FAMILA DIEPHOLZ

Wirkungsanalyse für einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan

Kunde **Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG**,
Kiel

Datum: 14. Mai 2018

Inhalt

0 Auftrag, Aufgabenstellung, Methodische Vorgehensweise 3
0.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung 3
0.2 Methodische Hinweise 5

1 Makro-Standort Diepholz 7
1.1 Kurzcharakteristik des Makro-Standortes Diepholz 7
1.2 Strukturdaten zu Bevölkerung und Wirtschaft 8

2 Mikro-Standort Groweg 10

3 Einzelhandelssituation in Diepholz 12
3.1 Innenstadt *(zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt)* 12
3.2 Übriges Stadtgebiet 13
3.3 Struktur- und Leistungsdaten des Diepholzer Einzelhandels 14

4 Regionale Wettbewerbsstandorte 16
4.1 Barnstorf (Samtgemeinde) 16
4.2 Lemförde (Samtgemeinde) 17
4.3 Rehden (Samtgemeinde) 18
4.4 Steinfeld 19
4.5 Wagenfeld 20
4.6 Verkaufsflächenausstattungen im periodischen Bedarfsbereich 21
4.7 Weitere Standorte im Umland 21

5 Einzugsgebiet und Nachfragevolumen 22

6 Wirkungsanalyse 24
6.1 Kurzskizze zum Projekt und prospektiver Bruttoumsatz 24
6.2 Kaufkraftabschöpfung 27
6.3 Umverteilungseffekte 28
6.4 Mögliche anzunehmende Auswirkungen 30

7 Fazit / Schlussfolgerungen 32

Disclaimer
Es wird darauf hingewiesen, dass die GfK GeoMarketing GmbH für die Angaben in diesem Gutachten nur der Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG, Kiel, gegenüber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen haftet. Das Gutachten enthält gutachterliche Einschätzungen und wissenschaftlich fundierte Prognosen. Für jede Prognose gilt naturgemäß, dass deren Eintreten nicht garantiert werden kann. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der in dem Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausdrücklich ausgeschlossen.

0 Auftrag, Aufgabenstellung, Methodische Vorgehensweise

0.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG, Kiel, plant in der niedersächsischen Kreisstadt Diepholz die Errichtung eines Famila Verbrauchermarktes.

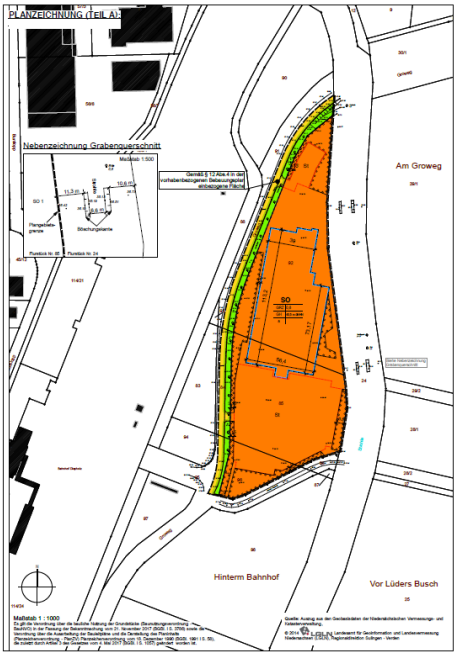
Für dieses Vorhaben lief von 2015 bis 2017 das Verfahren zur Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 94 "Groweg" und zur 73. Änderung des Flächennutzungsplanes. Das B-Planverfahren wurde auf Anweisung des Landes Niedersachsen im Frühjahr 2017 eingestellt.

Nunmehr wird unter Berücksichtigung der landesplanerischen Einwände gegen das Vorhaben ein vorhabenbezogener Bebauungsplan angestrebt, der konkret auf den Betreiber Famila abzielt und der Ausnahmeregelung des Landesraumordnungsprogramms (LROP) in Abschnitt 2.3 Ziffer 05 Satz 3 entspricht: *Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.*

Dies hat unmittelbaren Einfluss auf die Konzeption des Vorhabens, das nunmehr ausschließlich einen Verbrauchermarkt umfasst, der den vorstehenden Regelungen entspricht. Weitere Einzelhandelsangebote, wie sie im vorhergehenden Planverfahren in Form von Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorgesehen waren (damals SO 2) entsprechen nicht der Ausnahmeregelung des LROP und sind nicht mehr Gegenstand des Vorhabens.

Für die raumordnerische Beurteilung dieses großflächigen Einzelhandelsvorhabens in der Bauleitplanung und dem Genehmigungsverfahren wird eine Verträglichkeitsstudie benötigt. Grundlage ist hierbei das Landesraumordnungsprogramm mit seinen Regelungen u.a. zum Kongruenzgebot und dem Beeinträchtigungsverbot.

Vor diesem Hintergrund beauftragte die Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG, Kiel, die GfK GeoMarketing GmbH, Hamburg, im Februar 2018 mit einem Einzelhandelsgutachten auf der Grundlage der von GfK 2015/2016 im Rahmen des seinerzeitigen Bebauungsplanverfahrens erarbeiteten Wirkungsanalyse. Diese soll aktualisiert und an die Anforderungen des neuerlichen Verfahrens angepasst werden.



Quelle: Vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 94 „Groweg“ (Entwurf)

Der Auftrag umfasst das nebenstehende Untersuchungsprogramm. Unter Zusammenführung dieser Leistungsbausteine wird abschließend eine gutachterliche Aussage zur ökonomischen und städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens getroffen.

Maßgebliche Voraussetzung zur Ermittlung der Leistungskraft des relevanten Einzelhandels für die Auswirkungsanalyse ist die Erfassung des projektrelevanten Einzelhandelsbesatzes in Diepholz sowie in den in die Analyse einzubeziehenden regionalen Einzelhandelslagen.

Diesbezüglich wird zurückgegriffen auf die im Rahmen der Wirkungsanalyse 2015/2016 erfolgten Flächenerhebungen des relevanten Einzelhandels.
Erfasst wurden hierbei im Rahmen der Vor-Ort-Erhebungen in der 7. und 8. KW 2015 (09. - 13.02. und 16. - 20.02. 2014) die betriebstypischen Merkmale Lage, Branchenzugehörigkeit und Verkaufsflächen.
Erhoben wurden Betriebe mit Sortimenten des periodischen Bedarfsbereiches (Kernsortiment des Verbrauchermarktes) und mit den folgenden Sortimente, die in der vorliegenden Studie unabhängig von ihrer Zentrenrelevanz lediglich als Randsortimente relevant sind: Bekleidung/Schuhe/Lederwaren, Technik und persönlicher Bedarf (u.a. Haushaltswaren, Papier/Bücher/Schreibwaren, Spielwaren und Sportartikel). Diese vier Hauptwarengruppen wurden in einem erweiterte Diepholzer Innenstadtbereich vollständig erhoben.
Im übrigen Stadtgebiet und im relevanten Umland (Barnstorf im Nordosten, Rehden im Osten, Wagenfeld im Südosten, Lemförde im Süden und Steinfeld im Westen) wurden Einzelhandelsbetriebe dieser Warengruppen und entsprechende Standortverbunde/Agglomerationen ab ca. 500 m² Verkaufsfläche erhoben.
Übrige Hartwaren (baumarktrelevante Sortimente und Möbel/Einrichtungsbedarf) wurden in der Diepholzer Innenstadt vollständig und im übrigen Stadtgebiet zu großen Teilen erhoben.

Anhand aktueller Standortbegehungen in der 9. KW 2018 (26.02 - 02.03. 2018) wurden die Erhebungen aus 2015 für Diepholz und Rehden (in der Wirkungsanalyse 2015/2016 wies Rehden als einzige unter den betrachteten Umlandgemeinden eine Umverteilungsquote im periodischen Bedarfsbereich auf, die nicht als ‚gering' einzustufen war) auf wesentliche Änderungen überprüft. Für die übrigen Umlandgemeinden erfolgte eine überwiegend Datenbank-basierte Überprüfung des Bestandes.

Auf dieser Daten- und Informationsbasis erfolgt für die in der Wirkungsanalyse zu betrachtenden Standortlagen eine Schätzung der Einzelhandelsumsätze mittels branchen- und marktüblicher Flächenleistungen sowie unter Berücksichtigung der jeweiligen spezifischen Rahmenbedingungen und augenscheinlichen Gegebenheiten. Diese bildet eine wesentliche Grundlage für die Modellrechnungen.

Untersuchungsprogramm

- **Makro-Standort Diepholz**
- **Mikro-Standort des Vorhabens und Projektskizze**
- **Einzelhandelssituation in Diepholz**
  Innenstadt und übriges Stadtgebiet
- **Regionale Wettbewerbssituation**
  Untersuchungsrelevante zentrale Versorgungsbereiche im Umland (Barnstorf, Lemförde, Rehden, Steinfeld und Wagenfeld)
- **Projektspezifisches Einzugsgebiet sowie Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens**
- **Perspektivischer (Brutto-)Zielumsatz und Umsatzrekrutierung aus dem Einzugsgebiet**
- **Analyse der Umsatzumlenkungen**
- **Beurteilung des Vorhabens nach den Regelungen des LROP**

0.2 Methodische Hinweise

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes erfolgt nach der GfK Warengruppensystematik. Diese folgt einem anderen statistischen Ansatz als die Zuordnung von Sortimenten zu nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, wie sie z.B. in der "Diepholzer Liste" vorgenommen wird.

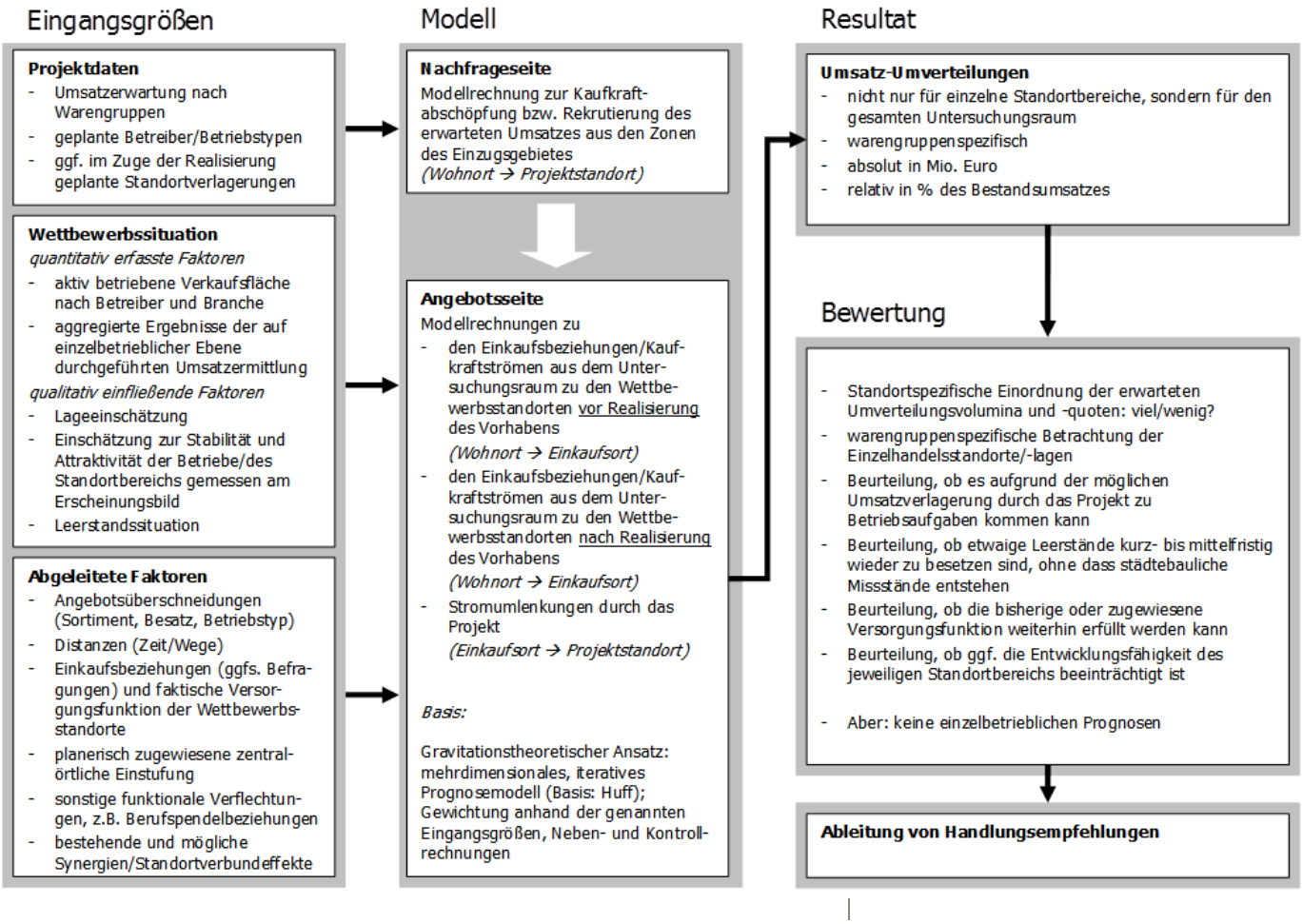
Die Unterschiede betreffen Sortimentsgruppen mit sehr geringen Umsatzanteilen: Schnittblumen (Gartenbedarf) und Zeitungen/Zeitschriften (persönlicher Bedarf) sind nahversorgungsrelevant, werden in der GfK Systematik aber dem aperiodischen Bedarfsbereich zugeordnet.

Für die vorliegende Studie spielen diese systematischen Unterschiede keine Rolle, da nach der geltenden Fassung des LROP, in dem die Sortimente des periodischen Bedarfs nicht detailliert definiert werden, für den angestrebten vorhabenbezogenen Bebauungsplan gemäß der Ausnahmeregelung in Abschnitt 2.3 Ziffer 05 Satz 3 ausschließlich nach dem periodischen Kernsortiment und aperiodischen Randsortimenten (unabhängig von deren Zentrenrelevanz) differenziert wird.

