szenario Combi-Verlagerung68
Abb. 17:	Nachfragepotenzial der Gemeinde Ostrhauderfehn26	Abb. 41:	Vergleich der ZVBs heute.....69
Abb. 18:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Ostrhauderfehn...28	Abb. 42:	Vergleich der ZVBs nach Verlagerung von Combi und Deichmann69
Abb. 19:	Verkaufsfläche je Einwohner in Ostrhauderfehn29	Abb. 43:	Ausschnitt aus der amtlichen Straßenkarte Niedersachsen.....72
Abb. 20:	Kaufkraftpotenzial, Einzelhandelsumsatz und Zentralität in der Gemeinde Ostrhauderfehn30		
Abb. 21:	Ranking: Handelszentralität in der Gemeinde Ostrhauderfehn33		
Abb. 22:	Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Gemeinde Ostrhauderfehn.....33		
Abb. 23:	Datenblatt der Gemeinde Ostrhauderfehn.....34		
Abb. 24:	Lebensmitteleinzelhandel in Ostrhauderfehn (Auswahl).....35		

Abb. 44: Siedlungsflächen und Straßen in Ostrhauderfehn nördliches Gemeindegebiet.....	73
Abb. 45: Siedlungsflächen und Straßen in Ostrhauderfehn südliches Gemeindegebiet.....	73
Abb. 46: Zentrale Siedlungsflächen in Ostrhauderfehn und Entfernung zu einem der beiden Versorgungszentren in der Gemeinde	74
Abb. 47: Parkplatzsituation in den ZVBs Ostrhauderfehn und Idafehn.....	75
Abb. 48: Struktur der durch die Einzelhandelsstandorte Ostrhauderfehns verursachten Verkehrsleistung	77
Abb. 49: Einwohnerzahlen im Umkreis der zentralen Versorgungsbereiche	81
Abb. 50: cima Warengruppen.....	89
Abb. 51: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche.....	93

Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag und Zielsetzung

- Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Ostrhauderfehn als Grundlage für die strategische Steuerung des Einzelhandels im Gemeindegebiet.
- Mit der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Ostrhauderfehn sollen die Anforderungen und Rahmenbedingungen der Raumordnung und Landesplanung (derzeit geltendes Regionales Raumordnungsprogramm 2006 für den Landkreis Leer sowie Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2017) erfüllt werden. Maßgebliche Relevanz hat die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und die Ableitung der Ostrhauderfehner Sortimentsliste.

Auftraggeber

- Gemeinde Ostrhauderfehn

Zeitraum

- März 2019 bis Februar 2020

Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Ostrhauderfehn
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Gemeinde Ostrhauderfehn
- Analyse der Kundenherkunft und Verkehrsmittelwahl
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in Ostrhauderfehn

- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde Ostrhauderfehn
- Ableitung der Ostrhauderfehner Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung
- Bewertung konkreter Planvorhaben und Entwicklungsideen
- Aussagen zu den verkehrlichen Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung in Ostrhauderfehn und Beurteilung dieser Entwicklung unter den Gesichtspunkten der Raumordnung

Vorbemerkung zur Methodik

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Gemeinde Ostrhauderfehn basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im März 2019.
- Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weitere Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Gemeinde Ostrhauderfehn beziehen sich auf das Jahr 2019
- Die Abschätzung der verkehrlichen Wirkungen basiert auf einer Kundenherkunftsanalyse und umfangreichen statistischen Analysen.

1 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung

1.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel

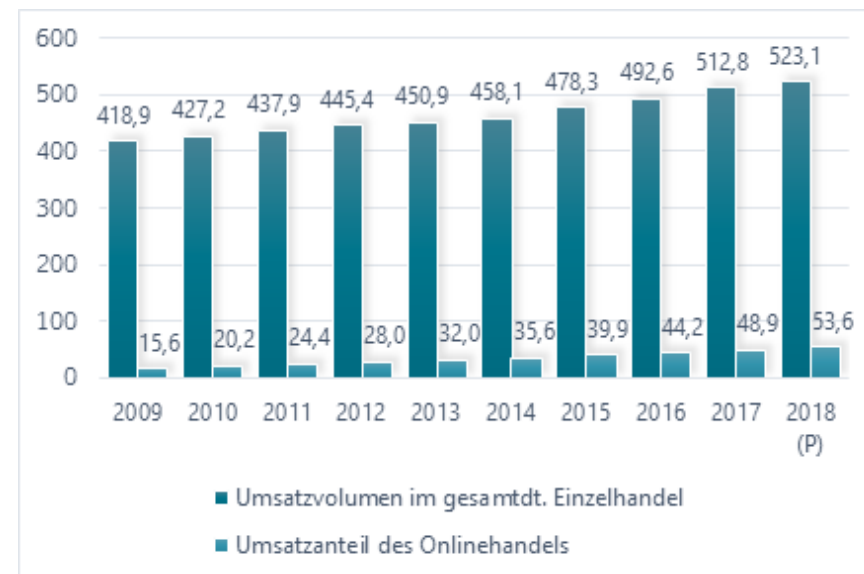
Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und damit auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Der Preis (Discountorientierung, Stichwort „Geiz ist geil“) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den aktuell steigenden privaten Verbrauchsausgaben (gute Arbeitsmarktlage und steigende Gehälter) bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

Weit wichtiger für die aktuelle und zukünftige Entwicklung und dem damit verbundenen Strukturwandel innerhalb der Handelslandschaft ist die Zunahme des Online-Handels. Durch diese Entwicklungen steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern auch nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Der E-Commerce verzeichnet seit Jahren ein stetiges Umsatzwachstum. Je nach Untersuchungsdesign variieren hierbei die Angaben und Prognosen zum Umsatz des Online-Handels:

Abb. 1: Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels in Mrd. €



Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2017, Bearbeitung: cima (2018)

Zwischen 2009 bis 2018 konnte der Einzelhandel insgesamt ein Umsatzwachstum von 104,2 Mrd. €, d. h. eine Steigerung von rd. 25 %, verzeichnen. Das Wachstum ist zu einem Anteil von rund 36 % auf Umsatzzuwächse im Onlinehandel zurückzuführen. Dort konnte eine Umsatzsteigerung von rd. 15,6 Mrd. € im Jahr 2009 auf ca. 53,6 Mrd. im Jahr 2018 generiert werden.

Dabei variieren die Verhältnisse zwischen den einzelnen Branchen und der Stadtgröße deutlich. Eine Befragung der Kundenbindung in verschiedenen Branchen des IFH Köln aus dem Jahr 2015 kam zu folgendem Ergebnis: Bei Waren des täglichen Bedarfs, wie Lebensmittel sowie Kosmetik/ Drogerie/ Gesundheit, überwiegt in allen Stadtgrößen klar der Einkauf im stationären

Handel. Hier bleibt abzuwarten, wie sich der Trend mit Online-Angeboten und dem Lieferservice von Lebensmitteln weiterentwickelt. Im Bereich Bücher/ Zeitschriften/ Schreibwaren überwiegt in mittelgroßen Städten und Großstädten auch noch der stationäre Handel. Die Branche Multimedia/ Elektronik/ Foto hat ihren Schwerpunkt naturgemäß beim Online-Handel.

In allen weiteren Branchen ergeben sich Unterschiede hinsichtlich der Stadtgröße. In Kleinstädten überwiegt mittlerweile in fast allen Branchen der Online-Handel. Besonders bedeutend ist der Zusammenhang für Städte im mittelfristigen Bedarfsbereich, zu dem auch die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung und Schuhe zählen. Auch mittelgroße Städte können mit dem vielfältigen Sortiment im Online-Handel zum Teil nicht mehr mithalten. In der Regel verfügen nur noch Großstädte über ein ausreichend breites und attraktives Angebot und binden zumindest noch in vielen Branchen mehr Kunden im stationären Handel. Im Bereich Oberbekleidung wird der Onlineeinkauf in allen drei Stadtgrößen bevorzugt, wobei es sich in Großstädten in etwa noch die Waage mit dem Einkauf vor Ort hält. In fast allen Branchen zeigt sich der Trend:

Je größer die Stadt, desto größer das Einzelhandelsangebot vor Ort und desto mehr wird (noch) vor Ort eingekauft. Je kleiner die Stadt, desto mehr Waren werden bereits online bestellt.

1.2 Veränderte Kundenansprüche

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und der Konsument als solches wird für den Einzelhandel zunehmend „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als

Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seine Mehrwerte darstellt und kommuniziert, was nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität, Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um den hybriden Kunden anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt mehr denn je eine zentrale Rolle, da die reine Produktverfügbarkeit allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten gegenüber dem Kunden kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt bzw. Broschüren stellen wichtige Plattformen für einen gelungenen Gesamteindruck dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkern des Unternehmens oder auch von Einzelhandelslagen und Quartieren herausgearbeitet, um

somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zu Wettbewerbern zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebshistorie oder durch Spezialisierungen z. B. über Sortiment, Personal und Service erfolgen. Es gilt ein positives Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist hierbei als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. durch das stark nachgefragte individuelle und passgenaue Angebot in Frischetheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung wieder, z. B. in Form von Kinderspielecken, Sitzmöglichkeiten etc. Ein Beispiel für reinen Convenience-Fokus bietet die Kette „Das Kochhaus“. Hier werden bereits portionierte Lebensmittel mit Rezeptvorschlag angeboten.

Abb. 2: „Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter „REWE to go“



Quelle: cima 2018

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Durch die starke Konkurrenz sind kleine und mittelständische Einzelhandelsbetriebe zum Handeln gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten können hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten.

Mono-Label Store

Als Mono-Label Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer/ Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. An den guten bis sehr guten Standorten der Großstädte nimmt das Flächenangebot zudem stetig ab. Mono-Label Stores können eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem darstellen. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit oder direkt durch den Hersteller angeboten.

Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden“ der jeweiligen Hersteller, Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz als um die Präsenz von Marke, Hersteller oder Händler in den A-Lagen der Zentren. Ziel ist es durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffen“ weder interaktive noch

individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereit, die die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch zusätzliche Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten bzw. Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein gutes Beispiel ist auch der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten durch Elektronik-Fachmärkte. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist aber die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Hierbei verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, zum anderen mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, als Händler nur einen Kanal zu bedienen; es müssen möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. Der Kunde kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen

mehreren Vertriebskanälen wählen, z. B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling („Seamless Commerce“) kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen wechseln, z. B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Händlern eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (Research online, purchase offline = suche online, kaufe offline) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essenziell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden.

Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen zahlreiche Dienste für Händler, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online-Marktplätzen (bspw. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest und Youtube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim sogenannten „Showrooming“ informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, dem Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online im eigenen Online-Shop.

1.3 Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

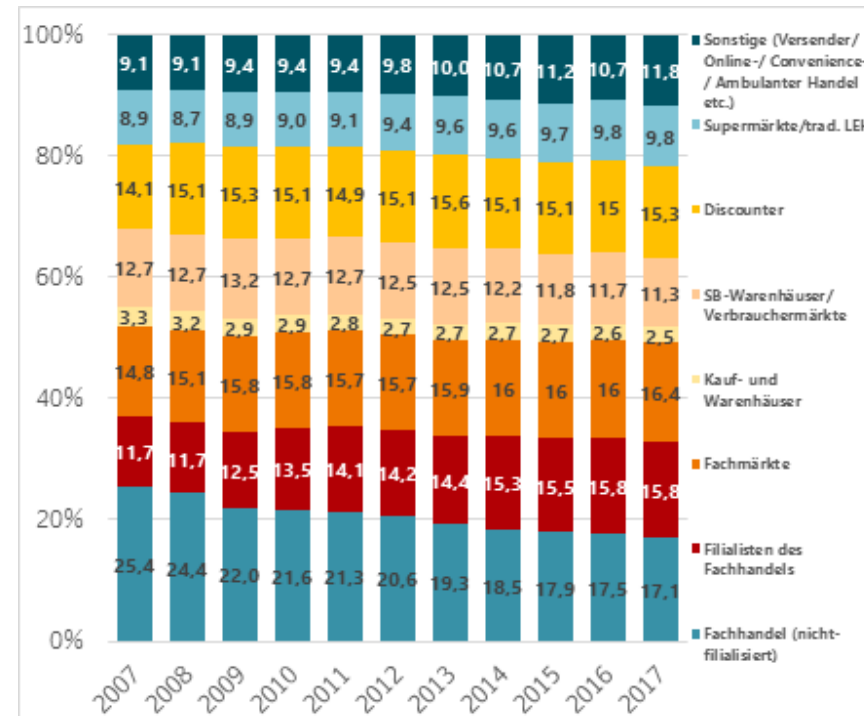
- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Monolabel-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch. In größeren Städten repräsentieren sog. Flagship-Stores an wenigen Standorten das Prestige der Marke.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multi-Markenimage oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile. Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze.
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig ohne Marktbedeutung sein. Der moderne Facheinzelhändler ist gleichzeitig Franchisenehmer der verschiedensten Anbieter in seiner Stadt oder Region. Einkaufskooperationen sind das Mindestmaß an Verbundlösungen.
- Viele Filialisten sind nach dem Top-down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilien-Experten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadt-Einzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Kundenbewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-up: Die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (Aufnahme von bekannten Markenprodukten, zunehmende Frischekompetenz, qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenienceprodukte etc.) und neue Konzepte im Ladenbau oder der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.
- Parallel bringt eine neue Qualitätsorientierung im Lebensmitteleinzelhandel angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentren oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf), Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-eat-Angebots), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe allein ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser haben die Grenze des Wachstums erreicht. Eine Sortimentskompetenz, die von Lebensmittel über Bekleidung bis hin zu Haushaltsgeräten reicht, ist dem Kunden immer schwerer zu vermitteln.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer“ spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf). Aber auch hier ist das Größenwachstum gebremst. Die sogenannte digitale Regalverlängerung ermöglicht es, die Anzahl der präsentierten Produktvarianten zu verringern und Ausstellungsfläche zu sparen.
- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen, den deutschen Markt zu erschließen. Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv. So hat sich bspw.

Primark v. a. in den Oberzentren sehr erfolgreich als Textil-Discount Konzept unterhalb von H&M etabliert.

- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z.B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Der Anteil der sogenannten Handelsmarken nehmen zu (store branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, Standard Shopping-Center haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten, ob gewachsen oder geplant, müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Versandhändler in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog, Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter in Nischen etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online-Shops der etablierten Lebensmittelhändler bis zu neuen, reinen Online-Anbietern wie allyouneedfresh.de oder hellofresh.de.

Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen.

Abb. 3: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2017 (nominal in %)



Quelle: IFH Retail Consultans 2018; cima-Bearbeitung 2019

1.4 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmittel-einzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit sowie Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird im zunehmenden Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt. Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discontnern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.800 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind Flächen über 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discontnern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln.

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer verbesserten Warenpräsentation, neuen Service- und Angebotsbausteinen und in signifikanten Prozessveränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Kundenservice zur Verfügung hat.

- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte, und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft, wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, so dass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden.
- Backautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche im Laden für Lagerung, Bestückung und Warenpräsentation.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. Obst oder Salat, die erst im Markt aufgeschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale/-zellen etc. für die „Ready-to-eat“ Convenience-Produkte.
- Großzügigere Gänge sorgen nicht nur für ein angenehmeres Einkaufserlebnis, sondern tragen auch zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abb. 4: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten (Bsp.: LIDL Leverkusen-Hitdorf)



Quelle: cima (2018)

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, welche die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem „one-stop-shopping“ entgegen. Ein idealtypisches Nahversorgungskonzept in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und einen Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten), Lebensmittel-Handwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden. Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte Angebotsmix sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form“ des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z. B. Netto, NP-Markt) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse, etc.).

Aus kommunaler Sicht ist hinzuzufügen, dass eine kundenorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen sind Nahversorgungsstrukturen zielgerichtet in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer

Treffpunkt für Kinder, Jugendliche, Senioren (ohne Führerschein) und alle anderen Altersgruppen. Diese Zentren leisten auch einen wichtigen Beitrag im Sinne der „Stadt der kurzen Wege“ und der Verkehrsreduzierung.

2 Einzelhandelsstandort Ostrhauderfehn – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

2.1 Makrostandort Ostrhauderfehn

Die Gemeinde Ostrhauderfehn liegt im nordöstlichen Teil des Bundeslandes Niedersachsen nahe der Grenze zu den Niederlanden. Neben dem namensgebenden Kernort umfasst die Gemarkung fünf weitere Ortsteile, in denen aktuell ca. 11.289 Menschen¹ leben. Laut dem regionalen Raumordnungsprogramm des Landkreises Leer aus dem Jahr 2006 übernimmt Ostrhauderfehn für sein Umland grundzentrale Versorgungsfunktionen und hat somit insbesondere Sortimente des täglichen Grundbedarfes vorzuhalten.

Die nächstgelegenen Mittelzentren bilden die Städte Leer im Nordwesten von Ostrhauderfehn sowie die Stadt Papenburg im Südwesten des Gemeindegebietes. Für Pkw-Kunden beträgt die Entfernung in beide Orte ca. 19 km.

Über die Bundesstraßen 70, 72 und 438 ist Ostrhauderfehn an die Bundesautobahnen 28 und 31 Richtung Bremen und die Niederlande bzw. das Ruhrgebiet angebunden. Die Fahrzeit zu den jeweiligen Anschlussstellen beträgt zwischen 15 und 35 min, sodass die verkehrliche Erreichbarkeit für den motorisierten Verkehr insgesamt als befriedigend charakterisiert werden kann.

Ostrhauderfehn ist nicht an das regionale Schienennetz der Deutschen Bahn angebunden. Die nächstgelegenen Bahnhöfe befinden sich in Leer und Papenburg zu denen jeweils Regionalbuslinien aus Ostrhauderfehn verkehren. Fernverbindungen können über den Bahnhof Leer sowie den Bremer Hauptbahnhof erreicht werden. Das ÖPNV-Netz der Gemeinde

besteht hauptsächlich aus den Regionalbuslinien 656 Richtung Leer, 699 Richtung Rhaderfehn, sowie 706, 707 und 713, die im Wesentlichen im Gemeindegebiet verkehren.

Zusammen mit dem Ortsteil Idafehn, der sich direkt östlich an den Hauptort anschließt, sowie Teile von Holtermoor im Norden, bildet Ostrhauderfehn einen überwiegend kompakten Siedlungskörper aus, der durch Quartiere individuellen Wohnraums dominiert wird. Die Bevölkerungsdichte ist hier am höchsten. Im südwestlichen Teil Holtermoors befindet sich ein Gewerbegebiet.

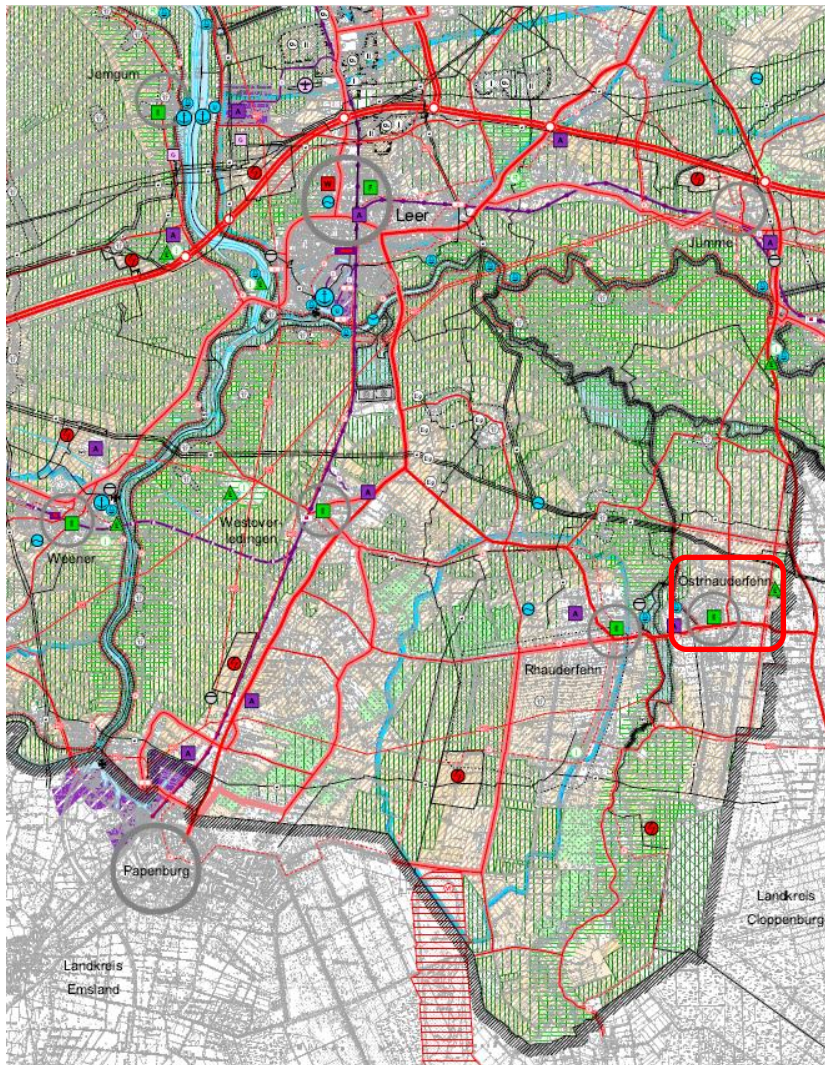
Mit einem Wert von 219 Einwohnern je km² liegt die Bevölkerungsdichte der Gemeinde für eine ländliche Region sehr hoch und erreicht fast den Bundesdurchschnitt. Laut BMVI² handelt es sich bei Ostrhauderfehn um den Regionstypen „städtischer Raum in einer peripheren ländlichen Region“.

Die Bebauung Ostrhauderfehns öffnet sich aber bereits in geringer Distanz zum Zentrum, sodass der Siedlungscharakter hier schon als ländlich beschrieben werden kann. Gleiches gilt für die übrigen Ortsteile der Gemeinde, die mit ihren für die Fehnlandschaft typischen bandartigen Strukturen entlang der Kanäle eine geringe Siedlungs- und Bevölkerungsdichte aufweisen.

¹ Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand: 31.12.2018)

² Regionalstatistische Raumtypologie (RegioStaR) 2019

Abb. 5: Lage der Gemeinde Ostrhauderfehn im Raum



Quelle: Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Leer 2006
 Bearbeitung: cima 2019

2.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Ostrhauderfehn verzeichnete im Betrachtungszeitraum 2014 bis 2018 eine positive Bevölkerungsentwicklung. Mit einem Zuwachs von 3,1 % liegt die Gemeinde dabei über den positiven Trends des Landkreises Leer (+2,4 %) und des Bundeslandes Niedersachsen (+2,0 %).

Kongruent zur bundesdeutschen Entwicklung hat sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in Ostrhauderfehn zwischen 2014 und 2018 deutlich erhöht (+7,3 %). Die Zuwachsrate erreicht allerdings nicht ganz die Werte des Landkreises Leer und des Landes Niedersachsen. Hier stieg die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 8,1 % bzw. 8,6 %. Die auf Bundesebene positive wirtschaftliche Entwicklung der letzten Dekade wird dennoch auch in Ostrhauderfehn deutlich sichtbar.

Ostrhauderfehn verfügt über eine relativ niedrige Arbeitsplatzzentralität und hat daher ein negatives Pendlersaldo zu verzeichnen. Während sich der Auspendlerüberhang zwischen 2014 und 2016 nur geringfügig änderte, ist das Defizit seit 2016 um 207 (ca. +12,7 %) angewachsen. Die Entwicklung Ostrhauderfehns unterscheidet sich dabei vom Landkreis Leer (ca. +21 %). Im Vergleich dazu nahm der Auspendlerüberschuss im Land Niedersachsen nur um ca. 7,7 % zu.

Auf Gemeindeebene liegen keine Daten zur Arbeitslosenquote vor. Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlich positiven Entwicklung, der Beschäftigtenzahlen am Arbeitsort und unter Berücksichtigung der Vergleichswerte des Landes Niedersachsen und des Landkreises Leer ist allerdings auch in Ostrhauderfehn von einer leicht positiven Entwicklung der Arbeitslosenquote auszugehen.

Abb. 6: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Ostrhauderfehn

Indikatoren		Ostrhauderfehn	Landkreis Leer	Niedersachsen
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2014	10.949	165.809	7.826.739
	31.12.2016	11.086	168.253	7.945.685
	31.12.2018	11.289	169.809	7.982.448
	+/- in % 2014-2018	3,1	2,4	2,0
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle A100001G; Stand 31.12.2018				
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten	30.06.2014	2.047	43.491	2.722.506
	30.06.2016	2.151	45.524	2.836.091
	30.06.2018	2.197	47.026	2.956.773
	+/- in % 2014-2018	7,3	8,1	8,6
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K70I5101; Stand 30.06.2018				
Einpendler	30.06.2014	1.295	26.580	1.638.857
Auspender	30.06.2014	2.917	38.154	1.762.794
Saldo		-1.622	-11.574	-123.937
Einpendler	30.06.2016	1.375	28.006	1.723.068
Auspender	30.06.2016	3.022	40.509	1.852.569
Saldo		-1.647	-12.503	-129.501
Einpendler	30.06.2018	1.400	28.807	1.805.076
Auspender	30.06.2018	3.254	42.900	1.938.614
Saldo		-1.854	-14.093	-133.538
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle P70I5115; Tabelle P70I5105; Stand: 13.08.2018				
Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt in Prozent	2014	k.A.	6,0	6,5
	2016	k.A.	6,3	5,8
	2018	k.A.	5,5	5,0
	+/- in % 2014-2018	k.A.	-0,5	-1,5
Quelle: Bundesagentur für Arbeit - Arbeitslosenquoten Jahreszahlen 2013, 2015, 2017				

Bearbeitung: cima 2019

Der Tourismussektor ist für die Wirtschaft Ostrhauderfehns bisher nicht strukturprägend. Mit einem Touristen- zu Einwohnerverhältnis von 0,83 liegt die Gemeinde signifikant unter den regionalen Vergleichswerten (Landkreis Leer: 2,12; Niedersachsen: 1,88). Parallel dazu sank die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,8 auf 2,3 Tage. Allerdings hat die Anzahl der Ankünfte in Ostrhauderfehn im Zeitraum zwischen 2014 - 2018 deutlich um 64,4 % zugenommen. Die Zahl der Übernachtungen stieg ebenfalls in derselben Zeit um 32,1 %.

Abb. 7: Touristische Rahmendaten der Gemeinde Ostrhauderfehn

Indikatoren		Ostrhauderfehn	Landkreis Leer	Niedersachsen
Anzahl der Ankünfte (insgesamt)	2014	5.697	273.173	13.080.201
	2016	7.639	316.361	14.096.660
	2018	9.365	359.336	15.038.440
	+/- in % 2014-2018	64,4	31,5	15,0
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7360412; Stand 13.08.2018				
Übernachtungen (insgesamt)	2014	16.013	1.538.815	40.423.767
	2016	17.957	1.709.969	42.766.712
	2018	21.149	1.840.423	44.954.190
	+/- in % 2014-2018	32,1	19,6	11,2
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7360412; Stand 13.08.2018				
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2014	2,8	5,6	3,1
	2016	2,4	5,4	3,0
	2018	2,3	5,1	3,0
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7360412; Stand 13.08.2018				

Bearbeitung: cima 2019

In der Zusammenschau der demografischen und wirtschaftlichen Faktoren Ostrhauderfehns kann insgesamt ein positives Fazit gezogen werden. Der Ort verzeichnet ein stetiges Bevölkerungswachstum. Auch die Arbeitsmarktsituation hat sich in Ostrhauderfehn gut entwickelt. Zwar haben die Beschäftigtenzahlen am Arbeitsort nicht im gleichen Maße zugenommen wie im Landkreis Leer oder im Land Niedersachsen, angesichts der wirtschaftlichen Struktur des Ortes kann das Wachstum in diesem Bereich aber dennoch als solide eingestuft werden.

Der Tourismussektor zeigte sich in den letzten Jahren ebenso dynamisch und generiert somit in einem gewissen Maße zusätzliche Einnahmen und Arbeitsplätze. Im ökonomischen Gefüge der Gemeinde nimmt er dennoch eine eher untergeordnete Rolle ein, sodass der Zuwachs im Tourismusbereich bezüglich der Einzelhandelsentwicklung von Ostrhauderfehn nicht überbewertet werden sollte.

3 Kundenherkunft und Verkehrsmittelwahl

3.1 Analyse der Kundenherkunft

Um valide Aussagen über das Einkaufs- und Mobilitätsverhalten in der Gemeinde Ostrhauderfehn treffen zu können, hat die cima am Dienstag, den 28.05., und Mittwoch, den 29.05.2019, eine Kundenbefragung durchgeführt. Die mit der Verwaltung abgestimmten Standorte waren der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn zwischen Wreesmann und dem Combi-Markt (28.05.) sowie der zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn zwischen dem Modehaus Dirk Schmidt und dem Lidl-Markt (29.05.).

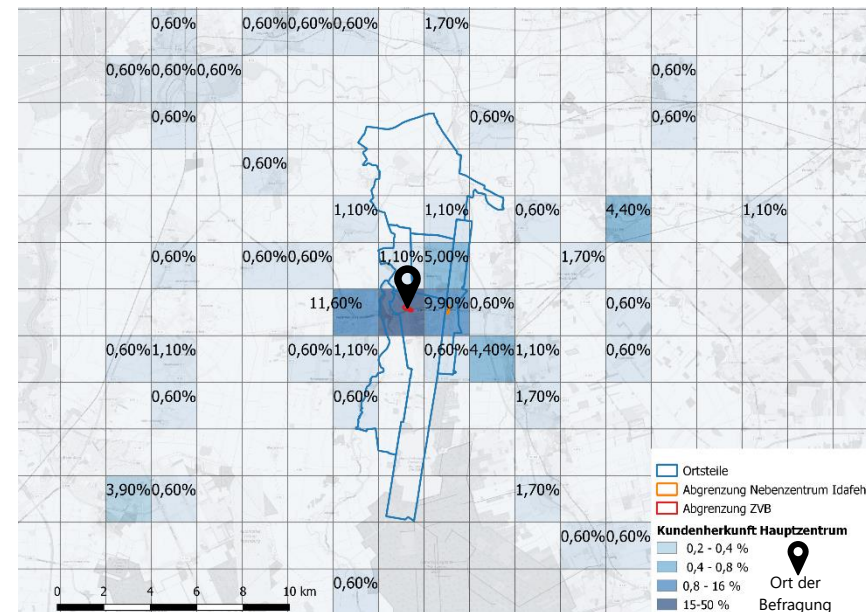
Da erfahrungsgemäß viele Menschen nicht bereit sind, ihre eigene Adresse preiszugeben und eine Analyse der Postleitzahlen- oder Pkw-Kennzeichen zu ungenau ist, wurde die Erhebung mittels eines Kartenrasters vorgenommen. Dafür hat ein geschulter cima-Mitarbeiter mit Hilfe eines Tablets und einer digitalen Karte jeweils 1 x 8 Stunden die Kunden nach ihrem Wohnort und dem verwendeten Verkehrsmittel gefragt. Auf der digitalen Karte konnten sich die Befragten 2 x 2 km großen Kästchen zuordnen, anschließend wurde die Verkehrsmittelwahl ergänzt.

