



Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2019



Projektleiter: Dipl.-Geogr. Martin Kremming

Bearbeitung: M. A. Simon Huhndorf

Hannover, 12. Februar 2019

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

CIMA Beratung + Management GmbH
Berliner Allee 12 30175 Hannover
T 0511-220079-65
F 0511-220079-99
cima.hannover@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung+ Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung+ Management GmbH.

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung+ Management GmbH in Hannover.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung	7	4 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden	31
2 Allgemeines	9	4.1 Einzelhandelsstrukturen in Neuenkirchen-Vörden	31
2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen	9	4.2 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden	33
2.1.1 Lage im Raum, verkehrliche Einbindung	9	4.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in Neuenkirchen-Vörden	35
2.1.2 Siedlungsstruktur, Gemeindegliederung Neuenkirchen-Vörden	10	5 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden	39
2.1.3 Bevölkerungsentwicklung und -prognose	11	5.1 Allgemeines zur Nahversorgung	39
2.1.4 Beschäftigung und Pendlersituation	13	5.2 Nahversorgungssituation insgesamt	40
2.1.5 Tourismus	13	5.3 Übersicht Nahversorgungssituation nach Ortsteilen	41
2.1.6 Kaufkraftsituation	15	5.4 Standorte und Situation der Lebensmittelmärkte	42
2.1.7 Fazit siedlungsstrukturelle und sozioökonomische Rahmenbedingungen	15	5.5 Fazit zur Nahversorgung	45
2.1.8 Zentralörtliche Funktion	16	6 Zentrenkonzept für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden	46
2.2 Trends im Einzelhandel	17	6.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche	46
2.2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel	17	6.2 Zentraler Versorgungsbereich in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden und sonstige Standortkategorien	48
2.2.2 Veränderte Kundenansprüche	18	6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Neuenkirchen (Hauptzentrum)	48
2.2.3 Entwicklung der Betriebsformen	22	6.2.2 Zentrenstruktur im Ortsteil Vörden	51
2.2.4 Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	24	7 Ableitung der Sortimentsliste Neuenkirchen-Vörden	55
2.3 Änderungen aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2017)	25	7.1 Vorbemerkung	55
2.4 Darstellung und Berücksichtigung aktueller Rechtsprechungen	26	7.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	55
3 Marktgebiet und Nachfragepotenziale	28		
3.1 Marktgebiet Neuenkirchen-Vörden.....	28		
3.2 Marktpotenzial Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	28		

7.3	Zur Ableitung der Sortimentsliste der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden	58
8	Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden und Umsetzung des Konzeptes.....	65
8.1	Vorbemerkung	65
8.2	Übergeordnete Zielsetzungen sowie Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung, Ansiedlungsmatrix	65
8.3	Baurechtliche und stadtplanerische Aspekte für die Implementierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes Neuenkirchen-Vörden	68
9	Anhang	70
9.1	Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials.....	70
9.2	Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	70
9.3	Abgrenzung von Betriebstypen.....	72
9.4	Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung	73
9.5	Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.....	76

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Neuenkirchen-Vörden – Lage im Raum.....	9	Abb. 21:	Nachfragepotenziale nach Ortsteilen in %.....	30
Abb. 2:	Neuenkirchen-Vörden – Einwohner nach Ortsteilen.....	10	Abb. 22:	Nachfragepotenziale nach Ortsteilen in Mio. € p.a.....	30
Abb. 3:	Neuenkirchen-Vörden – Gemeindegliederung.....	11	Abb. 23:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Neuenkirchen-Vörden.....	31
Abb. 4:	Einwohnerentwicklung Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2013 bis 2018.....	11	Abb. 24:	Anzahl Betriebe, Einwohner, Verkaufsfläche je Einwohner in Neuenkirchen-Vörden.....	33
Abb. 5:	Einwohnerentwicklung Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2013 bis 2018 im Vergleich.....	12	Abb. 25:	Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	34
Abb. 6:	Bevölkerungsprognose Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2016 bis 2036.....	12	Abb. 26:	Ranking: Handelszentralität in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	35
Abb. 7:	biregio-Bevölkerungsprognose Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2016 bis 2035 im Vergleich.....	12	Abb. 27:	Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels Neuenkirchen-Vörden.....	36
Abb. 8:	Entwicklung sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (jeweils zum 30.06.) am Arbeitsort Neuenkirchen-Vörden.....	13	Abb. 28:	Kaufkraftzuflüsse der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	36
Abb. 9:	Entwicklung Ein- und Auspendler, Pendlersaldo.....	13	Abb. 29:	Kaufkraftabflüsse der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	37
Abb. 10:	Entwicklung Übernachtungen 2013 bis 2017.....	14	Abb. 30:	Datenblatt Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	38
Abb. 11:	Entwicklung Übernachtungen bis 2017 ggn. 2013 im Vergleich.....	14	Abb. 31:	Einzelhandel in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	38
Abb. 12:	Übernachtungen pro Einwohner im Vergleich.....	15	Abb. 32:	Discounterquote der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden im Vergleich.....	41
Abb. 13:	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2013 bis 2017 im Vergleich.....	15	Abb. 33:	Periodischer Bedarf - Verkaufsflächendichte nach Ortsteilen.....	41
Abb. 14:	Großräumige Lage, zentralörtliche Einbindung.....	16	Abb. 34:	Periodischer Bedarf - Einzelhandelszentralität nach Ortsteilen.....	41
Abb. 15:	Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels in Mrd. €.....	18	Abb. 35:	Standorte Lebensmittelmärkte (>400 qm), Nahversorgungsabdeckung Neuenkirchen.....	42
Abb. 16:	Einrichtung „Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter „REWE to go“.....	19	Abb. 36:	Standort Lebensmittelmarkt (>400 qm), Nahversorgungsabdeckung Vörden.....	43
Abb. 17:	Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2017 (nominal in %).....	23	Abb. 37:	Lidl (oben) und Getränkehaus (unten), Hakenstr. 2.....	43
Abb. 18:	Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten (Bsp.: LIDL Leverkusen-Hitdorf).....	25	Abb. 38:	K+K, Bergstr. 2a.....	44
Abb. 19:	Marktgebiet der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.....	28	Abb. 39:	Aldi, Holdorfer Str. 11.....	44
Abb. 20:	Nachfragepotenzial in Mio. € p.a. im Marktgebiet der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2018 und 2036*.....	29	Abb. 40:	Combi, Osnabrücker Str. 1.....	45

Abb. 41: Lage des zentralen Versorgungsbereiches in Neuenkirchen-Vörden	48	Abb. 47: Potentieller herausgehobener Nahversorgungsstandort Vörden - Ergebnisübersicht	54
Abb. 42: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Neuenkirchen...49		Abb. 48: Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene: Sortimente des periodischen Bedarfs.....	58
Abb. 43: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Neuenkirchen-Vörden	50	Abb. 49: Aperiodischer Bedarf - Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene	60
Abb. 44: Anteil der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Neuenkirchen-Vörden	50	Abb. 50: Sortimentsliste Neuenkirchen-Vörden	64
Abb. 45: Einzelhandelsstruktur im Ortsteil Vörden	51	Abb. 51: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen (Ansiedlungsmatrix)	67
Abb. 46: Standort mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung und sein zu versorgender Bereich innerhalb der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden (Vorschlag)	52	Abb. 52: cima Warengruppen	71
		Abb. 53: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche	75

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag und Zielsetzung

- Die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden mit gut 8.600 Einwohnern ist Verwaltungssitz und soll als Grundzentrum¹ die Versorgung für die Bewohner sicherstellen. Während in Neuenkirchen die Versorgungslage mit Nahversorgern gut ausgefüllt ist, gibt es Defizite in Vörden, obwohl dort ungefähr ein Drittel der Einwohner leben. Die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden beabsichtigt dieses Konzept zu nutzen, um einen Orientierungsleitfaden und ein Handlungsprogramm für die zünftige Entwicklung des Einzelhandels zu erhalten und mit diesem die anstehenden Bauleitplanverfahren zu bestreiten.
- Zum Teil sollen die bestehenden Nahversorger, die in Mischgebieten liegen, aktuelles Planungsrecht bekommen (Sondergebiet großflächiger Einzelhandel). Auch für diesen Zweck wird ein Einzelhandelsentwicklungskonzept benötigt.
- Darüber hinaus sollen mit dem Konzept Grundlagen für die strategische Steuerung des Einzelhandels auf Basis der aktuellen rechtlichen, regionalen und landesplanerischen Rahmenbedingungen geschaffen werden.
- Mit dem Ziel der Optimierung der Versorgungssituation, der Komplettierung des Angebotsmix und der qualitativen Entwicklung des Bestandes sind wesentliche Bestandteile des Einzelhandelskonzeptes die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden und die Ableitung der Neuenkirchener-Vördener Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

Auftraggeber

- Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

Zeitraum

- Juni 2018 bis Januar 2019

Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden und Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Gemeinde.
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse.
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.
- Ableitung der Neuenkirchen-Vördener Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung².
- Aufzeigen branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig an Neuenkirchen-Vörden zu binden.