Sortimente des periodischen Bedarfs (Kernsortiment des Verbrauchermarktes)

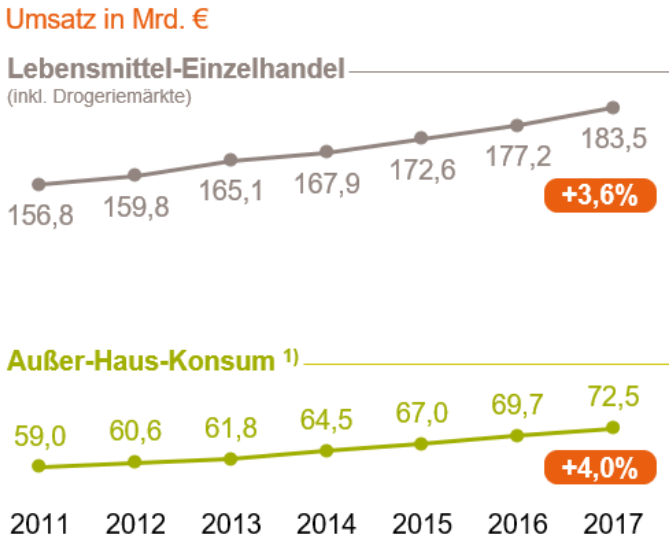
- Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Lebensmittelhandwerk (Bäcker/Konditor, Fleischer)
- Getränke
- Tabakwaren
- Reformwaren
- Drogerieartikel
- Kosmetika und Parfümwaren
- Reinigungs- und Pflegemittel
- Pharmazeutischer Bedarf (sofern frei verkäuflich)

Methodische Vorgehensweise der GfK GeoMarketing bei Verträglichkeitsanalysen



Methodischer Hinweis zum Worst-Case-Ansatz der Wirkungsanalyse in Bezug auf die Umsatzsituation

Übersicht 1: Umsatzentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel



Quellen: IRI Grundgesamtheiten, GfK ConsumerScan (LEH 2017: eigene Berechnungen Basis Haushaltspanel CP+, Bonsumme FMCG inkl. Frische)

1) Statistiches Bundesamt; 2017: GfK-Schätzung

Gutachterliche Kommentierung

In dem vorliegenden Gutachten werden Umsatzannahmen des bestehenden Einzelhandels als Grundlage für die Berechnung der Umsatzumverteilungen und Umverteilungsquoten verwendet.

Diese Umsatzannahmen basieren auf den Erhebungen und Umsatzschätzungen für die Bestandsbetriebe aus der Erhebung vom Februar 2015.

In der Zwischenzeit haben der Lebensmitteleinzelhandel und die Drogeriemärkte, die zusammen nahezu vollständig den periodischen Bedarfsbereiches repräsentieren, bundesweit deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen können, mit denen sich diese Branche aus dem ansonsten nur geringfügig (und primär über das Wachstum des Online-Handels, der im periodischen Bedarf weiterhin nur eine sehr marginale Rolle spielt) positiv abhebt.

In der vorliegenden Wirkungsanalyse erfolgt gegenüber dem Status 2015 keine Anhebung der Umsätze im periodischen Bedarfsbereich, obwohl das generelle Umsatzwachstum in diesem Marktsegment - wie auch der Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben und das Einwohnerwachstum in Diepholz - dieses durchaus rechtfertigen würde.

Da somit die Umsatzplattform für die Wirkungsanalyse unterzeichnet ist, sind die rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten entsprechend überzeichnet. Damit wird dem Worst case-Ansatz noch stärker entsprochen, als dies bereits mit der Wirkungsanalyse in den Fassungen 2015/2016 erfolgte.

1 Makro-Standort Diepholz

1.1 Kurzcharakteristik des Makro-Standortes Diepholz

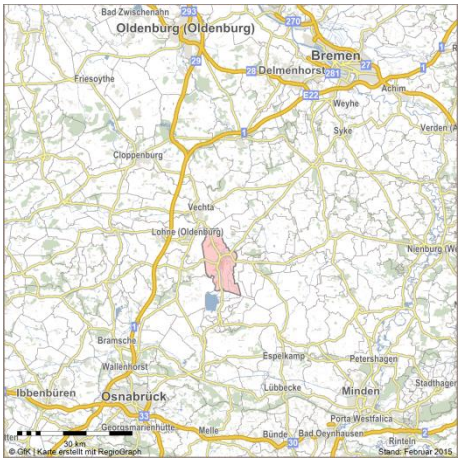
Diepholz ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises. Nach den im Norden des niedersächsischen Landkreises gelegenen Städten Stuhr, Weyhe und Syke ist Diepholz mit rund 16.700 Einwohnern die viertgrößte Gemeinde des Landkreises. Die Stadt Diepholz gliedert sich in die Kernstadt sowie die drei seit der Gemeindereform von 1974 eingemeindeten Ortsteile Aschen, Heede und Sankt Hülfe.

Zusammen mit den westlich angrenzenden Gemeinden Damme, Lohne und Vechta des Landkreises Vechta bildet Diepholz das so genannte 'Städtequartett', innerhalb dessen die Gemeinden bei bestimmten kommunalen Arbeitsfeldern, wie bspw. dem ÖPNV, kooperieren. Zentral im Städtedreieck von Bremen, Oldenburg und Osnabrück gelegen, ist Diepholz außerdem Teil der Metropolregion Bremen/Oldenburg.

Das Mittelzentrum ist überregional gut zu erreichen. In rund 20 Kilometern Entfernung verläuft westlich des Gemeindegebietes die Autobahn A 1, die im Norden nach Bremen und im Süden nach Osnabrück führt. Diese Oberzentren sind auch über die durch das Landkreisgebiet verlaufenden Bundesstraßen B 51 (Osnabrück - Bremen), B 214 (Nienburg - Lingen) und B 69 (Diepholz - Oldenburg) sehr gut zu erreichen.
Das innerstädtische Straßennetz ist grundsätzlich gut ausgebaut; das innerstädtische Verkehrsnetz wird im Norden durch eine eine Ortsumgehung (B 51 / B 214) entlastet.

Im öffentlichen Nahverkehr ist die Stadt Diepholz gut in das regionale Verkehrsnetz eingebunden. Dabei liegt der Bahnhof von Diepholz an der Bundesbahnhauptstrecke Hamburg-Ruhrgebiet und ist Haltestelle für Intercity-/Eurocity- sowie Regionalexpresszüge.
Intern wird das Stadtgebiet durch mehrere Buslinien erschlossen, die im Verkehrsverbund Bremen/Niedersachsen betrieben werden.

Diepholz erfüllt als Mittelzentrum übergeordnete Versorgungs- und Verwaltungsfunktionen und hat eine eigenständige, mittelständisch geprägte Wirtschaftsstruktur entwickelt, teilweise mit starkem Bezug zur Landwirtschaft, wie u.a. Möller GmbH und hdt GmbH (Anlagenbau, Stallklimatisierung). Weitere Unternehmen sind u.a. Schöma Lokomotiven, P+O Compact Disk sowie Pallas (Tonträger), Vensys Elektrotechnik, Reifen Günther, Walter GmbH/Lebensbaum (Bio-Tee, -Kaffee und -Gewürze) und die Niemeier Gruppe (u.a. Beton).



1.2 Strukturdaten zu Bevölkerung und Wirtschaft

Die soziodemographischen und ökonomischen Strukturdaten der Stadt Diepholz zeichnen insgesamt ein günstiges Bild.

Diepholz kann für den Zeitraum 2011 bis 2016 auf ein sehr günstiges Bevölkerungswachstum von 5,5 % zurückblicken.
Nach früheren Einwohnerrückgängen wächst nun auch die Bevölkerung im Landkreis Diepholz (+ 1,9 %) parallel zur Entwicklung des Landes Niedersachsens (+ 1,9 %) und etwas schwächer als das Bundesgebiet insgesamt (+ 2,4 %).

Hinsichtlich der perspektivischen Entwicklung geht die Bevölkerungsprognose des Landesamtes für Statistik in Niedersachsen für den Landkreis Diepholz von einem Rückgang der Einwohnerzahl um 2,8 % bis zum Jahr 2027 aus. Da die Prognose allerdings aufgrund kaum vorhersehbarer Effekte (u.a. Zuwanderung Schutzbedürftiger) auch für die vergangenen Jahre von nachweislich nicht eingetretenen Einwohnerrückgängen ausging, spricht einiges dafür, dass diese Prognose zu pessimistisch ist. Diepholz selbst ist als Wohnstandort beliebt und wird diesbezüglich auch weiter ausgebaut. Das dürfte auch zukünftig positiven Einfluss auf die Bevölkerungsentwicklung haben.

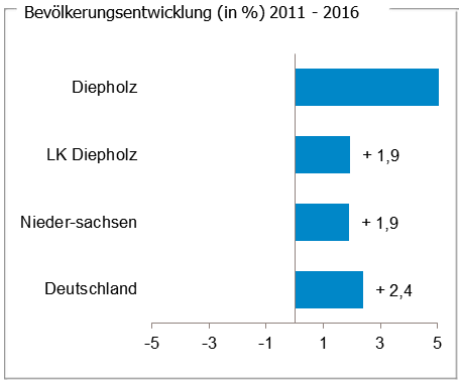
Ein Blick auf die altersstrukturelle Zusammensetzung zeigt einen im Vergleich zum Landkreis, Land und Bund hohen Anteil der 15- bis unter 30-jährigen, was u.a. auf den Standort der Privaten Hochschule für Wirtschaft und Technik zurückzuführen werden kann.

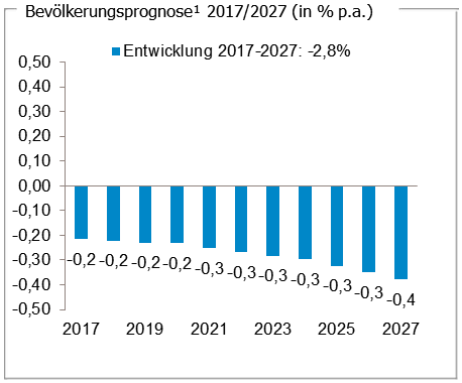
Dabei ist Diepholz auch bedeutend als Arbeitsort für die umliegenden Gemeinden, was sich anhand der im Kreis- und Landesvergleich hohen Beschäftigtenzentralität von 114,3 zeigt. Mit etwa 4.500 Ein- und knapp 3.700 Auspendlern hat Diepholz einen positiven Pendlersaldo von über 800 Beschäftigten und liegt damit - nach dem Industriestandort Lemförde - auf Platz 2 im Landkreis.

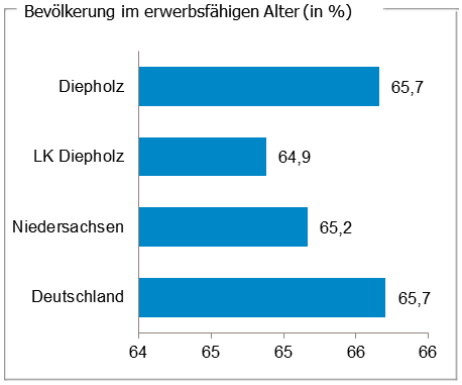
Sowohl die leistungsfähige Diepholzer Wirtschaftsstruktur als auch die räumliche Nähe zu den Oberzentren Bremen, Osnabrück und Oldenburg münden in einer auch in im bundesdeutschen Vergleich sehr niedrigen Arbeitslosenquote von 4,3 %.

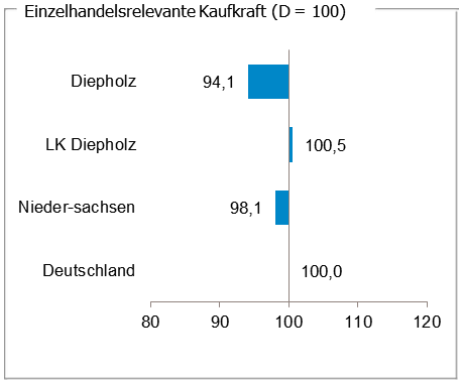
Dennoch verfügt Diepholz nur über ein unterdurchschnittliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 94,1. Dieses liegt deutlich unter dem Wert für den gesamten Landkreis (100,5), der vor allem durch die Gemeinden im Bremer 'Speckgürtel' und um den Industriestandort Lemförde nach oben gezogen wird.

Tabelle zu den sozioökonomischen Daten siehe folgende Seite.









1) Prognose für den Landkreis Diepholz

Übersicht 2: Sozioökonomische Daten im Vergleich

Strukturdaten	Diepholz	LK Diepholz	Nieder-sachsen	Deutschland
Einwohner [1]				
1.1.2016	16.692	213.976	7.926.599	82.175.684
1.1.2011	15.827	209.907	7.779.453	80.241.558
Veränderung ggü. 2011 in %	+ 5,5	+ 1,9	+ 1,9	+ 2,4
Einwohnerdichte [1] (Ew./km²)	160	108	166	230
Altersstruktur [1] in %				
unter 15 Jahre	13,9	13,3	13,4	13,2
15 bis unter 30 Jahre	18,7	16,0	17,5	17,2
30 bis unter 50 Jahre	25,0	25,6	25,6	26,3
50 bis unter 65 Jahre	22,0	23,2	22,1	22,1
ab 65 Jahre	20,4	21,8	21,4	21,1
Anzahl der Haushalte [2]	7.896	99.741	3.865.757	40.628.737
Durchschnittliche Haushaltsgröße	2,1	2,1	2,1	2,0
Arbeitslosenquote in % (Jahr 2016) [3]	4,3	4,3	6,0	6,1
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte [4]				
1.7.2016	7.283	66.177	2.820.257	31.372.156
davon im Dienstleistungssektor in %	59,8	65,7	69,0	70,6
Beschäftigtenzentralität [5]	114,3	81,0	93,2	100,0
Pendlersaldo (1.7.2016) [6]	840	-17.812	-130.379	k.A
Einpendler	4.522	22.607	282.223	k.A
Auspendler	3.682	40.419	412.602	k.A
Einpendlerquote in % (1.7.2016) [6]	62,1%	34,2%	10,0%	k.A
Auspendlerquote in % (1.7.2016) [6]	57,2%	48,1%	14,0%	k.A
GfK Einzelhandelszentralität 2017 (Index) [2]	123,9	96,1	101,6	100,0
GfK Einzelhandelskaufkraft 2017 (in €/Kopf)	5.402	5.768	5.629	5.740
GfK Einzelhandelskaufkraft 2017 (Index) [2]	94,1	100,5	98,1	100,0

Rundungsdifferenzen sind möglich.

1) Gemäß Statistischen Berichten der jeweiligen Statistischen Landesämter sowie gemäß Auskunft des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden.

Die Angaben zur künftigen Entwicklung der Bevölkerung beziehen sich auf den jeweiligen Kreis/kreisfreie Stadt und wurden den Prognosen der jeweiligen Statistischen Landesämter entnommen; auf dieser Grundlage wurden die dargestellten Veränderungsraten berechnet.

2) GfK GeoMarketing 2016/2017.

3) Gemäß Auskunft der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg (alle zivilen Erwerbspersonen insgesamt). Für kreisangehörige Städte/ Gemeinden werden keine Arbeitslosenquoten veröffentlicht; ersatzweise werden die Arbeitslosenquoten des Kreises herangezogen.

4) Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer (Arbeitsorterfassung) gemäß Angaben der Bundesagentur für Arbeit.

5) Stellenwert der Gebietseinheit auf dem Erwerbssektor; Beschäftigte je Einwohner am Arbeitsort, dividiert durch Beschäftigte je Einwohner im Bundesgebiet, multipliziert mit 100.