Insgesamt nahmen 447 Personen vollständig an der Befragung teil, davon

- 181 am Di. 28.05.2019,
- 266 am Mi. 29.05.2019.

Die Abb. 8 zeigt die Kundenherkunft der Erhebung am 28.05. am Standort zwischen Wreesmann und dem Combi-Markt in der Gesamtschau des Kartenrasters, Abb. 9 eine nähere Betrachtung der gleichen Karte mit einer Fokussierung auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn.

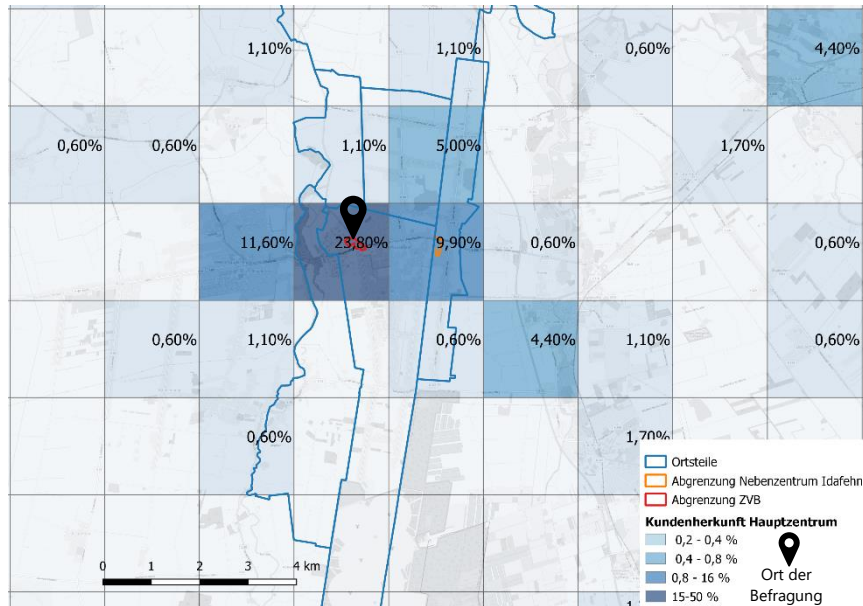
Abb. 8: Kundenherkunft Hauptzentrum Ostrhauderfehn, großräumig



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Bearbeitung: cima 2019

Auffällig ist die weite Streuung der Kundenherkunft. Die Befragten kamen z.T. aus Barbel, Leer oder Papenburg nach Ostrhauderfehn, 5,5 % sogar von außerhalb des Betrachtungsraum, d.h. aus einer Entfernung von über 20 km. Nur rund 41 % der befragten Kunden haben einen Wohnort im Gemeindegebiet von Ostrhauderfehn angegeben. Der Großteil von ihnen wohnt im Umkreis von rund einem Kilometer (insg. 23,8 %), etwa 10 % stammt aus dem Ortsteilkern von Idafehn (vgl. Abb. 9), 11,6 % aus dem Kern der westlich angrenzenden Gemeinde Rhaderfehn.

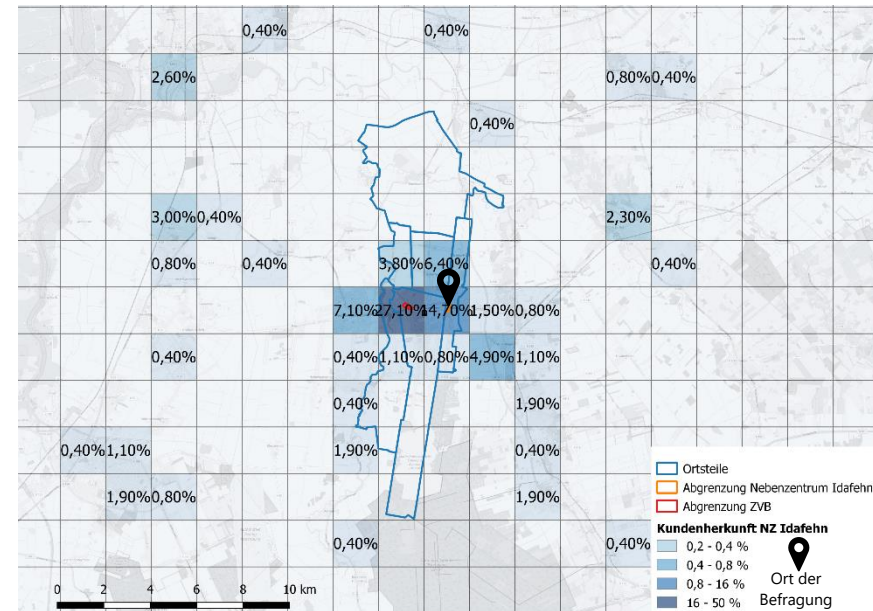
Abb. 9: Kundenherkunft Hauptzentrum Ostrhauderfehn, kleinräumig



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Bearbeitung: circa 2019

Aus der Befragung am Mittwoch 29.05.2019 im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn zwischen dem Modehaus Dirk Schmidt und dem Lidl-Markt ergibt sich die folgende räumliche Verteilung (vgl. Abb. 10 und Abb. 11).

Abb. 10: Kundenherkunft Nebenzentrum Idafehn, großräumig

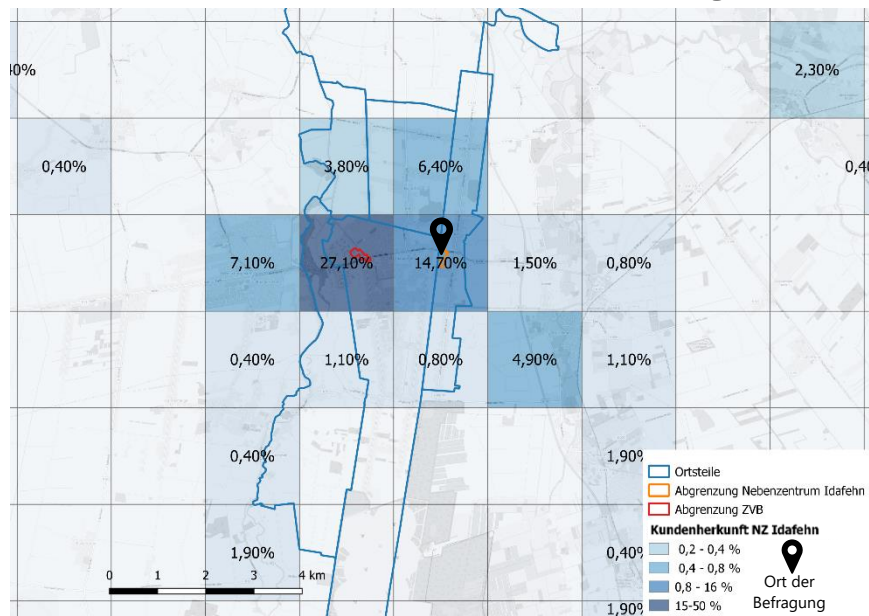


Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Bearbeitung: cima 2019

Auf den ersten Blick erscheint die Streuung im Vergleich nicht ganz so weit. Das Einzugsgebiet ist rein rechnerisch aber größer. 6,8 % der Kunden kamen von außerhalb des Betrachtungsraums (> 20 km). Der Anteil derer, die im Gemeindegebiet von Ostrhauderfehn wohnen, ist mit 54 % wiederum größer als am Vortag bzw. ersten Erhebungsstandort.

In der kleinräumigeren Darstellung in Abb. 11 zeigen sich die höheren Anteile aus dem Nahbereich. 14,7 % stammen aus dem unmittelbaren Umfeld von Idafehn und dem östlichen Siedlungsbereich vom Ortsteil Ost-rhauderfehn, 6,4 % aus dem nördlich anschließenden Raster.

Abb. 11: Kundenherkunft Nebenzentrum Idafehn, kleinräumig



Erstaunliche 27,1 % gaben an, im 2 x 2 km großen Umfeld des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Ostrhauderfehn zu wohnen. Das ist ein höherer Wert als bei der Befragung am Standort selbst.

Aus dem Kern der westlich angrenzenden Gemeinde Rhaderfehn kamen noch 7,1 % der in Idafehn angetroffenen Besucher. Diese Gruppe passiert dabei die großflächigen Anbieter im Bereich Mode, Elektronik und Lebensmittel im Ortsteil Ostrhauderfehn.

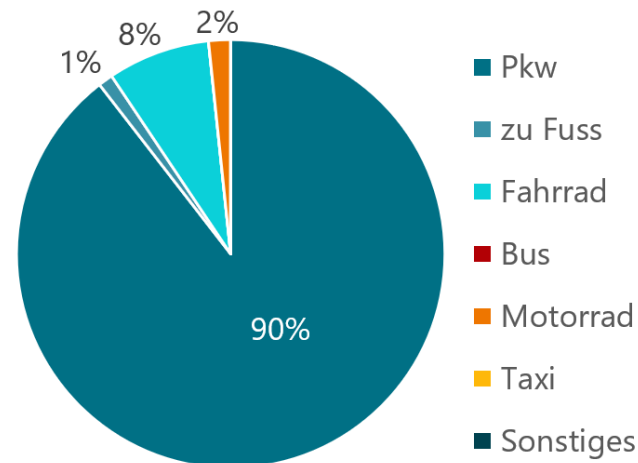
In der Zusammenschau der Befragungen in den Einzelhandelskonzentrationen Ostrhauderfehn und Idafehn zeigt sich eine relativ weite Streuung bis Barbel, Leer und Papenburg. 5,5 % bzw. 6,8 % kamen sogar von außerhalb des Betrachtungsraums (> 20 km). Hingegen

wohnen nur 41 % bzw. 54 % der befragten Kunden im Gemeindegebiet von Ostrhauderfehn selbst. Das große Einzugsgebiet zeigt den Bedeutungsüberschuss des Einzelhandels in Ostrhauderfehn, ist ein Indiz für die hohe Zentralität und ermöglicht die Ermittlung eines ortsspezifischen Marktgebietes (vgl. Kapitel 4).

3.2 Analyse der Verkehrsmittelwahl

Ergänzend zum Wohnort wurde in der Erhebung auch die Verkehrsmittelwahl erfragt. Die Abb. 12 zeigt den sogenannten Modal Split für die Kunden am Standort zwischen Wreesmann und dem Combi-Markt im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn.

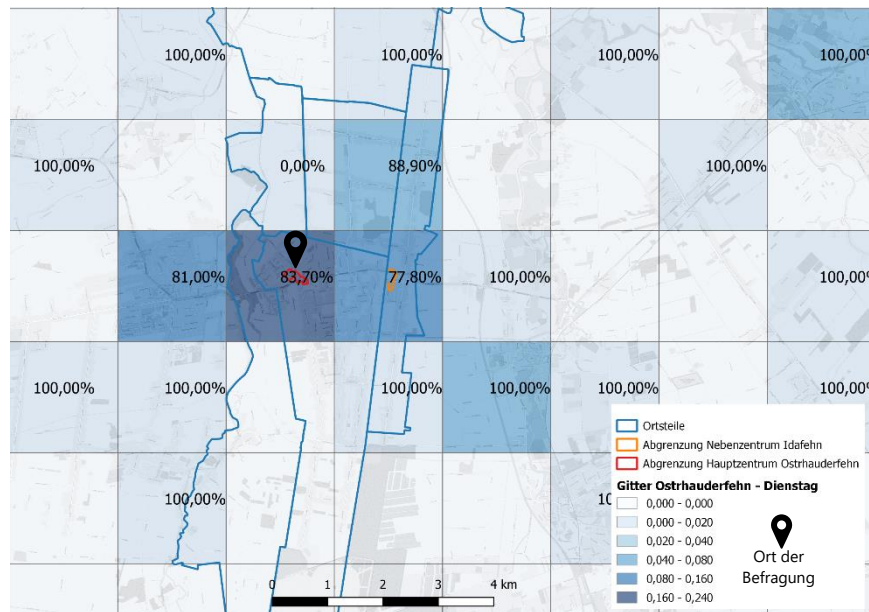
Abb. 12: Verkehrsmittelwahl Hauptzentrum Ostrhauderfehn



Quelle: cima 2019
n = 181, Erhebung am 28.05.2019

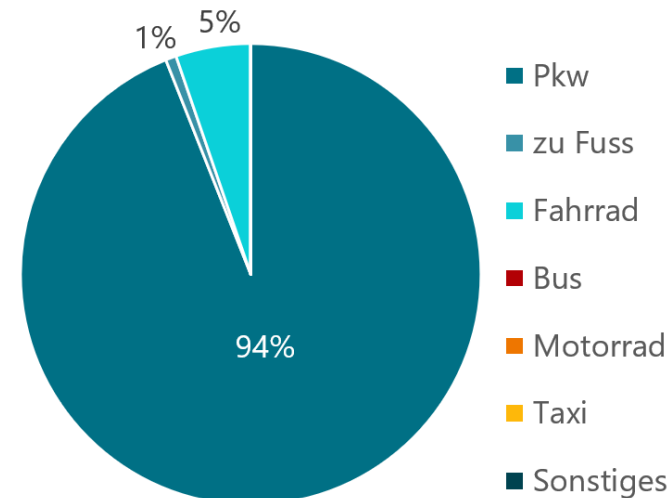
Mit einem Anteil von 90 % dominiert klar der Pkw. 8 % gaben an, mit dem Fahrrad gekommen zu sein, 2 % mit dem Motorrad. Der Besuch des Ortskerns zu Fuß kam nur für ein Prozent der Befragten infrage.

Abb. 13: Anteil Pkw-Kunden Hauptzentrum Ostrhauderfehn, räumlich



Den hohen Pkw-Anteil stellt die Abb. 13 in der räumlichen Ausprägung dar. Im direkten 2 x 2 km Umfeld waren es 83 % der von dort stammenden Befragten, die mit dem Auto gekommen sind. Aus dem Kernbereich von Rhauderfehn haben 9 % ein anderes Verkehrsmittel als das Auto gewählt. Aus dem Bereich rund um den Ortsteilkern von Idafehn sind nur 77,8 % mit dem Pkw zum Einzelhandel am Befragungsstandort gefahren. Bei Wohnorten, die weiter als 3 km entfernt liegen, steigt die Pkw-Quote schnell auf 100 %.

Abb. 14: Verkehrsmittelwahl Nebenzentrum Idafehn

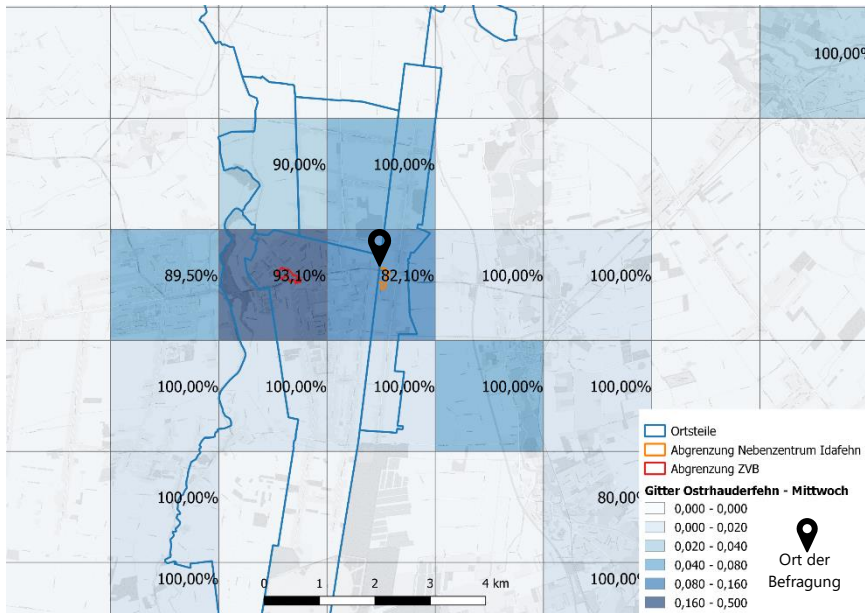


Quelle: cima 2019
n = 266, Erhebung am 29.05.2019

Der Modal Split der befragten Kunden am zweiten Tag im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn zwischen dem Modehaus Dirk Schmidt und dem Lidl-Markt zeigt eine noch stärkere Prägung durch das Verkehrsmittel Pkw.

Gar 94 % gaben an, mit dem Pkw angereist zu sein. Immerhin 5 % kamen mit dem Rad, nur 1 % zu Fuß. Wie am anderen Standort in Ostrhauderfehn spielt auch hier der ÖPNV in der Befragung keine Rolle.

Abb. 15: Anteil Pkw-Kunden Nebenzentrum Idafehn, räumlich



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
 Bearbeitung: cima 2019

Die Abb. 15 richtet wieder den Blick auf die räumliche Dimension der hohen Pkw-Quote. Im direkten 2 x 2 km Umfeld in Idafehn lag der Pkw-Anteil bei 82,1 %, während 93,1 % der aus dem Kern von Ostrhauderfehn stammenden Befragten mit dem Auto gekommen sind. Dieser Wert liegt höher als Pkw-Anteil der Kunden aus dem weiter entfernten benachbarten Rhau-derfehn (89,5 %).

Im Vergleich beider Befragungen zeigt sich ein ähnlicher Modal Split: Der Pkw-Anteil ist mit 90 % bzw. 94 % jeweils stark dominierend. Der insgesamt höhere Anteil an Pkw-Kunden im Nebenzentrum Idafehn zeigt sich auch im Nahbereich. Bei Wohnorten, die weiter als 3 km entfernt liegen, steigt die Pkw-Quote schnell auf 100 %.

Das Fahrrad ist das zweithäufigste Verkehrsmittel mit 8 % bzw. 5 %. Eine fußläufige Nahversorgung wird nur von je 1 % der Befragten praktiziert. Der ÖPNV spielt in der zweitägigen Befragung keine Rolle.

4 Marktgebiet und Marktpotenziale

4.1 Marktgebiet der Gemeinde Ostrhauderfehn

Das Marktgebiet der Gemeinde Ostrhauderfehn wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Ostrhauderfehn,
- Branchenmix,
- Sogkraft ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- Nähe zu Konkurrenzorten sowie
- die Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten.

Auf Basis der genannten Abgrenzungskriterien und den Ergebnissen der Kundenherkunftsanalyse (vgl. Kapitel 3) weist die CIMA für den Einzelhandel der Gemeinde Ostrhauderfehn ein zweizonales Einzugsgebiet aus. Zone 1 umfasst dabei das gesamte Gemeindegebiet. Zone 2 reicht im Osten in die Gemeinden Detern und Barßel sowie im Süden in die Gemeinde Saterland hinein. Südwestlich liegt das Mittelzentrum Papenburg mit rund 35.000 Einwohnern und südöstlich die Stadt Friesoythe mit rund 22.000 Einwohnern und einem vielfältigem Einzelhandelsbesatz, sodass von signifikanten Kaufkraftzuflüssen aus diesem Gebiet nicht auszugehen ist.

Im Norden und Nordwesten beschneiden der Einzelhandelsbesatz in der Samtgemeinde Hesel und der Stadt Leer die Marktreichweite von Ostrhauderfehn.

Die benachbarten Ortschaften Detern und Barßel sowie Ramsloh (Gemeinde Saterland) bieten ihren Einwohner eigene Angebote im Bereich Nahversorgung/täglicher Bedarf und nur in eingeschränktem Maß auch Uhren, Schmuck, Baumarktartikel und Gartenbedarf. Die Zuflüsse aus der Zone 2 nach Ostrhauderfehn liegen daher überwiegend im aperiodischen Bedarfsbereich. Dies bestätigt auch ein Blick in das kommunale Einzelhandelskonzept der Gemeinde Saterland (Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung GMA 2018, S. 27):

„(...) sodass sich eine Zentralität über alle Branchen bei etwa 52 % liegt. Dieser Wert fällt für ein Grundzentrum gering aus und resultiert aus geringen Zentralitäten bei allen aperiodischen Branchen, insbesondere bei Bekleidung, Schuhen (rd. 27 %), Elektrowaren / Medien (rd. 5 %) oder Bücher, Schreib- Spielwaren (rd. 15 %).“

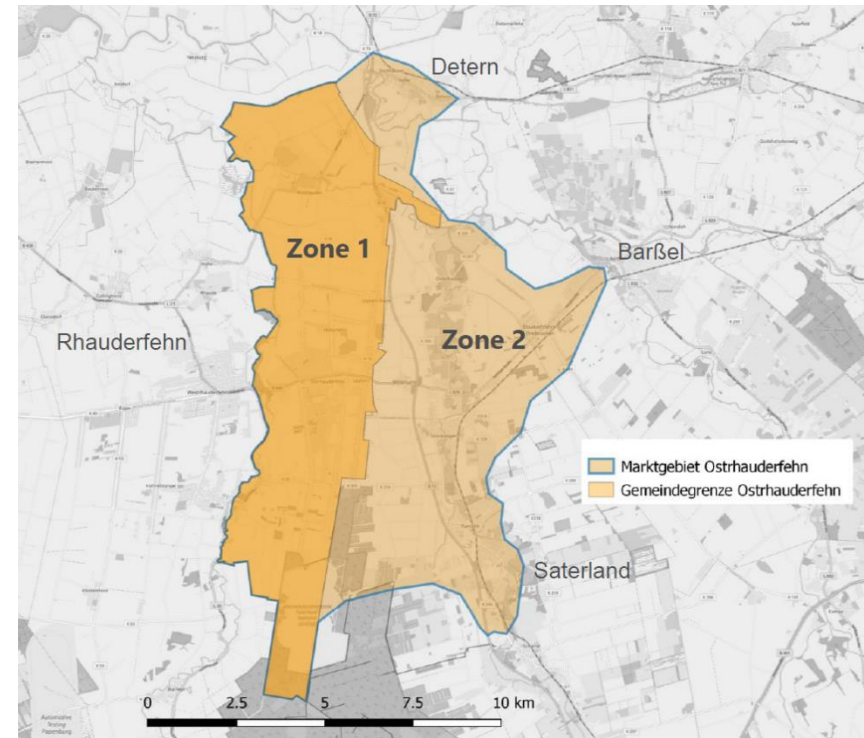
Die sich direkt westlich anschließende Gemeinde Rhauderfehn verfügt selbst über eine gut ausgestattete Einzelhandelslandschaft und zahlreiche Angebote im periodischen wie aperiodischen Bereich. Bei deutlich mehr Einwohnern kommt die Nachbargemeinde auf eine nur geringfügig größere Verkaufsfläche als Ostrhauderfehn. Die Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Siedlungsbereichen sind mit denen von Ostrhauderfehn vergleichbar. Die Einwohner von Rhauderfehn selbst müssen hingegen für den Großteil ihrer Erledigungen das eigene Gemeindegebiet theoretisch nicht verlassen.

Die Kundenherkunftsanalyse mit ihrer Befragung an den zwei Haupteinkaufslagen Ostrhauderfehn und Idafehn (vgl. Kapitel 3) zeigt eine signifikante Kundenaustauschbeziehung zwischen den Gemeinden Rhauderfehn und Ostrhauderfehn. Obwohl Rhauderfehn gemessen an der

Einwohnerzahl und Gemeindefläche größer ist, geht die cima aufgrund der vergleichbaren, attraktiven Einzelhandelsausstattung von einer nahezu ausgeglichenen Wechselbeziehung der Kunden beider Kommunen aus. Daher wird in der Gesamtschau auf beide Gemeinden von einer teilweisen Überlagerung der beiden Marktgebiete abgesehen. So bildet die Gemeindegrenze auch in westlicher Richtung gleichzeitig den Rand der Zone 1.

Generell nimmt die Kaufkraftbindung im Marktgebiet mit der Entfernung ab. Pkw-Fahrzeiten von über 15 Minuten für Einkaufstätigkeiten sind selbst im ländlichen Raum eher die Ausnahme. Auf der anderen Seite kommen aber vereinzelte Streuumsätze des Ostrhauderfehner Einzelhandels auch aus Gebieten von außerhalb des abgegrenzten Marktgebiets.

Abb. 16: Marktgebiet der Gemeinde Ostrhauderfehn



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
 Bearbeitung: cima 2019

4.2 Nachfragepotenzial der Gemeinde Ostrhauderfehn

Die Berechnung des Nachfragepotenzials³ in der Gemeinde Ostrhauderfehn ergibt sich aus der gemeindeschaffen Einwohnerzahl (11.289 EW)⁴ sowie den einzelhandelsrelevanten pro-Kopf Ausgaben angepasst an das lokale Kaufkraftniveau. Die durchschnittliche pro-Kopf Kaufkraft liegt für das Jahr 2019 in Deutschland bei 5.556 €⁵. Aussagen zur ortsspezifischen Kaufkraft lassen sich mittels der Kaufkraftkennziffer treffen, die die lokale Kaufkraft in das Verhältnis zum nationalen Durchschnitt setzt. In Ostrhauderfehn liegt dieser Wert bei 85,2⁶, also deutlich unterdurchschnittlich.

Aus den nationalen pro-Kopf Ausgaben und der Kaufkraftkennziffer Ostrhauderfehns ergibt sich für die Gemeinde eine durchschnittliche pro-Kopf Kaufkraft in Höhe von 4.734 €.

Auf Basis dieses Wertes beläuft sich das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial in Ostrhauderfehn auf rund 53,5 Mio. €, differenziert nach den in 14 Warengruppen zusammengefassten 31 Branchen, die die CIMA bei der Bestandserhebung des Einzelhandelsangebots vor Ort erfasst (vgl. Kapitel 4). Von den 53,5 Mio. € entfallen etwa 26,6 Mio. € auf den periodischen Bedarf und rd. 26,9 Mio. € auf den aperiodischen Bedarfsbereich. Das größte Nachfragepotential liegt naturgemäß im Sortiment „Nahrungs- und Genussmittel“, dem Kern des sogenannten täglichen Bedarfs. In den aperiodischen Warengruppen entfällt der Großteil der Ausgaben auf die Segmente „Bekleidung, Wäsche“, „Elektronikartikel, Unterhaltungselektronik“ sowie „Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel.“

Abb. 17: Nachfragepotenzial der Gemeinde Ostrhauderfehn

CIMA Warengruppe	Gemeinde Ostrhauderfehn
Periodischer Bedarf insgesamt	26,6
Nahrungs- und Genussmittel	21,5
Gesundheit und Körperpflege	4,2
Zeitschriften, Schnittblumen	0,8
Aperiodischer Bedarf insgesamt	26,9
Bekleidung, Wäsche	5,1
Schuhe, Lederwaren	1,6
Bücher, Schreibwaren	1,0
Spielwaren, Hobbybedarf	0,7
Sportartikel, Fahrräder	1,9
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	4,6
Uhren, Schmuck	0,7
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	1,6
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,8
Einrichtungsbedarf	3,9
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	5,1
Einzelhandel insgesamt	53,5

Quelle: CIMA 2019

³ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Gemeinde Ostrhauderfehn, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

⁴ Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand: 31.12.2018)

⁵ Die CIMA unterhält in diesem Zusammenhang eine eigenständige Abteilung, welche sich fortwährend und ausschließlich mit der Ermittlung von Pro-Kopf-Kaufkraftwerten

beschäftigt und dazu unter anderem die Umsatz- und Einkommenssteuerstatistik, aber auch Grundlegenden der Handels- und Absatzwirtschaft auswertet.

⁶ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2019

5 Einzelhandelsstrukturdaten Ostrhauderfehn

5.1 Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Ostrhauderfehn

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Gemeinde Ostrhauderfehn im März 2019⁷.

Die dargestellten Umsatzvolumina leiten sich aus den konkreten Warenangeboten sowie der Angebotsqualität und Sortimentsstruktur ab. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen. Es handelt sich demnach um Schätzwerte, die tatsächlichen Umsätze einzelner Betriebe können zum Teil deutlich abweichen.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Ostrhauderfehn wurden 66 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 38.175 qm erhoben. Sie erwirtschaften jährlich einen geschätzten Einzelhandelsumsatz von ca. 79 Mio. €.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der Abb. 18 dokumentiert.

⁷ Der am 05.09.2019 eröffnete Edeka-Markt ist nachträglich aufgenommen worden und in die Berechnung eingeflossen.

Abb. 18: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Ostrhauderfehn

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Haupt-sortiment)	Anteil der Betriebe in %	Verkaufsfläche in m ² (Haupt- und Nebensortiment)	Anteil der Verkaufsfläche in %	Umsatz in Mio. € (Haupt- und Nebensortiment)	Anteil am Umsatz in %
Periodischer Bedarf insgesamt	32	48,5%	8.770	23,0%	37,0	46,8%
Nahrungs- und Genussmittel	23	34,8%	7.355	19,3%	31,2	39,5%
Gesundheit und Körperpflege	4	6,1%	1.140	3,0%	4,5	5,7%
Zeitschriften, Schnittblumen	5	7,6%	275	0,7%	1,3	1,6%
Aperiodischer Bedarf insgesamt	34	51,5%	29.405	77,0%	42,0	53,2%
Bekleidung, Wäsche	5	7,6%	6.268	16,4%	10,5	13,3%
Schuhe, Lederwaren	2	3,0%	1.590	4,2%	3,0	3,8%
Bücher, Schreibwaren	1	1,5%	260	0,7%	0,9	1,2%
Spielwaren, Hobbybedarf	0	0,0%	430	1,1%	0,7	0,9%
Sportartikel, Fahrräder	2	3,0%	2.175	5,7%	3,4	4,4%
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	3	4,5%	1.618	4,2%	4,6	5,8%
Uhren, Schmuck	1	1,5%	*	*	*	*
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	3	4,5%	215	0,6%	1,7	2,2%
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3	4,5%	2.043	5,4%	1,3	1,7%
Einrichtungsbedarf	5	7,6%	5.550	14,5%	5,6	7,1%
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	9	13,6%	9.190	24,1%	9,4	11,8%
Einzelhandel insgesamt	66	100,0%	38.175	100,0%	79,0	100,0%

Quelle: CIMA 2019

* Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, so dass eine Dokumentation dennoch möglich wird.

Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

- Der Warengruppen des periodischen Bedarfs konnten 32 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 8.770 qm zugeordnet werden (48,5 % aller Betriebe). Sie realisieren einen Umsatz von rd. 37 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt damit bei 23 % bzw. 46,8 % am gesamten Einzelhandelsbestand. Der Umsatzanteil des periodischen Bedarfsbereiches von knapp 50 % entspricht der typischen Ausstattung eines Grundzentrums und lässt auf eine gute Nahversorgungsqualität und -quantität schließen.
- Der absolut größte Anteil entfällt auf die Nahrungs- und Genussmittel. 23 Betriebe setzen auf 7.355 qm Verkaufsfläche im Jahr rund 31,2 Mio. € um. Sie vereinen damit 19,3 % der Fläche und 39,5 % des Gesamtumsatzes in Ostrhauderfehn.
- Den höchsten Flächenanteil im aperiodischen Bedarfsbereich erreicht die Warengruppe „Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel“. Auf einer Verkaufsfläche von 9.190 qm werden hier insgesamt ca. 9,4 Mio. € Umsatz jährlich erwirtschaftet. Dies entspricht Flächen- bzw. Umsatzanteilen von 24,1 % respektive 11,8 % am gesamten Einzelhandelsbestand. Für ein Grundzentrum stellt dies einen überdurchschnittlichen Besatz dar.
- In der Warengruppe „Bekleidung, Wäsche“, dem Leitsortiment der meisten Innenstädte und Ortskernlagen, sind fünf Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 6.268 qm etabliert. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von ca. 10,5 Mio. €. Diese Werte entsprechen einem Verkaufsflächenanteil von 16,4 % bzw. einem Umsatzanteil von 13,3 % am gesamten Einzelhandelbestand der Gemeinde Ostrhauderfehn. Im Vergleich zu anderen Grundzentren entspricht dies einer leicht überdurchschnittlichen Ausstattung.
- Für die Ortsgröße von Ostrhauderfehn ist die Warengruppe „Einrichtungsbedarf“ mit 5.550 qm Verkaufsfläche ebenfalls relativ stark vertreten (Anteil 14,5 %). Insgesamt werden in diesem Marktsegment ca.

5,6 Mio. € umgesetzt, was einem Anteil von 7,1 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes entspricht.

- In der Warengruppe Sportartikel, Fahrräder werden mit einem Verkaufsflächenanteil von 5,7 % (2.175 qm) und einem Umsatzanteil von 5,7 % (3,4 Mio. €) überdurchschnittliche Anteilswerte für ein Grundzentrum erreicht.
- Abgesehen von der Warengruppe „Spielwaren, Hobbybedarf“, wird jedes Marktsegment in mindestens einem Betrieb als Hauptsortiment geführt. Für ein Grundzentrum ist dies als Indikator einer intakten Einzelhandelslandschaft zu werten.

Verkaufsfläche je Einwohner

Die Flächendichte setzt die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt aktuell bei rund 1,5 qm je Einwohner, von der Großstadt bis hin zu ländlich geprägten Räumen.

Abb. 19: Verkaufsfläche je Einwohner in Ostrhauderfehn

Gemeinde Ostrhauderfehn	2019
Verkaufsfläche je Einwohner in qm	3,38
im periodischen Bedarf	0,78
im aperiodischen Bedarf	2,60

Quelle: CIMA 2019

Die Verkaufsfläche je Einwohner beträgt in Ostrhauderfehn im periodischen Bedarf 0,78 qm, im aperiodischen Bedarf 2,6 qm. In Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche erreicht die Gemeinde einen Wert von 3,38 qm je Einwohner und liegt damit nicht nur deutlich über dem Bundesdurchschnitt, sondern auch über dem Wert des benachbarten Rhauderfehn.

Ausschlaggebend für die relativ hohen Verkaufsflächenwerte pro Kopf sind insbesondere im aperiodischen Bedarfsbereich die großflächigen Modehäuser Wreesmann in Ostrhauderfehn und Dirk Schmidt in Idafehn sowie der Hagebaumarkt am westlichen Ortsausgang.

5.2 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis zwischen dem am Ort getätigten Einzelhandelsumsatz und des am Ort vorhandenen Nachfragepotentials. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse, Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten können sowohl für den Einzelhandel insgesamt als auch für einzelne Warengruppen ermittelt werden. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist offensichtlich seine Sogwirkung auf Kunden des Umlandes.

Die Zentralität eines Ortes hängt maßgeblich von seiner Angebotsqualität und -quantität ab. Die Verkaufsflächenausstattung und der Branchenmix spielen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. Es sind allerdings auch andere Faktoren relevant, wie z.B. die Verkehrsanbindung.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial der Gemeinde Ostrhauderfehn liegt bei insgesamt 53,5 Mio. € pro Jahr. Der jährlich erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz beträgt den Berechnungen der CIMA zufolge 79 Mio. €. Die Kaufkraftzuflüsse übersteigen somit die Kaufkraftabflüsse. Dementsprechend erreicht der Einzelhandel in Ostrhauderfehn insgesamt einen hohen Zentralitätswert von 148. In den einzelnen Warengruppen unterscheiden sich diese Werte jedoch teilweise erheblich (vgl. Abb. 20).

Abb. 20: Kaufkraftpotenzial, Einzelhandelsumsatz und Zentralität in der Gemeinde Ostrhauderfehn

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität 2019
Periodischer Bedarf insgesamt	37,0	26,6	139
Nahrungs- und Genussmittel	31,2	21,5	145
Gesundheit und Körperpflege	4,5	4,2	106
Zeitschriften, Schnittblumen	1,3	0,8	154
Aperiodischer Bedarf insgesamt	42,0	26,9	156,0
Bekleidung, Wäsche	10,5	5,1	207
Schuhe, Lederwaren	3,0	1,6	187
Bücher, Schreibwaren	0,9	1,0	95
Spielwaren, Hobbybedarf	0,7	0,7	105
Sportartikel, Fahrräder	3,4	1,9	186
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	4,6	4,6	100
Uhren, Schmuck	*	0,7	103
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	1,7	1,6	109
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,3	0,8	162
Einrichtungsbedarf	5,6	3,9	144
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	9,4	5,1	184
Einzelhandel insgesamt	79,0	53,5	148

Quelle: CIMA 2019

* Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, so dass eine Dokumentation dennoch möglich wird.

In den Branchen des **periodischen Bedarfs** wird in der Gemeinde Ostrhauderfehn insgesamt eine Handelszentralität von 139 erzielt.

Für die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** liegt eine Zentralität von 145 vor. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von ca. 31,2 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 21,5 Mio. € gegenüber. Die Werte veranschaulichen, dass das Angebot in der Branche Nahrungs- und Genussmittel für ein Grundzentrum als sehr gut einzustufen ist. In Ostrhauderfehn besteht mit zwei Lebensmittelvollsortimentern, drei Lebensmitteldiscountern, einem kleinen Supermarkt, Getränkemarkt sowie zahlreichen Bäckern und Fleischern eine umfassende Angebotsstruktur. Die zentralörtliche Versorgungsfunktion wird vollumfänglich erfüllt.

Die Warengruppe **Zeitschrift, Schnittblumen**, die außer in einigen Blumenläden meist als Randsortiment in den o.g. Lebensmittelmärkten angeboten wird, weist bei einem Umsatz von 1,3 Mio. € eine hohe Zentralität von 154 auf.

In der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** liegt die Handelszentralität bei 106. Hier sind nur geringfügige Kaufkraftzuflüsse zu konstatieren. Der grundzentrale Versorgungsauftrag wird klar erfüllt. Im Wesentlichen werden Drogeriewaren durch einen Rossmann-Fachmarkt und in Form von Randsortimenten in den Lebensmittelmärkten vertrieben.

In den Branchen des **aperiodischen Bedarfs** erreichen die Betriebe der Gemeinde Ostrhauderfehn insgesamt eine Einzelhandelszentralität von 156 Prozent.

Entsprechend des generierten Umsatzes wird in der Warengruppe **Bekleidung, Wäsche** mit einem Wert von 207 das höchste Zentralitätsniveau erreicht. Das vorhandene Angebot entfällt flächenmäßig zum Großteil auf die Modehäuser Wreesmann, Dirk Schmidt sowie Südbeck in der Langholter Straße. Ergänzt wird das Angebot durch einen Kik-Markt, ein Bereich im Handelskontor Ostrhauderfehn, Arbeitsbekleidung bei Ennens Baumaschinen sowie die Randsortimente der Lebensmittel- und Drogeriemärkte.

Das Sortiment **Schuhe, Lederwaren** erreicht ebenfalls einen hohen Zentralitätswert von 187. Für den Zufluss an Kaufkraft von außerhalb der Gemeinde sorgen die Angebote im Modehaus Dirk Schmidt, bei Schuhmann, Deichmann sowie kleinere Flächen bei Wreesmann, Kik und Tedi.

Ein bemerkenswertes Zentralitätsniveau erreicht der Einzelhandel Ostrhauderfehns im Bereich **Sportartikel, Fahrräder**. Der Wert von 186 verdeutlicht die überdurchschnittliche Ausstattung für die Ortsgröße. Zurückzuführen ist diese insbesondere auf die ZEG-Fahrradabteilung im Wilken Poelker Kärcher Store und größere Flächen von Sportartikeln im Wreesmann Sonderposten-Markt/ Kaufhaus Korrelvink, Modehaus Dirk Schmidt und Modehaus Wreesmann aber auch im Handelskontor Ostrhauderfehn im Gewerbegebiet. Darüber hinaus finden sich Fahrräder als Randsortiment im Hagebaumarkt.

Die Warengruppe **Baummarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel** verzeichnet ebenfalls eine hohe Zentralität von 184. Neben dem Hagebaumarkt sind hier der Schau Farbenfachmarkt, Verlaat Fehntjer Baustoffhandel, Handelskontor Ostrhauderfehn, Wilken Poelker Kärcher Store sowie Pflanzen & Bloemen und die Gärtnerei Möhlmann zu nennen. Zudem wird die Warengruppe in weiteren kleineren Fachmärkten sowie als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriefachmärkten angeboten.

Im Segment **Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** erreicht der Einzelhandel in der Gemeinde Ostrhauderfehn bei einem Umsatz von 1,3 Mio. € eine für ein Grundzentrum hohe Handelszentralität von 162. Branchenbestimmend sind in dieser Warengruppe der Wreesmann Sonderposten, der Hagebaumarkt und Tedi. Edeka, Combi, Lidl und Rossmann vertreiben die Warengruppe in nennenswertem Umfang als Randsortiment. Angebotsergänzende Funktion haben darüber hinaus einige kleinere inhabergeführte Geschäfte, Gärtnereien und Blumenläden.

Überdurchschnittliche Zentralitätswerte werden auch im Sortiment **Einrichtungsbedarf** erreicht. Umsätze von 5,6 Mio. € stehen hier einem lokalen Nachfragevolumen von 3,9 Mio. € gegenüber. Dementsprechend ergibt sich eine für ein Grundzentrum hohe Einzelhandelszentralität von 144. Als strukturprägende Anbieter von Heimtextilien, Möbeln,

Antiquitäten und Kunstgegenständen waren zum Zeitpunkt der Erhebung Trend-Möbel, das Modehaus Wreesmann, Wreesmann Sonderposten, das KBM Küchenstudio und der Hagebaumarkt. Spezialanbieter wie Feldick Bürosysteme und Raumgestaltung Bunger ergänzen die örtlichen Strukturen.

Im Segment **Optik, Akustik, Sanitätsartikel** beläuft sich die Zentralität auf 109. Für ein Grundzentrum ist dies als guter Wert anzusehen. Drei unterschiedliche Betriebe, Sanitatshaus Tammen, Reimelt Medizintechnik und Fehn Optik & Akustik, die dieses Segment als Hauptsortiment anbieten, generieren einen Umsatz von ca. 2,5 Mio. € pro Jahr.

Die Zentralität im Bereich **Spielwaren, Hobbybedarf** liegt in Ostrhauderfehn bei 105. Der Umsatz beträgt hier 0,7 Mio. € und deckt genau das Nachfragepotenzial in ähnlicher Höhe. Als Hauptsortiment führt kein Geschäft diese Warengruppe. Die sortimentsbezogene Verkaufsfläche entfällt daher vollständig auf die Randsortimente der Einrichtungs-, Drogerie- und Verbrauchermärkte.

Für die Warengruppe **Uhren, Schmuck** errechnet sich eine Zentralität von 103. Da das Sortiment in Ostrhauderfehn nur von zwei Anbietern im Haupt- bzw. Randsortiment vorgehalten wird, ist der geschätzte Jahresumsatz in der vorangegangenen Tabelle nicht ausgewiesen.

Im Bereich der **Elektronikartikel und Unterhaltungselektronik** beträgt die Einzelhandelszentralität genau 100 Prozent. Angesichts des üblicherweise begrenzten Angebots eines Grundzentrums in diesem Sortiment ist dieser Wert als sehr solide einzustufen. Das Gros des Umsatzes entfällt dabei auf einen Euronics XXL-Markt. Darüber hinaus existieren noch drei kleinere nicht filialisierte Geschäfte bzw. Handwerksbetriebe und Dienstleister, die Elektronikartikel und Haushaltselektronik führen. Ergänzt wird das Angebot durch die Randsortimente der Bau-, Lebensmittel-, und Drogeriemärkte.

In nur einer Warengruppe des aperiodischen Bedarfsbereiches liegt der Zentralitätswert unter 100. Leichte Kaufkraftabflüsse sind im Sortiment **Bücher, Schreibwaren** festzuhalten. Von dem rd. 1 Mio. € vorhandenen Kaufkraftpotential werden nur knapp 0,9 Mio. € durch den örtlichen Einzelhandel gebunden. Die Zentralität liegt in diesem Bereich bei immer noch guten 95 bedingt durch die Buchhandlung Schlörmann, die ebenfalls Schreibwaren führt, sowie die zahlreichen Randsortimentsflächen in den Lebensmittel-, und Drogeriemärkten.

Auf Basis der ermittelten Handelszentralitäten wird deutlich, dass die Gemeinde Ostrhauderfehn ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion mehrheitlich gut nachkommt. In diesem Zusammenhang ist aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung vor allem der periodische Bedarfsbereich relevant. Hier hat der Einzelhandel Ostrhauderfehns sogar Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen, d.h. übernimmt eine gewisse Versorgung der umliegenden Bevölkerung mit Dingen des täglichen Bedarfs.

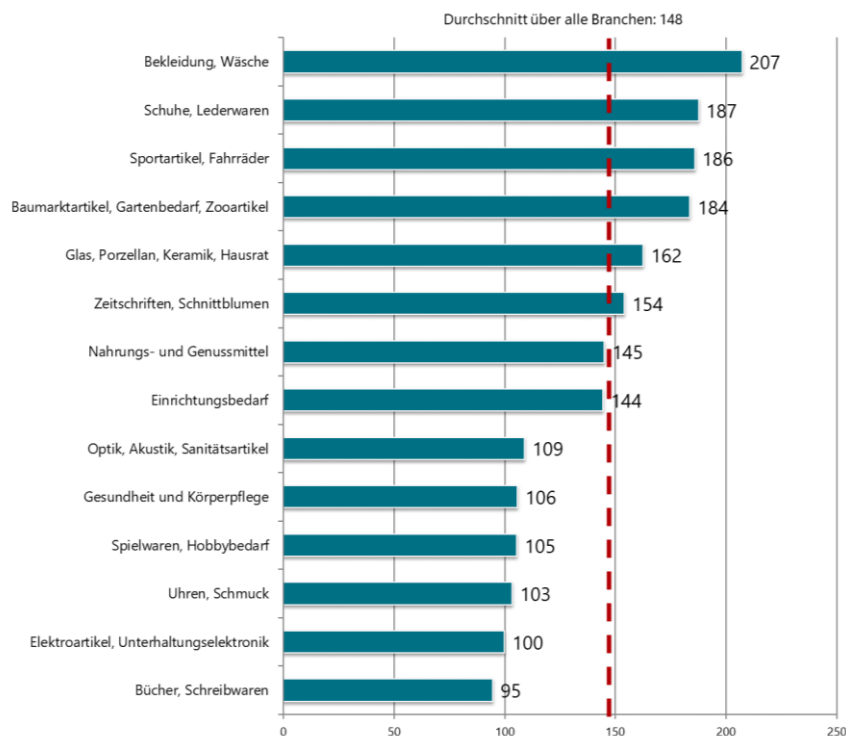
Auch in den aperiodischen Segmenten erreicht der Ort Zentralitätswerte, die für ein Grundzentrum bemerkenswert sind. In Ostrhauderfehn sind zahlreiche Verkaufsflächen von Warengruppen konzentriert, die aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte in kleineren, ländlich geprägten Gemeinden normalerweise weniger häufig nachgefragt werden. Einzig bei Büchern und Schreibwaren liegt der Zentralitätswert knapp unter 100. Bei Baumarktartikeln, Gartenbedarf, Zooartikeln oder Fahrräder und Sportartikeln werden mit 186 und 184 sehr hohe Werte erreicht. Insofern ist auch hier ein Bedeutungsüberschuss festzustellen.

In der Gesamtbetrachtung übertreffen die Kaufkraftzuflüsse deutlich die Abflüsse, sowohl im periodischen als auch im aperiodischen Bereich⁸. Das liegt z.T. an einzelnen, strukturprägenden, großflächigen Anbietern, die bei der Größe Ostrhauderfehns besonders ins Gewicht

⁸ Siehe auch Kapitel 5.3

fallen. Vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Einstufung Ostrhauderfehns als Grundzentrum sollte es das Ziel sein, den Status quo in den gut ausgestatteten Branchen sowie bei den strukturprägenden Betrieben zu erhalten. Flächenzuwächse sind in der Regel nur durch moderate Anpassungen an die Marktbedingungen, d.h. geringfügige Erweiterungen zur Modernisierung und qualitativen Angebotsverbesserung denkbar. Auch kann die Verbesserung der Lage innerhalb des Gemeindegebiets und die Stärkung der Zentrenfunktion ein Grund für hinzukommende Flächen sein.

Abb. 21: Ranking: Handelszentralität in der Gemeinde Ostrhauderfehn



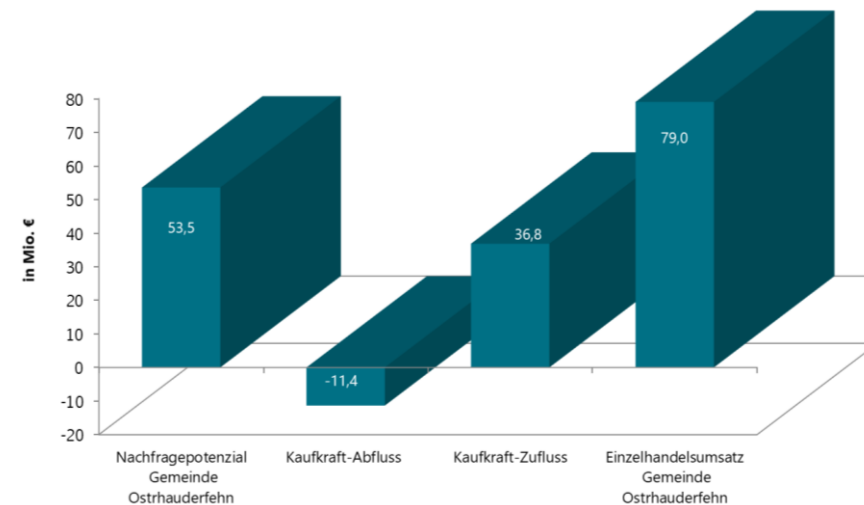
Quelle: cima 2019

5.3 Kaufkraftstromanalyse

Die nachfolgende Abb. 22 dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Gemeinde Ostrhauderfehn.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen des Ortes liegt bei 53,5 Mio. €. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 79 Mio. €. Einem Kaufkraftzufluss von ca. 36,8 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 11,4 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf rd. 21 % des in Ostrhauderfehn vorhandenen Nachfragevolumens. Vergleichsweise hoch ist der Anteil des Kaufkraftzuflusses, der mit rd. 47 % zum Gesamtumsatz des Einzelhandels beiträgt.

Abb. 22: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Gemeinde Ostrhauderfehn



Quelle: cima 2019

Den höchsten saldierten Kaufkraftzufluss generiert mit 11,2 Mio. € die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Mit einem positiven Saldo von 6,8 bzw. 6,2 Mio. € erreichen Bekleidung, Wäsche

sowie Baumarktartikel, Gartenbedarf und Zooartikel mit ein ebenfalls beachtliches Zuflussniveau. Weitere Warengruppen, die nennenswerte Kaufkraftzuflüsse über 1 Mio. € zu verzeichnen haben, sind die Sortimente Einrichtungsbedarf (+2,7 Mio. €), Sportartikel, Fahrräder (+2,1 Mio. €), Schuhe, Lederwaren (+1,9 Mio. €) sowie Elektronikartikel, Unterhaltungselektronik (+ 1,8 Mio. €).

Kaufkraftzuflüsse unter 1 Mio. € verzeichnen die Warengruppen Optik, Akustik, Sanitätsartikel (+0,9 Mio. €), Zeitschriften, Schnittblumen, (+0,8 Mio. €), Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat (+0,7 Mio. €), Gesundheit und Körperpflege (+0,7 Mio. €), Bücher und Schreibwaren (+0,5 Mio. €), Spielwaren, Hobbybedarf (+0,3 Mio. €) sowie Uhren, Schmuck (+ 0,2 Mio. €).

Nennenswerte Kaufkraftabflüsse von über 1 Mio. € sind nur in vier Warengruppen zu verzeichnen: Baumarktartikel, Gartenbedarf und Zooartikel (-2 Mio. €), Elektronikartikel, Unterhaltungselektronik (-1,8 Mio. €), Nahrungs- und Genussmittel (-1,5 Mio. €) sowie Bekleidung, Wäsche (-1,4 Mio. €). Saldiert ergibt sich allerdings nur für das Sortiment Bücher und Schreibwaren eine rechnerische Unterversorgung, die sich in der Einzelhandelszentralität von 95 % zeigt. In allen anderen Sortimenten sind die Kaufkraftzuflüsse höher als die -abflüsse.

Unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation mit dem ebenfalls starken direkten Nachbarn Rhauderfehn im Westen und zwei Mittelzentren im näheren Marktumfeld steht Ostrhauderfehn mit seiner vielfältigen Verkaufsflächenausstattung sowohl im periodischen als auch aperiodischen sehr solide dar. Dem Steuerungsverständnis der Raumordnung nach gehören die aperiodischen Waren mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus nicht zum primären Versorgungsauftrag eines Grundzentrums. Sie sollen für ein größeres Einzugsgebiet gut erreichbar in den Mittel- und Oberzentren vorgehalten werden. Diesbezüglich nimmt Ostrhauderfehn in Teilen Versorgungsfunktionen eines kleinen Mittelzentrums wahr.

5.4 Strukturdaten des Einzelhandels im Überblick

Abb. 23 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels in der Gemeinde Ostrhauderfehn zusammen.

Abb. 23: Datenblatt der Gemeinde Ostrhauderfehn

Gemeinde Ostrhauderfehn	2019
Anzahl Betriebe	66
Verkaufsfläche gesamt in qm	38.175
Umsatz in Mio. €	79,0
Flächenproduktivität in € / qm	2.069
Nachfragepotenzial in Mio. €	53,5
Zentralität in %	147,6
Zentralität periodisch in %	139,0
Zentralität aperiodisch in %	156,0
Einwohner (31.12.2018)	11.289
Verkaufsfläche je Einwohner in qm	3,38
im periodischen Bedarf	0,78
im aperiodischen Bedarf	2,60
Umsatz je Einwohner in €	6.997
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	85,2

Quelle: CIMA 2019, LSN, Michael Bauer Research GmbH

5.5 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Ostrhauderfehn

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Ostrhauderfehn getroffen werden:

- Die Gemeinde verfügt in der Branche Nahrungs- und Genussmittel über eine Gesamtverkaufsfläche von 7.355 qm.
- Für die Branche Nahrungs- und Genussmittel hat die CIMA in der Gemeinde Ostrhauderfehn eine Handelszentralität von 145 ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von 31,2 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 21,5 Mio. € gegenüber.
- Per Saldo generieren die Händler in der Gemeinde Ostrhauderfehn in der Branche Nahrungs- und Genussmittel einen Kaufkraftzufluss von rund 9,7 Mio. €.

Mit den Verbrauchermärkten der Firmen Edeka und Combi sind im Zentrum Ostrhauderfehns zwei Lebensmittelvollsortimenter etabliert. Bei dem Edeka-Markt handelt es sich um einen Neubau, der erst während der Erstellung des vorliegenden Konzeptes im September 2019 eröffnet hat. Ein weiterer kleinerer Supermarkt befindet sich mit nah & gut an der Hauptstraße etwa in der Mitte des Siedlungskörpers.

Neben den Vollsortimentern sind in Ostrhauderfehn insgesamt drei Lebensmitteldiscounter der Firmen Aldi, Lidl und Netto vorhanden. Aldi befindet sich unweit des Combi-Marktes auf der Rückseite vom Modehaus Wreesmann, der Lidl-Markt liegt innerhalb der Einzelhandelskonzentration südlich der Hauptstraße im Ortsteil Idafehn. In nicht integrierter, randlicher Gewerbegebietslage am westlichen Ortsausgang ist der Netto-Discounter ansässig.

Abgerundet wird das Angebot durch einen Getränkemarkt in Idafehn und einige kleinere Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Die relativ hohe

Verkaufsflächenausstattung von 0,78 qm pro Person unterstreicht die gute Versorgungslage Ostrhauderfehns in diesem Sortiment.

Die Analyse der räumlichen Verteilung der Lebensmittelbetriebe zeigt, dass ein großer Teil der Wohnquartiere des Hauptortes in fußläufiger Entfernung zu mindestens einem Lebensmittelmarkt liegt (vgl. Abb. 25). Die Nahversorgungslage kann dementsprechend insgesamt als gut beschrieben werden. Dies gilt vor allem für die zentralen Wohngebiete beiderseits der Hauptstraße. In nördlicher und südlicher Richtung ist aufgrund der langgezogenen Kanalstrukturen eine Abdeckung hingegen nicht gegeben. Das fußläufige Einzugsgebiet des Anbieters Netto erstreckt sich überwiegend auf Gewerbe- und Grünflächen und erfüllt daher keine nennenswerte Nahversorgungsfunktion.

Abb. 24: Lebensmitteleinzelhandel in Ostrhauderfehn (Auswahl)



Fotos: CIMA 2019

Langholt ist der einzige Ortsteil neben dem Hauptort der Gemeinde, der über einen Lebensmittelmarkt mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche verfügt. Wesentliche Teile des Ortsgebietes liegen nicht weiter als 10 Gehminuten vom Vollsortimentsbetrieb entfernt, sodass hier eine Grundversorgung der Bevölkerung, auch der umliegenden Siedlungen, mit Gütern des täglichen Bedarfs bis zu einem gewissen Grad gewährleistet ist.

Abb. 25: Nahversorgungsstruktur in Ostrhauderfehn (10 Min.-Gehzeit-Isochronen)



Kartengrundlage: OpenStreetMap – Mitwirkende 2019, CC-BY-SA; Landkreis Leer (Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, LGLN © 2019)
 Bearbeitung: cima 2019

6 Zentrenstruktur

In den folgenden Kapiteln werden die Zentrenstruktur der Gemeinde Ostrhauderfehn dargestellt und die unterschiedlichen Standortkategorien und deren Versorgungsaufgaben beschrieben.

Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in qm, Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb der abgegrenzten Zentren wird die Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Ostrhauderfehn und Nebenzentrum Idafehn für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsbetriebe sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.

Aufgrund der Siedlungsstruktur und des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes hat die cima in der Gemeinde Ostrhauderfehn folgende Zentrenstruktur herausgearbeitet:

Zentrale Versorgungsbereiche:

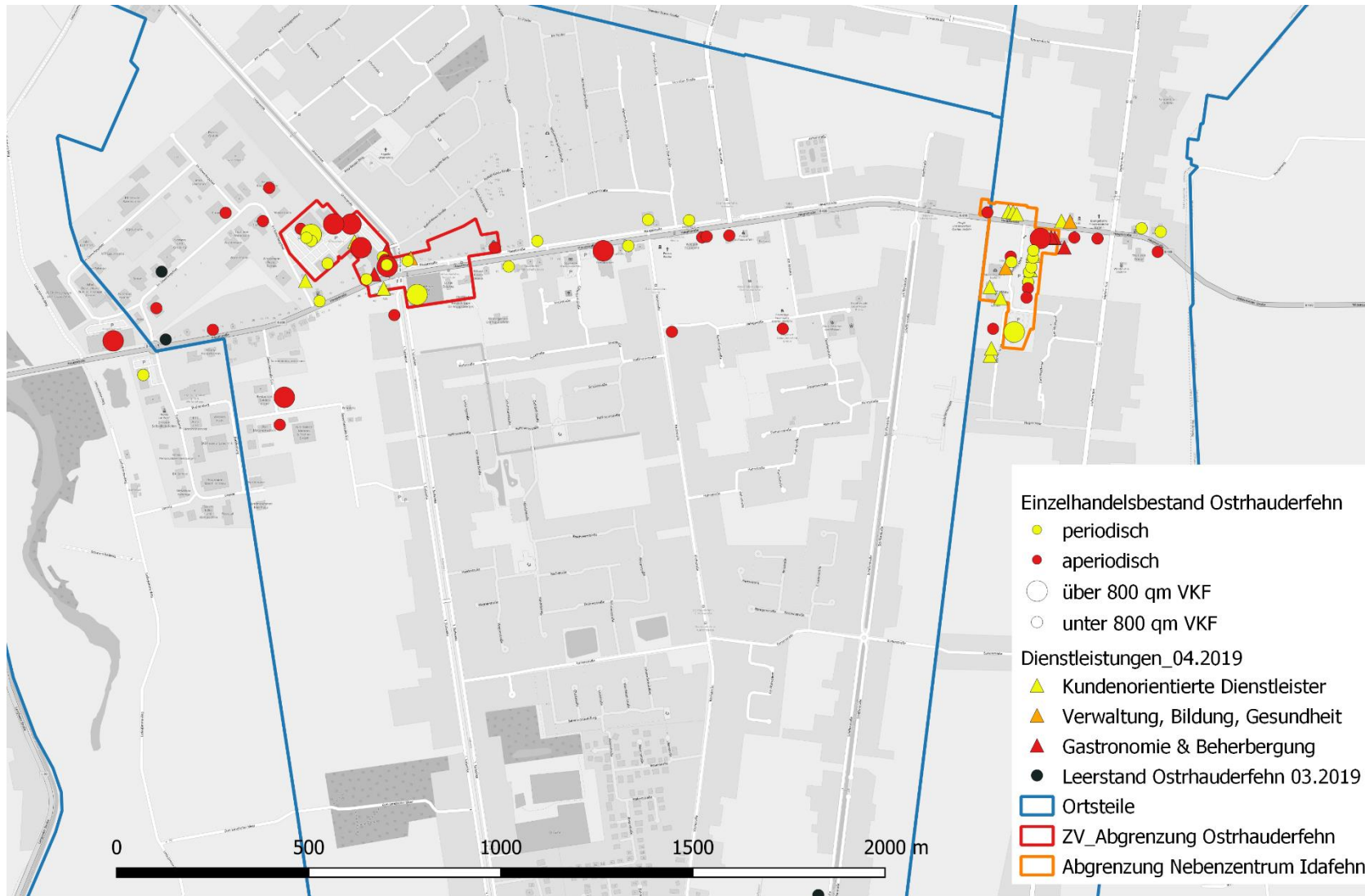
- Der Kreuzungsbereich Hauptstraße, Untenende, 1. Südwieke stellt das Hauptgeschäftszentrum mit hervorgehobener Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion dar.
- In Idafehn befindet sich südlich der Hauptstraße eine bedeutende Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die im Folgenden als Nebenzentrum abgegrenzt werden.