¹ Neuenkirchen-Vörden ist auf Grundlage der Neuaufstellung des RROP des Landkreises Vechta derzeit offiziell nicht als Grundzentrum ausgewiesen, dennoch übernimmt die Gemeinde faktisch diese raumordnerische Stellung (vgl. Abschnitt 2.1.8.).

² Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Teil der zentrenrelevanten Sortimente bzw. eine Untergruppe.

Vorbemerkung zur Methodik

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im August 2018.
- Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weiterer Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden beziehen sich auf das Jahr 2018.

2 Allgemeines

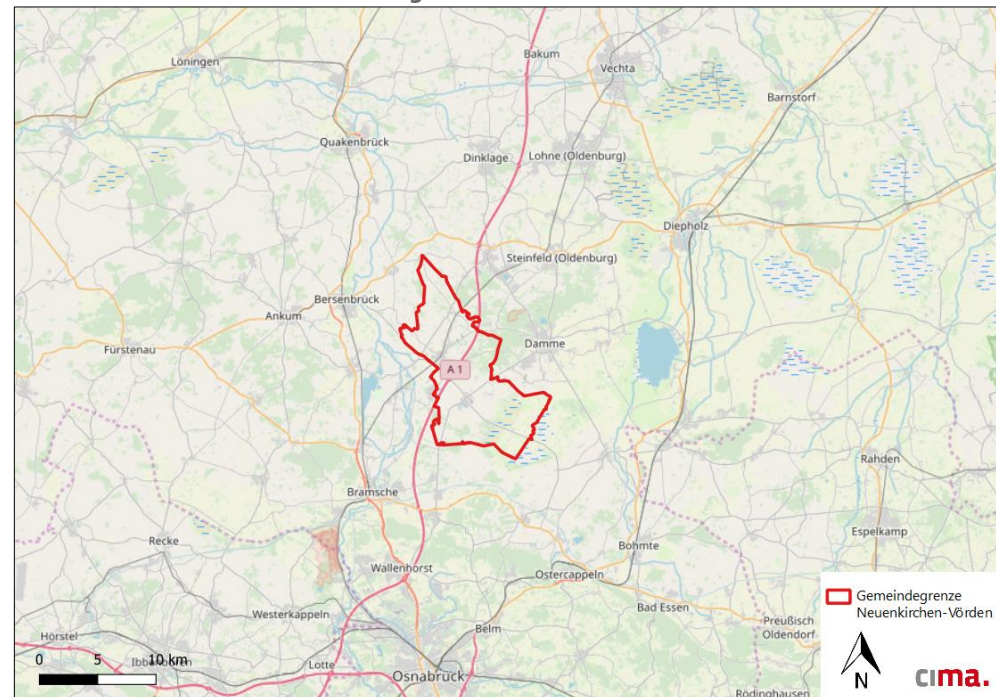
2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen

2.1.1 Lage im Raum, verkehrliche Einbindung

Lage im Raum, verkehrliche Einbindung Motorisierter Individualverkehr (MIV)

Wie die Abbildung 1 aufzeigt, liegt das Gebiet der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden rund 30 km nördlich von Osnabrück. Es handelt sich um eine Lage im ländlichen, siedlungsstrukturell gering verdichteten Raum. Das Gemeindegebiet erstreckt sich auf eine Gesamtfläche von rd. 91 km². Die Autobahn 1 durchläuft das Gemeindegebiet in nordsüdlicher Richtung und teilt die Gemeinde praktisch in zwei Teile. Der A1 kommt zugleich die größte Bedeutung für die überörtliche MIV-Verkehrsanbindung in Richtung Bremen/Osnabrück zu, da Neuenkirchen-Vörden eine eigene BAB-Anschlussstelle (Ausfahrt 67) besitzt. Darüber hinaus ist die Gemeinde über mehrere Landesstraßen an das überregionale Straßennetz angebunden. Zudem sind die Bundesstraßen B51, B68, B214 und B218 jeweils nur wenige Kilometer vom Gemeindegebiet entfernt und sichern somit eine gute verkehrliche Einbindung.

Abb. 1: Neuenkirchen-Vörden – Lage im Raum



Bearbeitung: cima 2018; Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)

Neuenkirchen-Vörden verfügt mit dem Bahnhof im Ortsteil Neuenkirchen über eine Anbindung an die Regionalbahnlinie 58 Bremen Hbf – Osnabrück Hbf. Der Zug verkehrt je Richtung einmal pro Stunde.

Daneben stellen mehrere Überlandbuslinien eine Verbindung zwischen den Kernorten Neuenkirchen und Vörden sowie den weiteren Ortsteilen bzw. dem überregionalen Umland dar.

Insgesamt liegt vor allem durch die Anbindung an den Bahnverkehr eine verhältnismäßig gute ÖPNV-Einbindung vor.

2.1.2 Siedlungsstruktur, Gemeindegliederung Neuenkirchen-Vörden

Die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden mit ihren insgesamt 8.651 Einwohnern (EW) zum 10.07.2018 (Gemeinde Neuenkirchen-Vörden) gliedert sich in neun Ortsteile (Neuenkirchen, Bieste, Nellinghof, Grapperhausen, Wenstrup, Vörden, Hinnenkamp, Campemoor, Hörsten). Der Einwohner-schwerpunkt liegt dabei klar in den beiden Kernorten Neuenkirchen (3.147 EW) und Vörden (2.842 EW), in denen zusammen rund 69 % der Einwohner leben. Die nächstgrößeren Ortsteile sind Grapperhausen (925 EW) und Hörsten (557 EW). Die übrigen Ortsteile verfügen jeweils über einen Einwohneranteil von nicht mehr als fünf Prozent der Gesamtbevölkerung der Gemeinde (vgl. Abb. 2).

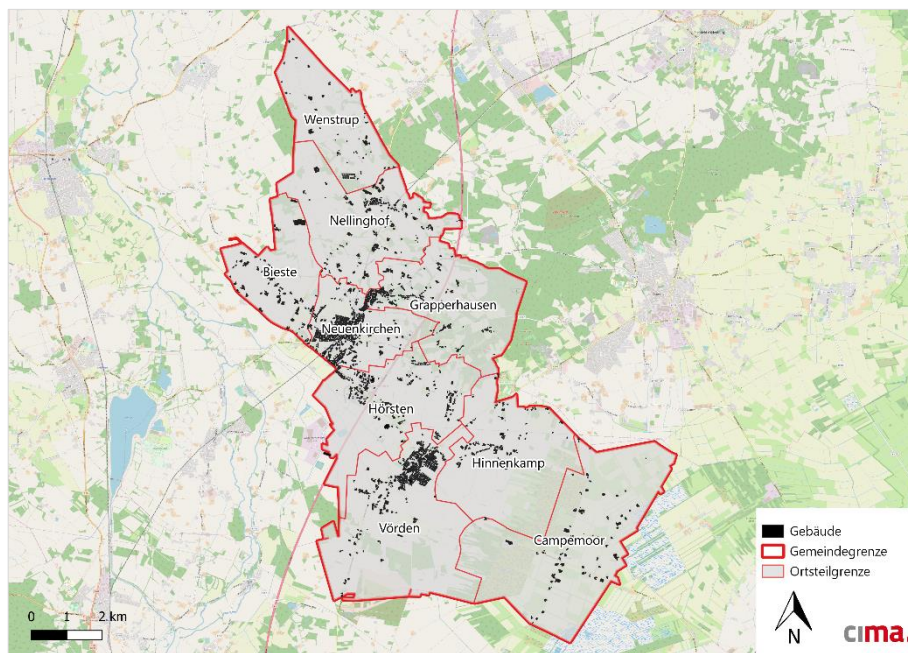
Abb. 2: Neuenkirchen-Vörden – Einwohner nach Ortsteilen

Ortsteil von Neuenkirchen-Vörden	Einwohner (absolut, 10.07.2018)	Einwohner in %
Neuenkirchen	3.147	36
Grapperhausen	925	11
Nellinghof	473	5
Wenstrup	115	1
Bieste	160	2
Vörden	2.842	33
Campemoor	218	3
Hörsten	557	6
Hinnenkamp	214	2
Gesamt	8.651	100

Bearbeitung: cima 2018; Quelle: Einwohnerdaten der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden; Stand: 10.07.2018

Die Teilung der Kernorte wird durch den Verlauf der Autobahnbahn verstärkt, wengleich eine Verbindungsstraße zwischen Neuenkirchen und Vörden besteht. Insgesamt ist die Gemeinde durch ländliche Strukturen geprägt. Besonders sind die sonstigen Randgebiete, v.a. im südlichen Gemeindegebiet relativ schwach besiedelt.