6) Gemäß Auskunft der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg; Arbeitsmarkt in Zahlen auf Gemeinde-, Kreis und Bundesebene; Stand: 1.7.2016. Einpendlerquote: Anteil der Einpendler an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort in Prozent; Auspendlerquote: Anteil der Auspendler an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Wohnort in Prozent.

Gutachterliche Kommentierung

In der Gesamtbewertung verfügt die Stadt Diepholz über gute makro-standörtliche Rahmenbedingungen.

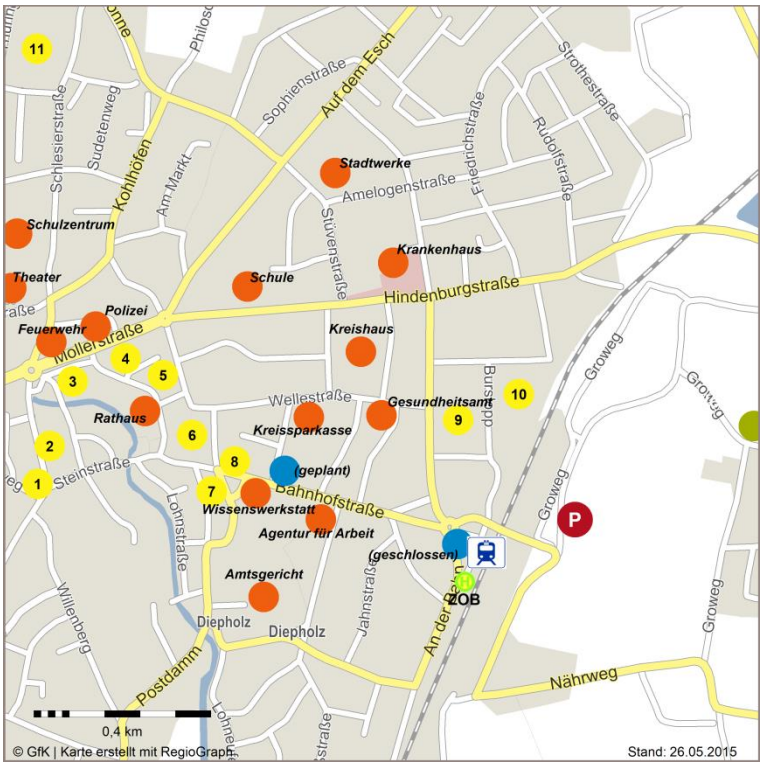
Das Mittelzentrum ist als Wohn-, Verwaltungs- und Wirtschaftsstand-ort profiliert und verfügt über eine gute Einbindung in die regionalen Verkehrsnetze.

Der sozioökonomische Datenkranz stellt sich insgesamt günstig bis sehr günstig dar; lediglich das unterdurchschnittliche Kaufkraft-niveau in der Stadt trübt das Bild etwas.

Alles in allem bestehen gute Vor-aussetzungen für die Etablierung von Einzelhandelseinrichtungen.

2 Mikro-Standort Groweg

Übersicht 3: Mikro-Standort und Umfeldstrukturen



Übersicht 4: Kurzprofil des Mikro-Standortes

Lage im Stadtgebiet	Östlicher Innenstadtrand an der Einmündung der Bahnunterführung (Groweg/Verlängerung Bahnhofstraße) in den Groweg/Nährweg. Übergangsbereich zwischen den relativ hoch verdichteten Gebieten der Innenstadt und den östlich gelegenen Wohngebieten (überwiegend Einfamilienhäuser) sowie landwirtschaftlichen Nutzflächen.
Grundstückssituation	Bisher landwirtschaftlich genutztes, ebenes Grundstück zwischen dem Groweg im Westen, dem Flüsschen Strothe im Osten und einem Fuß-/Radweg im Norden (Verbindung Innenstadt - Wohngebiet Diepholzer Fladder). Das 2012 durch den Groweg und den DB-Tunnel erschlossene Gelände befindet sich im Eigentum der Stadt Diepholz ist für gewerbliche Nutzungen vorgesehen, die aufgrund ihres Flächenbedarfs nicht in den bisherigen Innenstadtlagen untergebracht werden können.
Umfeld- und Nutzungsstrukturen	Das unmittelbare Umfeld wird im Westen durch Bahnareale (P+R, Gleisanlagen, der in Aufwertung befindliche Bahnhof mit dem ZOB sowie ein ehemaliges Hotel) geprägt, woran sich die vielfältigen Nutzungen der Diepholzer Innenstadt anschließen. Nördlich des Bahnhofes sind Stellplatzanlagen, eine Druckerei und Einzelhandelsnutzungen (u.a. Netto, K+K Markt, Baumarkt, Möbelhaus, Tedi) anzutreffen. Im Osten befinden sich landwirtschaftliche Nutzflächen; knapp 300 m östlich setzten die in den vergangenen Jahren deutlich verdichteten Wohngebiete (Diepholzer Fladder) an.
Verkehrliche Erreichbarkeit und Erschließung	Gute Erreichbarkeit für Kfz über den Groweg (Anbindung an die Innenstadt im Westen und die B 214 im Norden). Gute Erreichbarkeit im ÖPNV über den Bahnhof und den dortigen ZOB. Anbindung für Fußgänger und Radfahrer an umliegende Wohngebiete und die zentralen Lagen der Innenstadt gegeben.

Legende:

- Mikro-Standort
- **Wettbewerbssituation**

1. Euronics
2. Combi, Dänisches Bettenlager
3. Aldi
4. Sonderposten Zimmermann
5. u.a. Takko, Tedi und Rossmann
6. u.a. C & A, Schüttert Bücher/Schreibwaren und Schuh-Seegers
7. u.a. Ceka, Sporthaus Hadeler
8. EP: MediaCenter
9. Netto
10. K+K Markt, Hagebaumarkt, Müller Polster Outlet, Tedi (im Ausbau)
11. E-Center, Kik, Ernsting's Family, Zoo & Co.

- **Verwaltungen/öffentliche Einrichtungen**
- **Hotel**
- **Wohnungsbauprojekt Alter Groweg**
- **ZOB**

Gutachterliche Kommentierung

Der Mikro-Standort des geplanten Famila Verbrauchermarktes ist durch eine innerstädtische Randlage gekennzeichnet.

Auch wenn sich der Standort heute als landwirtschaftliche Nutzfläche präsentiert und folglich in Hinblick auf zentrale Funktionen bisher absolut unprofiliert ist, verfügt er über das Potenzial, sich zu einem Erweiterungs-/Ergänzungsstandort der Diepholzer Innenstadt zu entwickeln, zumal die Entfernungen zu wesentlichen zentralörtlichen Einrichtungen und anderen Einzelhandelsnutzungen gering sind.
Das entspricht dem planerischen Ziel der Stadt Diepholz, auf diesem, im Flächennutzungsplan der Stadt Diepholz als Sondergebiet „großflächiger Einzelhandel" dargestellten Areal Einzelhandelsnutzungen anzusiedeln, die aufgrund ihres Flächenbedarfs in der bestehenden Innenstadt nicht angemessen untergebracht werden können.

Positiv ist in diesem Kontext die unmittelbare Anbindung an den Bahnhof und den ZOB, die nicht zuletzt auch mit Blick auf die hohe Zahl von Ein- und Auspendlern einen wichtigen Knotenpunkt im öffentlichen Verkehrsnetz bilden.
Das Bahnhofsgebäude ist in der jüngeren Vergangenheit von den neuen Eigentümern modernisiert und aufgewertet worden; ein Nebengebäude befindet sich in der Modernisierung.

Mit der 2012 fertiggestellten Bahnunterführung und dem neuen Groweg ist sowohl eine leistungsfähige Anbindung an den Innenstadtkern als auch an die übergeordnete B 214 vorhanden. Der in diesem Kontext eingerichtete P+R Parkplatz entlastet die Stellplatzanlagen im nördlichen Bahnhofsumfeld.

Die Bahnhofstraße erfährt hinsichtlich ihrer wichtigen Funktion als funktionale Verbindung zwischen Innenstadtkern und Bahnhof eine kontinuierliche Aufwertung, die der seit Jahren in vielen Städten festzustellenden Anbindung von Bahnhöfen an das Innenstadtgeschehen entspricht. Aktuell sind in der Bahnhofstraße u.a. die Wissenswerkstatt sowie ein im Bau befindliches Hotel zu nennen.

Insofern sind in Hinblick auf die Anbindung des Mikro-Standortes alle Voraussetzungen gegeben, die Innenstadt nach Osten auszudehnen und hier einen neuen Anziehungspunkt zu etablieren, der die Achse Bahnhofstraße als Verbindung zwischen dem tradierten Haupteinkaufsbereich und dem Bahnhof bzw. dem Mikro-Standort stärken und damit das Innenstadtgebiet vor allem auch in Hinblick auf die Ausstrahlungswirkung nach Osten hin ergänzen kann.

Diesbezüglich ist auch auf die Nahversorgungsfunktion des geplanten Famila Verbrauchermarktes für die östlich gelegenen, weiter wachsenden Wohngebiete hinzuweisen, die derzeit keine Versorgungsstrukturen aufweisen.

Blick über das Projektareal von der Strothe in Richtung Bahnhof

Nährweg/Groweg, Projektareal

Bahnhof und Gleisunterführung (Groweg)

Fuß-/Radweg zum Diepholzer Fladder

Heinrich-Jürgens-Platz (Bahnhofsvorplatz)/Bahnhofstraße

3 Einzelhandelssituation in Diepholz

3.1 Innenstadt *(zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt)*

Distanz zum Projekt rd. 750 m bis zur Fußgängerzone Lange Straße

Einzugsgebietszone I/II

Kurzcharakteristik Die Innenstadt des Mittelzentrums Diepholz, die im Rahmen dieser Studie auch als zentraler Versorgungsbereich betrachtet wird, dehnt sich primär zwischen der Flöthestraße im Westen und der tradierten Einkaufslage Lange Straße im Osten, sowie deren Randbereiche bis hin zum Bahnhof, der nach einem Eigentümerwechsel schon zu großen Teilen modernisiert und aufgewertet worden ist, aus.

In den westlichen Lagebereichen sind primär großflächige Strukturen bzw. Fachmärkte anzutreffen, wie u.a. Combi, Aldi, Euronics und Dänisches Bettenlager.
Im Bereich um die Lange Straße sind Fachmärkte vor allem nördlich des Rathauses am Lappenberg vorhanden (u.a. Takko, Zimmermann Rest- und Sonderposten, Rossmann[1)]). Ansonsten dominieren vor allem im Bereich der Fußgängerzone kleinteilige Strukturen, aus denen sich u.a. C & A und das Ceka Kaufhaus, das den südlichen Abschluss des Haupteinkaufbereiches bildet, sowie die Fachanbieter Sporthaus Hadeler und EP: MediaCenter abheben.

Durch Standortverlagerungen (Deichmann und Ernsting's Family) sowie Geschäftsaufgaben (u.a. Esprit, Gerry Weber, Thomas Heimtextilien) hat allerdings der Ladenleerstand in den letzten beiden Jahren erheblich zugenommen, wobei ausschließlich der aperiodische Bedarfsbereich betroffen ist.

Das weiträumige Innenstadtgebiet ist mit Gastronomieangeboten, kulturellen Einrichtungen sowie Verwaltungen und öffentlichen und privaten Dienstleistungen auch mit umfassenden komplementären Nutzungen ausgestattet, was der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Diepholz entspricht.

Wesentliche Anbieter Combi, Aldi, Rossmann, Euronics, EP: MediaCenter, Takko, Tedi, Quick Schuh, C & A, Modehaus Klüver, Ceka, Sporthaus Hadeler, Schüttert Bücher/Schreibwaren, Zimmermann Rest-/Sonderposten, Toys & Trains Spielwaren, Dänisches Bettenlager.

Augenfälliger Ladenleerstand.

1) Verlagerung (und Erweiterung) in den nördlichen Bereich der Lange Straße geplant.

Bewertung der Wettbewerbsanfälligkeit in Hinblick auf das Projekt

Die Wettbewerbsrelevanz im periodischen Bedarfsbereich ist durch die Präsenz von Lebensmittel- und Drogeriewarenanbietern in der Innenstadt recht hoch, so dass nennenswerte Umsatzumverteilungen durch das Projekt nicht auszuschließen sind.

Die Anbieter, die am ehesten im direkten Wettbewerb zu dem geplanten Verbrauchermarkt stehen, sind jedoch überwiegend in innerstädtischen Nebenlagen lokalisiert, die über eine Einzelhandelsnutzung hinaus für vielfältige Nutzungen aktiviert werden können (z.B. Büros/Praxen/Verwaltung, Wohnnutzungen). Der innerstädtische Kern entlang der Lange Straße weist hingegen kaum Besatz auf, der nennenswert von Umsatzumverteilungen betroffen sein könnte.

Somit sind selbst in einem Worst-Case-Szenario keine gravierenden städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

3.2 Übriges Stadtgebiet

Einzugsgebietszone	I/II
Kurzcharakteristik	Die Angebotssituation im übrigen Stadtgebiet wird stark durch den periodischen Bedarfsbereich geprägt, während Angebote aus den zentrenrelevanten Randsortimenten nur in geringem Umfang, bzw. als Randsortimente von Discountern (dort durchaus mit nennenswerten Umsätzen), Möbelmärkten und dem zweiten Sonderpostenmarkt in Diepholz anzutreffen sind. Bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vefügt das übrige Diepholzer Stadtgebiet über die wesentlichen Angebotsschwerpunkte. Führender Lebensmittelmarkt und Hauptwettbewerber des prospektiven Famila ist das nördlich der Innenstadt an der Thüringer Straße gelegene E-Center, das hier gemeinsam mit Kik, dem kürzlich aus der Innenstadt umgezogenen Ernsting's Family und Zoo & Co. agiert. Ein weiterer Standortverbund, der aus einem K+K Markt, Hagebaumarkt und Müller Polster-Outlet sowie einem zum Zeitpunkt der Vor-Ort-Recherchen im Ausbau befindlichen Tedi (ehemaliges Küchenstudio) sowie einem nahe gelegenen Netto Discount gebildet wird, befindet sich in geringer Distanz nordwestlich der Innenstadt, vom Mikro-Standort aus gesehen unmittelbar jenseits der Bahntrasse. Darüber hinaus ist - ebenfalls in geringer Distanz zur Innenstadt und als zentraler Versorgungsbereich Innenstadterweiterung West ausgewiesen[1)] - der unmittelbar am Zubringer zur B 51 / B 214 gelegene Fachmarktstandort Carl-Schwarze-Straße zu nennen, mit Lidl, Hol ab Getränkemarkt, Fressnapf und dem aus dem Bereich Lappenberg umgezogenen Deichmann. Ansonsten bestehen zwei primär nahversorgungsorientierte Lagen im nordöstlichen Stadtgebiet, Auf dem Esch (Netto, Posten Börse und Zweirad Schöttler), und im südlichen Kernstadtgebiet, Willenberg (K+K Markt, Netto und Arbat), sowie ein solitärer Netto nördlich des Bahnhofs.
Wesentliche Anbieter	E-Center, K+K Markt (2x), Lidl, Netto (3x), Hol ab Getränkemarkt, Deichmann, Kik, Ernsting's Family, Posten Börse, Zoo & Co., Fressnapf, Hagebaumarkt, Müller Möbel.