Sonstige Standorte/Sonstiges Gemeindegebiet:

- Solitäre Fachmarktstandorte
- Solitäre Nahversorgungsstandorte Hauptstraße, Sandkamp und Langholt

In Abb. 26 wird die Zentrenstruktur der Gemeinde Ostrhauderfehn im Überblick dargestellt, mit Ausnahme des Ortsteils Langholt.

Abb. 26: Zentrenstruktur der Gemeinde Ostrhauderfehn



Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA; Landkreis Leer (Auszug Geobasisdaten der Nds. Vermessungs- und Katasterverwaltung, LGLN © 2019)
 Bearbeitung: cima 2019

6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“⁹ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB 2004 in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten „unbeplanten“ Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandels-erlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.¹⁰

- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.¹¹
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige

⁹ Eine ausführliche Definition des Begriffes zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang

¹⁰ Vgl. Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

¹¹ Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Fall eines Lebensmittelvollsortimenters, eines benachbarten Lebensmitteldiscounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die CIMA in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt. Hierbei gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und Dienstleistungsbesatzes,
- städtebaulich integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Stadt/ Gemeinde.

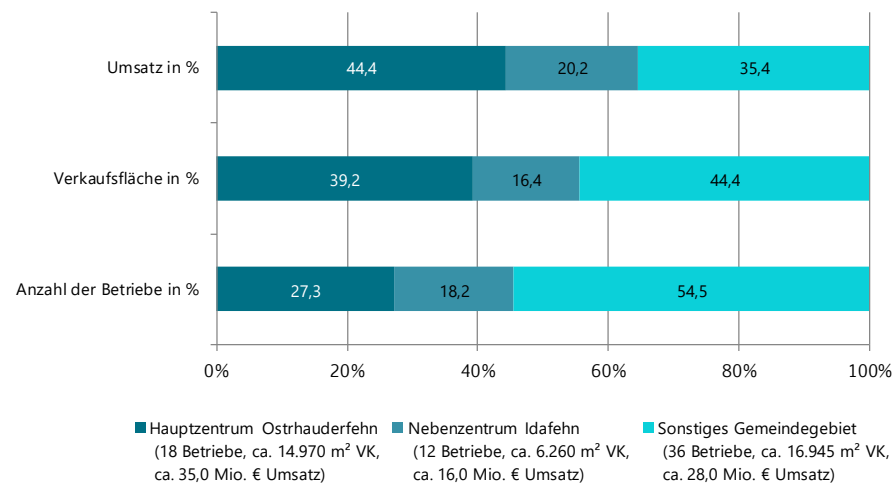
6.2 Zentraler Versorgungsbereich Ostrhauderfehn

Der zentrale Versorgungsbereich Ostrhauderfehn übernimmt die Funktion des Hauptzentrums der Gemeinde. Innerhalb des definierten Bereichs ist ein bedeutender Anteil des Einzelhandelsbesatzes der Gemeinde Ostrhauderfehn vorhanden. Ergänzend finden sich dort einzelhandelsnahe Dienstleistungen, freizeitbezogene Einrichtungen (z.B. Gastronomie) sowie Gesundheitseinrichtungen. Eine Anbindung an das ÖPNV-Netz ist ebenso

gegeben wie eine Integration in die Wohngebiete des Hauptortes. Im südwestlichen Bereich schließen Gewerbegebiete an.

Der zentrale Versorgungsbereich umfasst im Wesentlichen die folgenden Lagebereiche: Hauptstraße (zwischen Im Gewerbegebiet und Friesenstraße), Untenende (südl. Euronics, Pflanzen & Blumen) und 1. Südweiche (bis einschließlich Edeka) (vgl. Abb. 27). In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Kultur, etc.) eingegliedert¹². Mittels der vergleichenden Darstellung der relevanten Strukturkennziffern (Umsatz, Verkaufsfläche, Anzahl der Betriebe) wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs für die Gemeinde Ostrhauderfehn deutlich.

Abb. 27: Vergleich Anteil Umsatz, Verkaufsfläche und Betriebe in den Lagebereichen



Quelle: CIMA 2019

¹² Sowohl die dargestellten Kennziffern des zentralen Versorgungsbereiches als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum Ende März 2019

Bezogen auf die gesamten Einzelhandelsstrukturen im Gemeindegebiet finden sich im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn 27,3 % der Betriebe (18 Betriebe), die 39,2 % (14.970 qm) der Gesamtverkaufsfläche darstellen und 44,4 % (35 Mio. €) des Gesamtumsatzes erzielen. Die Zahlen verdeutlichen, dass im Ortskern nur wenige Kleinbetriebe ansässig sind, sondern eher die großflächigen Formate dort annähernd die Hälfte des Gesamtumsatzes von Ostrhauderfehn erzielen. Eine ähnliche Struktur findet sich im Nebenzentrum Idafehn. Im Gegensatz dazu sind im sonstigen Gemeindegebiet 36 mit Ausnahme des Hagebaumarktes überwiegend kleinere Betriebe verortet, die auf knapp 17.000 qm in der Summe nur gut 35,4 % des Gesamtumsatzes generieren.

Dies ist eine im Vergleich zu vielen anderen Grundzentren in Niedersachsen eher ungewöhnliche Struktur. Oftmals finden großflächige Formate im Zentrum nicht genügend Ansiedlungs- oder Erweiterungsflächen vor und liegen folglich an diffusen Standorten oder Fachmarkttagglomerationen.

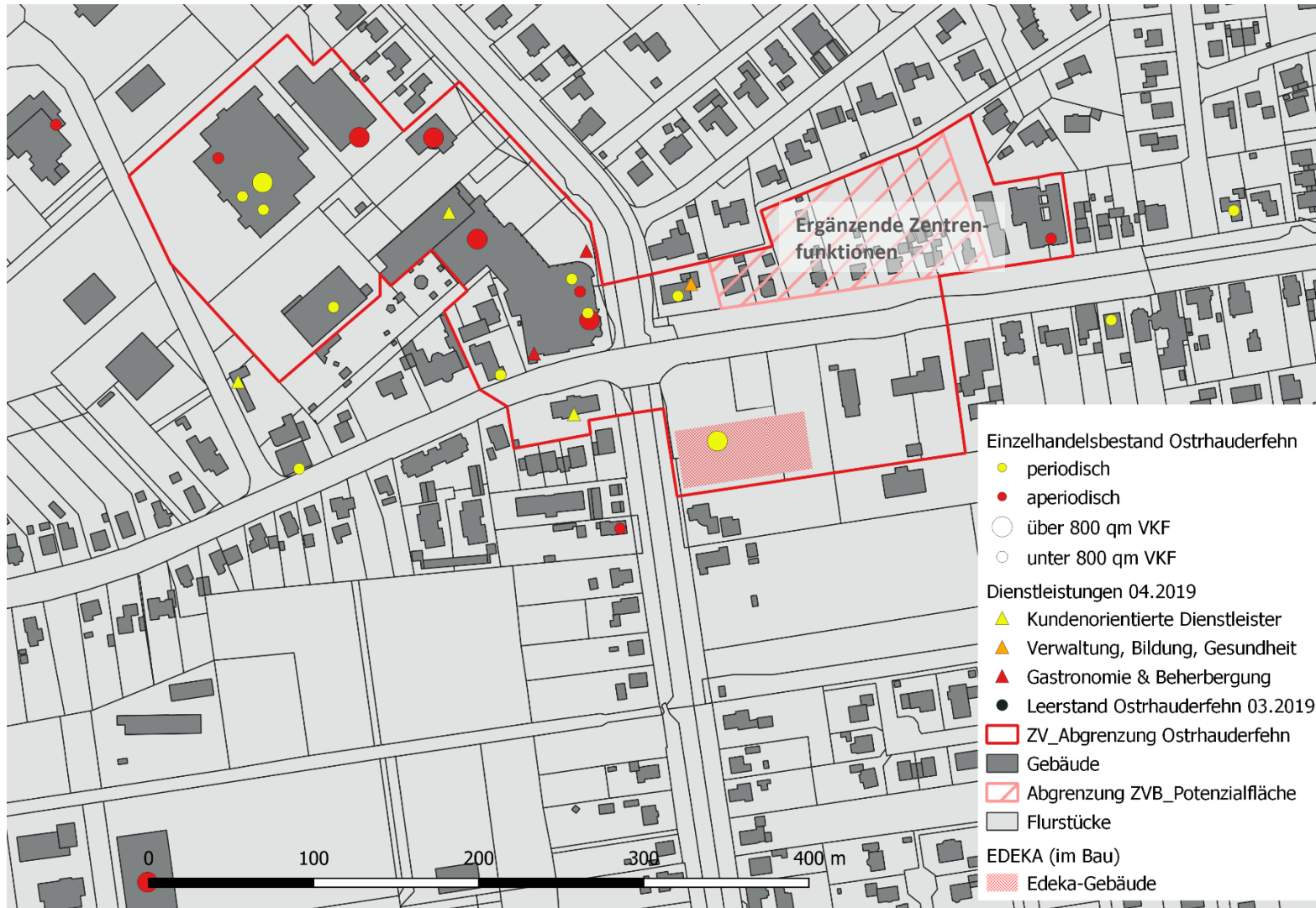
Einzelhandelsstrukturen im Hauptzentrum

Der Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn konzentriert sich rund um den Kreuzungsbereich Hauptstraße, Untenende bzw. 1. Südwieke. Mittelpunkt ist der Gebäudekomplex des Modehaus Wreesmann, in dem sich noch der gleichnamige

Sonderpostenmarkt, das Kaufhaus Korrelvink ein Rossmann-Drogeriemarkt, ein Schuhgeschäft, Reisebüro und Bäcker befindet. Nördlich schließen Pflanzen & Bloemen und der Elektronikfachmarkt Euronics an. Im weiteren Verlauf des Pkw-Parkplatzes folgen mit Aldi und Combi zwei Lebensmittelmärkte sowie der Schuhmarkt Deichmann, ein Blumen- und ein Tchibo-Shop. Die Straße Im Gewerbegebiet trennt den Bereich von dem übrigen Gewerbegebiet. Das darin befindliche Baumaschinenhandel, das Autohaus und der Baustoffhandel gehören nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne und sind daher nicht Teil des zentralen Versorgungsbereichs. Südlich vom Modehaus Wreesmann ist eine Volksbankfiliale ansässig. Auf der anderen Seite der Straße 1. Südwieke folgt der Neubau des Edeka-Marktes.

Ihm gegenüber liegt nördlich der Hauptstraße eine Apotheke und ein Ärztehaus. Den östlichen Abschluss des zentralen Versorgungsbereiches bildet ein kleines Gesundheitszentrum bestehend aus dem Sanitätshaus Tammen und drei Facharztpraxen. Dazwischen befindet sich Wohnbebauung, die nicht für Einzelhandelsnutzungen, sondern mittel- bis langfristig als Potenzialfläche für ergänzende Zentrenfunktionen vorgesehen ist.

Abb. 28: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn – Kartierung Einzelhandel und ergänzende Nutzungen



Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA, Landkreis Leer (Auszug aus den Geobasisdaten der Nds. Vermessungs- und Katasterverwaltung, LGLN © 2019)
 Bearbeitung: cima 2019

Abb. 29: Anbieter im Zentrum von Ostrhauderfehn (Auswahl)



Fotos: cima (2019)

Abb. 30: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	11	4.670	20,0
davon Lebensmittel	8	3.730	16,2
aperiodischer Bedarf (gesamt)	7	10.300	15,1
davon zentrenrelevant	5	5.565	10,0
gesamt	18	14.970	35,0

Quelle: cima 2019

Mit elf Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 4.670 qm und einem Umsatz von 20 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des periodischen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn.

Den größten Anteil daran haben die Lebensmittelmärkte Combi und Aldi auf der Rückseite von Wreesmann sowie der neue Edeka an der Hauptstraße. Vier Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischer) vervollständigen das Angebot.

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege bedienen der Rossmann Drogeriemarkt und eine Apotheke die Nachfrage. Darüber hinaus werden Drogerieartikel als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten und -discountern angeboten.

Bezogen auf die zentrenprägenden Sortimente des aperiodischen Bedarfs (Bekleidung, Wäsche, Schuhe etc.) ist das Angebot in der Mitte des Ortsteils Ostrhauderfehn mit sieben Betrieben auf den ersten Blick einem Grundzentrum durchaus angemessen. Gemessen an der Verkaufsfläche von über 10.000 qm ist allerdings eine überdurchschnittliche Ausstattung zu verzeichnen. Herausstechen tut dabei das inhabergeführte Modehaus Wreesmann, das mit seinem Gebäude nicht nur die Straßenkreuzung, sondern auch den Bereich Fashion/Bekleidung prägt. Zwei Schuhfachmärkte (Deichmann, Schuh-Mann) und der Wreesmann Sonderposten ergänzen in unterschiedlichen Preissegmenten.

In der Warengruppe Elektroartikel und Unterhaltungselektronik verfügt der Ostrhauderfehner Ortskern mit Euronics XXL über einen eigenen Fachmarkt. Weitere Flächen decken der Rossmann Drogeriemarkt, Wreesmann Sonderposten und die übrigen Supermärkte und Discounter mit Ihren Randsortimenten und Aktionswaren ab.

Bei den Sortimenten der Branche Spielwaren, Hobbybedarf und „gedeckter Tisch“ (Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat) wird das Fehlen eines originären Facheinzelhandelsbetrieb in der Ortsmitte durch die Lebensmittelmärkte, Wreesmann Sonderposten, Pflanzen & Blumen und den Drogeriemarkt mit kleineren Verkaufsflächen kompensiert.

In der Warengruppe Möbel und Einrichtungsbedarf stehen den Kunden insgesamt rund 550 qm Verkaufsfläche im Wreesmann Sonderposten bzw. Kaufhaus Korrelvink Verfügung. Einen eigenen Möbelladen oder ein Einrichtungshaus beherbergt der zentrale Versorgungsbereich nicht. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich ist dies aber kein Mangel.

Der zentrale Versorgungsbereich im Ortsteil Ostrhauderfehn übernimmt klar die Funktion des Hauptzentrums der Gemeinde. Hier sind 39 % der Verkaufsfläche und über 43 % des Einzelhandelsumsatzes in der Gemeinde konzentriert. Daneben befinden sich hier weitere zentralörtliche Funktionen wie einzelhandelsnahe Dienstleistungen, freizeitbezogene Einrichtungen (Gastronomie, etc.), Finanzdienstleister sowie Gesundheitseinrichtungen.

In Bezug auf den Siedlungskörper des Hauptortes liegt der o.g. zentrale Versorgungsbereich in einer relativen Randlage. Dennoch ist er überwiegend von Wohngebieten umgeben. Nur in westlicher Richtung schließen Gewerbegebiete an. Die Ausdehnung kann als kompakt beschrieben werden. Weitere Einzelhandelsnutzungen und Dienstleister befinden sich zwar im östlichen Verlauf der Hauptstraße, da zwischen ihnen aber z.T. große Lücken bzw. Wohnnutzungen liegen, reicht die Funktionsdichte nicht aus, um als zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt zu werden. Hier ist anzunehmen, dass angesichts des in Kapitel 1 beschriebenen begrenzten Wachstums des

stationären Einzelhandels Bestand und Dichte weiter abnehmen werden. Eine weitere Ausdehnung der Haupthandelslagen ist daher nicht zu empfehlen, vielmehr sollte auf eine kompakte, funktionsgemischte und lebendige Ortsmitte hingearbeitet werden.

Förderlich wäre es im Hinblick auf den Einzelhandel, die Geschäftssituation im Ostrhauderfehner Hauptzentrum qualitativ (Sortimentsvielfalt, Warenpräsentation, Ladenbau) gezielt weiterzuentwickeln. Rein größentechnisch ist die Verkaufsflächenausstattung als überdurchschnittlich zu bewerten. Daher ist ein quantitatives Wachstum nur über moderate Anpassungen an die Marktbedingungen, d.h. geringfügige Erweiterungen zur Modernisierung, oder im Zuge einer Verbesserung der Lage innerhalb des Gemeindegebiets und die Stärkung der Zentrenfunktion zu empfehlen.

Darüber hinaus gilt es, die Aufenthaltsqualität zu verbessern. Dies lässt sich grundsätzlich durch ansprechende Gestaltung der Fassaden und Außenflächen aber auch des öffentlichen Raums erreichen. Eine Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit durch Ertüchtigung der Fuß- und Fahrradwege kann hierzu ebenfalls einen Beitrag leisten. An vielen Stellen ist die Ortsmitte von Ostrhauderfehn bislang eher autoorientiert geprägt durch großzügige Straßenquerschnitte und weitläufige Pkw-Parkplätze.

Die CIMA empfiehlt, Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten auch weiterhin im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn zu konzentrieren, um diese relativ zentral gelegene Einzelhandelslage in ihrer Funktion zu erhalten und zu stärken. Die Gemeindegröße bietet eigentlich nicht ausreichend Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial, um zentrenrelevante Sortimente an mehreren Standorten vorzuhalten, ohne dass Frequenz- und Funktionsverluste drohen. Die Arbeitsteilung mit dem zweiten Einzelhandelsschwerpunkt in Idafehn, der auch auf Kunden von östlich der Gemeinde zielt, scheint bislang allerdings zu funktionieren.

6.3 Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn

Ebenfalls an der Hauptstraße in rund 1,6 km Entfernung zum ZVB Hauptzentrum Ostrhauderfehn findet sich die zweite größere Konzentration von Einzelhandelsbetrieben. Sie liegt bereits im Ortsteil Idafehn, dessen Siedlungskörper sich aber direkt und nahtlos an den von Ostrhauderfehn anschließt. Aufgrund der räumlichen Zugehörigkeit zum Hauptort und der gewichtigen Versorgungsfunktion für die östlichen Wohngebiete sieht die CIMA eine Ausweisung eines zweiten zentralen Versorgungsbereichs als Nebenzentrum vor¹³.

Innerhalb des definierten Bereichs ist ein durchaus bedeutender Anteil des Einzelhandelsbesatzes der Gemeinde vorhanden. Ergänzend finden sich dort einzelhandelsnahe Dienstleistungen und Gesundheitseinrichtungen. Eine Anbindung an das ÖPNV-Netz ist über die Hauptstraße ebenso gegeben wie eine Integration in allen Himmelsrichtungen angrenzenden Wohngebiete. In rund 400 m Entfernung befindet sich der östliche Ortsausgang. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst im Wesentlichen den Lagebereich südlich der Hauptstraße entlang der Straße Idafehn-Mitte und den ersten Teil der Straße Am Westkanal. Nördlich der Hauptstraße schließt mit einer einreihigen Bebauung ein kleiner Bereich rund um die Raiffeisenbank an (vgl. Abb. 33).

Bezogen auf die Einzelhandelsstrukturen im gesamten Gemeindegebiet finden sich im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn 18,2 % der Betriebe (12 Betriebe), die 16,4 % (6.260 qm) der Gesamtverkaufsfläche darstellen und ca. 20,2 % (16 Mio. €) des Gesamtumsatzes erzielen (vgl. Abb. 27).

Einzelhandelsstrukturen im Nebenzentrum

Der zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn erstreckt sich überwiegend zu beiden Seiten der Straße Idafehn-Mitte, von der Hauptstraße bis zu Am Westkanal. Dort, am südlichen Abschluss, ist mit Lidl der nächstgelegene Lebensmittelmarkt für die Einwohner der östlichen Siedlungsbereiche ansässig. Benachbart finden sich ein Friseur und das Gebäude von Raumgestaltung Bunger. Mit etwas Abstand folgen eine Physio- und Ergotherapiepraxis, mehrere Hausärzte, eine Apotheke und ein Sanitätshaus. Nördlich des Lidl-Marktes schließt ein langgestreckter, großzügiger Parkplatz an. In einem ersten Gebäude sind Tedi, Kik und ein Fleischer untergebracht. Bis zur Hauptstraße reicht der zweite Gebäudekomplex mit Bäcker, Getränkemarkt, internationalem Mini-Supermarkt und Reisebüro. An der Ecke zur Hauptstraße dominiert das Modehaus Dirk Schmidt mit angeschlossenem Schuh-Center. Zur Hauptstraße ergänzen zwei gastronomische Einrichtungen das Angebot.

Am nördlichen Rand des ZVBs, auf der gegenüberliegenden Straßenseite befinden sich die Buchhandlung Schlörmann, die Raiffeisenbank und ein Versicherungsbüro.

Abb. 31: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	7	1.850	8,0
davon Lebensmittel	5	1.710	7,5
aperiodischer Bedarf (gesamt)	5	4.410	7,9
davon zentrenrelevant	5	4.295	7,5
gesamt	12	6.260	16,0

Quelle: CIMA 2019

¹³ Gemäß Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017 ist in Grundzentren in der Regel und die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs vorgesehen, vgl. 2.3 Ziffer 05 und Begründung sowie Arbeitshilfe zum LROP Kapitel 5.10ff

Wie die Abb. 31 zeigt, entfallen entsprechend der vorhandenen Betriebe 4.410 qm von insgesamt 6.260 qm Verkaufsfläche auf den aperiodischen Bedarfsbereich. Die fünf Betriebe bieten fast ausschließlich zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung und Schuhe an. Auf lediglich 1.850 qm werden periodischen Waren als Hauptsortiment angeboten, davon sind 1.710 qm Nahrungs- und Genussmittel. Hier ist der Anbieter Lidl strukturprägend, die restlichen sechs betreiben eher kleinere Verkaufsflächen. Insgesamt werden im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn durch die 12 Einzelhändler ca. 16 Mio. € Umsatz jährlich erwirtschaftet.

Die Einzelhandelskonzentration im Ortsteil Idafehn ordnet sich in Bezug auf die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile (16,4 bzw. 20,2 %) dem Hauptzentrum unter, übernimmt aber eine deutliche Versorgungsfunktion innerhalb des Gemeindegebiets. Diese geht durch das hohe Ausstattungsniveau im aperiodischen und zentrenrelevanten Bereich klar über eine Nahversorgung mit Lebensmitteln und anderen Dingen des täglichen, periodischen Bedarfs hinaus. Zusammen mit weiteren zentralörtlichen Funktionen wie einzelhandelsnahen und gesundheitsbezogenen Dienstleistungen, Gastronomie und Finanzdienstleistungen empfiehlt die CIMA die Ausweisung als zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum.

Um eine gewisse Arbeitsteilung beizubehalten, aber die Versorgungsfunktion des Hauptzentrums insbesondere in Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente nicht zu gefährden, gilt es, das Nebenzentrum nur behutsam weiterzuentwickeln. Insgesamt ist die Ausstattung der Gemeinde Ostrhauderfehn in fast allen Sortimenten überdurchschnittlich, daher sind Flächenzuwächse im ZVB zwar großflächig möglich, sollten jedoch nur in Form einer moderaten Anpassung an die Marktentwicklung, vorausgesetzt ihrer raumordnerischen Zulässigkeit, umgesetzt werden.

Bei Zunahme der Mantelbevölkerung, z.B. nach Ausweisung von Baugebieten im direkten Umfeld, könnte eine Stärkung des Standortes in Bezug auf Lebensmittel infrage kommen. Dafür sollten angesichts der

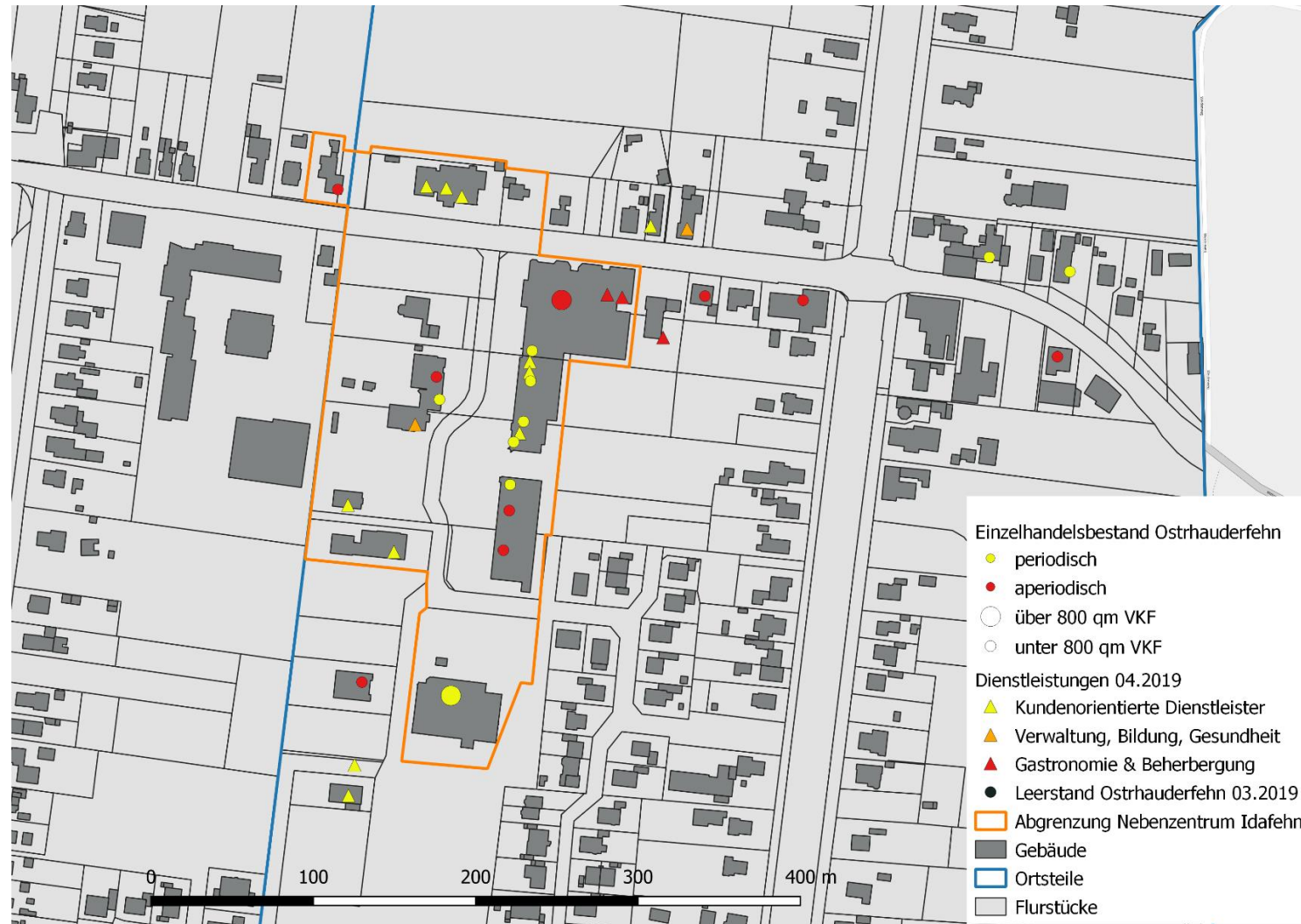
Anmutung eines Fachmarktzentrums mit zentralem großen Pkw-Parkplatz die Aufenthaltsqualität und die fußläufige Erreichbarkeit durch Ertüchtigung der Fuß- und Fahrradwege sowie eine Querungshilfe an der Hauptstraße verbessert werden.

Abb. 32: Anbieter im Nebenzentrum Idafehn (Auswahl)



Fotos: CIMA (2019)

Abb. 33: Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn – Kartierung Einzelhandel und ergänzende Nutzungen



Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA; Landkreis Leer (Auszug aus den Geobasisdaten der Nds. Vermessungs- und Katasterverwaltung, LGLN © 2019)
 Bearbeitung: cima 2019

6.4 Sonstige Standorte

Auch außerhalb der beiden großen Einzelhandelskonzentrationen finden sich im sonstigen Gemeindegebiet zahlreiche Anbieter, die allerdings in Bezug auf ihre räumliche Ballung, Lage und weitere Zentrenfunktionen nicht genügend Kriterien für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbe- reich erfüllen.¹⁴

Solitäre Fachmarktstandorte

In vielen Städten und Gemeinden sind Fachmarktstandorte oder -agglomerationen entstanden, da Anbieter mit großen Flächenbedarfen, z.B. Möbel- und Einrichtungshäuser, Bau- und Gartenmärkte, in eher dicht bebauten Ortsmitten keine geeigneten Grundstücke vorfinden. Entsprechend ist auch im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen geregelt, dass Anbieter sogenannter nicht zentrenrelevanter Sortimente „auch außerhalb städtebaulich integrierter Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des Zentralen Ortes“ (ebd. 2.3 Ziffer 06) zulässig sind, sofern sie ihre zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % und höchsten 800 qm Verkaufsfläche beschränken.

Ein derartiger Markt ist der Hagebaumarkt am westlichen Ortsrand von Ostrhauderfehn. Da viele der dort angebotenen Produkte nicht zu Fuß, sondern nur mit dem Auto transportiert werden können, ist dieser Pkw-orientierte Standort als unkritisch anzusehen. Mangels weiterer Anbieter ist der Standortbereich allerdings nicht als Fachmarkttagglomeration oder Fachmarktzentrum zu fassen, sondern wird von der CIMA nur als solitärer Fachmarktstandort kategorisiert.

Die nicht-zentrenrelevante Sortimente mit langfristigem Beschaffungsrhythmus gehören nur begrenzt zum landesplanerischen Versorgungsauftrag eines Grundzentrums wie Ostrhauderfehn. Daher ist mit Ausnahme des Bestandsschutzes und ggf. moderater Erweiterung zur markt-

konformen Anpassung der Warenpräsentation oder auch Aufnahme von Kundenservices ein Ausbau dieser Sortimente und auch des Standortes in Gewerbegebietslage nicht zu empfehlen.

Falls sich in einer Einzelfallprüfung die Verträglichkeit ergänzender Anbieter zeigen sollte, ist eine arrondierende Ansiedlung nahe des Baumarktes anzustreben, um Kopplungskäufe zu ermöglichen. Verhindert werden sollte hingegen ein neuer, gänzlich anders verorteter Standort, der folglich zu erhöhtem Verkehrsaufkommen in anderen Ortsbereichen führen würde.

Solitäre Nahversorgungsstandorte Hauptstraße, Sandkamp und Langholt

Drei Lebensmittelanbieter von relevanter Größe liegen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Das sind der nah & gut-Markt an der Hauptstraße, der nah & frisch-Markt im Ortsteil Langholt sowie der Netto-Lebensmitteldiscounter im Sandkamp am westlichen Ortsausgang. Die beiden erstgenannten verdichten das Nahversorgungsnetz im Gemeindegebiet und sichern die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und Dingen des täglichen Bedarfs.