Abb. 3: Neuenkirchen-Vörden – Gemeindegliederung



Bearbeitung: cima 2018; Kartenbasis: Gemeinde Neuenkirchen-Vörden (teilw. digitalisiert), OpenStreetMap-Mitwirkende

2.1.3 Bevölkerungsentwicklung und -prognose

Bevölkerungsentwicklung

Insgesamt leben derzeit über 8.600 Menschen in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden. Die Abbildung 4 zeigt auf, dass sich die Einwohnerentwicklung im Zeitraum 2013 bis 2018 durchweg positiv entwickelte. Auf Grundlage der zwischenzeitlichen marginalen Veränderung (zwischen den Jahren 2016 und 2017: +0,04%) gab es hinsichtlich des Einwohnerwachstums eine kurze Phase der Stagnation.

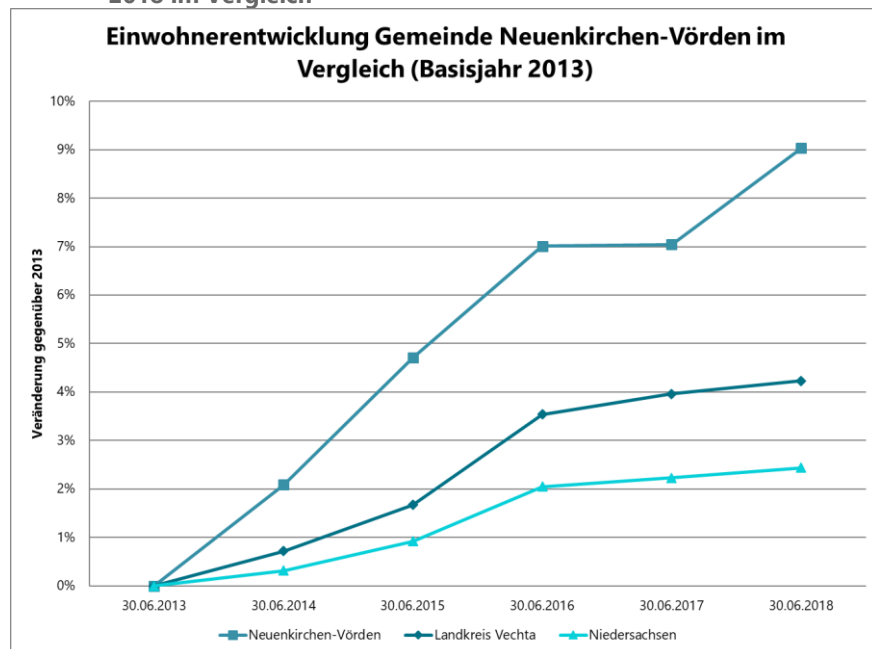
Abb. 4: Einwohnerentwicklung Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2013 bis 2018

Einwohnerentwicklung Gemeinde Neuenkirchen-Vörden ab 2013	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2015	30.06.2016	30.06.2017	30.06.2018
Absolut	7.904	8.069	8.276	8.458	8.461	8.618
Veränderung gegenüber 2013	0,00%	2,09%	4,71%	7,01%	7,05%	9,03%

Bearbeitung: cima 2018; Quelle: LSN

Wie die Abbildung 5 aufzeigt, schneidet die Einwohnerentwicklung in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden im Zeitraum 2013 bis 2018 im Vergleich zum Land Niedersachsen sowie in Relation zum Landkreis Vechta deutlich positiver ab. Zwar sind auch auf Ebene des Landkreises bzw. des Bundeslandes Einwohnerzunahmen in den letzten Jahren zu beobachten, allerdings liegen diese im unteren einstelligen Prozentbereich.

Abb. 5: Einwohnerentwicklung Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2013 bis 2018 im Vergleich



Quelle: LSN; Bearbeitung: cima 2018

Bevölkerungsprognose

Die von der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden an die cima übergebende biregio-Bevölkerungsprognose (vgl. Abb. 6) weist für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden im Zeitraum 2016 bis 2026 ein Bevölkerungswachstum um rd. 24 %, bis 2036 sogar um rd. 37 % aus. Es ist somit auch in Zukunft von einer anhaltenden, deutlich positiven Bevölkerungsentwicklung in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden auszugehen.

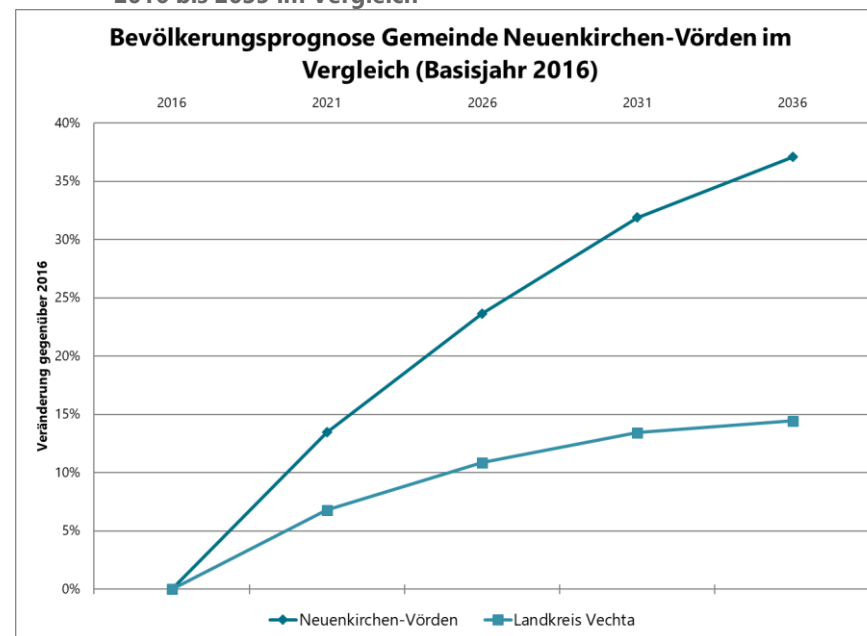
Abb. 6: Bevölkerungsprognose Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2016 bis 2036

Bevölkerungsprognose Gemeinde Neuenkirchen-Vörden ab 2016	2016	2021	2026	2031	2036
Absolut	8.433	9.569	10.427	11.122	11.562
Veränderung gegenüber 2016	0%	13,47%	23,65%	31,89%	37,10%

Quelle: biregio Bevölkerungsprognose 2018

Im Vergleich stellt sich die Neuenkirchen-Vördener Situation wie in der Abbildung 7 dargestellt dar.

Abb. 7: biregio-Bevölkerungsprognose Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2016 bis 2035 im Vergleich



Quelle: biregio Bevölkerungsprognose 2018

Im Vergleich zum Landkreis Vechta, für das im genannten Zeitraum 2016 bis 2036 ein Bevölkerungswachstum um rund 15 % prognostiziert wird, stellt sich die Prognose für Neuenkirchen-Vörden deutlich positiver dar. Das Land Niedersachsen wurde in dieser Prognose nicht berücksichtigt.

2.1.4 Beschäftigung und Pendlersituation

Im Zeitraum 2013 bis 2017 (jeweils zum 30.6.) sank die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Neuenkirchen-Vörden um rund 4,2 % von 2.855 auf 2.736 (vgl. Abb. 8). Nach einem ursprünglichen Anstieg zwischen den Jahren 2013 und 2014 nahm die Beschäftigung in der Gemeinde langsam geringfügig ab, befand sich aber im Vergleich zum Basisjahr 2013 weiterhin im positiven Bereich. Ein Einschnitt war hingegen im Jahr 2017 auszumachen, bei dem es zu einem Rückgang der Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten kam. Bei Betrachtung dieser Entwicklung muss beachtet werden, dass sich hier „Einzeleffekte“ statistisch stärker auswirken als in großen Wirtschaftsräumen.

Abb. 8: Entwicklung sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (jeweils zum 30.06.) am Arbeitsort Neuenkirchen-Vörden

Entwicklung SVP-Beschäftigte am Arbeitsort ab 2013	2013	2014	2015	2016	2017
Absolut	2.855	2.986	2.982	2.942	2.736
Veränderung gegenüber 2013	0,0%	4,6%	4,4%	3,0%	-4,2%

Bearbeitung: cima 2018; Quelle: Agentur für Arbeit; LSN

Pendlersituation (sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)

Im Zeitraum 2013 bis 2017 (jeweils zum 30.6.) zeichnet sich Neuenkirchen-Vörden durchgehend durch einen zunehmenden, negativen Pendlersaldo (Einpendler – Auspendler = Pendlersaldo) aus vgl. (Abb. 9). Dies trifft tendenziell auch auf Niedersachsen zu. Der Landkreis Vechta hingegen verzeichnet über den betrachteten Zeitraum ein durchweg positives Pendler-saldo.

Hinsichtlich des Einzelhandels steht ein negativer Pendlersaldo saldiert für Kaufkraftabflüsse. Grundsätzlich ist ein Pendlersaldo, wie er in Neuenkirchen-Vörden vorzufinden ist, als normal für ein Grundzentrum anzusehen. Dennoch ergeben sich für die Gemeinde zwei Besonderheiten: Erstens ist die Höhe des für den 30.06.2017 berechneten Pendlersaldo (-968) absolut betrachtet relativ gering. Zweitens sollte auch die besondere geographische Lage der Gemeinde berücksichtigt werden, die zu einem hohen Durchgangsverkehr v.a. im Ortsteil Vörden führt. Hierdurch kann der Einzelhandel wiederum grundsätzlich profitieren.