1) Mit nur zwei Einzelhandelsbetrieben im periodischen Bedarf ist die Betrachtung dieses Standortes im Rahmen der Wirkungsanalyse aus Gründen des Datenschutzes nicht möglich. Aufgrund des Angebotsschwerpunktes im periodischen Bedarf erfolgt die Zuordnung hier zum übrigen Stadtgebiet.

Bewertung der Wettbewerbsanfälligkeit in Hinblick auf das Projekt

Durch den hohen Stellenwert der periodischen Sortimente im übrigen Stadtgebiet stellen die dortigen Anbieter auch die Hauptwettbewerber des geplanten Famila Verbrauchermarktes in den periodischen Bedarfsbereichen dar.
Es ist daher zu erwarten, dass die absolute Umsatzumverteilung im periodischen Bedarfsbereich relativ hoch sein wird.

Zentrenrelevante Sortimente aus dem aperiodischen Bedarfsbereich sind im übrigen Stadtgebiet eher schwach ausgeprägt (vor allem repräsentiert durch Aktionssortimente der Discounter, Randsortimente großflächiger Non-Food-Anbieter und Kik), gewinnen aber aktuell an Bedeutung (u.a. Deichmann, Ernsting's Family und der kurz vor der Eröffnung stehende Tedi).
Die nur in geringem Umfang als Randsortimente am Projektstandort möglichen Angebote aus dem aperiodischen Bedarfsbereich dürften im übrigen Stadtgebiet generell keine nennenswerten Auswirkungen in Hinblick auf die jeweilige lokale Versorgungsfunktion haben.

3.3 Struktur- und Leistungsdaten des Diepholzer Einzelhandels

Vorbemerkung zum Erhebungsumfang

Die folgenden Ausführungen basieren auf den Erhebungen aus dem Jahr 2015, die im Rahmen der aktuellen Vor-Ort-Recherchen aktualisiert wurden. Primär wurden Betriebe mit Sortimenten des periodischen Bedarfsbereiches erfasst, die mit mindestens 90 % Verkaufsflächenanteil das Kernsortiment des Verbrauchermarktes bilden.
Randsortimente mit geringer Projektrelevanz, die innenstadtrelevant sind, sind Bekleidung/Schuhe/Lederwaren und persönlicher Bedarf (u.a. Haushaltswaren, Papier/Bücher/Schreibwaren, Spielwaren und Sportartikel). Diese vier Hauptwarengruppen wurden 2015 in einem erweiterte Diepholzer Innenstadtbereich vollständig erhoben und im Zuge der vorliegenden Studie ebenfalls in Hinblick auf wesentliche Änderungen überprüft.
Im übrigen Stadtgebiet - wie auch in den Umlandgemeinden - wurden 2015 Einzelhandelsbetriebe dieser Warengruppen und entsprechende Standortverbunde/Agglomerationen ab ca. 500 m² Verkaufsfläche erhoben und in Diepholz im Februar 2018 überprüft und aktualisiert.

Die tatsächliche Verkaufsflächenausstattung der Stadt Diepholz liegt demzufolge über den hier ausgewiesenen Werten, was insbesondere die überwiegend nicht zentrenrelebvanten Warengruppen Baumarktsortimente und Einrichtungsbedarf betrifft, die nur teilweise erfasst, aber gleichfalls aktualisiert wurden.

Übersicht 5: Projektrelevante Verkaufsflächenausstattung

Einzelhandelsstruktur in DIEPHOLZ

	Verkaufsflächen 2018 [1]				
	Gesamt	Innenstadt		Übriges Stadtgebiet	
Warengruppen	in m²	in m²	in %	in m²	in %
Periodischer Bedarf [3]	**13.900**	**4.400**	**31,7**	**9.500**	**68,3**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**22.700**	**11.600**	**51,1**	**11.100**	**48,9**
a) Bekleidung/Schuhe/ Leder [4]	**5.800**	**4.500**	**77,6**	**1.300**	**22,4**
b) Hartwaren, davon:	**16.900**	**7.100**	**42,0**	**9.800**	**58,0**
• Technik [5]	2.200	1.800	81,8	400	18,2
• Persönlicher Bedarf [6]	5.300	3.700	69,8	1.600	30,2
• Baumarktsortimente [7]	5.100	700	13,7	4.400	86,3
• Einrichtungsbedarf [8]	4.300	900	20,9	3.400	79,1
Gesamt	**36.600**	**16.000**	**43,7**	**20.600**	**56,3**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

Innenstadt = zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt

Fußnoten siehe folgende Seite.

Gutachterliche Kommentierung

Die Stadt Diepholz verfügt nach den aktualisierten Erhebungen weiterhin insgesamt über eine Verkaufsfläche im periodischen Bedarfsbereich von rd. 13.900 m².

Das entspricht einer sortimentsspezifischen Verkaufsfläche je Einwohner von etwa 0,83 m², welche die anzunehmend große Bedeutung des Mittelzentrums in seinem ländlich geprägten Umland widerspiegelt.

Mit rd. 9.500 m² Verkaufsfläche - gut zwei Drittel der Gesamtausstattung - befindet sich der Angebotsschwerpunkt im übrigen Stadtgebiet; die Innenstadt bzw. der zentrale Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt (rd. 4.400 m² VKF) hat dennoch ein relativ großes Gewicht als Standort für den Lebensmittel- und Drogeriewareneinkauf.

Für das Modesegment (Bekleidung/ Schuhe/Leder) ist die Innenstadt mit rd. 4.500 m² VKF bzw. etwa 78 % der Gesamtausstattung zwar nach wie vor der mit deutlichem Abstand führende Standort, hat durch Standortverlagerungen und Geschäftsaufgaben aber gegenüber 2015 deutlich an Bedeutung verloren.

Auf einem eher niedrigen Niveau liegt der Ausstattungsgrad im Technikssegment (1.800 m² VKF bzw. rd. 0,1 m² je Einwohner), in dem der größte Flächenanteil (rd. 82 %) in der Innenstadt liegt.

Auch der persönliche Bedarfsbereich (insgesamt rd. 5.300 m² VKF) hat seinen Angebotsschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt (rd. 70 % Flächenanteil), während die typischerweise nicht zentrenrelevanten Sortimente auch in Diepholz überwiegend im übrigen Stadtgebiet angesiedelt sind.

Übersicht 6: Projektrelevanter Einzelhandelsumsatz

Einzelhandelsstruktur in DIEPHOLZ					
	Einzelhandelsumsatz 2017/2018 [2]				
	Gesamt	Innenstadt		Übriges Stadtgebiet	
Warengruppen	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Periodischer Bedarf [3]	**53,1**	**18,1**	**34,1**	**35,0**	**65,9**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**38,0**	**22,4**	**58,9**	**15,6**	**41,1**
a) Bekleidung/Schuhe/ Leder [4]	**10,8**	**8,0**	**74,1**	**2,8**	**25,9**
b) Hartwaren, davon:	**27,2**	**14,4**	**52,9**	**12,8**	**47,1**
• Technik [5]	7,1	5,9	83,1	1,2	16,9
• Persönlicher Bedarf [6]	8,0	5,9	73,8	2,1	26,3
• Baumarktsortimente [7]	6,9	0,8	11,6	6,1	88,4
• Einrichtungsbedarf [8]	5,2	1,8	34,6	3,4	65,4
Gesamt	**91,1**	**40,5**	**44,5**	**50,6**	**55,5**
Flächenproduktivität ca. in € pro m² Verkaufsfläche	**2.500**	**2.500**	**.**	**2.500**	**.**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

Innenstadt = zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt

1) Basis: Erhebung Februar 2015, aktualisiert im Februar 2018; ca.-Werte.

2) Eigene Berechnungen auf der Basis der Vor-Ort-Recherchen der Gutachter (Stichtagserhebung). Exkl. Kfz, Brennstoffe; inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig) und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk.
Entsprechend der methodischen Vorbemerkung in Kapitel 0.2 werden gegenüber dem Stand 2015 Umsatzanpassungen nur dann vorgenommen, wenn es Betreiberwechsel/Neueröffnungen/ Schließungen gegeben hat und/oder Änderungen in der Sortimentsstruktur erfolgten.
Damit wird die tatsächliche Umsatzleistung insbesondere im primär projektrelevanten periodischen Bedarfsbereich unterzeichnet (Worst case-Prinzip für die Wirkungsanalyse).

3) Die Warengruppen Food, Gesundheit und Pflege.

4) Die Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren/Taschen.

5) Die Warengruppen Elektro, Unterhaltungselektronik, Multimedia, Foto und Optik.

6) Die Warengruppen Bücher, Schreibwaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Spielwaren, Sport, Camping, Hobby, Fahrräder, Uhren und Schmuck.

7) Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf, Autozubehör und zoologischer Bedarf

8) Die Warengruppen Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus- und Heimtextilien.

9) Einzelhandelsuntersuchung für die Stadt Diepholz, CIMA, Lübeck, 25. September 2006

Gutachterliche Kommentierung

Die Umsatzleistung des Diepholzer Einzelhandels im periodischen Bedarfsbereich wird mit etwa 53,1 Mio. € p.a. angesetzt, wobei die räumliche Verteilung naturgemäß mit der Verteilung der Verkaufsflächen korrespondiert.

Bezogen auf das örtliche Nachfragevolumen in diesem Segment von rd. 44,8 Mio. € p.a. errechnet sich eine Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarfsbereich von 119, was einem absoluten saldierten Kaufkraftzufluss von etwa 8,3 Mio. € p.a. und damit der Position der Stadt Diepholz als Mittelzentrum in ländlichem Umfeld entspricht. Selbst wenn der Umsatzwert und damit auch die entsprechende Zentralitätskennziffer tendenziell unterzeichnet ist dürfte Diepholz in den vergangenen Jahren deutlich an Umsatz verloren haben, wie die von der CIMA 2006 [9] ermittelte Zentralität im periodischen Bedarf von 164 belegt.

Im Techniksegment werden von den bestehenden Anbietern jährlich etwa 7,1 Mio. € erwirtschaftet, davon rd. 5,9 Mio. € in der Diepholzer Innenstadt. Bei einer relevanten örtlichen Nachfragebasis von rd. 10,2 Mio. € zu einer negativen Zentralität von rd. 71 führt, die ebenfalls unter dem CIMA-Wert 2006 liegt (93), hier aber vor allem auf die Zunahme des Online-Wettbewerbs zurückzuführen ist.

Im Segment Bekleidung/Schuhe/ Leder (lokales Nachfragevolumen rd. 7,9 Mio. €; saldierter Kaufkraftzufluss von rd. 4,3 Mio. € p.a.) errechnet sich eine hohe Zentralität von rd. 154, während im persönlichen Bedarfsbereich wiederum saldierte Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind (Nachfragevolumen rd. 9,7 Mio. € p.a.; saldierte Kaufkraftabflüsse rd. 1,3 Mio. €; Zentralität rd. 87).

4 Regionale Wettbewerbsstandorte

4.1 Barnstorf (Samtgemeinde)

Distanz zum Projekt rd. 15 km

Einzugsgebietszone III / außerhalb Einzugsgebiet

Kurzcharakteristik Der Einzelhandel in Barnstorf ist überwiegend entlang der Hauptdurchgangsstraße Osnabrücker Straße - Lange Straße - Bremer Straße (Verlauf der B 51) lokalisiert. Hier befinden sich außerhalb des Ortskerns u.a. Combi, Lidl und Penny, sowie im Ortskern Netto und Edeka Kruber.

Abseits dieser Hauptachse agiert in der Bahnhofstraße das Barnstorfer Sporthaus.

Ein weiterer Lageschwerpunkt befindet sich in Form eines kleinen Fachmarktzentrums (Einkaufszentrum Berliner Platz) im unmittelbaren nördlichen Bahnhofsumfeld, unweit des Ortskerns. Hier sind u.a. Hol ab Getränkemarkt, Kik und Ernsting's Family zu nennen.

In der Mitgliedsgemeinde Drebber befindet sich der kleinflächige und auf die lokale Versorgung ausgerichtete Supermarkt Nah und Gut Warneking.

Wesentliche Anbieter Edeka, Lidl, Combi, Penny, Netto, Hol ab, Kik und Barnstorfer Sporthaus.

Struktur- und Leistungsdaten

Einzelhandelsstruktur in Barnstorf		
	Einzelhandels-umsatz 2014/2015 [1]	**Verkaufsflächen in 2015** [2]
Warengruppen	in Mio. €	in m²
Periodischer Bedarf	**20,8**	**5.700**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**9,7**	**6.600**
a) Bekleidung/Schuhe/ Leder [3]	**2,2**	**1.400**
b) Hartwaren, davon:	**7,5**	**5.200**
• **Technik**	**1,9**	**750**
• **Persönlicher Bedarf**	**2,7**	**2.000**
Gesamt	**30,5**	**12.300**

Bewertung der Wettbewerbsanfälligkeit in Hinblick auf das Projekt

Der Einzelhandel in Barnstorf ist insbesondere im periodischen Bedarfsbereich gut aufgestellt und strahlt für den Lebensmitteleinkauf auch nennenswert in das Umland aus.

Eher arrondierende Bedeutung haben die Angebote im aperiodischen Bedarfsbereich, die aber gemessen an der Funktion als Grundzentrum eine sehr solide Grundversorgung gewährleisten.

Wenn auch die unmittelbare Wettbewerbsrelevanz in den vorrangig zu untersuchenden Sortimenten damit hoch ist, dürfte aufgrund der nicht unerheblichen Distanzen mit nur geringen Auswirkungen durch das Projekt zu rechnen sein.

Fußnoten siehe Seite 19.

4.2 Lemförde (Samtgemeinde)

Distanz zum Projekt rd. 17 km

Einzugsgebietszone außerhalb Einzugsgebiet

Kurzcharakteristik Der Einzelhandel in Lemförde konzentriert sich im Ortskern, östlich der Hauptstraße.

Durch umfangreiche Stellplatzangebote, die auch die anzunehmende überörtliche Ausstrahlung belegen, sowie das überwiegend mittelgroße bis großflächige Betreiberspektrum hat dieser Haupteinkaufsbereich den Charakter einer Fachmarktagglomeration.