Der nah & gut-Markt liegt etwa in der Mitte der beiden ZVBs an der Hauptstraße und deckt idealtypisch eine große Zahl von umliegenden Wohngebieten ab. Für den Ortsteil Langholt und angrenzende Siedlungsteile stellt der nah & frisch-Markt den nächstgelegenen Lebensmittelmarkt dar. Beide Anbieter liegen allerdings an der unteren Grenze der heute gängigen Formate im Lebensmitteleinzelhandel und könnten mittelfristig eine Erweiterung auf modernere Vertriebstypen anstreben.

Die Nahversorgungsfunktion beider Märkte gilt es aus Gutachtersicht zu erhalten und stärken. Ab einer Verkaufsflächengröße von 800 qm muss allerdings laut Baurecht die städtebauliche Verträglichkeit und Nicht-Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche nachgewiesen werden.

¹⁴ Vgl. Kapitel 6.1

Der Netto-Markt liegt in städtebaulich nicht integrierter Randlage. Das fußläufige Einzugsgebiet erstreckt sich überwiegend auf Gewerbe- und Grünflächen und erfüllt daher keine nennenswerte Nahversorgungsfunktion im Umfeld. Ein Ausbau des Standortes ist daher nicht empfehlenswert. Eine moderate Anpassung der Verkaufsflächengröße zum Erhalt des bestandsgeschützten Marktes kann im Einzelfall gutachterlich geprüft werden.

Abb. 34: Anbieter an solitären Nahversorgungsstandorten



7 Branchenkonzept

7.1 Ableitung der Sortimentsliste für Ostrhauderfehn

7.1.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LROP Niedersachsen oder auch der Rückgriff auf allgemein gültige Sortimentslisten (z.B. Empfehlungen aus dem LROP, der IHK etc.) ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadt- oder Gemeindegebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.¹⁵

Die Liste der zentrenrelevanten oder nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Ostrhauderfehn dient dem Schutz und der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern

eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 qm Verkaufsfläche): Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z.B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.¹⁶

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt

¹⁵ OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzepts.

¹⁶ Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht.“

derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist“ (VGH Mannheim; Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05)).

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) vollständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den Zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.¹⁷

Das OVG Münster weist zudem in einem Urteil vom 03. Juni 2002 (7 aD 92/99.NE) darauf hin, dass keine allgemeingültige Sortimentsliste besteht. „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als „zentrenrelevant““ erweist. Das Gericht weist vielmehr auf die Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente hin.

Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.¹⁸ Dabei können bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein sollte, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen, um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Unbestimmte Kategorien wie beispielsweise „Sonderpostensortiment“ können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht-zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen.

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10 % der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.¹⁹

Die Sortimentsliste muss politisch per Ratsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzern, vorhandenen Einzelhandelsbetrieben), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

¹⁷ Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von einzelnen Sortimenten

¹⁸ vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

¹⁹ Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Entwicklung einer Sortimentsliste für Ostrhauderfehn soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Gemeinde bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Verwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung in der Gemeinde Ostrhauderfehn kann lediglich als Anhaltspunkt dienen. Für die Zentrenrelevanz sind aus Sicht der CIMA folgende Faktoren mitentscheidend:

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Gemeinde Ostrhauderfehn sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in qm) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhe zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix der Innenstadt attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Innenstadtlage vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.

- **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem kleinen Grundzentrum sind die Frequenzbringer der Innenstadt in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereiches (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen einer Innenstadt umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind in der Regel nur selten geeignet für einen zentralen Versorgungsbereich.

Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Innenstadtlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt.

- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen

Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt werden kann (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformig und können leicht transportiert werden (z.B. Bekleidung, Schuhe).

- **Planungswille der Stadt/ Gemeinde:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt- oder Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

7.1.3 Ableitung der Ostrhauderfehrer Sortimentsliste

Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Ostrhauderfehn. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als spezielle „Unterform“ der zentrenrelevanten Sortimente zu betrachten. Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des täglichen und wöchentlichen Bedarfs kann eine Ansiedlung auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können.

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

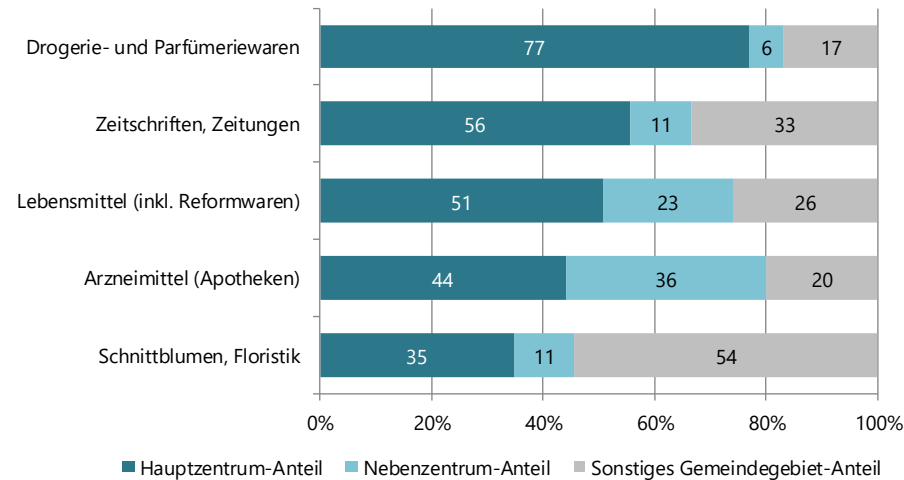
- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen,
- vorwiegend in den Ortskernen angeboten werden,
- i.d.R. einen Erlebniseinkauf nach sich ziehen.

Nicht-zentrenrelevant sind hingegen vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen,
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden und
- eher einem Versorgungs- als einem „Erlebniseinkauf“ dienen.
- Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität.

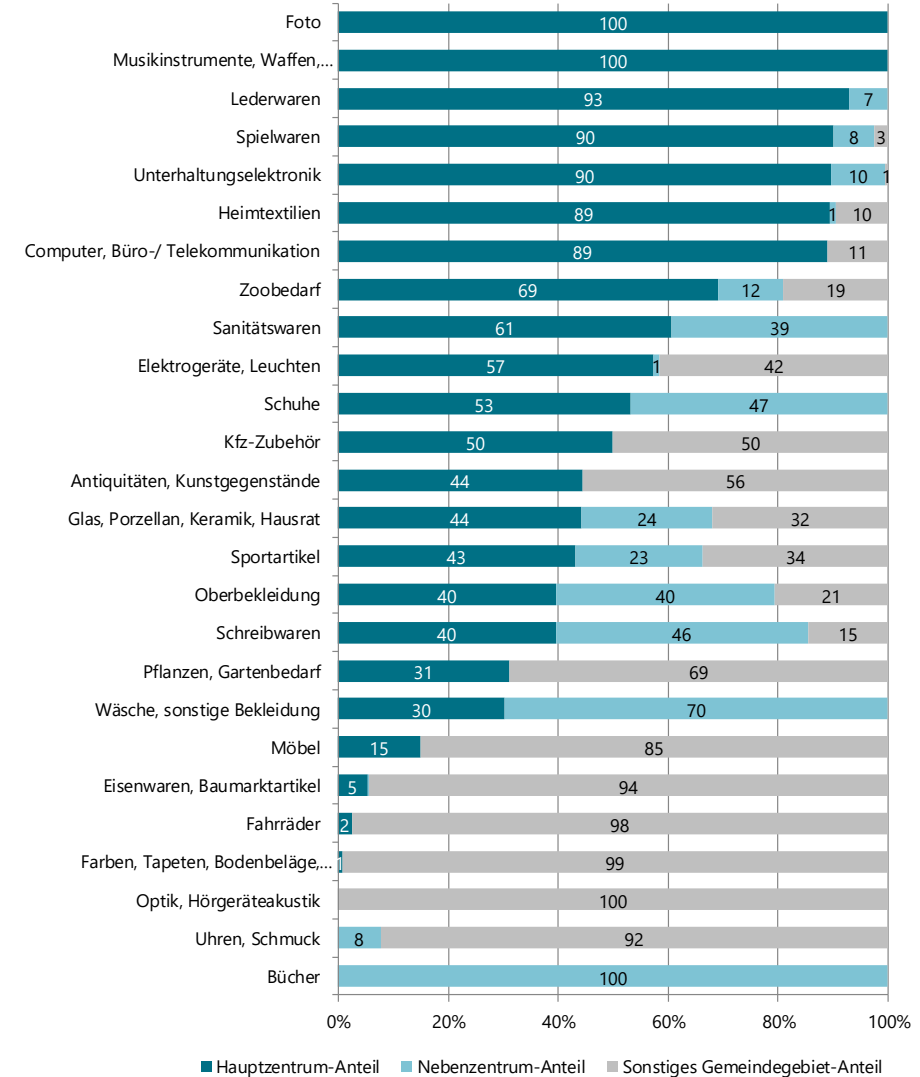
In den nachfolgenden Abb. 35 und Abb. 36 werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels in den Einzelhandelslagen für die Sortimente des periodischen und aperiodischen Bedarfs dokumentiert.

Abb. 35: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereich auf Sortimentsebene: periodischer Bedarf



Quelle: cima 2019

Abb. 36: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: aperiodischer Bedarf



Quelle: cima 2019 (Rundungsdifferenzen möglich)

Aus der Angebotsstruktur des Einzelhandels in Ostrhauderfehn ergibt sich folgende Ableitung der Ostrhauderfehner Sortimentsliste:

Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant):

- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)
- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke), Reformwaren
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)
- Schnittblumen und kleinere Pflanzen
- Zeitungen und Zeitschriften

Zentrenrelevante Sortimente:

- Baby-/ Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen, Kindersitze)
- Bekleidung, Wäsche
- Bücher
- Computer und Kommunikationselektronik (einschließlich Zubehör)
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektrokleingeräte)
- Foto und Zubehör
- Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Medizinisch-orthopädischer Bedarf
- Musikalien, Musikinstrumente
- Optische und akustische Artikel
- Papier- und Schreibwaren, Bürobbedarf
- Parfümerie- und Kosmetikartikel
- Schuhe

- Spielwaren
- Sportartikel (inkl. Sportbekleidung und -schuhe)²⁰
- Uhren, Schmuck
- Unterhaltungselektronik, Tonträger

Nicht-zentrenrelevante Sortimente:

- Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“)
- Fahrräder und Fahrradzubehör
- Farben und Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- Kfz und Kfz-Zubehör
- Kunstgegenstände, Antiquitäten
- Lampen und Leuchten
- Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)
- Sport- und Freizeitgroßgeräte (inkl. Angler-, Jagd-, Reitsportbedarf und Campingartikel)
- Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel
- Sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen

²⁰ ohne Sport- und Freizeitgroßgeräte

Erklärung zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Die Aufstellung berücksichtigt die nachfolgenden spezifischen Aspekte des Handels in Ostrhauderfehn sowie das allgemeine Verbraucherverhalten:

Nahrungs- und Genussmittel, also Lebensmittel im weiteren Sinne inkl. Getränke sowie Reformwaren, stellen unstrittig den Kern des sogenannten täglichen Bedarfs dar. Sie werden regelmäßig und häufig konsumiert, sollten verbraucher- und wohnartnah verortet und gut erreichbar sein, auch fußläufig. 51 bzw. 23 % der Verkaufsfläche liegen innerhalb der ZVBs Hauptzentrum Ostrhauderfehn und Nebenzentrum Idafehn.

Drogerieartikel wie Körperpflegeprodukte, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel gehören ebenfalls in den kurzfristigen, täglichen Bedarfsbereich und werden in der Regel gemeinsam mit Lebensmitteln gekauft.

Die über die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und Drogerieartikel hinaus aufgeführten Warengruppen stellen **Waren des täglichen Bedarfs** dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden wird, wie z.B. **Zeitungen und Zeitschriften**. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten.

Pharmazeutische Artikel und **Arzneimittel** werden fast ausschließlich in Apotheken verkauft und sollten insbesondere für mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsgruppen zentral und gut erreichbar vorgehalten werden.

Bei der Warengruppe **Blumen** wird eine Differenzierung zwischen **Schnittblumen** und **gartenmarktspezifischen Sortimenten** vorgenommen. Da Schnittblumen als Sortiment des periodischen Bedarfs in der Regel u.a. über Fachgeschäfte in Ortskernlagen oder im Lebensmitteleinzelhandel verkauft werden, sind diese als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen. Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und -gefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die u. a. aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des hohen Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Erklärung zu den zentrenrelevanten Sortimenten

Sortimente mit einem bedeutenden Verkaufsflächenanteil im Hauptzentrum und im Nebenzentrum der Gemeinde Ostrhauderfehn sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da sie zu den Kernsortimenten des strukturprägenden, z.T. mittelständischen Fach-einzelhandels in den beiden zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinde gehören. Die als zentrenrelevant definierten Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den Einzelhandel in den Zentren ein. Darüber hinaus wird im Folgenden die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn diese bisher nicht im Ortskern bzw. nur mit einem sehr geringen Anteil vertreten sind, aber eine strategische Bedeutung für die Zentrumsentwicklung und die Frequenzsicherung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen übernehmen können.

Die Zentrenrelevanz dieser Sortimente ist durch folgende Angebotsstrukturen in den zwei Haupthandelslagen von Ostrhauderfehn begründet:

Das Segment **Bekleidung/ Wäsche** ist aufgrund der vorhandenen Angebote in insgesamt drei Fachgeschäften in den Haupteinzelhandelslagen und als typisch zentrenrelevantes Leitsortiment auch in Ostrhauderfehn als zentrenrelevant zu bewerten. Derzeit fallen knapp 80 % der Verkaufsflächen in der Branche Oberbekleidung und annähernd 100 % für Wäsche und sonstige Bekleidung auf die zentralen Versorgungsbereiche. Außerhalb findet sich das Segment nur bei Südbeck-Mode und als Randsortimente im Handelskontor Ostrhauderfehn und Ennens Baumaschinen (Arbeitskleidung).

Das Sortiment **Bücher** ist mit einem Verkaufsflächenanteil von 100 % im Nebenzentrum Idafehn klar den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen, da es klassischer Weise in kleinen Fachgeschäften der Innenstädte und z.T. als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriemärkten angeboten wird.

In der Sortimentsgruppe **Computer und Kommunikationselektronik**, einschließlich Zubehör, buhlt neben Euronics mit einem Randsortiment nur ein Fachgeschäft im Wohngebiet an der 1. Südwieke um die

Ostrhauderfehner Kunden. Dieser Bereich gehört jedoch nicht mehr zum ZVB Hauptzentrum, auf den durch den großflächigen Anbieters Euronics 89 % in diesem Sortiment fallen.

Euronics ist ebenfalls der größte Anbieter von **Elektrohaushaltsgeräten**. Mit Lage im ZVB bietet sich die Einordnung als ortsspezifisch zentrenrelevant an. Allerdings empfiehlt die CIMA die Unterscheidung zwischen **Elektrokleingeräten** wie Wasserkocher, Fön o.Ä., die auch als Randsortiment im Lebensmitteleinzelhandel verkauft und darüber hinaus ohne Auto transportiert werden können und Elektrogroßgeräte, sogenannter „Weiße Ware“. Dazu gehören Waschmaschinen, Kühlschränke etc., die zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu rechnen sind.

Bei der Branche **Foto und Zubehör** sowie **Musikalien, Musikinstrumente** fallen derzeit 100 % der Verkaufsfläche auf den Ortskern. Musikinstrumente bietet Wreesmann Sonderposten in kleinem Umfang an. Kameras und Zubehör finden sich ausschließlich bei Euronics.

Das Sortiment **Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat** mit einem Zentrenanteil von 68 % findet sich vor allem im Kaufhaus Korrelvink und bei Wreesmann Sonderposten, als Randsortiment im Baumarkt, bei den Lebensmittel- und Drogeriemärkten sowie als Kleinstflächen in Gärtnereien und Blumenläden.

Bei den **Haus- und Heimtextilien** ist das Modehaus Wreesmann der mit Abstand größte Anbieter. Entsprechend fallen 89 % auf ZVB Hauptzentrum Ostrhauderfehn.

Lederwaren, Koffer und Taschen werden in Ostrhauderfehn zurzeit ausschließlich als Randsortimente im Modehaus Wreesmann sowie bei KIK, Tedi, Schuh-Mann und Deichmann angeboten. Somit liegen sie zu 100 % in den zentralen Versorgungsbereichen.

Für das Sortiment **medizinisch-orthopädischer Bedarf** (inkl. Sanitätswaren) und lässt sich aus der Ostrhauderfehner Angebotsstruktur in den ZVBs eine Zentrenrelevanz von gut 100 % ableiten. Ein Sanitätshaus deckt den Bedarf in Ostrhauderfehn, eins in Idafahn. Etwa in der Mitte ist an der Hauptstraße der einzige Anbieter, Fehn Optik & Akustik, ansässig, daher ist

die Warengruppe **optische und akustische Artikel** in Abb. 36 nur dem sonstigen Gemeindegebiet zugeordnet. Aufgrund der inhaltlichen Nähe zu den Sanitätswaren empfiehlt die CIMA die Einordnung beider Warengruppen zu den zentrenrelevanten Sortimenten.

Ferner ist das Sortiment **Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf** aus den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen, bei nahezu ausgeglichene Verkaufsflächenaufteilung zwischen dem Haupt- und Nebenzentrum (40 % bzw. 46 %). Der einzige Schreibwarenladen ist die Buchhandlung Schlörmann im ZVB Idafahn. Randsortimente finden sich bei Rossmann, Combi, Edeka und Feldick Bürosysteme.

Das Sortiment Drogerieartikel wird bereits den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugerechnet, daher sollten die ergänzenden **Parfümerie- und Kosmetikartikel** als zentrenrelevantes Sortiment erwähnt werden. Insbesondere, wenn es zukünftig z.B. um die Realisierung einer Parfümerie geht, sollte eine Entwicklung in einem der Ostrhauderfehner ZVBs bevorzugt geprüft werden.

Auch das Sortiment **Schuhe** ist als typisches innerstädtisches Leitsortiment in Ostrhauderfehn klar den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteil der beiden zentralen Versorgungsbereiche liegt bei 100 %.

In der Branche **Spielwaren** entfällt aktuell ein Anteil von knapp 98 % der Verkaufsfläche auf Einzelhändler in den beiden zentralen Versorgungsbereichen. Ein klassisches Spielwarengeschäft existiert im Gemeindegebiet nicht, das größte Angebot findet sich im Kaufhaus Korrelvink/ Wreesmann Sonderposten. Spielwaren werden darüber hinaus in den Lebensmittel- und Drogeriemärkten als Randsortiment angeboten.

Das Sortiment **Sportartikel** (inkl. Sportbekleidung und -schuhe) verhält sich in Ostrhauderfehn aufgrund der großen Anbieter ähnlich der Branche Oberbekleidung. Rund 66 % der Verkaufsfläche findet sich in den zentralen Versorgungsbereichen. Zur besseren baurechtlichen Steuerung sollen in der Sortimentsliste allerdings die Sport- und Freizeitgroßgeräte gesondert

behandelt und u.a. aufgrund ihrer z.T. begrenzten Transportfähigkeit dem nicht-zentrenrelevanten Bereich zugeordnet werden.

Uhren und Schmuck sind nur auf wenigen Randsortimentsflächen und bei einem einzigen Anbieter in der Mitte der Hauptstraße zwischen beiden ZVBs vertreten. Dieses Sortiment wird üblicherweise als typisch zentrenrelevantes Sortiment den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Die CIMA empfiehlt dieser Einordnung zu folgen und künftige Entwicklungen in diesem Bereich auf die zentralen Versorgungsbereiche zu konzentrieren.

Das Sortiment **Unterhaltungselektronik, Tonträger** wird in Ostrhauderfehn fast ausschließlich innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Größter Anbieter ist der Elektronikfachmarkt Euronics, weitere nennenswerten Verkaufsflächen kommen durch das Randsortiment und durch die Aktionsflächen der Lebensmittel- und Drogeriemärkte zustande.

Erklärung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

Das **baumarktspezifischen Kernsortiment** mit Eisenwaren, Fliesen, Werkzeug und Baumarktartikel findet sich vor allem aufgrund des großen Hagebaumarktes zu 94 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Dies ist ein durchaus normaler Wert, da derartige Märkte aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs in der Regel nur in Randlagen oder Gewerbegebieten unterkommen. Wreesmann Sonderposten, Tedi und Handelskontor Ostrhauderfehn sowie sechs Spezialanbieter, Fachgeschäfte und Handwerks-/Dienstleistungsbetriebe überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche decken die gesamte Bandbreite des Sortiments in der Gemeinde ab.

Die CIMA empfiehlt, die Sortimente **Elektrohaushaltsgeräte** (Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“) sowie **Lampen und Leuchten** als nicht-zentrenrelevante Sortimente einzuordnen. Diese Branchen besitzen zwar zusammen einen Verkaufsflächenanteil von gut 58 % außerhalb der ZVBs, allerdings wurden hier noch die Elektrokleingeräte mitgezählt. Zur besseren Steuerung sollte die genannte Unterscheidung bei den Elektrogeräten

vorgenommen werden und die Großgeräte zusammen mit den Lampen und Leuchten aufgrund ihres Platzbedarfs und der Nähe zum Möbelsegment den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Das Sortiment **Fahrräder und Fahrradzubehör** ist aus Gutachtersicht den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Das dominierende Fachgeschäft befindet sich weit außerhalb des Ortskerns. Neuansiedlungen von Anbietern dieses Sortiments finden heutzutage üblicherweise in Form von flächenbeanspruchenden Fachmärkten statt. Die aktuellen Branchenentwicklungen, u. a. in der E-Mobilität, lassen derzeit keine Abkehr von der derzeitig überwiegenden Angebotsform erkennen.

Die Sortimentsgruppe der **Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge** als klassisch nicht-zentrenrelevantes Sortiment wird derzeit ebenfalls mit rund 99 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Hagebaumarkt und Schau Farbenfachmarkt vereinen über 90 % der Verkaufsflächen auf sich.

Einen Verkaufsflächenanteil von 69 % außerhalb der abgegrenzten Zentren erzielt das **gartenmarktspezifische Kernsortiment**. Gartenbedarfe und Pflanzen zählen zu den Sortimenten, die typischerweise von großflächigen Fachhändlern, Gärtnereien und Baumärkten angeboten werden. Die CIMA empfiehlt daher, das gartenmarktspezifische Sortiment den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Das klassisch nicht-zentrenrelevante Sortiment **Kfz und Kfz-Zubehör** ist aus Gutachtersicht auch in Ostrhauderfehn den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen, da es prädestiniert ist für Auto-orientierte Standorte außerhalb des Zentrums. Angebote für Kfz-Zubehör bestehen derzeit in Ostrhauderfehn nur in geringem Maße als Randsortiment im Hagebaumarkt und bei Wreesmann Sonderposten.

Die zurzeit in Ostrhauderfehn eher gering anzutreffende Sortimentsgruppe **Kunstgegenstände, Antiquitäten** besteht i. d. R. aus antiken Möbeln, großen Gemälden und ähnlichen sperrigen Gegenständen. Als Randsortimente finden sie sich zwei Mal außerhalb der ZVBs (Schau Farbenfachmarkt, Handelskontor) und einmal innerhalb (Wreesmann Sonderposten).

Aus Sicht der cima sollten Antiquitäten daher genauso als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden wie Möbel. Die Ansiedlung von Antiquitäten- oder Kunsthandlungen in der Ostrhauderfehr Ortsmitte ist selbstverständlich trotzdem weiter möglich. Dasselbe gilt für das Sortiment **Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze)**.

Im Sortiment **Möbel** beträgt der Verkaufsflächenanteil außerhalb der zentralen Lagen, hauptsächlich bedingt durch die Anbieter Trend – Möbel, KPM Küchenstudio und Handelskontor Ostrhauderfehn ca. 85 %. Da Anbieter dieses typisch nicht-zentrenrelevanten Sortiments in der Regel einen hohen Flächenbedarf beanspruchen, empfiehlt die cima, das Sortiment Möbel den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Die Sortimente **Sport- und Freizeitgroßgeräte** (inkl. Angler-, Jagd-, Reitsportbedarf und Campingartikel) sind als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Lediglich ein kleiner Bestand findet sich in Form von Campingbedarf im Kaufhaus Korrelvink im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum. Grundsätzlich lassen sich Sport- und Freizeitgroßgeräte in zwei Kategorien einteilen. Sie können (in Abgrenzung zu den zentrenrelevanten Sportartikeln, Sportbekleidung und Sportschuhen) wie folgt definiert werden:

Die erste Kategorie der Sportgroßgeräte ist von ihrer Zweckbestimmung und/oder aufgrund des hohen Gewichtes, der Sperrigkeit usw. dafür vorgesehen, nicht oder nur selten transportiert zu werden. Hierzu gehören beispielsweise Fußball- und andere Tore, Basketballkörbe, Tischtennisplatten, Billardtische, Hantelbänke, Fitnessstationen, Laufbänder usw.

In die zweite Kategorie sind jene Sport- und Freizeitgroßgeräte einzuordnen, die nach ihrer Zweckbestimmung zwar häufig mobil an unterschiedlichen Orten eingesetzt werden können und sollen, deren Transport aber ohne Hilfsmittel (d. h. Pkw, Anhänger o. ä.) nicht oder nur schwer möglich ist. Hierzu zählen beispielsweise Boote, Windsurfing-Boards und -segel, Pressluftflaschen usw.

Übrige Sportartikel, die i. d. R. die Eigenschaft aufweisen, dass sie leicht transportiert werden können bzw. ihrer Zweckbestimmung nach dazu

dienen, auch über längere Distanzen mitgeführt zu werden, sind dem zentrenrelevanten Sortiment Sportartikel zuzuordnen.

Die cima empfiehlt, das Segment **Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel** den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteil innerhalb der Ortsmitte liegt derzeit bei hohen 81 %. Aufgrund der Tatsache, dass der Wert ausschließlich den zahlreichen Randsortimenten der großen Lebensmittel- und Drogeriemärkte zuzuschreiben ist, stellt dieses Sortiment trotzdem keine strukturprägende Relevanz für den Ortskern von Ostrhauderfehn dar. Großflächige, moderne Anbieter haben eher Fachmarktcharakter und zielen auf Kunden ab, die diese Artikel zwecks Vorratshaltung in größeren Mengen mit dem Pkw einkaufen. Eine derartige Entwicklung sollte nicht zwingend in die ZVBs gelenkt werden.

Als letzte nicht-zentrenrelevante Sortimentsgruppe sind Waren des sonstigen Einzelhandels zu nennen. Hierzu zählen unter anderem **Erotikartikel, Waffen etc.** Eine belebende Funktion als Frequenzbringer soll diesen Sortimenten in der Regel nicht zu Teil werden oder ist explizit unerwünscht. Entsprechend ist eine planerische Lenkung auf die Ortsmitte und zentralen Lagen eher die Ausnahme. Daher empfiehlt die cima die Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Anhand der Einzelhandelsanalyse konnte verdeutlicht werden, dass in Ostrhauderfehn nur in wenigen ausgewählten Sortimenten der Bedarf für weitere Ansiedlungen besteht. Nachfolgend soll aufgezeigt werden, an welchen Standorten für welche Sortimente Ansiedlungspotenzial bestehen bzw. in welche Richtung der Handel weiterentwickelt werden sollte. Durch die Schaffung einer möglichst attraktiven Einzelhandelslandschaft mit einem für ein Grundzentrum angemessenen Angebot soll die gute Versorgungssituation gesichert und in einigen Sortimenten des aperiodischen Bedarfsbereichs die Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung gesteigert werden.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Ostrhauderfehn mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben am Zentrenkonzept bewertet und beurteilt werden.

Mit der Orientierung an den folgenden Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Gemeinde Ostrhauderfehn getrieben bzw. der Wettbewerb eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Gemeinde. Wenn es in Ostrhauderfehn gelingt, sich an diesem Zentrenkonzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) zentrenorientierte Entwicklungen und verbliebene Spielräume.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend den Zielvorstellungen des Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche) angepasst werden.²¹

Das hier vorgelegte Zentrenkonzept für die Gemeinde Ostrhauderfehn wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet.