Abb. 9: Entwicklung Ein- und Auspendler, Pendlersaldo

Einpendler	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2015	30.06.2016	30.06.2017
Neuenkirchen-Vörden	1.841	1.970	1.972	1.942	1.812
Landkreis Vechta	37.817	39.179	41.247	42.823	43.622
Niedersachsen	1.600.500	1.638.857	1.681.364	1.723.068	1.763.853
Auspendler	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2015	30.06.2016	30.06.2017
Neuenkirchen-Vörden	2.248	2.376	2.477	2.582	2.780
Landkreis Vechta	31.046	32.274	33.447	34.467	35.747
Niedersachsen	1.723.979	1.762.794	1.808.044	1.852.569	1.895.798
Pendlersaldo	30.06.2013	30.06.2014	30.06.2015	30.06.2016	30.06.2017
Neuenkirchen-Vörden	-407	-406	-505	-640	-968
Landkreis Vechta	6.771	6.905	7.800	8.356	7.875
Niedersachsen	-123.479	-123.937	-126.680	-129.501	-131.945

Bearbeitung: cima 2018; Quelle: Agentur für Arbeit, LSN

2.1.5 Tourismus

Neuenkirchen-Vörden verfügt mit seiner Lage zwischen Alfsee und Dümmer über touristisches Potenzial. Vor allem in den Sommermonaten kann hierdurch auch grundsätzlich der Einzelhandel (v.a. die Lebensmittel-märkte) der Gemeinde profitieren.

Die Entwicklung der Übernachtungszahlen³ (vgl. Abb. 10) stellt sich für Neuenkirchen-Vörden im Betrachtungszeitraum 2013 bis 2017 inhomogen, aber dennoch einigermaßen stabil dar, wobei zuletzt wieder die Übernachtungszahl des Jahres 2013 übertroffen werden konnten. Im Jahr 2017 sind insgesamt über 60.000 Übernachtungen verzeichnet worden.

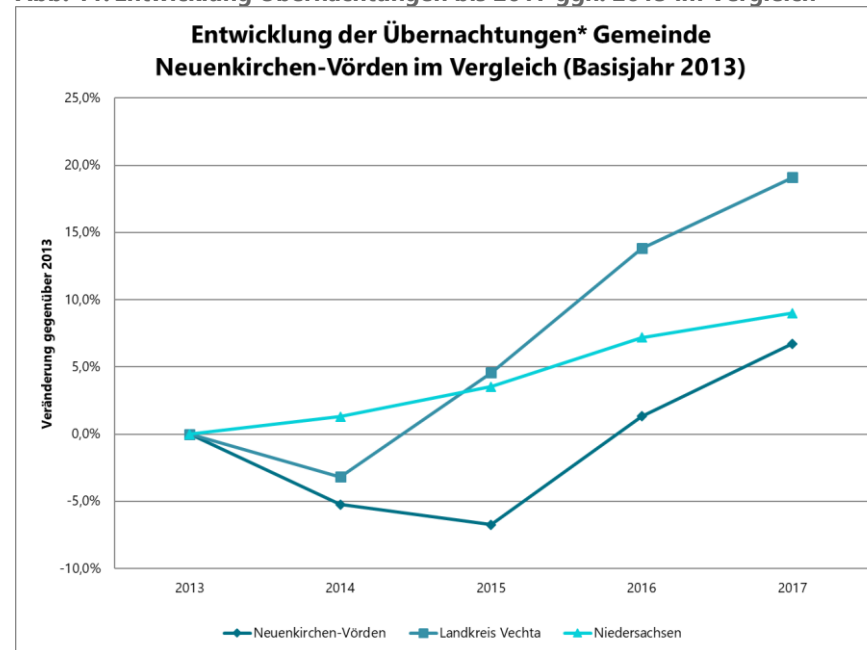
Abb. 10: Entwicklung Übernachtungen 2013 bis 2017

Entwicklung der Übernachtungen* 2013 bis 2017 (absolut, Veränderung ggn. 2013)				
2013	2014	2015	2016	2017
57.001	54.019	53.162	57.759	60.838
0,0%	-5,2%	-6,7%	1,3%	6,7%

Quelle: LSN; Bearbeitung: cima 2018; *Bezug: geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen

Im gewählten Vergleich (vgl. Abb. 11) zeigt sich, dass sich die Neuenkirchen-Vördener Entwicklung bei den Übernachtungszahlen etwas ungünstiger als die Entwicklung in Niedersachsen präsentiert, die durch einen noch stärker positiven Trend gekennzeichnet ist. Auch in Relation zu der überaus positiv verlaufenden Entwicklung im Landkreis Vechta schneidet Neuenkirchen-Vörden Bezug auf das letzte betrachtete Jahr weniger günstig ab.

Abb. 11: Entwicklung Übernachtungen bis 2017 ggn. 2013 im Vergleich



Quelle: LSN; Bearbeitung: cima 2018; * Bezug: geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen

Zur Beurteilung der Stärke einer Tourismusdestination dient u.a. der Indikator Anzahl der Übernachtungen je Einwohner vor Ort (vgl. Abb. 12).

Hier zeigt sich, dass die Anzahl der Übernachtungen pro Einwohner in Neuenkirchen-Vörden oberhalb der des Landes Niedersachsen sowie deutlich oberhalb des Wertes für den Landkreis Vechta angesiedelt ist. Daher kann man Neuenkirchen-Vörden zumindest auf regionaler Ebene als Tourismusziel bezeichnen. Darüber hinaus fällt die vergleichsweise hohe durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Touristen auf (vgl. Abb. 13). Im Jahr 2017

³ Geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen.

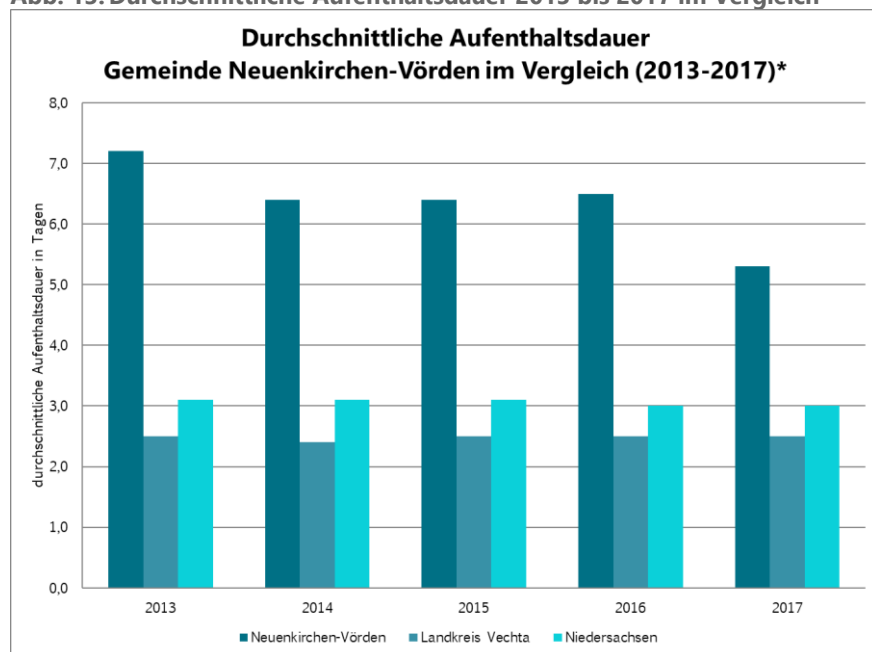
lag diese bei 5,3 Tagen (Landkreis Vechta: 2,5 Tage; Niedersachsen: 3,0 Tage).

Abb. 12: Übernachtungen pro Einwohner im Vergleich

Übernachtungen pro Einwohner	2013	2014	2015	2016	2017
Neuenkirchen-Vörden	7,2	6,7	6,4	6,8	7,2
Landkreis Vechta	2,2	2,1	2,3	2,4	2,5
Niedersachsen	5,1	5,2	5,3	5,4	5,5

Quelle: LSN; Bearbeitung: cima 2018; Bezug: geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen

Abb. 13: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2013 bis 2017 im Vergleich



Quelle: LSN; Bearbeitung: cima 2018; *Bezug: geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen

Daten zum Tagestourismus in Neuenkirchen-Vörden lagen der cima nicht vor.

2.1.6 Kaufkraftsituation

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft leitet sich aus der allgemeinen Kaufkraft (= verfügbares Einkommen der Bevölkerung einer Region) ab und ist der Anteil der Kaufkraft, welcher für Ausgaben im Einzelhandel der Bevölkerung einer Region zur Verfügung steht. Die Einkäufe werden am Wohnort der Konsumenten erfasst.