Hier sind u.a. E-Neukauf, Combi, Aldi, Rossmann, Hol ab Getränkemarkt, Kik, Takko und Deichmann lokalisiert, die durch diverse Dienstleistungen und Freizeiteinrichtungen ergänzt werden.

Nach Norden hin schließen sich an diesen Haupteinkaufsbereich entlang der Hauptstraße u.a. das Getränkehaus, Schürmann Leuchten und Eurofuchs Non-Food Discounter an.

Wesentliche Anbieter E-Neukauf, Combi, Aldi, Rossmann, Getränkehaus Schürmann, Hol ab Getränkemarkt, Eurofuchs, Kik, Takko und Deichmann.

Struktur- und Leistungsdaten

Einzelhandelsstruktur in Lemförde			
		Einzelhandels-umsatz 2014/2015 [1]	**Verkaufsflächen 2015** [2]
Warengruppen		in Mio. €	in m²
Periodischer Bedarf [3]		**18,2**	**5.000**
Aperiodischer Bedarf (a+b)		**6,0**	**4.650**
a)	**Bekleidung/Schuhe/ Leder** [4]	**2,7**	**2.200**
b)	**Hartwaren, davon:**	**3,3**	**2.450**
•	Technik [5]	1,1	650
•	Persönlicher Bedarf [6]	1,5	1.200
Gesamt		**24,2**	**9.650**

Bewertung der Wettbewerbsanfälligkeit in Hinblick auf das Projekt

Lemförde liegt bereits außerhalb des für das Projekt abgegrenzten Einzugsgebiets.
Auch wenn gewisse Einzugsgebietsüberschneidungen anzunehmen sind, sind praktisch keine unmittelbaren Wettbewerbsbeziehungen zu dem Vorhaben in Diepholz gegeben.

Von daher werden zwar Umverteilungen zu Lasten dieses Ortszentrums zu erwarten sein, die aber sehr gering ausfallen und zu keinerlei spürbaren strukturellen Veränderungen führen dürften.

Fußnoten siehe Seite 19.

4.3 Rehden (Samtgemeinde)

Distanz zum Projekt rd. 8 km

Einzugsgebietszone III

Kurzcharakteristik Der Rehdener Einzelhandel wird im Wesentlichen durch die beiden Anbieter Aldi und Edeka geprägt, die dort überörtliche Ausstrahlung entfalten, aufgrund der Distanz zwischen den beiden Standorten aber nur bedingt Synergien herstellen können.

Edeka wird in seinem Umfeld ergänzt durch u.a. die Fleischerei Giesecke, eine Apotheke und verschiedene Dienstleistungen. Vis-à-vis von Aldi befindet sich zudem eine Verkaufsstelle der Siebenhäuser Molkerei

Wesentliche Anbieter Edeka, Aldi.

Struktur- und Leistungsdaten

Einzelhandelsstruktur in Rehden		
	Einzelhandels-umsatz 2014/2015 [1]	**Verkaufsflächen 2018** [2]
Warengruppen	in Mio. €	in m²
Periodischer Bedarf [3]	**6,1**	**1.430**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**0,9**	**350**
a) Bekleidung/Schuhe/ Leder [4]	**0,2**	**50**
b) Hartwaren, davon:	**0,7**	**300**
• Technik [5]	0,2	50
• Persönlicher Bedarf [6]	0,4	200
Gesamt	**7,0**	**1.800**

Bewertung der Wettbewerbsanfälligkeit in Hinblick auf das Projekt

Der Einzelhandel in Rehden wird fast ausschließlich durch Anbieter des periodischen Bedarfsbereiches sowie deren Randsortimente geprägt.

Eine überörtliche Ausstrahlung beider Magnetbetriebe ist nicht zuletzt auch angesichts der Lage an der der B 214 anzunehmen.

Wegen der vergleichsweise geringen Distanz zum Projektstandort, der zudem auch relativ stark nach Osten ausstrahlen dürfte, ist davon auszugehen, dass Rehden unter den betrachteten Wettbewerbsstandorten die relativ höchsten Umsatzumverteilungen zu erwarten hat.

Fußnoten siehe Seite 19.

4.4 Steinfeld

Distanz zum Projekt rd. 14 km

Einzugsgebietszone III / außerhalb Einzugsgebiet

Kurzcharakteristik Der Einzelhandel in Steinfeld wird primär durch zwei verkehrsgünstig gelegene Fachmarktzentren im Kreuzungsbereich der B 214 mit der Achse Lohner Straße - Große Straße geprägt.

In dem nördlich der B 214 gelegenen Fachmarktzentrum sind u.a Lidl, K+K, Rossmann, Takko, Ernsting's Family und ABC-Schuhe zu nennen; in dem südlich davon gelegenen Kempelhof-Center agieren u.a. Edeka, Aldi, Kik und Postenbörse.

Zu der überörtlichen Ausstrahlungskraft trägt aber insbesondere auch der in der Bahnhofstraße situierte Modeanbieter Hartke mit einem kompetenten Modehaus, das in etwa die Größenordnung des gesamten Diepholzer Modeeinzelhandels aufweist, sowie Hartke Sport bei.

Wesentliche Anbieter Edeka, Aldi, Lidl, K+K, Rossmann, Takko, Ernsting's Family, Kik und ABC-Schuhe sowie Modehaus Hartke und Hartke Sport.

Struktur- und Leistungsdaten

Einzelhandelsstruktur in Steinfeld		
	Einzelhandels-umsatz 2014/2015 [1]	**Verkaufsflächen 2015** [2]
Warengruppen	in Mio. €	in m²
Periodischer Bedarf [3]	**22,6**	**5.000**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**17,9**	**13.000**
a) Bekleidung/Schuhe/ Leder [4]	**10,7**	**7.950**
b) Hartwaren, davon:	**7,2**	**5.050**
• Technik [5]	0,8	200
• Persönlicher Bedarf [6]	3,2	2.200
Gesamt	**40,5**	**18.000**

Bewertung der Wettbewerbsanfälligkeit in Hinblick auf das Projekt

Der Einzelhandel in Steinfeld ist kompetent und insgesamt leistungsstark besetzt und dürfte insbesondere im Modesegment über eine sehr hohe Zentralität verfügen.

Unter diesem Aspekt und angesichts der Lage am Rande des für das Projekt anzunehmenden Einzugsgebietes ist für Steinfeld von geringen Umverteilungseffekten auszugehen, die keine nennenswerten Auswirkungen nach sich ziehen dürften.

Fußnoten siehe Seite 19.

4.5 Wagenfeld

Distanz zum Projekt rd. 19 km

Einzugsgebietszone III

Kurzcharakteristik Der Einzelhandel in Wagenfeld wird durch ein nahe dem Ortskern am Sparkassenweg/Meiersfeld gelegenes, großzügig mit Parkplätzen ausgestattetes Fachmarktzentrum geprägt, in dem u.a. K+K Markt, Aldi, Lidl, Rossmann, NKD und Kik agieren.

Ein weiterer Einzelhandelsstandort befindet sich südöstlich davon an der Mindener Straße, wo ein Combi Verbrauchermarkt sowie das Kaufhaus Magro agieren.

Wesentliche Anbieter Combi, K+K Markt, Aldi, Lidl, Rossmann, Magro, NKD und Kik.

Struktur- und Leistungsdaten

Einzelhandelsstruktur in Wagenfeld		
	Einzelhandels-umsatz 2014/2015 [1]	**Verkaufsflächen 2015** [2]
Warengruppen	in Mio. €	in m²
Periodischer Bedarf [3]	**22,5**	**5.500**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**10,7**	**8.950**
a) Bekleidung/Schuhe/ Leder [4]	**3,7**	**2.550**
b) Hartwaren, davon:	**7,0**	**6.400**
• Technik [5]	1,3	700
• Persönlicher Bedarf [6]	2,2	1.650
Gesamt	**33,2**	**14.450**

Fußnoten zu den Struktur- und Leistungsdaten der regionalen Wettbewerbsstandorte

Rundungsdifferenzen sind möglich.

Die nicht untersuchungsrelevanten Warengruppen Baumarktsortimente und Einrichtungsbedarf sind in den Tabellen ausgeblendet, fließen aber - soweit sie erhoben wurden - in die Summe ein.

1) Eigene Berechnungen auf der Basis der Vor-Ort-Recherchen der Gutachter (Stichtagserhebung). Exkl. Kfz, Brennstoffe; inkl. Tankstellenshops, Apothekenumsätze (anteilig) und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk.

2) Eigene Erhebung (Stichtagserhebung); Stand Februar 2015; ca.-Werte.

3) Die Warengruppen Food, Gesundheit und Pflege.

4) Die Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren/Taschen.

5) Die Warengruppen Elektro, Unterhaltungselektronik, Multimedia, Foto und Optik.

6) Die Warengruppen Bücher, Schreibwaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Spielwaren, Sport, Camping, Hobby, Fahrräder, Uhren und Schmuck.

Bewertung der Wettbewerbsanfälligkeit in Hinblick auf das Projekt

Der vor allem im periodischen Bedarfsbereich profilierte Einzelhandelsbesatz in Wagenfeld dürfte deutlich über das Gemeindegebiet ausstrahlen.

Aufgrund der Distanz zum Projektstandort ist aber nicht von nennenswerten Umverteilungen zu Lasten des Wagenfelder Einzelhandels auszugehen, durch die wesentliche Beeinträchtigungen zu erwarten wären.

4.6 Verkaufsflächenausstattungen im periodischen Bedarfsbereich

Die lokale Versorgungssituation ist in den umliegenden Orten im und am Rande des Einzugsgebietes überwiegend sehr gut; in Rehden wird die Grundversorgung zufriedenstellend gewährleistet.

Ort/Samtgemeinde	Einwohnerzahl	Verkaufsfläche periodischer Bedarf in m²	Verkaufsfläche periodischer Bedarf in m² je Einwohner
Barnstorf	12.016	5.700	0,47
Lemförde	8.211	5.000	0,61
Rehden	5.887	1.430	0,24
Steinfeld	9.903	5.000	0,50
Wagenfeld	7.102	5.500	0,77

Insbesondere Wagenfeld, Steinfeld und Barnstorf, aber auch das außerhalb des Einzugsgebietes gelegenen Lemförde verfügen über Flächenausstattungen im periodischen Bedarf, die auf eine überörtliche Versorgungsfunktion schließen lassen. Das ist in einem ländlich stukturierten Gebiet nichts Außergewöhnliches, bewirkt aber erhebliche Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Diepholzer Einzelhandel, die dort in den letzten Jahren zu Einbußen bei der Zentralität geführt haben.

4.7 Weitere Standorte im Umland

Um ein möglichst vollständiges Bild der relevanten Angebotssituation für die Wirkungsanalyse zu haben, werden in der Modellrechnung zu den möglichen Umsatzumverteilungen auch weitere Standorte berücksichtigt.
Dieses sind regionale und überregionale Angebotsstrukturen, die nicht in den vorstehend skizzierten Gemeinden liegen.

Hierzu zählen in der näheren Region insbesondere die Einzelhandelsangebote in den westlich/nordwestlich gelegenen Städten Lohne und Vechta, die das Einzugsgebiet des Diepholzer Einzelhandels deutlich überlagern. Im Osten verfügt zudem Sulingen über eine ähnliche Versorgungsbedeutung wie Diepholz, wobei sich die jeweiligen Einzugsgebiete vor allem in der Fernzone überlagern dürften und daher die unmittelbaren Wettbewerbsbeziehungen gering sind.

Für besondere Einkäufe spielen nicht zuletzt auch Osnabrück und die Angebotsstrukturen in Bremen und seinem Umland eine Rolle.

Gutachterliche Kommentierung

Die Angebotsstrukturen im Diepholzer Umland werden in besonderem Maße durch den periodischen Bedarfsbereich geprägt.

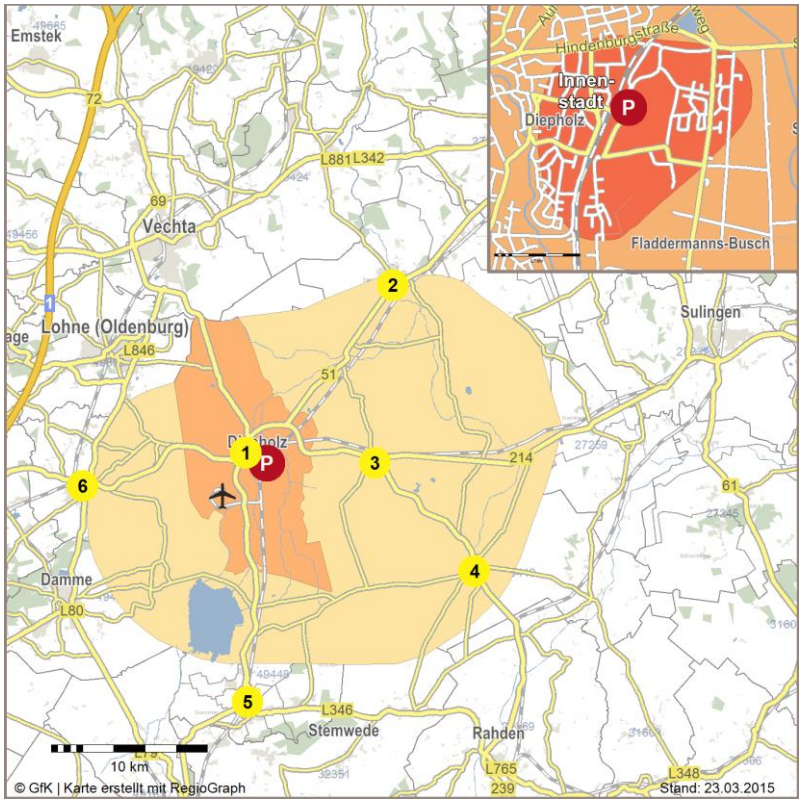
Alle hier aufgeführten Wettbewerbsstandorte verfügen über eine (deutlich) über die jeweiligen Gemeindegrenzen reichende Versorgungsbedeutung, was in einem ländlich stukturierten Gebiet nichts Außergewöhnliches ist. Vereinzelt umfasst die überörtliche Ausstrahlung auch aperiodische Sortimente, zumeist Bekleidung und Schuhe im Niedrigpreissegment.
Ausnahmen sind hier Steinfeld mit einem kompetenten Mode- und Sportangebot, das primär durch einen einzigen Betreiber repräsentiert wird, sowie - allerdings deutlich schwächer ausgeprägt - Barnstorf mit dem einzigen Technikanbieter unter den hier untersuchten Gemeinden.

Hinsichtlich der Wettbewerbsbeziehungen und möglichen Auswirkungen des geplanten Famila Verbrauchermarktes dürften diese wegen der überwiegend erheblichen Distanzen relativ moderat bis gering ausfallen.