Für die unterschiedlichen Sortiments- und Standortkategorien ergeben sich folgende strategische Aussagen:

Nahversorgung

- Die Sicherung bestehender integrierter Standorte (insb. in den zentralen Versorgungsbereichen) geht vor Neuansiedlungen
- Moderate Anpassungen an die Marktbedingungen und Verlagerungen im Rahmen nachzuweisender Verträglichkeit sind möglich
- Grundsätzlich keine Neuansiedlung in sonstigen Lagen. Neue Standorte zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung nur in direkter Nähe zu Wohn- und Mischgebieten zur Schaffung einer fußläufigen Nahversorgung bzw. zur Verbesserung der Nahversorgungssituation mit nachgewiesener Verträglichkeit für bestehenden Nahversorgungsstandorte
- Ziel: Sicherung und behutsame Weiterentwicklung der Nahversorgung für einen möglichst großen Teil der Einwohner

Zentrenrelevante Sortimente

- Fokussierung zukünftiger Entwicklungen auf die zentralen Versorgungsbereiche Ostrhauderfehn und Idafehn
- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente in allen sonstigen Lagen
- Ziel: Entwicklung eines attraktiven, kompakten und langfristig wettbewerbsfähigen zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Ostrhauderfehn sowie eines arbeitsteilig funktionsfähigen Nebenzentrums Idafehn

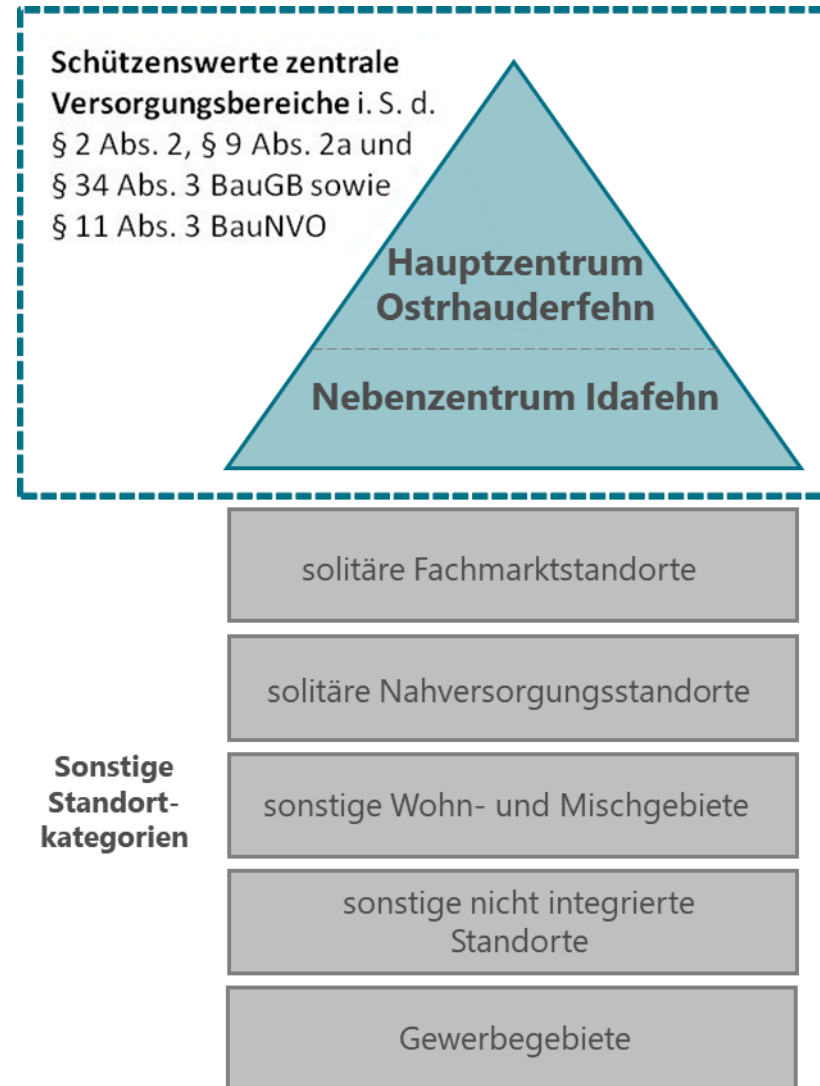
²¹ Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt, zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und

Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z. B. Rechtsanwälten) einzuholen.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich in den zentralen Versorgungsbereichen möglich, vorbehaltlich Einhaltung landesplanerischer Verträglichkeit
- Ansiedlung und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten in Gewerbegebieten und an sonstigen solitären Fachmarktstandorten nur nach eingehender Einzelfallprüfung möglich
- Ansiedlung in sonstigen Wohn- und Mischgebieten nur ausnahmsweise möglich, nach eingehender Einzelfallprüfung
- Bei Neuansiedlungen großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs: grundlegende Beschränkung der zentrenrelevanten Sortimente als Randsortiment auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. höchstens 800 qm

Abb. 37: Übersicht der Standortkategorien in der Gemeinde Ostrhauderfehn



Quelle: cima 2019

7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn soll langfristig entwickelt und attraktiv aufgestellt werden. Ziel ist der Erhalt und die Stärkung der Zentrums- und Versorgungsfunktion. Um dies erreichen zu können, sind innerörtliche Entwicklungen zukünftig prioritär auf diesen Bereich zu konzentrieren. Zur Etablierung und Positionierung der Ortsmitte sollen Neuansiedlungen von Betrieben vor allem mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig hier stattfinden, sofern sie raumordnerisch verträglich sind. Eine weitere Ausdehnung des ZVBs hingegen gilt es angesichts des begrenzten Wachstums im Einzelhandel zu vermeiden.

Für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn gelten daher folgende Ansiedlungsstrategien:

- Groß- und kleinflächige, prioritäre Ansiedlung sowie moderate Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

Bei potenziellen neuen Vorhaben ist grundsätzlich darauf zu achten, dass diese eine sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote sind. Eine ansprechende und zeitgemäße, gestalterische Umsetzung neuer Entwicklungen sollte ebenso berücksichtigt werden wie die Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit.

7.2.2 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn

Für den zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum sollte der Erhalt der Zentrums- und Versorgungsfunktion angestrebt werden. Um dies erreichen zu können, sind innerörtliche Entwicklungen zukünftig auch auf diesen Bereich zu konzentrieren. Zur behutsamen Weiterentwicklung der Einzelhandelskonzentration in Idafehn können Neuansiedlungen von Betrieben vor allem mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig hier stattfinden. Bei Zunahme der Mantelbevölkerung, z.B. nach Ausweisung von Baugebieten im direkten Umfeld, könnte eine Stärkung des Standortes in Bezug auf Lebensmittel infrage kommen. Insgesamt sollte die fußläufige Erreichbarkeit durch Ertüchtigung der Fuß- und Fahrradwege sowie ggf. eine Querungshilfe an der Hauptstraße verbessert werden.

Für den zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn gelten daher folgende Ansiedlungsstrategien:

- Groß- und kleinflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

Bei potenziellen neuen Vorhaben ist grundsätzlich darauf zu achten, dass diese eine sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote sind. Eine ansprechende und zeitgemäße, gestalterische Umsetzung neuer Entwicklungen sollte ebenso berücksichtigt werden wie die Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit.

7.2.3 Ansiedlungsstrategien für solitäre Fachmarktstandorte

Ziel für den Pkw-Kunden-orientierten solitären Fachmarktstandort Hagebaumarkt sollte der Erhalt im Sinne des Bestandsschutzes sein. Moderate Verkaufsflächenanpassungen an die Marktbedingungen sollten auf ihre städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit geprüft werden. Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktionsfähigkeit nicht zu gefährden, sind Ansiedlungen zentrenrelevanter Sortimente nicht zu befürworten, auch nicht als Randsortimente. Falls sich in einer Einzelfallprüfung die Verträglichkeit ergänzender Anbieter zeigen sollte, ist eine arrondierende Ansiedlung nahe des Baumarktes anzustreben, um Kopplungskäufe zu ermöglichen. Verhindert werden sollte hingegen ein neuer, gänzlich anders verorteter Standort, der folglich zu erhöhtem Verkehrsaufkommen in anderen Ortsbereichen führen würde.

Für den solitären Fachmarktstandort gelten daher folgende Ansiedlungsstrategien:

- Keine Ansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente.
- Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Hauptsortimente.
- Großflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente nur ausnahmsweise und vorbehaltlich einer raumordnerischen Einzelfallprüfung.
- Bei großflächigen Ansiedlungen mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind die zentrenrelevante Randsortimente in den jeweiligen Bebauungsplänen gemäß LROP auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche und maximal 800 qm zu beschränken.

Allgemein ist anzumerken, dass die bestehenden Betriebe am Standort Bestandsschutz genießen.

7.2.4 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte

Die Entwicklungsziele für die drei solitär d.h. außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen Lebensmittelanbieter sind aufgrund ihrer Lage und Nahversorgungsfunktion im Gemeindegebiet unterschiedlich zu bewerten.

Die Nahversorgungsfunktion des nah & gut-Marktes an der Hauptstraße von Ostrhauderfehn sowie des nah & frisch-Marktes im Ortsteil Langholt gilt es aus Gutachtersicht zu erhalten und stärken. Ab einer Verkaufsflächengröße von 800 qm muss allerdings die raumordnerische Verträglichkeit und Nicht-Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche nachgewiesen werden.

Der Netto-Markt liegt in städtebaulich nicht integrierter Randlage. Das fußläufige Einzugsgebiet erstreckt sich überwiegend auf Gewerbe- und Grünflächen und erfüllt daher keine nennenswerte Nahversorgungsfunktion für sein Umfeld. Ein Ausbau des Standortes ist daher nicht empfehlenswert. Eine moderate Anpassung der Verkaufsflächengröße zum Erhalt des Marktes kann im Einzelfall gutachterlich geprüft werden.

Es gelten folgende Ansiedlungsstrategien:

- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente.
- Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Hauptsortimente, ggf. aber moderate Anpassungen an die Marktbedingungen.
- Keine Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente, ggf. ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung zulässig.

Die bestehenden Betriebe genießen am Standort Bestandsschutz.

7.2.5 Ansiedlungsstrategien für sonstige Wohn- und Mischgebiete

In sonstigen Wohn- und Mischgebieten sollten grundsätzlich keine Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben erfolgen. Die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Ostrhauderfehn und Idafehn besitzen Priorität.

Die cima empfiehlt daher folgende Strategie:

- Grundsätzlich sollte die Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment prioritär in den zentralen Versorgungsbereichen erfolgen.
- In Ausnahmefällen sind Neuansiedlungen nahversorgungsrelevanter Sortimente in integrierter Lage nach Einzelfallprüfung möglich. Diese neuen Standorte sollten zur Schaffung einer fußläufigen Nahversorgung bzw. zur Verbesserung der Nahversorgungssituation nur in direkter Nähe zu Wohn- und Mischgebieten entstehen. Der Nachweis der baurechtlichen und raumordnerischen Verträglichkeit sowie Nichtschädigung der bestehenden integrierten Nahversorger ist durch eine Einzelfallprüfung zu erbringen.
- Bei der Ansiedlung von Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer etc.) und vergleichbaren kleinflächigen Anbietern mit prioritärer wohnortnaher Grundversorgungsfunktion sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten.
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Hauptsortimente ist in sonstigen Wohn- und Mischgebieten nach Einzelfallprüfung ausnahmsweise zulässig. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Vereinbarkeit mit der Wohnfunktion beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass die bereits bestehende Betriebe am Standort Bestandsschutz genießen.

7.2.6 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte und Gewerbegebiete

Diese Kategorie umfasst Gewerbegebiete ohne nennenswerten Einzelhandel in Ortsrandlagen sowie weitere nicht-integrierte Lagen im gesamten Gemeindegebiet. Die cima empfiehlt für Gewerbegebiete und sonstige nicht-integrierte Standorte die nachfolgende Strategie:

- Keine Neuansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente über das aktuelle Maß des jeweils rechtsgültigen Bebauungsplans hinaus. Diese sollten prioritär in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind ebenfalls auszuschließen.
- Neuansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sind in Gewerbegebieten auszuschließen. Auch an sonstigen nicht-integrierten Standorten sollte eine Ansiedlung lediglich in Ausnahmefällen erfolgen, wenn sich nachweislich kein Standort im räumlichen Zusammenhang mit bereits vorhandenen Einzelhandelsbetrieben finden lässt.
- Reine Gewerbegebiete sollten möglichst von Einzelhandel freigehalten werden und dem Handwerk sowie produzierenden Gewerbe vorbehalten bleiben.
- In Gewerbegebieten ist Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- und Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter Verkaufsfläche zentrenrelevanter Sortimente ausnahmsweise zulässig.

Abb. 38: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe)

zentrale Versorgungsbereiche	Zentrenrelevante Hauptsortimente		Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
		Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	
Hauptzentrum Ostrhauderfehn	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung*	großflächig möglich*	großflächig möglich*
Nebenzentrum Idafehn	großflächig möglich*	großflächig möglich*	großflächig möglich*
weitere Standortkategorien			
solitäre Fachmarktstandorte	keine Ansiedlung	keine Neuansiedlung (ggf. moderate Anpassung an die Marktbedingungen**)	keine Ansiedlung (ggf. ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung**)
solitäre Nahversorgungsstandorte	keine Ansiedlung	keine Neuansiedlung (ggf. moderate Anpassung an die Marktbedingungen**)	keine Ansiedlung (ggf. ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung**)
sonstige Wohn- und Mischgebiete	keine Ansiedlung	grundsätzlich keine Ansiedlung**** (ausnahmsweise in siedlungsstrukturell integrierter Lage nach vorheriger Prüfung**)	keine Ansiedlung (ggf. ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung**)
sonstige nicht integrierte Standorte	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	grundsätzlich keine Ansiedlung, (ggf. ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung möglich**)
Gewerbegebiete	keine Ansiedlung***	keine Ansiedlung***	keine Ansiedlung***

* ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich. Die Ziele der Landesraumordnung sind zu beachten.

** ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich sowie Einschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente. Die Ziele der Landesraumordnung sind zu beachten.

*** Ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter, in jedem Fall aber kleinflächiger VKF zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente.

**** Ansiedlungen von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren Anbietern (z. B. Hofläden, Tankstellen) zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung möglich.

8 Aussagen zu konkreten Planvorhaben und Entwicklungsideen

In der Gemeinde Ostrhauderfehn wurde zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes die Verlagerung zweier Lebensmittelmärkte diskutiert. Dies sind zum einen der Umzug des Aldi-Lebensmitteldiscounters vom Standort nördlich des Modehaus Wreesmann an die Hauptstraße neben den Neubau des Edeka-Marktes. Zum anderen steht die Standortverlagerung des Combi-Vollsortimenters aus dem ZVB Ostrhauderfehn nach Idafehn im Raum.

Für beide Planvorhaben soll die Ersteinschätzung der städtebaulichen und regionalen Verträglichkeit vorgenommen werden. Zudem werden Lage und Sortiment auf Vereinbarkeit mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept untersucht werden.

Szenario 1

Das erste Szenario umfasst die Umsiedlung und gleichzeitige Erweiterung des Aldi-Marktes vom aktuellen Standort Im Gewerbegebiet 22A an die Hauptstraße 55. Dabei soll die Verkaufsfläche von aktuell ca. 800 qm auf das vom Betreiber benötigte Maß von rund 1.000 qm vergrößert werden. Unklarheit herrscht über die Nachnutzung des bisherigen Standortes mit bestehenden Baurechten. Hier ist sowohl eine Einzelhandelsnutzung als auch eine Belegung durch Gewerbebetriebe möglich.

Aufgrund der bereits sehr hohen Einzelhandelszentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln von 145 (vgl. Kapitel 5.2) sollte eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt, z.B. einen anderen Discounter oder Bio-Supermarkt, ausgeschlossen werden.

Am Planstandort an der Hauptstraße findet bislang keine Einzelhandelsnutzung statt. Für die Realisierung eines großflächigen Planvorhaben gem. § 11,3 BauNVO müsste folglich ein Bebauungsplan aufgestellt werden.

Abb. 39: Szenario Aldi-Verlagerung



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende, 2019
Bearbeitung: cima 2020

Generell ist der Standort aus Sicht des kommunalen Einzelhandelskonzeptes geeignet, da er ebenso wie der Altstandort im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn liegt (vgl. Abb. 28). Durch einen Umzug innerhalb des ZVBs kann zumindest der eigene zentrale Versorgungsbereich nur bedingt geschädigt werden. Es findet vielmehr eine Stärkung der Versorgungsfunktion in diesem räumlich abgegrenzten Positivbereich statt.

Im Rahmen einer gesonderten ökonomischen Wirkungsprognose müsste jedoch untersucht werden, welche Auswirkungen das Planvorhaben auf den bestehenden Einzelhandel (Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel) im weiteren Untersuchungsgebiet haben wird. Der Fokus ist hierbei, entsprechend den Anforderungen des § 34 III BauGB, insbesondere auf andere zentrale Versorgungsbereiche im Umfeld und in den Nachbarkommunen, aber auch die Standorte der wohnortnahen Versorgung sowie die Funktionsfähigkeit zentraler Orte generell zu legen.

Bei der geplanten Vergrößerung des Aldi-Marktes in der Größenordnung von rund 250 qm Verkaufsfläche und der recht soliden Ausstattung der umgebenden Gemeinden ist voraussichtlich nicht mit gravierenden städtebaulichen Auswirkungen zu rechnen.

Wird festgestellt, dass es sich um ein großflächiges Planvorhaben gem. § 11,3 BauNVO handelt, hat ebenfalls eine Prüfung der Raumordnung (Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017) zu erfolgen. Hierfür müssen die für das Planvorhaben einzelhandelsrelevanten Ziele und Grundsätze geprüft und raumordnerisch beurteilt werden. Durch die enge räumliche Häufung der Anbieter am Standort kommt zusätzlich die Agglomerationsregelung beim Kongruenzgebot zum Tragen, die eine Betrachtung des Planvorhabens zzgl. der angrenzenden Einzelhandelsangebote (hier: Edeka) in ihrer regionalen Gesamtwirkung vorsieht.

Konzentrations- und Integrationsgebot sind durch die Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des zentralen Ortes sowie innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs als unkritisch einzustufen.

Die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbots werden mit der o.g. ökonomischen Wirkungsprognose und Wiederlegung der städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11,3 BauNVO abgeprüft.

Das Abstimmungsgebot wird in der Regel über die interkommunale Abstimmung und TÖB-Beteiligung im Rahmen des B-Planverfahrens erfüllt.

Kritisch könnte es bei der Einhaltung des Kongruenzgebotes werden, welches besagt, dass bei periodischen Sortimenten maximal 30 % des Vorhabenumsatzes aus Kaufkraft von außerhalb der Gemeindegrenze generiert werden dürfen (vgl. LROP Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 5). Aufgrund der vorliegenden Agglomeration mit dem benachbarten großflächigen Edeka-Markt müssen die Umsätze der gesamten Einzelhandelsagglomeration geprüft werden.

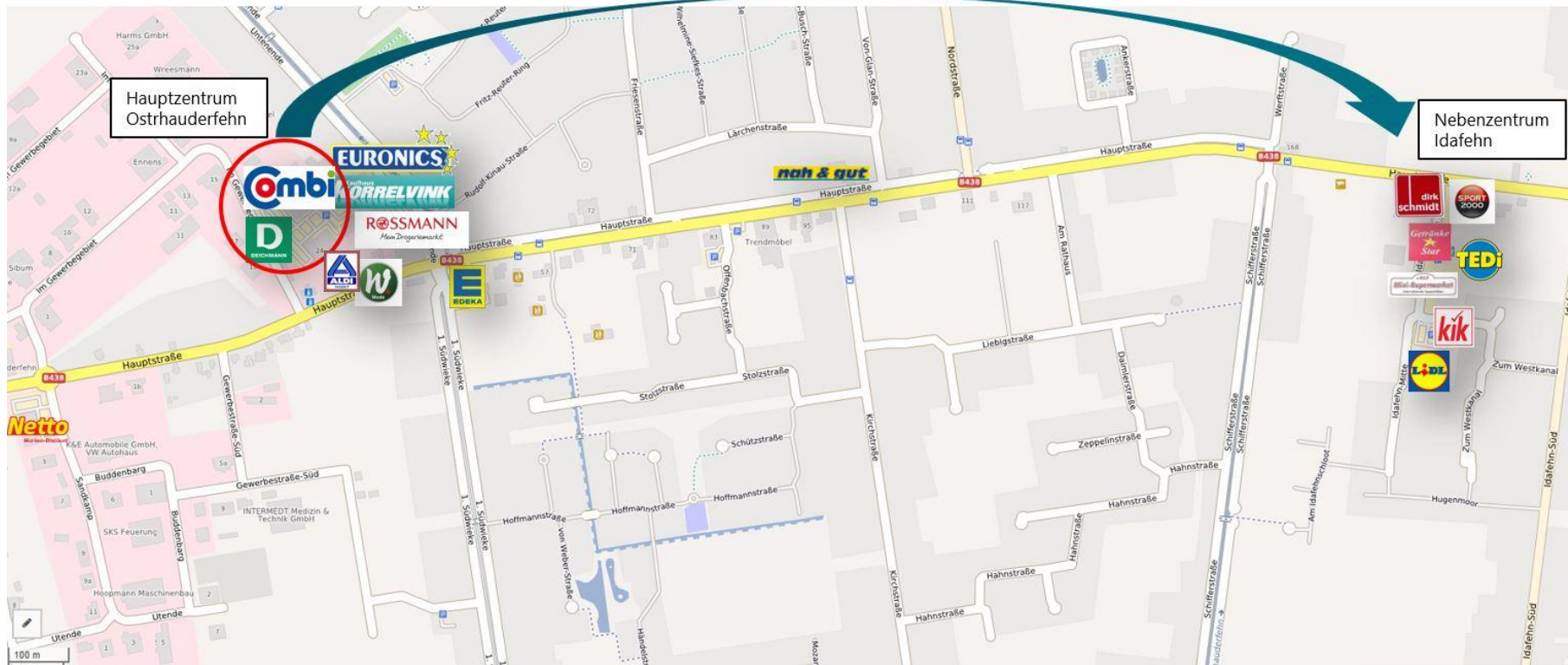
Der Planstandort kann hinsichtlich des kommunalen Einzelhandelskonzeptes als vereinbar angesehen werden. Städtebauliche Auswirkungen sind ausgehend von der Verkaufsflächenerweiterung um ca. 250 qm vermutlich nicht zu erwarten. Die raumordnerische Prüfung hingegen könnte hinsichtlich des Kongruenzgebotes einschränkend auf die Größe des Planvorhabens einwirken. Durch die vorliegende Agglomeration mit dem benachbarten Edeka-Markt und die leicht randliche Lage im schmalen Gemeindegebiet von Ostrhauderfehn ist ein Erreichen der 30 %-Schwelle nicht auszuschließen.

Szenario 2

Das zweite Szenario umfasst die Umsiedlung und moderate Erweiterung des Combi-Marktes, ggf. einschließlich Deichmann. Der Lebensmittelvollsortimenter ist derzeit unweit des Aldi-Marktes am Standort Im Gewerbegebiet 22-44 ansässig und erwägt eine Verlagerung an die Hauptstraße in Idafehn in Höhe des zentralen Versorgungsbereichs Nebenzentrum, ggf. zusammen mit dem Deichmann Schuhfachmarkt (vgl. Abb. 40).

Abb. 40: Szenario Combi-Verlagerung

ca. 1,8 km



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende, 2019
 Bearbeitung: cima 2020

Auch hier herrscht Unklarheit über die Nachnutzung des bisherigen Standortes mit bestehenden Baurechten. Aufgrund der bereits erwähnten hohen Einzelhandelszentralität im Sortiment Nahrungs- und Genussmitteln von 145 (vgl. Kapitel 5.2) sollte eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt ausgeschlossen werden. Vielmehr kommen hier Handwerks- oder Gewerbebetriebe infrage.

Am Planstandort in Idafehn an der Hauptstraße östlich der Raiffeisenbank findet bislang keine Einzelhandelsnutzung statt. Für die Realisierung eines großflächigen Planvorhaben gem. § 11,3 BauNVO müsste folglich ein Bebauungsplan aufgestellt werden.

Generell ist der Standort aus Sicht des kommunalen Einzelhandelskonzeptes durchaus geeignet, da er sich an den zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn anschmiegen würde. Durch einen Umzug von einem ZVB der Gemeinde in einen anderen findet allerdings eine gewisse Schwerpunktverschiebung statt, in diesem Falle vom Haupt- ins Nebenzentrum. Dort ist mit dem Lidl-Discounter bereits ein solides Nahversorgungsangebot vorhanden, das nun um einen Vollsortimenter ergänzt werden würde.

Abb. 41: Vergleich der ZVBs heute

	Hauptzentrum Ostrhauderfehn		Nebenzentrum Idafehn	
	Anzahl Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs-fläche in qm	Anzahl Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm
periodischer Bedarf (gesamt)	11	4.670	7	1.850
davon Lebensmittel	8	3.730	5	1.710
aperiodischer Bedarf (gesamt)	7	10.300	5	4.410
gesamt	18	14970	12	6260

Quelle: cima 2020

In der Folge käme es in Bezug auf die Lebensmittelmärkte im Kernort zu einem Angleichen in der Ausstattung der beiden zentralen Versorgungsbereiche. Je ein Vollsortimenter mit mind. 1.500 qm und ein Discount-Markt mit mind. 1.000 qm Verkaufsfläche wären das Resultat (vgl. Abb. 42).

Abb. 42: Vergleich der ZVBs nach Verlagerung von Combi und Deichmann

	Hauptzentrum Ostrhauderfehn		Nebenzentrum Idafehn	
	Anzahl Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs-fläche in qm	Anzahl Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm
periodischer Bedarf (gesamt)	10	3.035	8	3.640
davon Lebensmittel	7	2.275	6	3.310
aperiodischer Bedarf (gesamt)	6	9.645	6	5.020
gesamt	16	12680	14	8.660

Quelle: cima 2020

Bei der raumordnerischen Prüfung bedarf es zur Erfüllung des Konzentrationsgebotes erst die Fortschreibung der RROP Landkreis Leer, in der die zentralen Siedlungsgebiete ausgewiesen werden. Noch liegt der Planstandort des Combi-Marktes außerhalb. Ähnliches gilt für das Integrationsgebot, das durch ein Anschmiegen an den zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Idafehn erfüllt sein kann. Das Vorliegen einer integrierten Lage beurteilt aber letztlich der Landkreis als untere Landesplanungsbehörde.

Die Vorgaben des Beeinträchtigungsverbots werden zeitgleich mit der notwendigen ökonomischen Wirkungsprognose und Wiederlegung der städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11,3 BauNVO zu prüfen sein. Da der Combi-Markt nach derzeitigem Stand keine große Flächenausdehnung im Zuge der Verlagerung plant, kann als Resultat einer Einzelfallprüfung von nur geringen Auswirkungen ausgegangen werden.

Das Abstimmungsgebot wird in der Regel über die interkommunale Abstimmung und TÖB-Beteiligung im Rahmen des B-Planverfahrens erfüllt.

Kritisch könnte es ähnlich wie im ersten Szenario bei der Einhaltung des Kongruenzgebotes werden. Ein neuer Combi-Markt dürfte maximal 30 % des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb der Gemeindegrenze generieren. Ob trotz der Trennwirkung der Hauptstraße noch eine Agglomeration mit den südlich anschließenden Händlern (Modehaus, Getränkemarkt, Tedi, Lidl u.a.) vorliegt, liegt im Ermessen des Landkreises.

9 Verkehrliche Wirkungen und Beurteilung der Einzelhandelsentwicklung in Ostrhauderfehn unter landesplanerischen Gesichtspunkten

Aufgabe der Raumordnung und Landesplanung ist es, die vorhandenen und zukünftigen unterschiedlichen Nutzungsansprüche an den Raum zu koordinieren und aufeinander abstimmen. Insbesondere soll sie „zusammenfassend, fachübergreifend und überörtlich dafür vorsorgen, dass für die einzelnen Nutzungen und Funktionen genügend geeignete Flächen zur Verfügung stehen und dass Konflikte möglichst vermieden oder ausgeglichen werden“.²² Raumordnung dient also dazu, „widerstreitende soziale, wirtschaftliche, ökologische und kulturelle Interessen, die sich auf den Raum auswirken oder ihn in Anspruch nehmen, aufeinander abzustimmen“.²³

Entsprechend definiert das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen folgende Ziele und Grundsätze zur räumlichen Entwicklung des Landes und seiner Teilräume: „In Niedersachsen und seinen Teilräumen soll eine nachhaltige räumliche Entwicklung die Voraussetzungen für umweltgerechten Wohlstand auch für kommende Generationen schaffen“.²⁴

Hierbei sollen insbesondere

- „die natürlichen Lebensgrundlagen gesichert und die Umweltbedingungen verbessert werden,

²² Vgl. Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, 2016: Aufgabe der Raumordnung, siehe https://www.ml.niedersachsen.de/startseite/themen/raumordnung_landesplanung/grundlagen_der_raumordnung_landes_und_regionalplanung/aufgabe-der-raumordnung-145476.html

²³ Vgl. Landesbüro Naturschutz Niedersachsen GbR (Hrsg.), 2018: Umsetzung des Landesraumordnungsprogramms Niedersachsen 2017 in die Regionalen

- belastende Auswirkungen auf die Lebensbedingungen von Menschen, Tieren und Pflanzen vermieden oder vermindert werden,
- die Folgen für das Klima berücksichtigt und die Möglichkeiten zur Eindämmung des Treibhauseffektes genutzt werden,
- die Möglichkeiten zur Anpassung von Raum- und Siedlungsstrukturen an die Folgen von Klimaänderungen berücksichtigt werden,
- die Möglichkeiten der Reduzierung der Neuinanspruchnahme und Neuversiegelung von Freiflächen ausgeschöpft werden“.²⁵

Entsprechend dieser Aufgaben hängen auch die Themen Raumordnung und Mobilität sehr eng zusammen. Denn die Raumplanung und die daraus resultierenden Siedlungsformen und unterschiedlichen Nutzungen des Raumes beeinflussen zugleich die Mobilität und das Verkehrsverhalten sowie das Verkehrsaufkommen.

Mit geeigneten Maßnahmen kann daher die Raumentwicklungspolitik die nachhaltige Mobilität fördern. Diese zielen entsprechend heute nicht nur auf Reisezeitgewinne oder Kapazitätssteigerungen durch eine Verbesserung der verkehrlichen Infrastruktur, sondern stärker als in der Vergangenheit auch auf eine bessere Abstimmung von Verkehrs- und

Raumordnungsprogramme. Kurzleitfaden für die Stellungnahme, <https://www.la-buen.de/wp-content/uploads/2019/06/Kurzleitfaden-Anpassung-RROP-am-LROP.pdf>, S. 1

²⁴ Vgl. LROP 2017, Abschnitt 1.1, Ziffer 1, Satz 1

²⁵ Ebd., Abschnitt 1.1, Ziffer 2, Satz 3

Siedlungsentwicklung. So tragen z. B. höhere Siedlungsdichten sowie wohnortnahe Dienstleistungseinrichtungen und Läden erheblich dazu bei, das Verkehrswachstum in Grenzen zu halten.

Entsprechend lauten in dieser Hinsicht wichtige Grundsätze des Landes-Raumordnungsprogramms in Niedersachsen:

- „Mit einer integrativen Verkehrsplanung und einer darauf abgestimmten Siedlungsentwicklung sowie einer Optimierung des Personen- und Güterverkehrs soll die Mobilität flächendeckend gesichert und erhalten und der Kosten- und Zeitaufwand für Verkehr minimiert werden“,²⁶
- „die Verlagerung von motorisiertem Individualverkehr auf den öffentlichen Personennahverkehr und auf den Fahrradverkehr soll durch städtebauliche und verkehrliche Maßnahmen unterstützt werden“, und²⁷
- die lokalen Siedlungsentwicklungen sollen „mit regionalen Planungen des öffentlichen Personennahverkehrs“ zusammengeführt werden.²⁸

Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel nun

- im ersten Schritt die verkehrlichen Aspekte des Einzelhandels in Ostrhauderfehn analysiert und
- diese Entwicklungen im zweiten Schritt vor dem Hintergrund der oben benannten Ziele der Raumordnung in Niedersachsen bewertet.

Hierbei erfolgt zunächst eine kurze Beschreibung der Ausgangssituation und ausgewählter wichtiger verkehrlicher Rahmenbedingungen der Gemeinde.

Auf dieser Grundlage schließt sich die Analyse derzeitigen verkehrlichen Wirkungen des Einzelhandels in Ostrhauderfehn an.

Der dritte Abschnitt schätzt anschließend die voraussichtlichen verkehrlichen Wirkungen der derzeitigen Planungen für den Einzelhandel in Ostrhauderfehn ab.

9.1 Verkehr und Mobilität in Ostrhauderfehn – Ausgangssituation und Rahmenbedingungen

Ostrhauderfehn ist gut durch Bundes- und Landesstraßen sowie durch ein enges Netz an Kreis- und Gemeindestraßen erschlossen.

Abb. 43 zeigt zunächst die Bundes-, Landes- und Kreisstraßen in Ostrhauderfehn und in der Umgebung. Direkt durch den Ort führt die Bundesstraße 438, die die B 70 bei Ihrhove mit der B 72 im Landkreis Cloppenburg in West-Ost-Richtung verbindet.