Aktuell zeichnet sich die Neuenkirchen-Vördener Bevölkerung mit einer Kaufkraftkennziffer von rd. 90 % durch ein im Bundesdurchschnitt (= 100 %) deutlich unterdurchschnittliches Pro-Kopf-Nachfrageniveau im Einzelhandel aus. Dabei rangiert die Neuenkirchen-Vördener Kaufkraftkennziffer auch unter dem Wert von rund 99 % für den Landkreis Vechta insgesamt bzw. dem nahezu selben Wert für das Bundesland Niedersachsen.

2.1.7 Fazit siedlungsstrukturelle und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die größtenteils ländliche geprägte Gemeinde Neuenkirchen-Vörden zeichnet sich durch die beiden Ortskerne Vörden und Neuenkirchen aus, wobei der letztgenannte eine höhere Einwohnerzahl vorweisen kann und insgesamt eine stärkere Versorgungsaufgabe übernimmt.

Die Gemeinde ist durch die Anbindung an das Autobahnnetz besonders gut über den motorisierten Individualverkehr zu erreichen. Zudem besteht ein Zughaltestpunkt im Ortsteil Neuenkirchen.

Zusätzlich zur positiven Einwohnerentwicklung ist laut Prognose von biregio langfristig mit einem weiteren Anstieg der Bevölkerungszahl im Gemeindegebiet zu rechnen, wodurch zukünftig das Erhalten von Geschäften im Einzelhandel tendenziell erleichtert werden könnte.

Eher ungünstig ist hingegen das in Neuenkirchen-Vörden vorherrschende negative Pendlersaldo, da dieses tendenziell zu einem Abfluss von Kaufkraft in andere Regionen führt. Zusätzlich besteht eine unvorteilhafte im Bundesvergleich unterdurchschnittliche Kaufkraft.

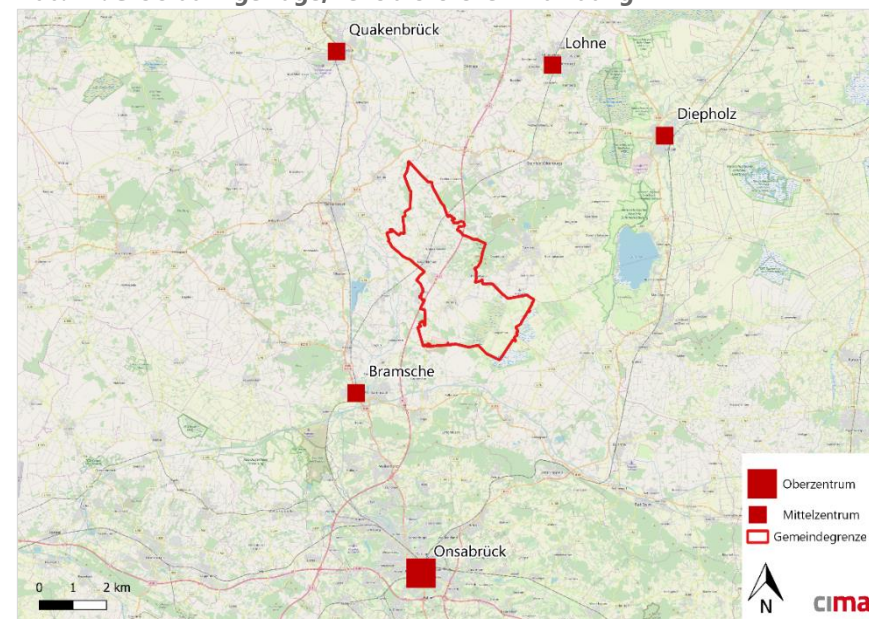
2.1.8 Zentralörtliche Funktion

Laut dem niedersächsischen Landesraumordnungsprogramm wird in Bezug auf die zentralörtliche Funktion eines Ortes zwischen Ober-, Mittel-, und Grundzentren unterschieden. Während ein Oberzentrum zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des spezialisierten höheren Bedarfs bereitstellt, sind die Mittelzentren für den gehobenen Bedarf und die Grundzentren zur Deckung des allgemeinen täglichen Grundbedarfs ausgelegt (vgl. LROP Nds. 2017, Kap. 2.2, Ziffer 03, Satz 4).

Die niedersächsische Gemeinde Neuenkirchen-Vörden, Landkreis Vechta, ist gemäß Raumordnung (LROP Niedersachsen 2017) derzeit nicht als ein zentraler Ort ausgewiesen. Das Regionale Raumordnungsprogramm (RROP) für den Landkreis Vechta wies den Ortskern von Neuenkirchen zwar als Grundzentrum aus, jedoch ist dieses bis zuletzt gültige RROP zum 16.07.2014 ausgelaufen. Darauf aufbauend kann derzeit nur von einem faktischen Grundzentrum gesprochen werden. Wenngleich zum derzeitigen Zeitpunkt nicht mit 100 %iger Sicherheit dargelegt werden kann, dass im derzeit in Aufstellung befindliche RROP des Landkreises Vechta die Gemeinde Neuenkirchen weiterhin die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums zugewiesen bekommt, ist eine solche Einstufung als sehr wahrscheinlich anzunehmen.

Das nächstgelegene Oberzentrum, Osnabrück, liegt rund 29 km (ca. 22 Autofahrzeit-Minuten) entfernt.⁴ Das nächstgelegene Mittelzentrum ist Bramsche in rund 13 km Entfernung. Etwas weiter entfernt liegen die weiteren Mittelzentren Lohne (22 km) und Diepholz (25 km) (vgl. Abb. 14). Demgegenüber liegen die nächstgelegenen (faktischen) Grundzentren Damme und Holdorf nur rd. 10 km entfernt, was bei derzeitiger Anbindung etwa einer Autofahrzeit von 11 Minuten entspricht. In etwa gleicher Entfernung liegt zudem das Grundzentrum Bersenbrück des Landkreises Osnabrück.

Abb. 14: Großräumige Lage, zentralörtliche Einbindung



Bearbeitung: cima 2018; Quelle: LROP Niedersachsen 2017; Kartengrundlage: Openstreet-Map-Mitwirkende. Info: Grundzentren sind auf Grundlage der derzeitigen Neuaufstellung des RROP des Landkreises Vechta nicht dargestellt

Grundzentraler Kongruenzraum Neuenkirchen-Vörden

Der Kongruenzraum beschreibt „den Raum im Umfeld eines Zentralen Ortes, den Einzelhandelsgroßprojekte, die in einem Zentralen Ort angesiedelt werden sollen oder bereits bestehen, im Wesentlichen versorgen sollen“ (vgl. Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP, S. 22)⁵.

Verflechtungsbereiches abzugrenzen ist (vgl. Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP, S. 22).

⁴ Diese und die weiteren Distanzen jeweils vom Ortskern zu Ortskern.

⁵ Zum Begriff des Kongruenzraumes ist festzuhalten, dass sich dieser ausschließlich auf die Versorgungsfunktion im Einzelhandel bezieht und somit vom Begriff des

Als Ziel⁶ der Raumordnung ist diesbezüglich festgelegt, dass „in einem Grundzentrum das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (darf) (Kongruenzgebot grundzentral).“ (LROP Nds. 2017, Punkt 2.3, Ziffer 03, Satz 1). In diesem Zusammenhang wird von einer wesentlichen Überschreitung gesprochen, „wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabensumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde“ (LROP Nds. 2017, Punkt 2.3, Ziffer 03, Satz 5). Hierbei gilt, dass das „Kongruenzgebot sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als

auch sortimentsbezogen einzuhalten (ist).“ LROP Nds. 2017, Punkt 2.3, Ziffer 03, Satz 6)

Wie schon im vorherigen Abschnitt dargelegt, ist Neuenkirchen-Vörden gemäß Raumordnung, aufgrund des fehlenden RROP, derzeit nicht bindend die Funktion eines Grundzentrum zugewiesen. Dennoch wird diese Funktion faktisch erfüllt, weshalb im Weiteren auch von einem grundzentralen Kongruenzraum ausgegangen wird. Da ein grundzentraler Kongruenzraum grundsätzlich mit den Grenzen der Stadt bzw. der (Samt-) Gemeinde identisch ist, wird für den vorliegenden Fall die gesamte Gemeinde Neuenkirchen-Vörden als grundzentraler Kongruenzraum angesehen.

2.2 Trends im Einzelhandel

2.2.1 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 auf diese Weise 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.