Nennenswerte Beeinträchtigungen der regionalen Versorgungsstrukturen sind daher nicht zu erwarten.

5 Einzugsgebiet und Nachfragevolumen

Übersicht 7: Einzugsgebiet



Übersicht 8: Einzelhandelsrelevante Nachfrage im Einzugsgebiet

Strukturdaten des Einzugsgebietes 2017						
	Einwohner [1]		Einzelhandelskaufkraft [2]			
	absolut	in %	Index	in €/Kopf	in Mio. €	in %
Zone I	2.438	5,3	94,1	5.402	13,2	4,8
Zone II	14.257	31,1	94,1	5.402	77,0	27,9
Zone III	29.143	63,6	96,3	5.526	161,0	58,3
Gesamt	**45.838**	**100,0**	**95,5**	**5.480**	**251,2**	**90,9**
10 %-ige Potenzialreserve	.	.	.	.	25,1	9,1
Einzugsgebiet gesamt	.	.	.	.	**276,3**	**100,0**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

1) Lt. Statistischen Berichten des Statistischen Landesamtes in Niedersachsen.

2) Der einzelhandelsrelevante durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgabebetrag in Deutschland beträgt 2017 5.740 Euro, exkl. Kfz, Tankstellen, Brennstoffe; inkl. Apothekenumsätze (anteilig), Versand-/ Onlinehandel und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk. Eigene Berechnungen auf der Grundlage von Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden.

Legende:

- Mikro-Standort
- Zone I
- Zone II
- Zone III

Regionale Wettbewerbsstandorte

1. Diepholz, Innenstadt
2. Barnstorf
3. Rehden
4. Wagenfeld
5. Lemförde
6. Steinfeld

Gutachterliche Kommentierung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt in Anlehnung an das Gravitationsmodell nach Huff, d.h. unter Berücksichtigung der topografischen, stadt- und siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie der bestehenden und absehbaren zukünftigen Wettbewerbssituation.
Zudem finden die vorhandene Verkehrsinfrastrukturausstattung und die daraus resultierenden Zeit-Wege-Distanzen Berücksichtigung.

Das Gesamteinzugsgebiet wird in drei Zonen gegliedert, in denen u.a. aufgrund der Wettbewerbsintensität, der vorherrschenden Einkaufsorientierungen oder der räumlichen Entfernung zum Mikro-Standort jeweils unterschiedlich ausgeprägte Kundenloyalitäten unterstellt werden.

So umfasst die Zone I des Einzugsgebietes ein fußläufig bzw. mit dem Fahrrad erschließbares Einzugsgebiet, mit dem der Nahversorgungsfunktion des geplanten Verbrauchermarktes Rechnung getragen wird.

Die Zone II schließt das übrige Stadtgebiet ein und die Zone III berücksichtigt prospektive Einkaufbeziehungen aus dem Umland.

Übersicht 9: Aufschlüsselung des Nachfragevolumens nach Hauptwarengruppen

Einzelhandelskaufkraft 2017 im Einzugsgebiet						
Warengruppen	in €/Kopf [1]	**Zone I** in Mio. €	**Zone II** in Mio. €	**Zone III** in Mio. €	**10 %-ige Potenzial-reserve** in Mio. €	**Gesamt** in Mio. €
Periodischer Bedarf [2]	**2.697**	**6,5**	**38,3**	**78,8**	**12,4**	**136,0**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**2.784**	**6,6**	**38,7**	**82,2**	**12,8**	**140,4**
a) Bekleidung/ Schuhe/Leder [3]	**501**	**1,2**	**7,0**	**14,8**	**2,3**	**25,3**
b) Hartwaren, davon:	**2.283**	**5,4**	**31,8**	**67,5**	**10,5**	**115,1**
• Technik [4]	603	1,5	8,6	17,6	2,8	30,4
• Persönlicher Bedarf [5]	618	1,5	8,6	18,3	2,8	31,2
• Baumarkt-sortimente [6]	632	1,4	8,4	19,2	2,9	31,9
• Einrichtungs-bedarf [7]	430	1,1	6,2	12,4	2,0	21,7
Gesamt	**5.480**	**13,2**	**77,0**	**161,0**	**25,1**	**276,3**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

1) Gemäß Angaben der GfK GeoMarketing 2017, eigene Berechnungen.

2) Die Warengruppen Food, Gesundheit und Pflege.

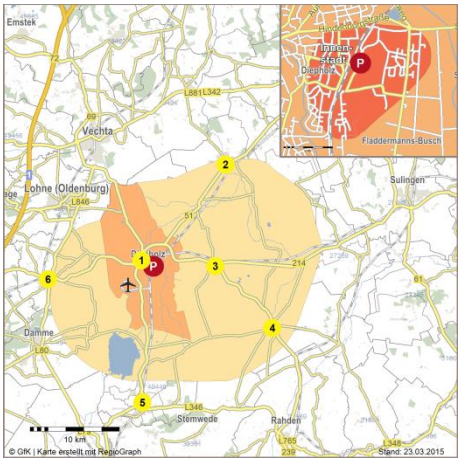
3) Die Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren/Taschen.

4) Die Warengruppen Elektro, Unterhaltungselektronik, Multimedia, Foto und Optik.

5) Die Warengruppen Bücher, Schreibwaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Spielwaren, Sport, Camping, Hobby, Fahrräder, Uhren und Schmuck.

6) Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf, Autozubehör und zoologischer Bedarf

7) Die Warengruppen Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus- und Heimtextilien.



Gutachterliche Kommentierung

Im prospektiven Einzugsgebiet des geplanten Verbrauchermarktes in Diepholz steht - inklusive einer 10 %igen Potenzialreserve für sporadische Einkaufsbeziehungen aus weiter entfernten Gebieten - eine relevante Nachfrageplattform von rd. 276 Mio. € p.a. zur Verfügung.

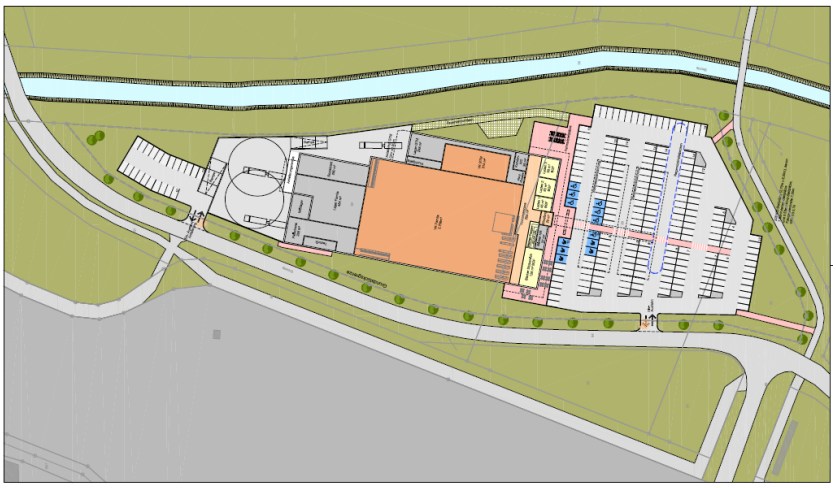
Primär projektrelevant ist hiervon der periodische Bedarfsbereich mit den Warengruppen Food und Gesundheit/Pflege mit einem Volumen von 136 Mio. €.

Hinsichtlich der räumlichen Struktur entfällt auf die Zonen I und II des Einzugsgebietes, aus denen das Gros des zu erwartenden Zielumsatzes rekrutiert werden muss, knapp ein Drittel des gesamten Nachfragevolumens (32,7 %) bzw. des für Famila primär relevanten periodischen Bedarfs (32,9 %).

Für primär grund- und nahversorgungsrelevante Angebote ist damit eine günstige Potenzialplattform gegeben.

6 Wirkungsanalyse

6.1 Kurzskizze zum Projekt und prospektiver Bruttoumsatz



Quelle: Lageplan, AX5 architekten

Mit dem projektierten Famila Verbrauchermarkt soll die derzeit landwirtschaftlich genutzte Fläche am Groweg, am östlichen Rand der Diepholzer Innenstadt einer einzelhändlerischen Nutzung zugeführt werden.

Hierfür soll ein vorhabenbezogener Bebauungsplan aufgestellt werden, mit dem der Ausnahmeregelung des Landesraumordnungsprogramms (LROP) in Abschnitt 2.3 Ziffer 05 Satz 3 entsprochen wird: *Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.*

Für die Sortimentszusammensetzung des Vorhabens ist daher wesentlich, dass das eindeutige Hauptsortiment im periodischen Bedarf liegt (mindestens 90 % der Verkaufsfläche) und lediglich max. 10 % der Verkaufsfläche für aperiodische Sortimente vorgehalten werden dürfen.

Gutachterliche Kommentierung

Für den geplanten Verbrauchermarkt wird unter Berücksichtigung der aktuellen Leistungsdaten des Diepholzer Einzelhandels und der relevanten Wettbewerbssituation eine prospektive Brutto-Umsatzleistung von max. rd. 11,22 Mio. € p.a. in Ansatz gebracht.
Diese teilt sich entsprechend der durch die Ausnahmeregelung des LROP vorgegebenen Sortimentsstruktur mit einem Schwerpunkt im periodischen Bedarfsbereich (mindestens 90 % Verkaufsflächenanteil) sowie für den Betreiber Famila untypischen niedrigen Sortimentsanteilen im aperiodischen Bedarfsbereich (max. 10 % Verkaufsflächenanteil) auf in max. rd. 10,4 Mio. € im periodischen Bedarfsbereich und rd. 0,82 Mio. € in den aperiodischen Sortimenten. Bezogen auf die Verkaufsfläche von 3.220 m² errechnet sich eine Raumleistung von rd. 3.500 €/m².

Zwar sind Verbrauchermärkte generell in der Lage, auch höhere Umsatzleistungen zu generieren, allerdings muss sich das Vorhaben in den lokalen/ regionalen Kontext des relativ kompetetiven Standortes Diepholz einfügen, der die realistisch möglichen Raum-/ Umsatzleistungen limitiert.

Daher stellt sich die Raumleistung für den geplanten Famila Verbrauchermarkt, wobei der Betreiber im Rahmen des vorhabenbezogenen Bebauungsplans festgeschrieben werden soll, als ambitionierte Größenordnung dar, die von vergleichbaren Famila-Filialen nicht erreicht wird.

Insofern wird dem Erfordernis einer Worst case-Betrachtung mit der angenommenen Umsatzleistung entsprochen.

Weitere Einzelhandelsangebote, wie sie im vorhergehenden Bebauungsplanverfahren in Form von Fachmärkten mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment vorgesehen waren, sind nach dieser Regelung ausgeschlossen. Über den Verbrauchermarkt hinaus sind daher keine weiteren Einzelhandelsflächen mehr vorgesehen.

Dem potenziellen Verbrauchermarkt soll ein Kundenparkplatz mit 282 Pkw-Stellplätzen vorgelagert werden, der - wie auch der Anlieferbereich - über den Groweg anfahrbar sein soll.

Hinsichtlich der Größenordnung des Famila Verbrauchermarktes orientieren wir uns an der im letzten Stand der vorhergehenden Wirkungsanalyse von 2016 hinsichtlich ihrer regionalen Auswirkungen überprüften Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarfsbereich. Daraus abgeleitet wird sodann der maximal 10-prozentige Anteil der aperiodischen Sortimente, die nach üblichen Angebotsspektren von Verbrauchermärkten auf die Warengruppen aufgeteilt werden. Die nach Warengruppen aufgeschlüsselte Umsatzerwartung des Verbrauchermarktes (inkl. Shopflächen; Worst-Case im Sinne der Wirkungsanalyse) ist der folgenden Übersicht zu entnehmen.

Übersicht 10: Umsatzerwartung des Projektes Famila Diepholz

	In Wirkungsanalyse zu prüfende Sortimente - oberer Spannenwert -			
	Verkaufsfläche		Umsatz	Raumleistung
Warengruppen/Sortimente	in m²	in %	in Mio. €	in €/m² p.a.
Periodischer Bedarfsbereich Verbrauchermarkt	**2.700**	**83,9**	**9,65**	**3.600**
Periodischer Bedarf Shops und mobile Verkaufseinrichtungen	**200**	**6,2**	**0,75**	**3.800**
Periodischer Bedarf gesamt	**2.900**	**90,1**	**10,40**	**3.600**
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	50	1,6	0,115	2.300
Technik	50	1,6	0,125	2.500
Persönlicher Bedarf	170	5,3	0,442	2.600
Sonstige Hartwaren	50	1,6	0,135	2.700
Randsortimente gesamt	**320**	**9,9**	**0,817**	**2.600**
Verbrauchermarkt gesamt	**3.220**	**100**	**11,22**	**3.500**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

Eigene Annahmen der GfK GeoMarketing GmbH.

Der vollständig dem periodischen Bedarfsbereich zugerechnete Umsatz der Konzessionäre bzw. Shops[1] beläuft sich auf 0,75 Mio. € p.a., was einer Raumleistung von 3.800 €/m² Verkaufsfläche entspricht.
Da für die Beurteilung des Vorhabens die Gesamtfläche des periodischen Bedarfsbereiches mit dessen Gesamtumsatz maßgeblich ist, können die Konzessionärs-/Shopflächen auch ganz oder teilweise dem Verbrauchermarkt zugeschlagen werden. Die separate Betrachtung dient hier vor allem der Darstellung typischerweise etwas überdurchschnittlicher Raumleistungen der Shopflächen.

Wegen der sehr geringen Bedeutung der Warengruppen Baumarktsortimente (Heimwerker- und Gartenbedarf, Autozubehör und zoologischer Bedarf) und Einrichtungsbedarf (Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus- und Heimtextilien), die sich auf lediglich rd. 50 m² und eine Umsatzerwartung von 0,14 Mio. € summieren, werden diese beiden Sortimentsbereiche in der weiteren Betrachtung unter „übrige Hartwaren“ zusammengefasst.

1) Dies würde auch etwaige Blumenhändler umfassen, die der GfK Warengruppensystematik zufolge dem aperiodischen Bedarfsbereich zuzuordnen sind. Das ist insofern unkritisch, als der Gesamtanteil von 10 % aperiodischer Sortimente nicht überschritten werden darf und insofern ein Ausgleich innerhalb des Verbrauchermarktes erfolgen muss.

Exkurs: Textliche Festsetzungen des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes zur Verkaufsfläche

In den textlichen Festsetzungen des Entwurfes zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 94 „Groweg“ wird unter 2.1 ein Einkaufszentrum mit einer Gesamt-Verkaufsfläche von 3.220 m² festgesetzt. Hiervon entfallen auf einen Lebensmittelvollsortimenter maximal 2.706 m² und einen Getränkemarkt maximal 314 m² Verkaufsfläche. Zusätzlich sind laut 2.2 ergänzende Ladeneinheiten und mobile Verkaufseinrichtungen mit maximal 200 m² Verkaufsfläche zulässig.