Dagegen ist Ostrhauderfehn mit dem Schienennetz nicht erreichbar und auch der straßengebundene öffentliche Nahverkehr (ÖPNV) ist in der Gemeinde kaum entwickelt.²⁹ Die Infrastruktur für den Rad- und Fußverkehr weist Schwächen auf. Rad- und Fußwege fehlen beispielsweise an der Nordseite der Hauptstraße oder sind anderenorts in ihrer Breite und Ausbauqualität verbesserungswürdig.

Ein innerörtliches ÖPNV-Angebot ist ebenfalls nicht vorhanden, auch ausreichende flexible Bedienformen fehlen.

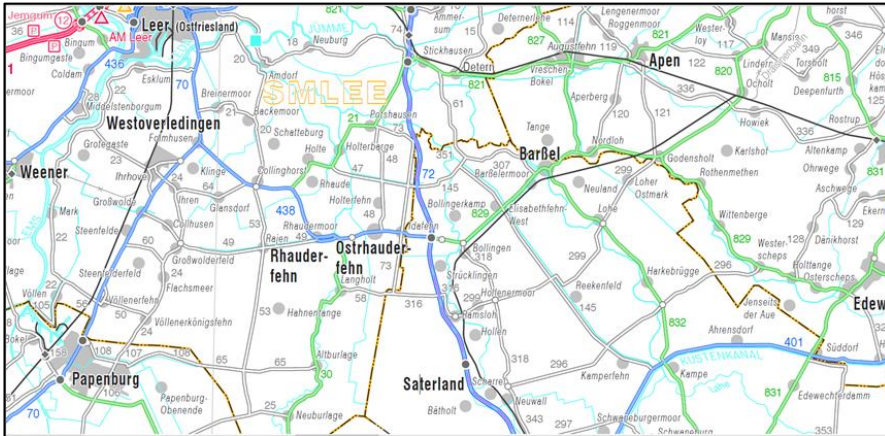
²⁶ Ebd., Abschnitt 4.1.1, Ziffer 1, Satz 2

²⁷ Ebd., Abschnitt 4.1.2, Ziffer 7, Satz 1

²⁸ Ebd., Abschnitt 1.4, Ziffer 1

²⁹ Vgl. ausführlich Gemeinde Ostrhauderfehn (Hrsg.), 2019: Integriertes Gemeindeentwicklungskonzept 2018 – 2030 für die Gemeinde Ostrhauderfehn, Ostrhauderfehn, S. 42 ff.

Abb. 43: Ausschnitt aus der amtlichen Straßenkarte Niedersachsen. Gezeigt werden die Bundes-, Landes- und Kreisstraßen (Stand: April 2019)



Quelle: https://www.strassenbau.niedersachsen.de/startseite/service/geofachdaten_und_wmskartendienste/pdf-karten-78690.html

Besonders schwierig sind die Bedingungen für ältere Menschen, Kinder, Jugendliche und Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen.³⁰ Insbesondere entlang der stark befahrenen Hauptstraße sind die Fahrbahn und die Nebenanlagen „dem motorisierten Straßenverkehr angepasst“. ³¹ Der Fußgänger- und Radfahrverkehr spielt daher in diesem Bereich eine sehr untergeordnete Rolle. Gesicherte Querungsstellen entlang der Hauptstraße sind lediglich an „zwei Punkten vorhanden. Die Trennwirkung der Bundesstraße wirkt hierdurch besonders stark“.³² Die Mobilität in

Ostrhauderfehn ist daher heute fast ausschließlich auf den Autoverkehr ausgerichtet.³³ Alternativen für Menschen, die auf das Auto verzichten wollen, bestehen kaum.

Abb. 44 zeigt das Siedlungsgebiet nördlich, Abb. 45 das Siedlungsgebiet südlich der Hauptstraße, Abb. 46 den zentralen Siedlungsbereich, in dem etwa 90 % der Einwohner Ostrhauderfehns leben.

Auch das dichte System der Gemeindestraßen ist auf diesen Abbildungen dargestellt.

Im Ortsteil Ostrhauderfehn leben 7.305 Einwohner und damit der mit Abstand größte Teil (62 %) der Einwohner der Gemeinde.

Der einwohnermäßig zweitgrößte Ortsteil ist Holterfehn mit 1.690 Einwohnern (14 %). Der drittgrößte Ortsteil ist Idafehn mit 1.568 Einwohnern (13 %). Dünn besiedelt und von der Zahl der Einwohner vergleichsweise klein sind dagegen die etwas weiter entfernt liegenden Ortsteile Langholt (574 Einwohner) und Potshausen (342 Einwohner). Einwohnermäßig der kleinste Ortsteil ist Holtermoor mit 264 Einwohnern.³⁴

In der zeitlichen Entwicklung hat dabei seit 2013 die Zahl der Einwohner im Ortsteil Ostrhauderfehn deutlich zugenommen (+ 10 %). Ebenfalls ist die Zahl der Einwohner in Holtermoor gestiegen (+ 6 %) und ebenfalls, wenn auch schwächer, in Idafehn (+ 4 %).

Dagegen blieb die Zahl der Einwohner in diesem Zeitraum in Langholt nahezu konstant, während sie in Holterfehn um knapp 4 % und in Potshausen deutlich um 12 % abnahm.³⁵

³⁰ Vgl. zu den damit verbundenen Auswirkungen etwa für Kinder und Jugendliche die die Forschung zu diesem Thema zusammenfassende Präsentation der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen, 2012: Gender Mainstreaming im Verkehrswesen. Kinder und Jugendliche als Verkehrsteilnehmende, Arbeitskreis 1.1.1, Gender und Mobilität, Köln. https://www.fgsv.de/fileadmin/road_maps/GM_Kinder_Mai_2013.pdf

³¹ So die eigene Einschätzung und Beurteilung der Gemeinde Ostrhauderfehn in ihrem Förderantrag zum Bau einer Fahrradstraße auf der Nordseite der Hauptstraße.

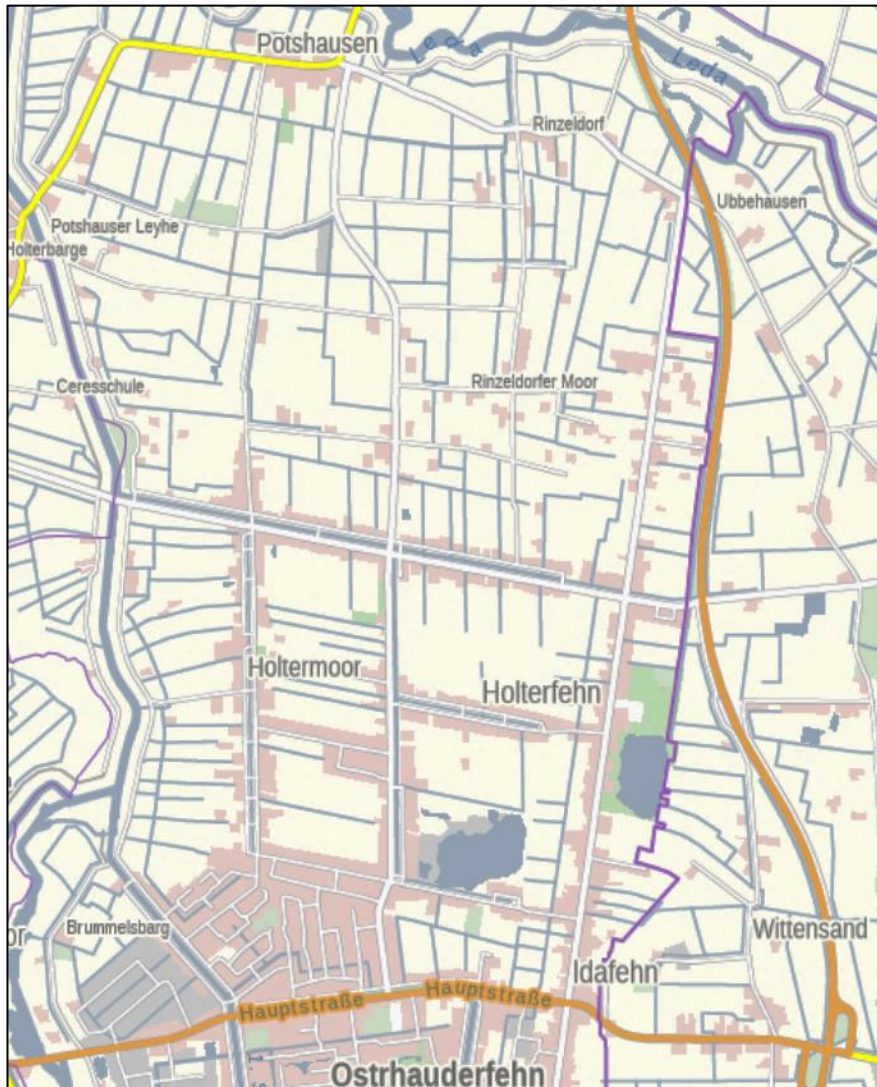
³² Ebd.

³³ Vgl. mit vielfältigen Belegen und Hinweisen Gemeinde Ostrhauderfehn (Hrsg.), 2019: Integriertes Gemeindeentwicklungskonzept 2018 – 2030 für die Gemeinde Ostrhauderfehn, a.a.O., S. 42 ff.

³⁴ Quelle: Angaben der Gemeinde Ostrhauderfehn. Die Zahlen beziehen sich auf den 02.01.2020.

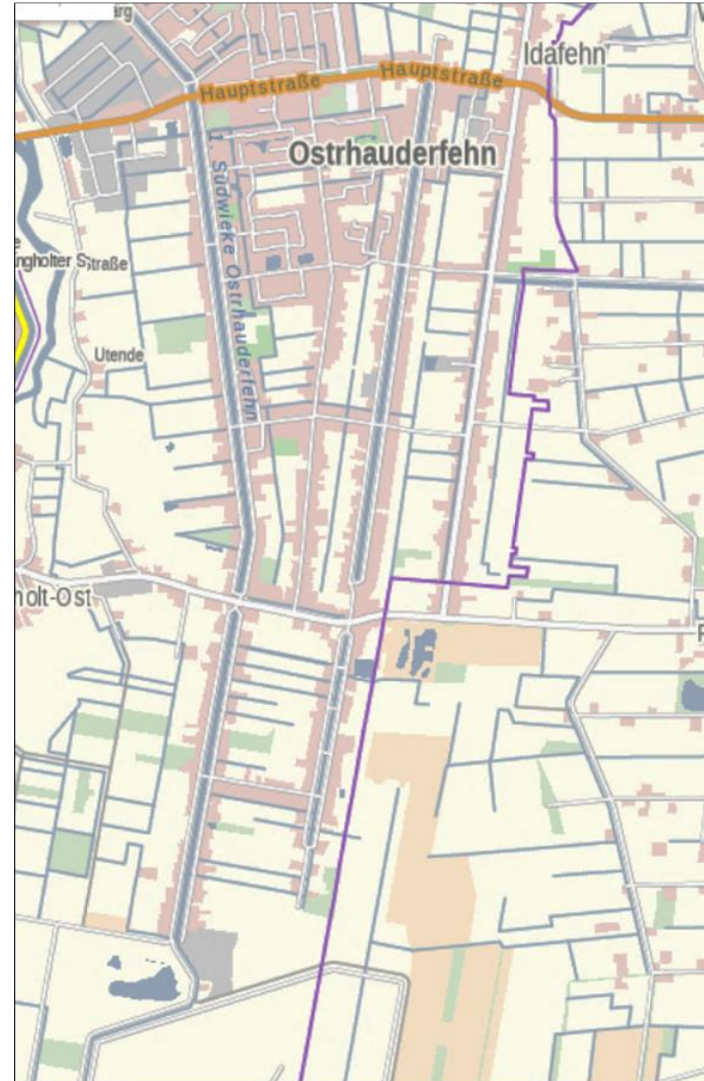
³⁵ Ebd. Eigene Berechnungen

Abb. 44: Siedlungsflächen und Straßen in Ostrhauderfehn nördliches Gemeindegebiet



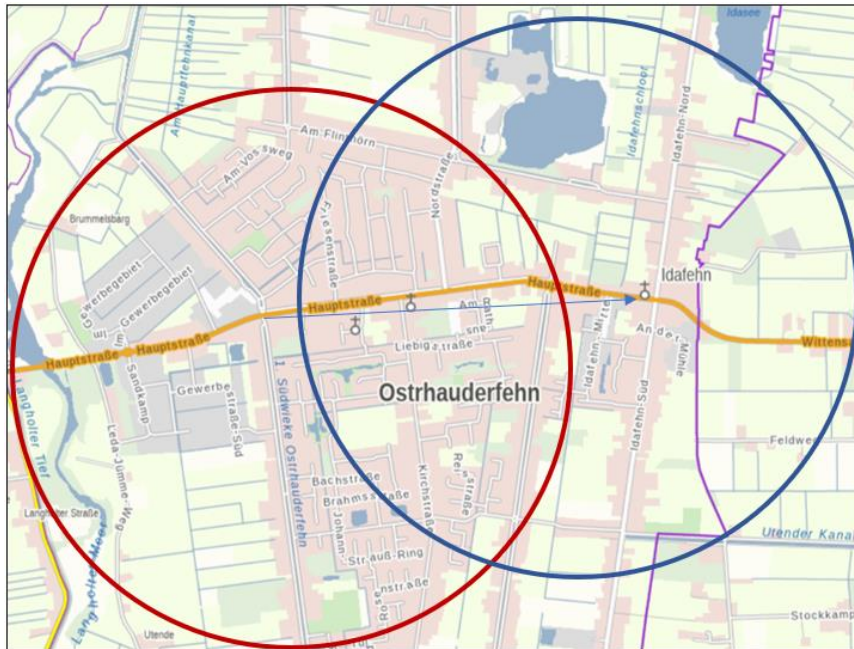
Quelle: <https://www.geobasis.niedersachsen.de/>

Abb. 45: Siedlungsflächen und Straßen in Ostrhauderfehn südliches Gemeindegebiet



Quelle: <https://www.geobasis.niedersachsen.de/>

Abb. 46: Zentrale Siedlungsflächen in Ostrhauderfehn und Entfernung zu einem der beiden Versorgungszentren in der Gemeinde



Quelle: <https://www.geobasis.niedersachsen.de/>

Der Radius der Kreise entspricht einer Entfernung von 1.500 m.

Bearbeitung: cima 2020

Mit 11.743 Einwohnern³⁶, die sich auf nur 51 Quadratkilometer verteilen, ist Ostrhauderfehn dabei recht dicht besiedelt. Auf jeden Quadratkilometer kommen im Durchschnitt 230 Einwohner. Damit liegt Ostrhauderfehn

deutlich über dem niedersächsischen Durchschnitt (167,3) und nur knapp unter dem Bundesdurchschnitt (232).³⁷ Ostrhauderfehn zählt daher zu dem Regionstyp „städtischer Raum in einer peripheren ländlichen Region“ (vgl. hierzu auch oben, Kap. 2).³⁸

Aufgrund dieser dichten Besiedlung leben heute große Teile der Einwohner in einer Entfernung von unter 1,5 km zu einem der beiden Versorgungszentren der Gemeinde und können somit zumindest eines dieser Zentren bequem entweder zu Fuß in höchstens neun Minuten (Entfernung: 750 m) oder mit dem Fahrrad in max. zwei Minuten erreichen (vgl. Abb. 46).

Dies trägt dem Wunsch der Kunden Rechnung, gerade ihre Lebensmitteleinkäufe möglichst wohnortnah tätigen zu können.³⁹

Den

- **eingangs beschriebenen Anforderungen und Zielen der Raumordnung (kurze Wege, gute Versorgung im Nahbereich Angebote der Daseinsvorsorge möglichst ortsnah und in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und in ausreichender Qualität sicher und entwickelt) wird somit**
- **ebenso wie den Wünschen der Kunden**

durch diese heutige bipolare Struktur der Ansiedlung der beiden Versorgungszentren gut Rechnung getragen.

Dies wird unterstützt durch die kleineren Lebensmittelgeschäfte in den Nebenlagen. Besondere Bedeutung kommt hierbei dem Lebensmittelmarkt in Langholt zu.

³⁶ Stand 02.01.2020; Quelle: Angaben der Gemeinde Ostrhauderfehn

³⁷ Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand: 31.12.2018)

³⁸ Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (2019): Regionalstatistische Raumtypologie, abgerufen am: 06.11.2019, URL: <https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/regionalstatistische-raumtypologie.htmlBMVI>

³⁹ Vgl. z.B. Habona Invest GmbH (Hrsg.), 2018: Habona Report 2018, Frankfurt am Main, hier vor allem S. 41 ff; siehe auch Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG (Hrsg.), 2020: Frequenzanker im Online-Zeitalter. Zehn Gründe für eine stabile Zukunft, Neckarsulm, S. 17 und S. 94

9.2 Einzelhandel und Verkehr in Ostrhauderfehn – Grunddaten zur heutigen Situation

Der Einzelhandelsumsatz der Gemeinde Ostrhauderfehn belief sich im Jahr 2019 auf 79 Mio. EUR. Je Einkauf wird in Ostrhauderfehn im Durchschnitt derzeit für 24,09 EUR eingekauft.⁴⁰ Es ergeben sich somit heute pro Tag 21.023 Wege, um diese Einkäufe zu tätigen.⁴¹

Nach der durchgeführten Kundenherkunftsanalyse (vgl. oben, Kapitel 3) werden im Hauptzentrum Ostrhauderfehn 90 % dieser Wege mit dem Pkw zurückgelegt, 8 % mit dem Fahrrad, 1 % zu Fuß und 2 % mit dem Motorrad. Da keine akzeptable Verbindung mit dem ÖPNV besteht, fällt dieser als Verkehrsmittel für das Hauptzentrum in Ostrhauderfehn aus.⁴²

Im Nebenzentrum Idafehn dominiert das Auto sogar noch etwas stärker. 94 % der Wege zum Einkaufen im Nebenzentrum Idafehn werden hier mit dem Pkw zurückgelegt, nur 5 % mit dem Fahrrad und 1 % zu Fuß. Da auch hier keine Verbindung mit dem ÖPNV besteht, fällt der ÖPNV als Verkehrsmittel auch für das Nebenzentrum in Idafehn vollständig aus.⁴³

Dieser Modal Split spiegelt den heutigen Ausbaustand der Verkehrsinfrastruktur in der Gemeinde Ostrhauderfehn wider. Da die Verkehrsinfrastruktur einseitig auf den Autoverkehr ausgerichtet ist, keine ÖPNV-Anbindung vorhanden und die Infrastruktur für Fußgänger und Radfahrer völlig unzureichend ist, dominiert der Pkw auch die Wege, die zum Einkaufen zurückgelegt werden, vollständig.

Im Gegenzug sind für den Pkw-Verkehr großflächige Parkflächen vorhanden, die in der Regel großzügig dimensioniert sind und daher die große Zahl an Fahrzeugen nach unseren Beobachtungen immer bequem fassen können, wie beispielhaft Abb. 47 zeigt.

Entsprechend dieser Situation werden heute auch von den Einwohnern Ostrhauderfehns sowohl das Einzelhandelsangebot als auch die Erreichbarkeit der Einzelhandelsstandorte mit dem Pkw und die vorhandenen Parkmöglichkeiten sehr gut bewertet.⁴⁴

Abb. 47: Parkplatzsituation in den ZVBs Ostrhauderfehn und Idafehn



Quelle: cima 2019

⁴⁰ Da entsprechende Zahlen für Ostrhauderfehn bisher nicht erhoben wurden, ist dies eine Schätzung, die auf Zahlen für die Bundesrepublik beruhen, hierbei aber die spezifische Kaufkraft der Bewohner in Ostrhauderfehn berücksichtigen.

⁴¹ Ein Einkauf besteht hierbei aus einem Hinweg und einem Rückweg. Bei Kopplungseinkäufen wird aber nur ein Hin- und Rückweg gerechnet.

⁴² Vgl. zu den Ergebnissen der Kundenherkunftsanalyse oben, Kapitel 3.

⁴³ Ebd.

⁴⁴ Vgl. Gemeinde Ostrhauderfehn (Hrsg.), 2019: Integriertes Gemeindeentwicklungskonzept 2018 – 2030 für die Gemeinde Ostrhauderfehn, a.a.O., S. 36 und S. 50

Weder werden von den Einwohnern Ostrhauderfehns Mängel im Einzelhandelsangebot noch fehlende oder unzureichende Parkmöglichkeiten beklagt.

Die große Mehrheit der Einwohner Ostrhauderfehns kauft zudem mehrmals wöchentlich in Ostrhauderfehn ein, fast jeder siebte Einwohner kauft sogar täglich in Ostrhauderfehn in einem der ortsansässigen Betriebe ein.⁴⁵ Dies unterstreicht die große Zufriedenheit der Einwohner Ostrhauderfehns mit dem heute vorhandenen Einzelhandelsangebot in der Gemeinde.

Insgesamt entfallen auch nach den Annahmen dieses Gutachtens von dem gesamten Einzelhandelsumsatz der Gemeinde 42 Mio. € Umsatz auf die Nachfrage der Einwohner der Gemeinde Ostrhauderfehn selbst (vgl. oben, Kapitel 3). Dies entspricht einem Anteil am Gesamteinzelhandelsumsatz von 53,2 %.

Von diesen 42 Mio. € Umsatz entfallen wiederum 37,4 Mio. €. Umsatz auf den Nahbereich, bei dem die Kunden höchstens 2 km entfernt von einem der Standorte des Einzelhandels in Ostrhauderfehn leben. Der übrige Umsatz entfällt auf die Wohngegenden und Ortsteile der Gemeinde, die mehr als 2 km von einem der Standorte entfernt liegen. Damit werden die aktuellen Einzelhandelsangebote von den Bürgerinnen und Bürgern der Gemeinde Ostrhauderfehn sehr gut angenommen.

Geschätzt werden im Jahr 6.559.205 Wege zum Einkaufen in Ostrhauderfehn durchgeführt. Hiervon handelt es sich, entsprechend der oben bereits beschriebenen Situation und Umfeldbedingungen, bei 47 % aller Wege um Wege mit einer Entfernung von unter 2 km. Dies entspricht bei einer angenommenen mittleren Wegelänge von 1 km einer Verkehrsleistung von 3.108.083 Personenkilometer (Pkm). Setzt man die Verkehrsleistung der Radfahrer über beide Standorte hinweg auf 6,8 % und geht man weiter von der Annahme aus, dass die Radfahrer im Wesentlichen nur Wege unter 2 km zurückgelegt haben, so ergibt sich für das Verkehrsmittel Fahrrad

im Hinblick auf die Wege zum Einkaufen in Ostrhauderfehn eine Verkehrsleistung von 211.350 Pkm p.a. Da entgegen den Grundsätzen des Landes-Raumordnungsprogramms (vgl. z.B. Abschnitt 2.1, Ziffer 2) keine ÖPNV-Anbindung dieser Standorte gegeben ist, besteht allerdings keine Möglichkeit für Kunden, diese Standorte mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen.

Knapp 6 % des Einzelhandelsumsatzes in Ostrhauderfehn entfällt auf Einwohner der Gemeinde, die weiter als 2 km von den wichtigsten Einzelhandelsstandorten in der Gemeinde entfernt wohnen. Mit ihren Einkäufen gehen 379.089 Wege und eine Verkehrsleistung von geschätzt 1.137.268 Pkm einher.

In der Summe verursachen somit die Einkäufe der Bewohner Ostrhauderfehns eine Verkehrsleistung von 4.245.351 Pkm bei einer durchschnittlichen Wegelänge von 1,22 km.

Für die Bewohner Ostrhauderfehns wird damit durch die heutigen Einzelhandelsstandorte und -strukturen dem Grundsatz des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen „Es sollen Siedlungsstrukturen gesichert und entwickelt werden, in denen die Ausstattung mit und die Erreichbarkeit von Einrichtungen der Daseinsvorsorge für alle Bevölkerungsgruppen gewährleistet werden“ (vgl. ebenfalls Abschnitt 2.1, Ziffer 2) Rechnung getragen.

Die verkehrlichen Vorteile, die mit einer lebendigen und attraktiven Versorgung in einem Grundzentrum verbunden sind, das zudem stark verdichtet ist, werden in den genannten Zahlen ebenfalls deutlich.

Auch der Grundsatz der Landesraumordnung, dass die Gemeinden für ihre Bevölkerung „ein zeitgemäßes Angebot an Einrichtungen und Angeboten des allgemeinen täglichen Grundbedarfs bei angemessener Erreichbarkeit sichern und entwickeln“ sollen,⁴⁶ wird durch die gegenwärtige Struktur beachtet.

⁴⁵ Vgl. ebd., S. 36

⁴⁶ LROP Niedersachsen 2017, Abschnitt 2.2, Ziffer 02, Satz 1

Trotz dieser vielen kurzen Wege dominiert allerdings wegen der in Teilen verbesserungswürdigen Rad- und Fußverkehrsinfrastruktur, wie dargestellt, auch bei diesen kurzen Wegen heute das Auto den Modal Split in Ostrhauderfehn.

Gleichzeitig entfällt jedoch ein weiterer großer Teil des Umsatzes der Einzelhandelsbetriebe in Ostrhauderfehn auf Kunden anderer Gemeinden. Aufgrund der hohen Zahl an Betrieben und ihrer großen Verkaufsfläche überschreitet der Einzugsbereich vieler heutiger Einzelhandelsbetriebe in der Summe den maßgeblichen Kongruenzraum.⁴⁷

Da zudem keinerlei Anbindung dieser Standorte an den öffentlichen Verkehr gegeben ist, führt diese Situation nicht nur zu einem unnötig hohen, sondern zudem zu einem Verkehrsaufkommen, das ausschließlich auf den Pkw-Verkehr entfällt.

Die folgenden Zahlen zeigen die verkehrlichen Wirkungen dieser Fehlallokation auf.

Insgesamt führen die Einzelhandelsumsätze in Ostrhauderfehn zu einem Verkehrsaufkommen in Höhe von 39.355.228 Pkm p.a. 4.245.351 Pkm entfallen davon auf die Einkaufswege der Bewohner Ostrhauderfehns, dies entspricht einem Anteil am Gesamtverkehrsaufkommen von 10,78 %.

Aufgrund der hohen Siedlungsdichte der Gemeinde und der großen Nähe der wichtigsten Siedlungsgebiete zu den beiden Hauptstandorten des Einzelhandels ist dies ein vergleichsweise geringer Wert, der, wie bereits beschrieben positiv zu bewerten ist.

Dagegen sind mit den Umsätzen der Einzelhandelbetriebe, die diese mit Kunden von außerhalb des Kongruenzraumes erzielen, sehr weite Wege verbunden. Aufgrund der vorhandenen Daten schätzt die CIMA diese Wege im Durchschnitt auf eine Länge von 10,07 km. Insgesamt ist mit diesen Wegen somit eine Verkehrsleistung von 35.109.878 Pkm verbunden.

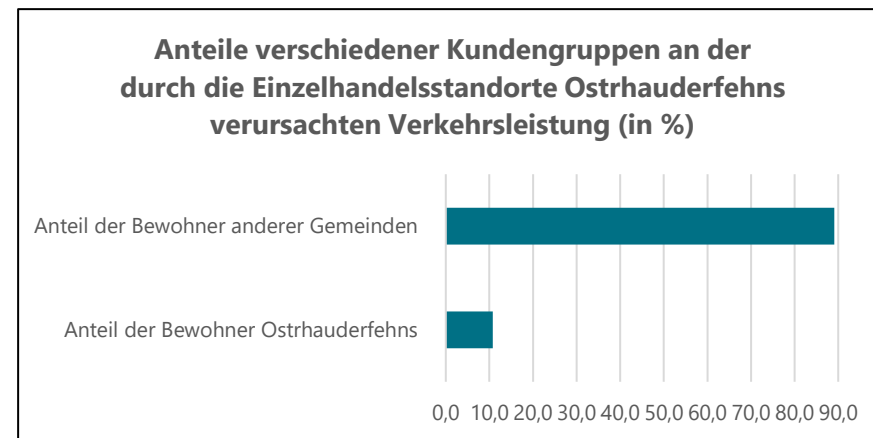
⁴⁷ Als Kongruenzraum ist im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen der zentrale Verflechtungsbereich des jeweiligen zentralen Ortes definiert. Als grundzentraler Verflechtungsbereich eines Zentralen Ortes ist wiederum das jeweilige Gemeinde- oder das

Auf Grund der Länge dieser Wege und da keinerlei ÖPNV-Angebot vorhanden ist und keine Anbindung der Standorte an den ÖPNV besteht, wird diese Verkehrsleistung zudem ausschließlich durch Pkws erbracht.

In der Folge führen also die Umsätze der Einzelhandelsunternehmen mit Sitz in Ostrhauderfehn, die diese mit Kunden von außerhalb ihres Kongruenzraumes erzielen, zu einer sehr hohen Verkehrsleistung.

Diese entspricht einem Anteil an der Gesamtverkehrsleistung, die durch die Einzelhandelsbetriebe in Ostrhauderfehn verursacht wird, von 89,2 % (vgl. Abb. 48).

Abb. 48: Struktur der durch die Einzelhandelsstandorte Ostrhauderfehns verursachten Verkehrsleistung



Quelle: CIMA 2020; eigene Berechnungen

Als besonders negativ im Hinblick auf die verkehrliche Wirkung ist hierbei die Kongruenzraumüberschreitung des Einzugsbereichs der Einzelhandelsunternehmen in Ostrhauderfehn im Bereich der Nahrungs- und

Samtgemeindegebiet festgelegt. Vgl. LROP 2017, Abschnitt 2.2, Ziffer 03, Satz 8 und Abschnitt 2.3 Ziffer 03. Weiterhin ist festgelegt, dass Art und Umfang der zentralörtlichen Einrichtungen und Angebote „an der Nachfrage der zu versorgenden Bevölkerung und der Wirtschaft im Verflechtungsbereich auszurichten“ sind.

Genussmittel zu bewerten, da hier das durchschnittliche Volumen jedes Einkaufs um fast 40 % zumindest im Bundesdurchschnitt unter dem entsprechenden Durchschnittswert im gesamten Einzelhandel liegt.⁴⁸ Das durch die beschriebene Allokation des Einzelhandels einhergehende Verkehrsaufkommen kann somit möglicherweise sogar noch größer sein als oben dargestellt.

Starke negative Umwelteinflüsse und hohe Treibhausgasemissionen sind Folge dieser Struktur des Einzelhandels in Ostrhauderfehn.

Dies ist eine Folge der Tatsache, dass das Kongruenzgebot des heutigen Landes-Raumordnungsprogramms in den vorhergehenden Verordnungen des Landes Niedersachsen weniger klar formuliert war und diesem daher durch die Gemeinde Ostrhauderfehn, aber auch durch den Landkreis bzw. die umliegenden Gemeinden, nicht eine so große Beachtung wie heute beigemessen werden musste.⁴⁹

9.3 Abschätzung der verkehrlichen Wirkungen der neuen Planvorhaben im Einzelhandel in Ostrhauderfehn

Derzeit bestehen, wie bereits dargestellt, in Ostrhauderfehn folgende Planungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Ostrhauderfehn (vgl. Kapitel 8).