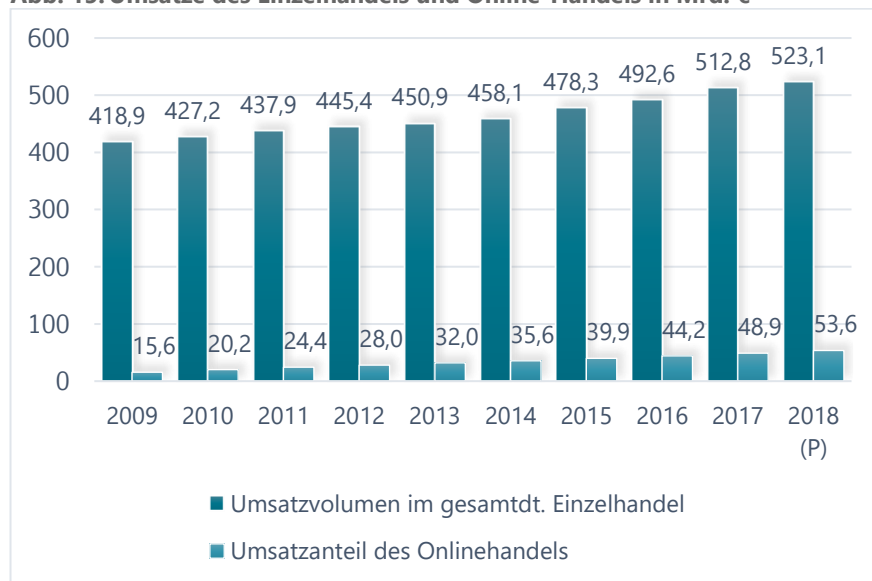
Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken **Verdrängungswettbewerb** gekennzeichnet.

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:

⁶ Damit prinzipiell vorhabenbezogen nicht abwägbar.

Abb. 15: Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels in Mrd. €



Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2016, 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 rd. 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 nach 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 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 nach 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 Online-Handel zum Teil nicht mehr mithalten. Lediglich Großstädte verfügen über ein ausreichend attraktives Angebot und binden zumindest noch in den meisten 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, desto mehr wird (noch) vor Ort eingekauft. Je kleiner die Stadt, desto mehr Waren werden bereits online bestellt.

2.2.2 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 seinen Mehrwert 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 zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt 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 eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenerkerne des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere 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, Service erfolgen. Es gilt ein 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 somit als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. durch das individuelle und passgenaue Angebot in Frischtheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung, 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. 16: Einrichtung „Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter „REWE to go“



Quelle: cima (2018)

Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden“ der jeweiligen Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz, als um die Präsenz in den A-Lagen der Zentren. Ziel ist es durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffäden“ weder interaktive noch individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Denn durch die große Konkurrenz sind kleine Einzelhandelsbetriebe zur Handlung gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten kann 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 Platzangebot rapide 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 den Herstellern angeboten.

Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereitet, die die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/ Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten durch Elektro-Fachmärkte. Dies kann u. a. das Anbieten von

Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstellen 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. Einerseits verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und die damit einhergehenden Vorteile für den Kunden 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, nur einen Kanal als Händler 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 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 on-line, 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 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 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.

2.2.3 Entwicklung der Betriebsformen

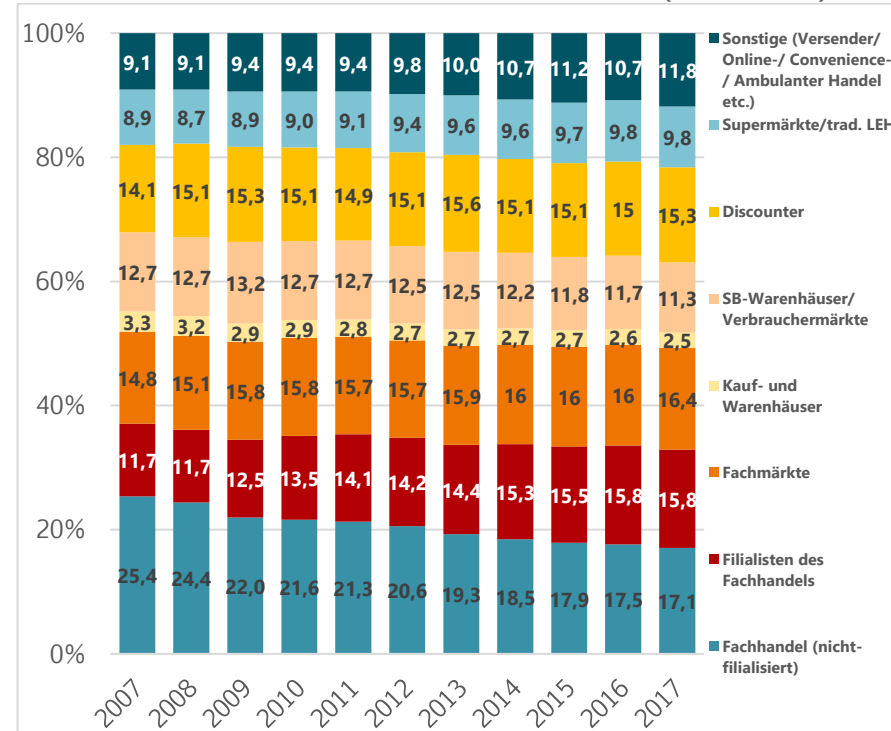
Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

- 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 Multimarkenimage 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 Verbund.
- 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: Neue Qualitätsorientierung im Lebensmitteleinzelhandel bringt angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentrum oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf) und Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-eat-Angebots), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe allein ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser wachsen künftig nur noch langsam. Dafür folgen die Anbieter der zunehmenden Überalterung mit einer Dezentralisierungsstrategie.
- Auch die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Etablierung von Markensortimenten, zunehmende Frischekompetenz und 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.
- 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).
- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen den deutschen Markt zu erschließen (Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv), z. B. Primark als sehr erfolgreiches Textil-Discount Konzept (v. a. in den Oberzentren)

- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (store branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, Shopping-Center-Standards 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 und Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter 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. 17: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2017 (nominal in %)



Quelle: IFH Retail Consultants 2018; cima-Bearbeitung 2018

2.2.4 Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, 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 Discountern 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 Discountern: 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.
- Serviceelemente wie z. B. Automaten zur Rücknahme von Pfandflaschen und Getränkekästen oder Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. Obst sowie anderer „Ready-to-eat“ Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst aufgeschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Verkehrswege tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abb. 18: 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, die 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, PENNY) 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 städtischer 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.

2.3 Änderungen aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (2017)

Bezüglich der Änderungen im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen für das Jahr 2017 (LROP) sollen in diesem Kapitel einige besondere Aspekte herausgehoben und erläutert werden. Die Darstellung ist nicht als vollständig zu verstehen, sondern liefert erste Hinweise zur Handhabung des Einzelhandelskonzepts. Die cima verweist an dieser Stelle auf die jeweils aktuell rechtsgültige Form des Landesraumordnungsprogramms nebst dazugehöriger Begründung.

Nahversorgung:

Zur Nahversorgung zählen Betriebe, deren Sortiment zu mindestens 90 % aus Lebensmitteln und Drogeriewaren besteht und deren Umsatz zu mehr als 50 % mit Kaufkraft aus einem fußläufigen Einzugsbereich generiert wird. Der fußläufige Einzugsbereich ist dabei mit 10-Minuten-Gehzeit definiert, wobei auch Barrieren, wie Bahnschienen, Flussläufe, etc. zu berücksichtigen sind.

Weiterhin wird nunmehr zwischen drei Typen des Einzelhandels mit periodischen Sortimenten unterschieden:

- klassischer großflächiger Einzelhandel mit überörtlicher Bedeutung
- nicht raumbedeutsame Nahversorgung
- raumbedeutsame Nahversorgung

Integrationsgebot:

"Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 von 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" (LROP 2017 2.3 Ziffer 05 Satz 3)

Ziel der Raumordnung ist es weiterhin Lebensmittel- und Drogeriebetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln. Hiermit soll die frequenzschaffende Wirkung zur Stärkung der weiteren Nutzungen im zentralen Versorgungsbereich nutzbar gemacht werden. Mit der oben zitierten Ausnahmeregelung soll jedoch die Möglichkeit geschaffen werden, im Umfeld ungünstiger Rahmenbedingungen eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfsbereichs zu ermöglichen.

Kongruenzgebot:

Im Grundsatz ist das Kongruenzgebot unverändert, jedoch sind inhaltlich einige Änderungen eingeflossen:

- Neu ist die Begrifflichkeit des Kongruenzraums, der die Begriffe der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und des Verflechtungsbereichs ersetzt.
- Einzugsgebiet und ehemals Verflechtungsbereich sollten sich entsprechen. Neu ist, dass das Einzugsgebiet den Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten soll. Eine wesentliche Überschreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes von außerhalb des anzuwendenden Kongruenzraums erzielt wird.

2.4 Darstellung und Berücksichtigung aktueller Rechtsprechungen

Im Folgenden werden aktuelle Rechtsprechungen der letzten Jahre zur einzelhandelsbezogenen Raumordnung aufgezeigt, die u.a. auch für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden Relevanz besitzen.