Darüber hinaus wird unter 2.4 ausgeführt, dass der Windfang und die Vorkassenzone, die gemäß Lageplan zusammen 322 m² umfassen, nicht zur festgesetzten Verkaufsfläche gehören und dort auch der Verkauf von Waren sowie Sonderaktionen ausgeschlossen sind, sofern dadurch die 3.220 m² Verkaufsfläche überschritten werden.

Die festgesetzte Verkaufsfläche für den Verbrauchermarkt, der gemäß Lageplan eine bauliche und funktionale Einheit mit dem Getränkemarkt bildet, umfasst u.a. alle vom Kunden begehbaren Flächen, die Standflächen für Einrichtungsgegenstände/Warenträger sowie Bedientheken für Frischwaren und die gesamte Kassenzone einschließlich eines Vorkassenbereiches, der für das Verpacken der Einkäufe erforderlich ist. Damit wird grundsätzlich der Verkaufsflächendefinition eines Einzelhandelsbetriebes gefolgt.[1]

Da das Vorhaben mehrere Einzelhandelsbetriebe vereint, hat die im B-Planentwurf genannte Vorkassenzone mit dem Windfang analog zu einem größeren Einkaufszentrum die Funktion einer Mall, die auch dort nicht zur Verkaufsfläche gezählt wird (im Einkaufszentrum die Summe der Fläche aller Einzelhandelsbetriebe).

Selbst wenn Vorkassenzone und Windfang auf die Verkaufsfläche aufgerechnet würden (wie dies üblicherweise bei Vorhaben zur Bestimmung der Unter- oder Überschreitung der Schwelle zur Großflächigkeit nach Baunutzungsverordnung erfolgt), die dann 3.542 m² ergäbe, ändern sich die Analysen zur Umsatzerwartung des Vorhabens, Umsatzrekrutierung aus dem Einzugsgebiet und Umsatzumverteilung zu Lasten anderer Einzelhandelsstandorte nicht. Vorkassenzone und Windfang sind in diesem Fall keine produktiven Flächen (entsprechend der Mall eines Shoppingcenters), da diese bereits in den festgesetzten Flächen für den Verbrauchermarkt, den Getränkemarkt und die ergänzenden Ladeneinheiten inkludiert sind. Eine Vergrößerung der Mall (in diesem Fall der Vorkassenzone/des Windfangs) hat keinen positiven Einfluss auf die Umsatzerwartung.

In Hinblick auf die Umsatzerwartung des Famila-Marktes ist zudem darauf hinzuweisen, dass auch die für Famila anzunehmenden Referenzwerte auf dieser Definition beruhen.

1) Siehe z.B. https://www.hannover.ihk.de/ihk-themen/planen-bauen/bauleitplanung/bau-und-planungsrecht/was-zaehlt-zur-verkaufsflaeche.html (abgerufen am 14. Mai 2018).

6.2 Kaufkraftabschöpfung

Die Kaufkraftstrom-Modellrechnung gibt einen Überblick über die räumliche Herkunft des Einzelhandelsumsatzes, differenziert nach den Zonen des Einzugsgebietes und Warengruppen. Naturgemäß nimmt die Kaufkraftbindung eines Einzelhandelsstandortes in seinem Marktgebiet mit zunehmender Entfernung und Relevanz des Wettbewerbs ab. Darüber hinaus haben auch tradierte Einkaufsorientierungen großen Einfluss auf die gegebenen Kaufkraftströme.

In der folgenden Modellrechnung werden die absehbaren Kaufkraftströme für den geplanten Verbrauchermarkt in der Differenzierung nach vier Warengruppen und den drei Zonen des Einzugsgebietes (nebst Potenzialreserve zur Berücksichtigung von Streuumsätzen) dargestellt.

Gutachterliche Kommentierung

Bezogen auf die relevante, im Einzugsgebiet lokalisierte Nachfrageplattform (einschließlich Potenzialreserve) errechnen sich Abschöpfungsquoten, die aus absatzwirtschaftlicher Sicht grundsätzlich als nachhaltig erzielbar bewertet werden können.

Vor dem Hintergrund der schon heute guten quantitativen Ausstattung der Stadt Diepholz und der umliegenden Gemeinden im periodischen Bedarfsbereich stellt jedoch der notwendige Marktanteil in diesem Segment von insgesamt 7,6 % einen eher ambitionierten Wert dar.
Auch unter diesem Aspekt entspricht die Umsatzerwartung dem für die Wirkungsanalyse geforderten Worst-Case-Ansatz.

Übersicht 11: Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet

Kaufkraftstrom-Modellrechnung / Marktanteile															
	Einzelhandelskaufkraft 2017 im Einzugsgebiet p.a.														
	Zone I			Zone II			Zone III			10 %-ige Potenzialreserve			Gesamt		
	Kaufkraft	Abschöpfung		Kaufkraft	Abschöpfung		Kaufkraft	Abschöpfung		Kaufkraft	Abschöpfung		Kaufkraft	Abschöpfung	
Warengruppen	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Periodischer Bedarf [1]	**6,5**	**2,39**	**36,5**	**38,3**	**5,19**	**13,6**	**78,8**	**2,59**	**3,3**	**12,4**	**0,23**	**1,9**	**136,0**	**10,40**	**7,6**
Aperiodischer Bedarf (a+b)	**6,6**	**0,13**	**2,0**	**38,7**	**0,50**	**1,3**	**82,2**	**0,13**	**0,2**	**12,8**	**0,06**	**0,4**	**140,4**	**0,82**	**0,6**
a) Bekleidung/ Schuhe/Leder [2]	**1,2**	**0,02**	**1,5**	**7,0**	**0,07**	**1,0**	**14,8**	**0,02**	**0,1**	**2,3**	**0,01**	**0,3**	**25,3**	**0,12**	**0,5**
b) Hartwaren, davon:	**5,4**	**0,12**	**2,1**	**31,8**	**0,43**	**1,4**	**67,5**	**0,11**	**0,2**	**10,5**	**0,05**	**0,5**	**115,1**	**0,71**	**0,6**
• Technik [3]	1,5	0,02	1,2	8,6	0,08	0,9	17,6	0,02	0,1	2,8	0,01	0,4	30,4	0,13	0,4
• Persönlicher Bedarf [4]	1,5	0,08	5,2	8,6	0,27	3,1	18,3	0,07	0,4	2,8	0,03	0,9	31,2	0,44	1,4
• Sonstige Hartwaren [5] [6]	2,5	0,02	0,8	14,6	0,08	0,6	31,6	0,02	0,1	4,9	0,01	0,3	33,9	0,14	0,4
Gesamt	**13,2**	**2,52**	**19,2**	**77,0**	**5,69**	**7,4**	**161,0**	**2,72**	**1,7**	**25,1**	**0,29**	**1,1**	**276,3**	**11,22**	**4,1**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

1) - 6) Zur Warengruppensystematik siehe u.a. Seite 23.

6.3 Umverteilungseffekte

In den Modellrechnungen werden im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung die möglichen ökonomischen Auswirkungen des Einzelhandelsprojektes in Diepholz auf den im Rahmen der Einzelhandelserhebung bzw. deren Aktualisierung vorgefundenen örtlichen Einzelhandelsbesatz in Diepholz und den relevanten Versorgungsstrukturen in den umliegenden Gemeinden ermittelt.

Dabei dienen folgende drei Annahmen als Basis der komplexen Modellrechnung:

- *der unterstellte Brutto-Umsatz des Vorhabens,*
- *die vorgenommene Kaufkraftstrom-Modellrechnung zur möglichen Umsatzrekrutierung des Brutto-Zielumsatzes*
- *die relevante Einzelhandelssituation in den betrachteten Standortlagen von Diepholz und den relevanten Umlandgemeinden*

Übersicht 12: Umsatzumverteilungen im periodischen Bedarf

	Periodischer Bedarf [1)]		
Städte/Gemeinden	**Umsatz** in Mio. €	**Umsatz-umverteilung** in Mio. €	in %
Diepholz Innenstadt	18,1	2,4	13,3
Diepholz übriges Stadtgebiet	35,0	4,7	13,4
Barnstorf	20,8	0,6	3,0
Lemförde	18,2	0,3	1,4
Rehden	6,1	0,3	4,6
Steinfeld	22,6	0,5	2,3
Wagenfeld	22,5	0,5	2,4
übriges Einzugsgebiet und Rückgewinnung abfließender Kaufkraft	**.**	**1,09**	**.**
Brutto-Umsatzerwartung des Planvorhabens	**.**	**10,40**	**.**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

"-" nicht nachweisbar (Umsatzumverteilung < 0,1 Mio. €)

1) Die Warengruppen Food, Gesundheit und Pflege.

Gutachterliche Kommentierung

Mit Realisierung des Verbrauchermarktes dürften vor allem in der Stadt Diepholz selbst nennenswerte Umsatzumverteilungen zu erwarten sein.

Im periodischen Bedarfsbereich errechnen sich hierbei im Worst-Case für den Innenstadteinzelhandel und für die Außenstandorte nahezu identische Umsatzumverteilungsquoten von 13,3 % bzw. 13,4 %. Aufgrund der höheren Umsatzbasis fallen dabei im übrigen Stadtgebiet die absoluten Umsatzumverteilungen mit rd. 4,7 Mio. € höher aus als in der Innenstadt (Umsatzumverteilungen in Höhe von rd. 2,4 Mio. €).

Die Umverteilungsquoten in den Umlandgemeinden bewegen sich erwartungsgemäß im niedrigen einstelligen Bereich bei geringen absoluten Umverteilungswerten. Der höchste, aber noch moderate Umverteilungswert wird mit einer Quote von 4,6 % in Rehden zu erwarten sein.

Mit dem Vorhaben kann derzeit abfließende Kaufkraft zukünftig etwas stärker in Diepholz gebunden werden, so dass sich das Versorgungsniveau aus gesamtstädtischer Sicht insgesamt etwas verbessert, was auch zu leichten Steigerungen der warengruppenspezifischen Zentralitätswerte führt.

Übersicht 13: Umsatzumverteilungen in den Randsortimenten

	Randsortimente Aperiodischer Bedarf [2)]			*darunter:* Persönlicher Bedarf [3)]		
Städte/Gemeinden	**Umsatz** in Mio. €	**Umsatz-umverteilung** in Mio. €	in %	**Umsatz** in Mio. €	**Umsatz-umverteilung** in Mio. €	in %
Diepholz Innenstadt	22,4	0,3	1,3	5,9	0,1	2,2
Diepholz übriges Stadtgebiet	15,6	0,2	1,2	2,1	-	-
Barnstorf	6,8	-	-	2,7	-	-
Lemförde	5,3	-	-	1,5	-	-
Rehden	0,8	-	-	0,4	-	-
Steinfeld	14,7	-	-	3,2	-	-
Wagenfeld	7,2	-	-	2,2	-	-
übriges Einzugsgebiet und Rückgewinnung abfließender Kaufkraft	**.**	**0,19**	**.**	**.**	**0,11**	**.**
Brutto-Umsatzerwartung des Planvorhabens	**.**	**0,82**	**.**	**.**	**0,44**	**.**

Rundungsdifferenzen sind möglich.

"-" nicht nachweisbar (Umsatzumverteilung < 0,1 Mio. €)

2) Die Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren/Taschen; Elektro, Unterhaltungselektronik, Multimedia, Foto und Optik; Bücher, Schreibwaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Spielwaren, Sport, Camping, Hobby, Fahrräder, Uhren und Schmuck; Heimwerker- und Gartenbedarf, Autozubehör und zoologischer Bedarf; Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus- und Heimtextilien.

3) Die Warengruppen Bücher, Schreibwaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Spielwaren, Sport, Camping, Hobby, Fahrräder, Uhren und Schmuck.

Gutachterliche Kommentierung

In den Randsortimenten, denen entsprechend der Vorgabe des LROP mit einem Verkaufsflächenanteil von maximal 10 % per se nur eine geringe Bedeutung bei der Sortimentsstruktur des Vorhabens zukommen kann, sind meß- und nachweisbare Auswirkungen ausschließlich für den Einzelhandel in Diepholz zu erwarten.

In den Randsortimenten insgesamt (= aperiodischer Bedarfsbereich) liegen die Umverteilungsquoten bei 1,3 % für die Diepholzer Innenstadt bzw. 1,2 % für das übrige Stadtgebiet.

Unter den einzelnen aperiodischen Warengruppen sind lediglich im persönlichen Bedarfsbereich, und auch nur in Hinblick auf die Diepholzer Innenstadt Umverteilungen nachweisbar. Diese liegen bei nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeit liegenden absoluten Umverteilungen mit 2,2 % auf einem niedrigen Niveau.

Zwar kann auch in diesen Warengruppen mit dem Vorhaben derzeit abfließende Kaufkraft zukünftig stärker in Diepholz gebunden werden. Da die Randsortimente jedoch nur einen geringen Anteil an den Verkaufsflächen und der Umsatzerwartung des potenziellen Verbrauchermarktes haben, ist dieser Zentralitätseffekt sehr gering.

6.4 Mögliche anzunehmende Auswirkungen

Diepholz

Die vorstehend dargestellten Umsatzumverteilungen, die mit Umsetzung des Einzelhandelsprojektes in Diepholz in einer Worst-Case-Betrachtung gemäß der durchgeführten Modellrechnungen zu erwarten sind, stellen sich in der Stadt Diepholz und in den umliegenden Gemeinden deutlich unterschiedlich dar.

- **Periodischer Bedarfsbereich**

Das Vorhaben wird nach den aktuellen Berechnungen bei einer Gesamtumsatzleistung im periodischen Bedarfsbereich von €10,4 Mio. p.a. in Diepholz im Worst-Case zu Umsatzumverteilungen in Höhe von €7,1 Mio. führen. Der ursprüngliche Umsatz reduziert sich somit von €53,1 Mio. auf €46,0 Mio. Hieraus resultiert bei gleichbleibender Verkaufsfläche eine perspektivische Raumleistung im aktuellen Bestand von 3.300 €/m². Annahmegemäß liegt dann der geplante Verbrauchermarkt weiterhin mit 3.600 €/m² ebenso wie die Konzessionäre mit 3.800 €/m² deutlich über diesem Durchschnittswert. Das belegt, dass dem gebotenen Worst-Case durchaus entsprochen wird.