⁴⁸ So gab in Deutschland ein Haushalt im Jahr 2017 bei einem Lebensmitteleinkauf durchschnittlich rund 15,40 Euro für FMCG-Produkte aus. Im Durchschnitt wird dagegen in Ostrhauderfehn je Einkauf 24,09 Euro ausgegeben.

⁴⁹ Das Kongruenzgebot im LROP 2017 besagt: „In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbe- reich ... als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten“ (ebd. Abschnitt 2.3, Ziffer 3, Satz 1). Dabei wird davon ausgegangen, dass eine wesentliche Überschreitung in diesem Sinne dann gegeben ist, wenn „mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit

Zum einen wird in Ostrhauderfehn gegenwärtig die Umsiedlung und gleichzeitige Erweiterung des Aldi-Marktes vom aktuellen Standort Im Gewerbegebiet 22A an die Hauptstraße 55 diskutiert. Dabei soll zugleich die Verkaufsfläche dieses Marktes von aktuell circa 800 qm auf rund 1.000 qm vergrößert werden.

Parallel zu der Umsiedlung und Erweiterung des Aldi-Marktes ist eine Verlagerung und Modernisierung des COMBI-Marktes von Ostrhauderfehn nach Idafehn vorgesehen. Der mögliche neue Standort in Idafehn ist noch nicht abschließend festgelegt.

Im Folgenden werden die mit diesen Planungen verbundenen voraussichtlichen verkehrlichen Wirkungen abgeschätzt.

Umsiedlung und gleichzeitige Erweiterung des Aldi-Marktes

Unter Zugrundelegung aktueller Durchschnittszahlen des Flächenumsatzes modernisierter Aldi-Märkte kann für eine erste Abschätzung der verkehrlichen Auswirkungen der geplanten Umsiedlung und Erweiterung des Aldi-Standortes ein Umsatz des neuen Aldi-Marktes von ca. 8 Mio. € angesetzt werden. Dies bedeutet, unterstellt man ein gleiches Volumen je Einkauf, einen Zuwachs an 381.140 Wegen pro Jahr oder 1.222 Wegen pro Tag. Pro Stunde entspricht dies einer Zunahme von 40 Kunden; auch hier ein gleiches durchschnittliches Einkaufsvolumen unterstellt. Allerdings ist naturgemäß nicht sicher, ob diese durchschnittliche Flächenproduktivität in diesem Fall auch tatsächlich erreicht wird. Die ortsspezifischen

Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde“, ebd., Ziffer 5.

Dagegen findet sich in dem heute noch geltenden Raumordnungsprogramm des Landkreises Leer, das bisher noch nicht an die Änderungen des LROP angepasst wurde, keine Regelung im Hinblick auf das Kongruenzgebot. Vgl. hierzu Landkreis Leer (Hrsg.), Regionales Raumordnungsprogramm 2006, <https://www.landkreis-leer.de/Wirtschaft-Bauen/Bauen-Planen/Planung/index.php?La=1&NavID=2051.193.1&object=med,58.1326.1.PDF>. Derzeit wird das Regionale Raumordnungsprogramm des Landkreises neu aufgestellt.

Rahmenbedingungen müssen daher in einer Einzelfallprüfung durch ein Verträglichkeitsgutachten noch untersucht werden.

Da die Nachfrage der Bevölkerung im Kongruenzraum aber bereits durch die vorhandenen Einzelhandelsgeschäfte befriedigt wird und auch die anderen Einzelhandelsgeschäfte in Ostrhauderfehn modern und kundenorientiert sind, kann nicht ausgeschlossen werden, dass dieser Umsatzzuwachs zu einem großen Teil durch Käufe ermöglicht wird, der auf die Nachfrage von Bewohnern außerhalb des Gemeindegebiets entfällt.

Entsprechend würde unter dieser Annahme die geplante Umsiedlung und Erweiterung des Aldi-Marktes aller Voraussicht nach zu einem weiteren starken Wachstum der Verkehrsleistung von 3.837.426 Pkm pro Jahr führen.

In der Folge würde unter o.g. Annahmen der Verkehr auf der Hauptstraße in Ostrhauderfehn um geschätzt 11 % zunehmen (gemessen an durchschnittlichen täglichen Verkehrsstärke DTV).

Da die Hauptstraße aber bereits heute sehr stark verkehrlich belastet ist, müssten möglicherweise bisherige Nebenstraßen für den Verkehr geöffnet werden, um in dieser Situation noch einen flüssigen Verkehrsfluss zu ermöglichen. Auch dies würde den Zielen der Landesraumordnung in Niedersachsen eher nicht entsprechen und zudem möglicherweise zu weiteren Belastungen der Einwohner Ostrhauderfehns durch die Folgen dieses Verkehrs führen.

Geschuldet der Tatsache, dass keine regelmäßige ÖPNV-Anbindung des Standortes besteht, der neue Standort nicht rein der Nahversorgung dient und zudem die Radwegeinfrastruktur nicht ausgebaut ist, würde auch diese größere Verkehrsleistung ausschließlich durch den motorisierten Individualverkehr erbracht werden. Eine erhebliche Zunahme an Treibhausgasemissionen wäre die Folge.

Auch dies widerspricht den eingangs bereits dargestellten, verkehrsbezogenen Grundsätzen und Zielen der Landesraumordnung in Niedersachsen.

Da bei weiteren Verkaufsflächenzuwächsen eine Beeinträchtigung der dezentral befindlichen kleineren Lebensmittelgeschäfte nicht ausgeschlossen werden kann, sollte im entsprechenden Bauleitplanverfahren eine genaue Überprüfung der möglichen Auswirkungen auf die Betriebe mittels entsprechender Verträglichkeitsgutachten erfolgen.

Durch die höhere Anzahl an Kunden, die mit dem Pkw zu dem neuen Standort kommen, müssten zudem die Parkmöglichkeiten insgesamt deutlich vergrößert werden.

Dies würde zu einer unnötigen noch stärkeren Versiegelung von Flächen führen, mit der weitere negative Umweltwirkungen verbunden sind.

Entsprechend sehen die derzeitigen Planungen eine Erweiterung der vorhandenen Parkflächen um geschätzt etwa 50 % vor. Dies passt zu dem von uns erwarteten Wachstum des Marktes.

Die geplante Umsiedlung und gleichzeitige Erweiterung des Aldi-Marktes in Ostrhauderfehn kann aus den genannten Gründen möglicherweise mit negativen Wirkungen auf die Treibhausgasemissionen, den Verkehr und die landesplanerischen Grundsätze und Ziele des niedersächsischen Landes-Raumordnungsprogramms einhergehen. Nach der hier erfolgten Betrachtung der geplanten Erweiterung des Aldi-Marktes in Ostrhauderfehn empfehlen wir daher die Überprüfung der Einhaltung der Klimaschutzziele der Bundesregierung sowie der verkehrsbezogenen und landesplanerischen Grundsätze und Ziele des niedersächsischen Landes-Raumordnungsprogramms durch entsprechende Gutachten.

Zudem würden die aufgegebenen Einzelhandelsflächen an den Altstandorten möglicherweise wieder durch neue Einzelhandelsgeschäfte belegt. Damit würden weitere verkehrliche Effekte einhergehen. Diese sind jedoch in diesem Bericht nicht Gegenstand der Betrachtung.

Umsiedlung und gleichzeitige Erweiterung des Combi-Marktes

Auch im Zusammenhang mit der geplanten Verlagerung und Modernisierung des COMBI-Marktes von Ostrhauderfehn nach Idafehn ist eine Erweiterung der Verkaufsfläche vorgesehen. Allerdings fällt diese im Verhältnis zur Größe des Marktes moderat aus.

Entsprechend der unterstellten Größe und auf der Grundlage allgemeiner Trends und durchschnittlicher Flächenproduktivitäten im Einzelhandel kann im Zuge dieser Verlagerung, Modernisierung und Erweiterung ein Zuwachs des Kundenpotenzials von bis zu 350 Kunden pro Tag erwartet werden. Dies entspricht einer Zunahme von 700 Wegen pro Tag.

Als Folge dieser Entwicklung wäre von einer Zunahme der Verkehrsleistung, die durch die Kunden des neuen Standortes ausgelöst wird, in Höhe von 7.048 Pkm pro Tag oder 2.198.916 Pkm pro Jahr auszugehen.

Betrachtet man die Versorgungsstrukturen in der Gemeinde Ostrhauderfehn in Bezug auf die Lebensmittelmärkte käme es durch das Planvorhaben zu einem Angleichen in der Ausstattung der beiden zentralen Versorgungsbereiche. Von z.Zt. zwei Vollsortimenter und einem Discounter im Hauptzentrum und einem Discount-Markt im Nebenzentrum hin zu je einem Vollsortimenter mit mind. 1.500 qm und einem Discount-Markt mit mind. 1.000 qm Verkaufsfläche in beiden zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Abb. 42). Dieses qualitative Angleichen kann sich positiv auswirken, da weniger Kunden aus Idafehn zum nächstgelegenen Vollsortimenter nach Ostrhauderfehn fahren müssten.

Allerdings sind die beiden ZVBs hinsichtlich ihrer Erreichbarkeit für die Einwohner des Kernortes unterschiedlich zu bewerten.

Die Abb. 49 zeigt beispielsweise das Einwohnerpotenzial im direkten Umkreis der beiden ZVBs⁵⁰. Die Werte für den Nahbereich in einem Radius von 500 m liegen mit 640 für Ostrhauderfehn zu 510 in Idafehn noch nah beieinander. Im 1.000 m-Radius differieren sie jedoch bereits stark. So

erreicht der jetzige Combi-Markt rechnerisch ca. 2.405, ein potenzieller neuer Standort in Idafehn jedoch nur rd. 1.600 Einwohner. Dies bedeutet: Eine Verlagerung des COMBI-Marktes nach Idafehn würde zwar die Erreichbarkeit dieses Marktes für die Bevölkerung von Idafehn verbessern, die Bedeutung des Marktes für die Nahversorgung der Bevölkerung insgesamt nimmt aber spürbar ab.

Auch für weitere Teile des Siedlungsgebietes in einer Entfernung von bis zu 1.400 m ist die Erreichbarkeit des derzeitigen Standortes des Combi-Marktes in Ostrhauderfehn deutlich besser als die Erreichbarkeit an einem Standort dieses Marktes in Idafehn.

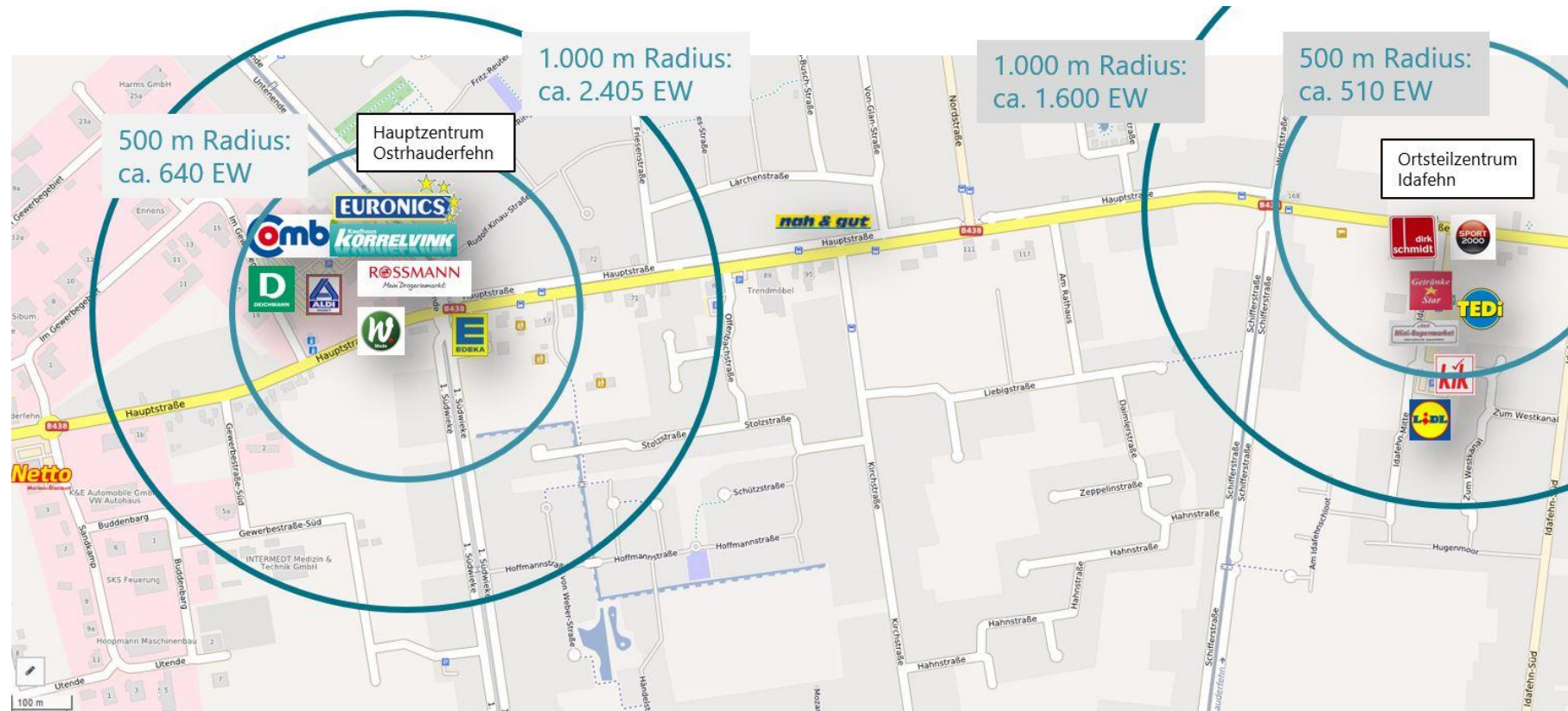
Die Versorgungsfunktion für die Bewohner des Kernortes erfüllen die beiden zentralen Versorgungsbereiche also in sehr unterschiedlichem Maße. Voraussichtlich würde daher durch die Verlagerung des Combi-Marktes auch bei den bisherigen Kunden eine noch stärkere Bedeutung des Pkw für den Modal Split bei ihren Einkaufswegen ausgelöst. Auch müssten am neuen Standort entsprechende Parkmöglichkeiten geschaffen werden, was zu einer weiteren Versiegelung von Boden führen würde. Die Folge wären zunehmende Umweltbelastungen, Treibhausgasemissionen und ein weitere Verkehrsbelastung unmittelbar auf der Hauptstraße.

Durch die geplante Verlagerung des Marktes würden somit insgesamt nach dem derzeitigen Stand der Abschätzungen möglicherweise nicht nur negative verkehrliche Effekte ausgelöst, sondern auch die Vorgaben der Landesraumordnung deutlich weniger gut erfüllt werden können als durch den heutigen Standort.

Einzelheiten müssten im Bauleitplanverfahren mittels eines Verträglichkeitsgutachtens genauer ermittelt und bewertet werden.

⁵⁰ Quelle: Zensus Atlas, Statistische Ämter der Länder und des Bundes

Abb. 49: Einwohnerzahlen im Umkreis der zentralen Versorgungsbereiche



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende, 2019
 Bearbeitung: cima 2020

9.4 Empfehlungen

Vor dem Hintergrund der dargestellten Entwicklungen werden folgende Empfehlungen ausgesprochen.

Die z.Zt. diskutierten Erweiterungs- bzw. Verlagerungsvorhaben der Anbieter Aldi und Combi stellen eine bedeutende Veränderung der Nahversorgungsstrukturen innerhalb des Gemeindegebietes von Ostrhauderfehn dar.

In den hier vorgenommenen Analysen zu den möglichen verkehrlichen Wirkungen dieser Planungen und zu ihrer Beurteilung unter landesplanerischen Gesichtspunkten wurde auf mehrere Risiken dieser Planungen u.a. durch die Erzeugung zusätzlicher Verkehre und verschiedene landesplanerische Aspekte hingewiesen, die in den ggf. folgenden Planverfahren genauer analysiert, aufbereitet und abgewogen werden müssen.

Die gilt auch für Auswirkungen auf die Siedlungsstruktur, die durch die Umsiedlungen ausgelöst werden können.

Die heutigen Standorte passen zu der besonderen Siedlungsstruktur der Gemeinde. Durch sie können die mit dem Einzelhandel verbundenen Raumansprüche aus unserer fachlichen Sicht bedarfsorientiert, funktionsgerecht, Kosten sparend und umweltverträglich und damit aus Sicht der Raumordnung sinnvoll befriedigt werden.

Insbesondere wird durch die heutigen Standorte innerhalb der Gemeinde Ostrhauderfehn eine günstige Zuordnung von Wohn- und Versorgungseinrichtungen erreicht und der Wegeaufwand minimiert. Hierdurch werden unnötige Verkehre vermieden und den mit den verkehrlichen Belastungen verbundenen negativen Auswirkungen auf die Umwelt entgegen gewirkt.

Unabhängig hiervon sollte in der nächsten Zeit die verkehrliche Anbindung der heutigen Standorte an den Umweltverbund optimiert werden. Hier ist insbesondere an die Verbesserung der Anbindung an den Fuß- und Radverkehr zu denken. Entsprechend sind sichere und hochwertige

Fuß- und Radwege zu den heutigen Einzelhandelsstandorten zu schaffen, die Querungen müssen ausgebaut werden, und diese müssen auch für Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen sowie für Kinder und ältere Menschen uneingeschränkt und sicher nutzbar sein. An den Einzelhandelsstandorten selbst sind zudem die Abstellmöglichkeiten für Räder auszubauen und zu verbessern.

In der Folge wird ohne Zweifel eine spürbare Änderung des Modal Split in Richtung auf den Fuß- und den Radverkehr erreicht werden können. Hierdurch würde zugleich eine Optimierung und Verstetigung des Verkehrsablaufs des MIV und der Infrastrukturauslastung inklusive der Parksituation erreicht. Nach Umsetzung der entsprechenden Maßnahmen könnte der heutige Kosten- und Zeitaufwand für den Verkehr und die mit ihm verbundenen Umweltbelastungen vermutlich deutlich verringert werden. Damit würde ein positiver Umwelt- und Klimaeffekt erreicht.

Zudem sollten zumindest versuchsweise Modelle entwickelt werden, um für den ÖPNV in Ostrhauderfehn verlässliche und ggf. auch bedarfsorientierte und flexible Angebote zu schaffen, zumindest für ausgewählte Tageszeiten, an denen besonders viele Kunden zum Einkaufen in und nach Ostrhauderfehn unterwegs sind, um die Erreichbarkeit der Standorte des Einzelhandels auch ohne den PKW zu verbessern.

10 Zusammenfassung

Im Rahmen der vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Ostrhauderfehn Ende März 2019 wurden 66 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 38.175 qm differenziert nach den in 14 Warengruppen zusammengefassten 31 Branchen erhoben. Die Verkaufsfläche je Einwohner beträgt in Ostrhauderfehn im periodischen Bedarf 0,78 qm, im aperiodischen Bedarf 2,6 qm. In Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche erreicht die Gemeinde einen Wert von 3,38 qm je Einwohner und liegt damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt.

Der jährlich erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz der Betriebe in Ostrhauderfehn beträgt den Berechnungen der CIMA zufolge in Summe 79 Mio. €. Dem gegenüber steht ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Gemeinde von rund 53,5 Mio. € pro Jahr, das sich aus der gemeindeschaffen Einwohnerzahl sowie den an das lokale Kaufkraftniveau angepassten einzelhandelsrelevanten pro-Kopf Ausgaben ergibt.

Die Kaufkraftzuflüsse übersteigen somit die Kaufkraftabflüsse. Dementsprechend erreicht der Einzelhandel in Ostrhauderfehn insgesamt einen hohen Zentralitätswert von 148. In den einzelnen Warengruppen unterscheiden sich diese Werte jedoch teilweise erheblich. Es wird deutlich, dass die Gemeinde Ostrhauderfehn ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion mehrheitlich gut nachkommt. In diesem Zusammenhang ist aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung vor allem der periodische Bedarfsbereich relevant. Auch hier hat der Einzelhandel Ostrhauderfehns Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen, d.h. übernimmt eine gewisse Versorgung der umliegenden Bevölkerung mit Dingen des täglichen Bedarfs.

In den aperiodischen Segmenten erreicht der Ort ebenfalls Zentralitätswerte, die für ein Grundzentrum bemerkenswert sind. In Ostrhauderfehn sind zahlreiche Verkaufsflächen von Warengruppen konzentriert, die aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte in kleineren, ländlich geprägten Gemeinden normalerweise weniger häufig nachgefragt werden. Einzig bei

Büchern und Schreibwaren liegt der Zentralitätswert knapp unter 100. Bei Baumarktartikeln, Gartenbedarf, Zooartikeln oder Fahrräder und Sportartikeln werden mit 186 und 184 sehr hohe Werte erreicht. Insofern ist auch hier ein Bedeutungsüberschuss festzustellen. Das liegt z.T. an einzelnen, strukturprägenden, großflächigen Anbietern, die bei der Größe Ostrhauderfehns besonders ins Gewicht fallen.

Das große Einzugsgebiet, das sich aus der durchgeführten Kundenbefragung ergibt, zeigt den Bedeutungsüberschuss des Einzelhandels in Ostrhauderfehn und ist ein Indiz für die hohe Zentralität.

Im Modal Split ist der Pkw-Anteil mit 90 % bzw. 94 % jeweils stark dominierend. Der insgesamt höhere Anteil an Pkw-Kunden im Nebenzentrum Idafehn zeigt sich auch im Nahbereich. Bei Wohnorten, die weiter als 3 km entfernt liegen, steigt die Pkw-Quote schnell auf 100 %. Das Fahrrad ist das zweithäufigste Verkehrsmittel mit 8 % bzw. 5 %. Eine fußläufige Nahversorgung wird nur von je 1 % der Befragten praktiziert. Der ÖPNV spielte in der zweitägigen Befragung keine Rolle.

Um die stark befahrene Hauptstraße zu entlasten, die beide zentralen Versorgungsbereiche miteinander verbindet, sollte die verkehrliche Anbindung der Einzelhandelsstandorte an den Umweltverbund optimiert werden. Sichere und hochwertige Fuß- und Radwege sind zu schaffen, Abstellmöglichkeiten für Räder und Straßenquerungen auszubauen. Um im Modal Split den ÖPNV zu stärken, bedarf es verlässlicher und zugleich bedarfsorientierter, flexibler Angebote.

Die Analyse der räumlichen Verteilung der Lebensmittelbetriebe zeigt, dass ein großer Teil der Wohnquartiere des Hauptortes in fußläufiger Entfernung zu mindestens einem Lebensmittelmarkt liegt. Die Nahversorgungslage kann dementsprechend insgesamt als gut beschrieben werden. Dies gilt vor allem für die zentralen Wohngebiete beiderseits der

Hauptstraße. In nördlicher und südlicher Richtung ist aufgrund der langgezogenen Kanalstrukturen eine Abdeckung hingegen nicht gegeben.

Aufgrund der Siedlungsstruktur und des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes hat die cima in der Gemeinde Ostrhauderfehn eine zweipolige Zentrenstruktur herausgearbeitet. Der Kreuzungsbereich Hauptstraße, Untenende, 1. Südweike stellt das Hauptgeschäftszentrum mit hervorgehobener Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion dar und wird als zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Ostrhauderfehn abgegrenzt.

In Idafehn befindet sich südlich der Hauptstraße eine weitere bedeutende Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die im Folgenden als Nebenzentrum abgegrenzt wird. Keine Abgrenzung und baurechtliche Schutzbedürftigkeit erlangen solitäre Fachmarktstandorte und die solitären Nahversorgungsstandorte Sandkamp, Hauptstraße und Langholt. Letztere sichern jedoch die flächendeckende Nahversorgung und sind für die wohnortnahe Versorgung von Bedeutung.

Aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet wurde eine Sortimentsliste, die nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Ostrhauderfehn definiert. Sie erfüllt die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte und stellt eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung dar.

Abschließend sind für die Gemeinde Ostrhauderfehn Ansiedlungsregeln formuliert, die den abgegrenzten Standortbereichen definierte Sortimente zuordnen. Ziel ist eine Stärkung der Zentrenfunktion, der verbraucher-

nahen Versorgung und der Vermeidung diffuser, autoorientierter Standorte. Mit der Orientierung an den Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Gemeinde Ostrhauderfehn getrieben bzw. der Wettbewerb eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Gemeinde.

Vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Einstufung Ostrhauderfehns als Grundzentrum sollte es das übergeordnete Ziel sein, den Status quo in den gut ausgestatteten Branchen sowie bei den strukturprägenden Betrieben zu erhalten. Nur in wenigen ausgewählten Sortimenten besteht der Bedarf für weitere Ansiedlungen. Flächenzuwächse sind daher in der Regel nur durch moderate Anpassungen an die Marktbedingungen, d.h. geringfügige Erweiterungen zur Modernisierung und qualitativen Angebotsverbesserung denkbar. Auch kann die Verbesserung der Lage innerhalb des Gemeindegebiets und die Stärkung der Zentrenfunktion ein Grund für hinzukommende Flächen sein.

11 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende kommunale Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Ostrhauderfehn trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitpläne der Gemeinde Ostrhauderfehn übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Ostrhauderfehn mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien der Gemeinde auch als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde“ für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandelskonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist.

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sollte in regelmäßigen Abständen überprüft, aber nur hinreichend begründet um weitere Bereiche ergänzt werden. Eine Verkleinerung der zentralen Versorgungsbereiche ist bei Funktionsverlusten in den Randbereichen hingegen denkbar. Grundlage für die Einordnung der cima war die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Ostrhauderfehner Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Kap. 7.1.3) bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Ostrhauderfehner Sortimentsliste, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die cima darüber hinaus auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchungen (nach § 11,3 BauNVO), in dessen Rahmen auch die Vereinbarkeit mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept und den Zielen der Raumordnung und Landesplanung überprüft werden muss.

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Handel mit Kraftfahrzeugen. Dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z.B. Installateure, Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind.

Um nicht Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d.h. die Bereiche,

die einem akuten Ansiedlungs- oder Handlungsdruck unterliegen, genau zu bestimmen und vorrangig zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei Letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Der Ausschluss sämtlicher Einzelhandelsflächen entlang gefährdeter Bereiche ist u.U. nicht vollständig möglich und oft personell und finanziell in der Verwaltung nicht leistbar. Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für Ostrhauderfehn geltende Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen aus der Gemeinde Ostrhauderfehn getrieben noch Wettbewerber grundsätzlich eingedämmt oder verhindert werden. Vielmehr soll es aber zur gesunden Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Gemeinde Ostrhauderfehn gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies folglich Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen in den Zentren und den übrigen Einzelhandelslagen.

12 Anhang

12.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.
- Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:
 - der Attraktivität der Konkurrenzorte,
 - der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
 - der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
 - den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
 - den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffern berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor,

die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Rentner, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

5.565 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Berechnung für das Jahr 2019).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

12.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe im Gemeindebiet von Ostrhauderfehn durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebs ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach den folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebs.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 31 Branchen und 14 zusammengefassten Warengruppen, die in der folgenden Abbildung dokumentiert sind.

Abb. 50: cima Warengruppen

Periodischer Bedarf
Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit und Körperpflege
Zeitschriften, Schnittblumen
Aperiodischer Bedarf
Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren
Bücher, Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf
Sportartikel, Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
Uhren, Schmuck
Optik, Akustik, Sanitätsartikel
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel

Quelle: cima 2019

12.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Die cima unterscheidet zwischen den folgenden 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 qm bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 qm und 1.400 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 VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche ca. 1.500 qm 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.

Mall in einem Shopping-Center

- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

12.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs wurde erstmals in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 sind die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die **Sicherung und Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.⁵¹

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von

großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion, sondern beziehen sich auf die dem zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs. 2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden⁵². Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen⁵³:

Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.“

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten

⁵¹ Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S.13

⁵² Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209, S.115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S.54

⁵³ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein..."

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus⁵⁴:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang.“

Das BVerwG führt dazu weiter aus⁵⁵:

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz...Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet.“

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen

regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,

2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden⁵⁶.

Ebenfalls kann ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt⁵⁷.

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,

örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung."

⁵⁷ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

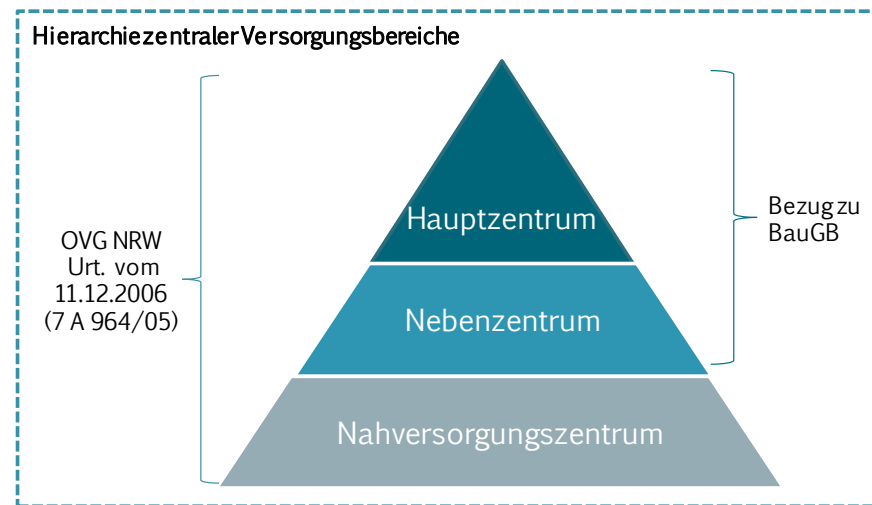
⁵⁴ Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

⁵⁵ BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

⁵⁶ Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten

- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

Abb. 51: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima 2019

Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen

Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und den übrigen Siedlungsräumen erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über zentrale Versorgungslagen, sodass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mitberücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Ggf. optimale Einbindung des ‚zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

*„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. **Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.**“*

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.⁵⁸ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.⁵⁹

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass multifunktional abgegrenzte und dezidiert in ihrer Abgrenzung begründete zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

⁵⁸ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

⁵⁹ Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besatz an Versorgungsfunktion vorliegen.

12.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen sind sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtslos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“.

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel von 10 % Auswirkungen anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit

grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Überlegungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage Vermutungsgrenze formuliert. Sie ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüftatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der schädlichen Auswirkungen auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu schädlichen Auswirkungen bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse⁶⁰.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher

⁶⁰ Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des Zentralen

Versorgungsbereich mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potenziell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein.⁶¹

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen ‚wesentliche Beeinträchtigungen‘ darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden könnte.

⁶¹ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.