- zentralörtliche Einrichtungen des oberzentralen Bedarfs: Das OVG Lüneburg hat in einer Entscheidung zum Kongruenzgebot im LROP Niedersachsen 2008 richtigerweise darauf hingewiesen, dass der Begriff des Warensortiments in Bezug auf die unterschiedlichen Versorgungsaufträge der Zentralitätsstufen in Niedersachsen nicht bestimmt sei. Es sei auch nicht geklärt worden, „ob die notwendige Differenzierung nach Sortimenten, nach Häufigkeit der Nachfrage, nach Preis oder auf welche Art sonst geschehen soll.“ Und schließlich bestünden „etwa in der Bekleidungsbranche erhebliche Schwierigkeiten bei der Zuordnung zu mittel- bzw. oberzentraler Versorgung“.⁷

Die Niedersächsische Landesplanung hat es daher auch ausdrücklich unterlassen, für die Änderung des LROP einen Versuch der Differenzierung der zentralörtlichen Bedarfsstufen zu unternehmen. In der Begründung wird dazu ausgeführt: „Im Bereich der Einzelhandelsversorgung ist eine sortimentsbezogene Differenzierung hinsichtlich der Deckung

⁷ OVG Lüneburg, Urteil vom 15.03.2012 – 1 KN 152/10

des gehobenen bzw. spezialisierten höheren Bedarfs weder zweckmäßig noch möglich. Deshalb erfolgt [...] lediglich eine sortimentsbezogene Differenzierung in periodische und aperiodische Sortimente“.⁸

- Verkaufsflächenfestsetzungen in Bebauungsplänen: „Der Senat hat mit Urteil vom 3. April 2008 - BVerwG 4 CN 3.07 - (BVerwGE 131, 86) entschieden, dass die durch Bebauungsplan erfolgte Festsetzung einer baugebietsbezogenen, vorhabenunabhängigen Verkaufsflächenobergrenze zur Steuerung des Einzelhandels in einem Sondergebiet zur Steuerung des Einzelhandels mangels Rechtsgrundlage unzulässig ist. Sie werde von § 11 BauNVO nicht gedeckt. Eine Kontingentierung der Verkaufsflächen, die auf das Sondergebiet bezogen sei, öffne das Tor für sog. „Windhundrennen“ potenzieller Investoren und Bauantragsteller und schließe die Möglichkeit ein, dass Grundeigentümer im Fall der Erschöpfung des Kontingents von der kontingentierten Nutzung ausgeschlossen seien. Dieses Ergebnis widerspreche dem der Baugebiets-typologie (§§ 2 bis 9 BauNVO) zugrundeliegenden Regelungsansatz, demzufolge im Geltungsbereich eines Bebauungsplans im Grunde jedes Baugrundstück für jede nach dem Nutzungskatalog der jeweiligen Baugebietsvorschrift zulässige Nutzung in Betracht kommen solle (Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 17). Eine Ausnahme von dem Verbot einer gebietsbezogenen Verkaufsflächenbegrenzung hat der Senat mit Blick auf das Urteil vom 27. April 1990 - BVerwG 4 C 36.87 - (Buchholz 406.12 § 11 BauNVO Nr. 17) lediglich für den Fall erwogen, dass in dem in Frage stehenden Sondergebiet nur ein einziger Handelsbetrieb zulässig ist.“⁹ und ¹⁰
- Das Angebot des Randsortiments muss dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.¹¹

- Kernsortimente, bzw. Hauptsortimente, sind alle für das Einzelhandels-großprojekt prägenden Sortimente. Auf der anderen Seite sind Randsortimente als ergänzende Sortimente zu betrachten, die sowohl in der Verkaufsflächendimensionierung, als auch im Umsatzanteil deutlich untergeordnet sind. „Von einem "Randsortiment" [kann] keine Rede mehr sein, wenn die unter diesem Etikett angebotenen Waren unter Umsatz-gesichtspunkten ersichtlich ein wesentlich (mit)tragendes "Standbein" des Handelsbetriebs überhaupt sind“ (OVG NRW, Beschluss v. 26.01.2000 – 7 B 2023/99). Üblicherweise wird von einem Verkaufsflä-chen-, bzw. Umsatzanteil von über 10 % am Gesamtvorhaben von einem wesentlichen mittragenden Anteil ausgegangen.

⁸ Begründung zu 2.2 Ziffer 05 Satz 2 LROP Niedersachsen, Änderungsentwurf 2015

⁹ Urteil vom 3. April 2008 a.a.O. Rn. 18

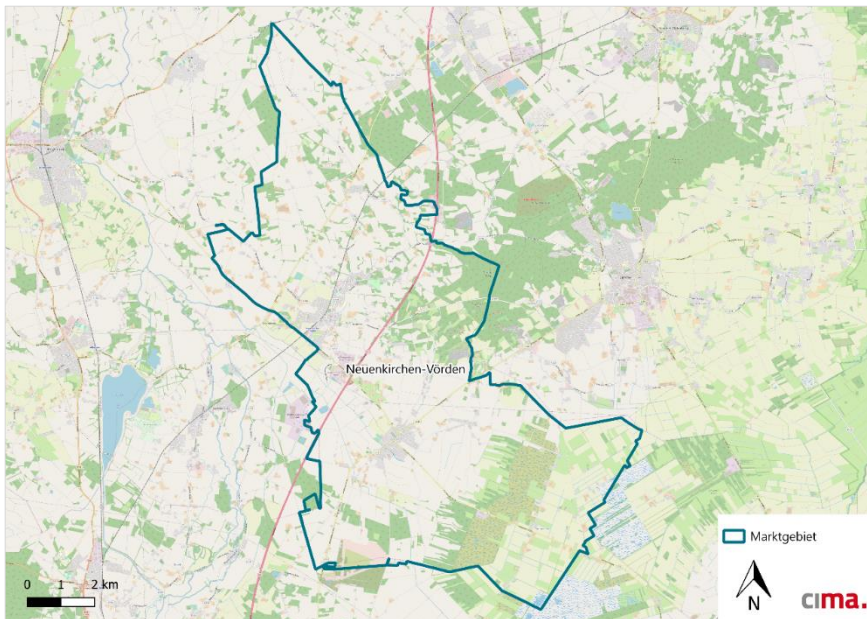
¹⁰ Quelle: BVerwG, Beschluss vom 11.11.2009 - 4 BN 63.09 [ECLI:DE:BVerwG:2009:111109B4BN63.09.0]

¹¹ OVG Münster, Urteil vom 09.11.2012 – 2 D 63/11.NE; ebenso OVG Münster, Be-schluss vom 26.01.2000 – 7 B 2023/99

3 Marktgebiet und Nachfragepotenziale

3.1 Marktgebiet Neuenkirchen-Vörden

Abb. 19: Marktgebiet der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden



Bearbeitung: cima 2018; Kartengrundlage: OpenStreet Map-Mitwirkende

Das Marktpotenzial des Einzelhandels in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden ergibt sich aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des Gemeindegebietes.

¹² Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert). Touristische Ausgaben sind nicht inkludiert.

Relevant ist zunächst die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden. Die Gemeinde hat, wie bereits im vorherigen Kapitel erläutert, faktisch gesehen die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums und übernimmt die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Gemeindegebietes mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs.

Auf Basis des vorhandenen Einzelhandelsangebotes in Neuenkirchen-Vörden ist dem Marktgebiet des Einzelhandels in Neuenkirchen-Vörden ausschließlich das Gemeindegebiet Neuenkirchen-Vörden selbst zuzurechnen (vgl. Abb. 19). Wir gehen nicht davon aus, dass aus den weiteren Umlandgemeinden regelmäßige Einkaufsfahrten in größerem Umfang in die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden stattfinden. Eine Zuordnung zum Marktgebiet des Einzelhandels in Neuenkirchen-Vörden wäre hier unbegründet.

3.2 Marktpotenzial Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

Die Berechnung des Nachfragepotenzials¹² in Neuenkirchen-Vörden erfolgt auf der Basis der gemeindegrenzenhaften Einwohnerzahl (8.651)¹³ und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (90,2)¹⁴. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.366 € für das Jahr 2018 zugrunde gelegt, der anschließend an das Niveau der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wird.

¹³ Quelle: Gemeinde Neuenkirchen-Vörden (Stand: 10.07.2018)

¹⁴ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2018

Der cima-Ausgabesatz im Einzelhandel bezieht sich ausschließlich auf den stationären Handel; Ausgaben im Versandhandel und explizit im Onlinehandel sind nicht im Nachfragepotenzial der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden enthalten.

Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden entspricht im Durchschnitt 4.840 € im Jahr 2018. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Neuenkirchen-Vörden deutlich unter dem Bundesdurchschnitt.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden auf 41,9 Mio. €. Davon entfallen etwa 20,7 Mio. € auf den täglichen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf rd. 21,1 Mio. €.

Auf Grundlage der positiven Bevölkerungsprognose (vgl. Abschnitt 2.1.3) ist in Zukunft mit einem deutlich erhöhten Nachfragepotential zu rechnen. Geht man von einer unveränderten Kaufkraftkennziffer sowie unveränderter Verbrauchsausgaben aus, ergibt sich für Neuenkirchen-Vörden im Jahr 2036 ein rechnerisches Nachfragepotential von insgesamt rd. 56,0 Mio. €, wobei hiervon rd. 27,7 Mio. € auf den periodischen Bedarfsbereich entfallen. Im Vergleich zu 2018 würde dies einen Nachfragepotentialzuwachs von rd. 34 % bedeuten.