Unter den zentralen Versorgungsbereichen wird erwartungsgemäß die Diepholzer Innenstadt (Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum/ Innenstadt) aufgrund ihrer räumlichen Nähe zum Projektstandort und sehr starken Einzugsgebietsüberschneidungen am stärksten betroffen sein.
Die ermittelten Umverteilungsquoten in den Sortimenten des periodischen Bedarfs erreichen in der Diepholzer Innenstadt Werte von bis zu 13,3 %. Das ist eine Worst-Case-Betrachtung, zeigt aber die unmittelbar zu erwartenden Wettbewerbsbeziehungen, die sich nicht auf einzelne, heute bestehende Betreiber fokussieren, sondern die größeren Anbieter insgesamt betreffen werden, wobei aber nicht anzunehmen ist, dass eine Bestandsgefährdung eintritt.
Deutlich weniger tangiert werden die Fachanbieter (vor allem Parfümerien, Apotheken, aber auch das Lebensmittelhandwerk), da sie andere Marktsegmente bedienen, so dass der Kern der Innenstadt, die Lange Straße und angrenzende Bereiche, in ihrer Funktions- und Entwicklungsfähigkeit nicht beeinträchtigt wird.

Im übrigen Stadtgebiet dürften von der Umsatzumverteilung zum einen der relativ nahe gelegene K+K Markt nördlich des Bahnhofes aufgrund der räumlichen Nähe und der ohnehin nicht sonderlich starken Positionierung im Wettbewerb, sowie das typgleiche E-Center etwas überproportional betroffen sein.
Während sich für K+K der Wettbewerbsdruck erheblich verschärft, und durchaus die Möglichkeit besteht, dass dieser Betreiber dem nicht dauerhaft standhalten kann, dürfte das E-Center aufgrund der anzunehmenden guten Umsatzplattform nicht im Bestand gefährdet sein.

Die übrigen Nahversorgungslagen werden gegenüber diesen beiden Standorten weniger starke Umverteilungen tragen müssen.

Insgesamt wird die flächendeckende Grundversorgung mit Produkten des täglichen Bedarfs in Diepholz nicht gefährdet, sondern vor allem auch in den östlichen Stadtgebieten mit dem prospektiven Famila Verbrauchermarkt verbessert.

- **Aperiodischer Bedarf gesamt (Randsortimente)**

In aperiodischen Bedarfsbereich, dem der Charakter von Randsortimenten zukommt liegen die Umverteilungsquoten bei 1,3 % in der Diepholzer Innenstadt und 1,2 % im übrigen Stadtgebiet.
Auch wenn die Innenstadt aktuell in ihrer Funktion und Bedeutung durch mehrere Geschäftsaufgaben und -verlagerungen (hauptsächlich im Modebereich) betroffen ist, sind Umsatzumverteilungen in dieser marginalen Größenordnung als unkritisch zu bewerten. Das entspricht generell der Intention der Ausnahmeregelung im LROP, mit der restriktiven Begrenzung der Randsortimente nennenswerte Beeinträchtigungen durch ein entsprechendes Vorhaben auszuschließen.

- **persönlicher Bedarf**

So ist auch für den persönlichen Bedarf, die einzige Warengruppe des aperiodischen Bedarfs, in dem ein Nachweis der Umverteilungswirkungen überhaupt erfolgen kann, in der Diepholzer Innenstadt von einer niedrigen Umverteilungsquote von rd. 2,2 % auszugehen. Das ist ein Niveau, das keine schädlichen Auswirkungen erwarten lässt.

Umlandgemeinden

In den Umlandstandorten sind Umsatzumverteilungen ausschließlich für den periodischen Bedarfsbereich nachweisbar. Bei den aperiodischen Sortimenten können daher schädliche Auswirkungen des Vorhabens generell ausgeschlossen werden.

- **Rehden**

Im periodischen Bedarf ist die Gemeinde Rehden derjenige mit den im Worst-Case höchsten zu erwartenden Umsatzumverteilungsquoten. Mit einer absoluten Umverteilung von 0,3 Mio. € und einer Umverteilungsquote von 4,6 % sind aber nur geringe bis moderate Auswirkungen zu erwarten, die in keiner Weise bestandsgefährdend sind und anhand derer eine nennenswerte Beeinträchtigung der grundzentralen Versorgungsfunktion ausgeschlossen werden kann.
Überdies ist Rehden unter den betrachteten Umlandgemeinden diejenige mit der geringsten einwohnerbezogenen Flächenausstattung im periodischen Bedarfsbereich, was weniger auf eine Bestandsgefährdung schließen lässt als vielmehr die Chance, die eigene Versorgungssituation durch zusätzliche Angebote weiterzuentwickeln.

- **Barnstorf, Lemförde, Steinfeld und Wagenfeld**

Auch in den übrigen Gemeinden liegen die zu erwartenden Umsatzumverteilungen auf einem geringen Niveau (max. 3,0 % Umverteilungsquote in Barnstorf), das weder als bestandsgefährdend noch als Beeinträchtigung der jeweiligen Versorgungsfunktion zu werten ist. Hier sind auch die jeweils hohen bis sehr hohen Ausstattungskennziffern im periodischen Bedarfsbereich zu berücksichtigen (s. Kapitel 4.6), die darauf schließen lassen, dass diese Gemeinden in nicht unerheblichem Umfang auch Versorgungsfunktionen für ihr jeweiliges Umland wahrnehmen, die über ihren grundzentralen Versorgungauftrag hinausgehen.

7 Fazit / Schlussfolgerungen

Beurteilung nach LROP

Für die abschließende Beurteilung des geplanten Verbrauchermarktes am Groweg in Diepholz soll eine Bewertung des Projektes nach den Bestimmungen des Landesraumordnungsplanes Niedersachsen erfolgen. Diesbezüglich ist aktuell (Stand 07.03.2018) die "*Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP-VO) in der Fassung vom 26. September 2017*" verfügbar.

Maßgeblich sind die Ziele und Grundsätze unter *2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels*.

Kongruenzgebot

Zunächst zu prüfen ist das Kongruenzgebot mit den folgenden relevanten Regelungen des LROP:

2.3; 03 2 In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).

2.2; 03 8 Der grundzentrale Verflechtungsbereich eines Zentralen Ortes ist das jeweilige Gemeinde- oder das Samtgemeindegebiet.

2.3; 03 5 Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabensumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.

- **Periodischer Bedarfsbereich mit Kongruenzgebot vereinbar**

Gemäß Kaufkraftstrom-Modellrechnung (Übersicht 11, Seite 26) beläuft sich der zu erwartende Umsatz im periodischen Bedarf, der nicht aus Diepholz (Zonen I und II des Einzugsgebietes = grundzentraler Verflechtungsbereich gemäß LROP Entwurf 2016) rekrutiert wird, auf 2,82. € p.a. (Umsatzerwartung aus Zone III und Potenzialreserve). Der relevante Umsatzanteil des periodischen Bedarfs außerhalb von Diepholz liegt, bezogen auf den Gesamtumsatz im periodischen Bedarf von 10,4 Mio. € bei 27,1 % und ist damit mit dem Kongruenzgebot vereinbar, zumal die Umverteilungsquoten in den umliegenden Gemeinden keine Beeinträchtigungen erwarten lassen.

- **Aperiodischer Bedarfsbereich mit Kongruenzgebot vereinbar**

Im aperiodischen Bedarfsbereich erübrigt sich eine detaillierte Betrachtung in Hinblick auf den (noch nicht abgegrenzten) mittelzentralen Kongruenzraum, da das aperiodische Angebot des Vorhabens angesichts der sehr limitierten Größenordnung keine eigenständige Anziehungskraft entfalten kann und gemäß der vorstehend genannten Marktanteilsberechnung lediglich ein Umsatzanteil von rd. 23 % außerhalb von Diepholz generiert wird. Da somit schon bei Ansatz des grundzentralen Kongruenzraumes der Schwellenwert des Kongruenzgebotes von 30 % unterschritten wird, kann eindeutig ausgeschlossen werden, dass der weiträumiger abzugrenzende mittelzentrale Kongruenzraum im Sinne des Kongruenzgebotes überschritten wird.

2.3; 05 1 Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). 2 Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.

Integrationsgebot…

Der Mikro-Standort schließt unmittelbar an den Innenstadtbereich (zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt) an, übernimmt mit dem geplanten Verbrauchermarkt eine Versorgungsfunktion für umliegende Wohngebiete und ist über den Bahnhof und ZOB gut in das öffentliche Verkehrsnetz eingebunden.
Nach unserer Auffassung ist damit das Integrationsgebot erfüllt.

Allerdings ist das Integrationsgebot für das Vorhaben nicht relevant, da es nach der folgenden Regelung zu beurteilen ist:

…nicht relevant, da Vorhaben nach Ausnahmeregelung des LROP realisiert werden soll

2.3; 05 3 Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.

Das Sortimentskonzept des Vorhabens gemäß Kapitel 6.1 entspricht der Regelung in Satz 3 und sieht einen Verkaufsflächenanteil von weniger als 10 % für aperiodische (Rand-)Sortimente vor.
Weitere Einzelhandelsangebote, wie die ursprünglich geplanten Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, sind nicht mehr vorgesehen, um den Anforderungen der Ausnahmeregelung zu entsprechen.

Der Mikro-Standort liegt unmittelbar am Rand des Diepholzer Innenstadtbereiches, grenzt an den von GfK abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum/Innenstadt an und steht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung im unmittelbaren östlichen Umfeld, die zukünftig noch erweitert werden soll, sowie den Wohnnutzungen westlich der Bahntrasse, die vom Vorhabenstandort fußläufig und mit dem Rad problemlos erreichbar sind und daher auch in das Kerneinzugsgebiet des Vorhabens einbezogen sind.

Prüfung von Alternativstandorten

Hinsichtlich möglicher Alternativstandorte in städtebaulich integrierten Lagen sind diese bereits in einer frühen Planungsphase, vor der Entscheidung für den Standort am Groweg geprüft worden.

Generell stehen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum/Innenstadt keine ungenutzten Flächen zur Verfügung, die groß genug sind, das Vorhaben einschließlich der benötigten Stellplätze aufzunehmen und die erforderliche verkehrliche Erreichbarkeit gewährleisten. Dennoch wurden die Standorte Marktplatz/Auf dem Esch und Lappenberg geprüft.

Der Marktplatz schied nach eingehender Prüfung aus, da die Stadt Diepholz mit dessen teilweisen Umnutzung die Funktions- und Nutzungsfähigkeit des einzigen großen Festplatzes in der Diepholzer Innenstadt stark eingeschränkt hätte.
Das aktuell vom Rest- und Sonderpostenmarkt Zimmermann belegte Areal am Lappenberg erwies sich als zu klein für den Flächenbedarf von Famila. Zudem stellen sich die Grundstücksverhältnisse in Bezug auf die Eigentümerstruktur als problematisch dar. Hieran scheiterte kürzlich auch das Anliegen von Lidl, die bestehende Filiale von der Carl-Schwarze-Straße an den Lappenberg zu verlegen, obwohl der Flächenbedarf von Lidl erheblich unter dem von Famila liegt.

Keine alternativen Standorte für das Vorhaben in städtebaulich integrierten Lagen

2.3; 08 Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).

Beeinträchtigungsverbot

Die stärksten Umverteilungen sind in Diepholz selbst zu erwarten. Hier sind im periodischen Bedarfsbereich zwar nennenswerte wettbewerbliche Auswirkungen zu erwarten, die jedoch im Sinne des LROP weder die Funktionsfähigkeit der Diepholzer Innenstadt als maßgeblicher Versorgungskern des Mittelzentrums, noch die verbrauchernahe Versorgung gefährden. Dieses auch vor dem Hintergrund, dass das Vorhaben als Innenstadterweiterung/-ergänzung vorgesehen und damit perspektivisch dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen ist und diesen mit einem hoch qualifizierten Angebot noch stärkt.

Die aperiodischen Randsortimente spielen mit 320 m² Verkaufsfläche und einem Flächenanteil von maximal 10 % der gesamten Verkaufsfläche nur eine nachrangige Bedeutung. Die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungseffekte sind sehr gering und für die meisten Warengruppen nicht nachweisbar. Negative Wirkungen können daher ausgeschlossen werden

- **Keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche**

Die von der Stadt angestrebte, und vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen nach unserer Auffassung auch notwendige Weiterentwicklung des Haupteinkaufsbereiches der Diepholzer Innenstadt wird daher mit den Randsortimenten des Vorhabens nicht gefährdet.

Mit Blick auf den Diepholzer Einzelhandel wird somit dem Beeinträchtigungsverbot entsprochen.

Dem Beeinträchtigungsverbot wird in Diepholz entsprochen

Die regionalen Umverteilungen bewegen sich in einem niedrigen Rahmen; insbesondere in den aperiodischen Sortimenten liegen die Umverteilungseffekte ausnahmslos auf einem Niveau unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle.
Daher können vom Vorhaben ausgelöste Beeinträchtigungen der Versorgungssituation in den betrachteten Gemeinden ausgeschlossen werden.

Das gilt auch und insbesondere für die Gemeinde Rehden, die mit einer Umverteilungsquote von 4,6 % im periodischen Bedarfsbereich die höchste - indes noch als moderat zu bewertende - Umverteilungsquote unter den Umlandgemeinden aufweist. Nach unserer Auffassung verfügt der Standort Rehden selbst mit Realisierung des Famila Verbrauchermarktes über das Potenzial für eine stärke Profilierung als Versorgungsstandort im periodischen Bedarfsbereich.

Dem Beeinträchtigungsverbot wird bezüglich der regionalen Wettbewerbsstandorte entsprochen

Gesamtfazit

Aufgrund der dargestellten Ergebnisse der ökonomischen Auswirkungsanalyse kann dem geplanten Verbrauchermarkt attestiert werden, dass mit seiner Realisierung keine schädlichen Auswirkungen bzw. keine nennenswerten Beeinträchtigungen der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Die Anforderungen des LROP werden nach unserer Analyse durch das Vorhaben, mit dem die Ausnahmeregelung des Landesraumordnungsprogramms (LROP) in Abschnitt 2.3 Ziffer 05 Satz 3 Anwendung finden soll, erfüllt.

Demzufolge spricht aus unserer Sicht nichts gegen die Etablierung des Verbrauchermarktes am Groweg in Diepholz.

Dieser Bericht wurde für Sie erstellt von:

GfK GeoMarketing GmbH
www.gfk-geomarketing.com

Standort Hamburg
Herrengraben 3-5
D-20459 Hamburg

Udo Radtke
T + 49 40 5701 325 45
F + 49 40 5701 325 99
udo.radtke@gfk.com

Dieser Bericht ist registriert unter der
Projekt-Nummer 1203 4679 (2018).

Datenstand der vorliegenden Ausarbeitung: 2015, teilaktualisiert 2018

Urheberrechtshinweis:
Die im Rahmen der Untersuchung erstellten Gutachten, Berichte und sonstigen Unterlagen sind urheberrechtlich geschützt. Weitergabe, Vervielfältigung und Vertrieb (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers. Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars Eigentum der GfK GeoMarketing GmbH.