Abb. 20: Nachfragepotenzial in Mio. € p.a. im Marktgebiet der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 2018 und 2036*

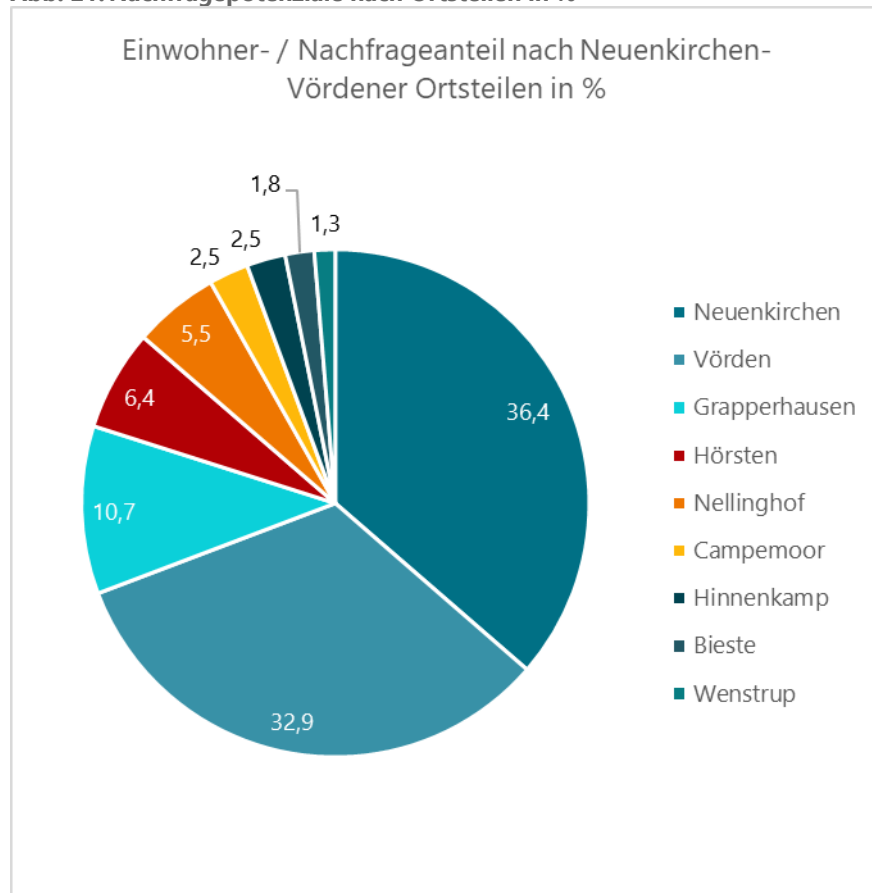
CIMA Warengruppe	Neuenkirchen-Vörden 2018	Neuenkirchen-Vörden 2036*
Periodischer Bedarf insgesamt	20,7	27,7
Nahrungs- und Genussmittel	16,7	22,4
Gesundheit und Körperpflege	3,3	4,5
Zeitschriften, Schnittblumen	0,7	0,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	21,1	28,2
Bekleidung, Wäsche	3,8	5,1
Schuhe, Lederwaren	1,3	1,7
Bücher, Schreibwaren	0,8	1,1
Spielwaren, Hobbybedarf	0,6	0,8
Sportartikel, Fahrräder	1,4	1,9
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	3,6	4,8
Uhren, Schmuck	0,6	0,8
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	1,3	1,7
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,7	0,9
Einrichtungsbedarf	3,1	4,2
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	4,0	5,4
Summe	41,9	56,0

Quelle: cima 2018

Anmerkung: Die Gesamtsumme basiert auf den tatsächlichen Teilwerten, d.h. nicht auf der Summe der dargestellten gerundeten Teilwerte. *Szenario auf Basis der Bevölkerungsprognose biregio 2018 für das Jahr 2036 und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von MB Research 2018.

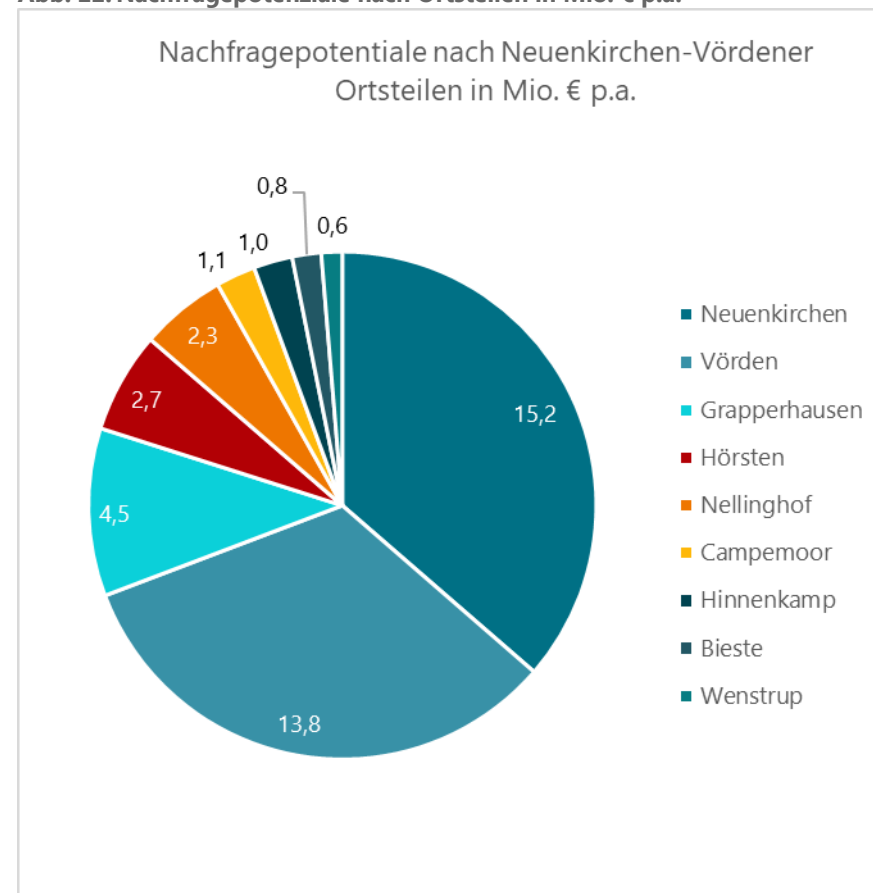
Nach Ortsteilen bietet sich für Neunkirchen-Vörden folgende Verteilung des Nachfragevolumens; sie entspricht der Einwohnerverteilung nach Ortsteilen:

Abb. 21: Nachfragepotenziale nach Ortsteilen in %



Quelle: cima 2018

Abb. 22: Nachfragepotenziale nach Ortsteilen in Mio. € p.a.



Quelle: cima 2018

4 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

4.1 Einzelhandelsstrukturen in Neuenkirchen-Vörden

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden im August 2018.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur. 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.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden wurden 45 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 9.690 qm erhoben. Sie erwirtschafteten einen Einzelhandelsumsatz von etwa 27,2 Mio. €.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der folgenden Abbildung dokumentiert.

Abb. 23: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Neuenkirchen-Vörden

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	23	4.865	18,9
Nahrungs- und Genussmittel	19	4.430	16,9
Gesundheit und Körperpflege	1	275	1,4
Zeitschriften, Schnittblumen	3	160	0,6
Aperiodischer Bedarf insgesamt	22	4.825	8,3
Bekleidung, Wäsche	5	1.225	2,4
Schuhe, Lederwaren	0	85	0,2
Bücher, Schreibwaren	2	215	0,7
Spielwaren, Hobbybedarf	0	60	0,1
Sportartikel, Fahrräder	4	770	1,5
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	2	290	0,8
Uhren, Schmuck	0	*	*
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	0	0	0,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	535	0,6
Einrichtungsbedarf	1	170	0,2
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	7	1.460	1,9
Einzelhandel insgesamt	45	9.690	27,2

Quelle: cima 2018

Anmerkungen: 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, sodass eine Dokumentation dennoch möglich wird. In der Warengruppe Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel werden neben den drei voranstehenden Sortimenten ebenfalls die Sortimente Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche und Kfz-Zubehör zusammengefasst.

Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

- Die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** beherbergt 19 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 4.430 qm. Sie realisieren einen Umsatz von rd. 16,9 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt damit bei ca. 46 % bzw. 62 % am gesamten Einzelhandel. Insbesondere der Umsatzanteil von rd. 62 % entspricht grundsätzlich für eine sehr gute Präsenz der Nahversorgung im Gemeindegebiet.
- Die Hauptwarengruppe **Gesundheit und Körperpflege** realisiert in der Gemeinde einen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 3 % bzw. 5 % am gesamten Einzelhandel in Neuenkirchen-Vörden. Diese Werte sind als verhältnismäßig unterdurchschnittlich einzustufen. Diese Warengruppe taucht lediglich als Randsortiment in einigen Betrieben auf.
- In der Warengruppe **Bekleidung, Wäsche** sind 5 Betriebe vorhanden die das Hauptsortiment führen. Insgesamt liegt hier eine Verkaufsfläche von 1.225 m² vor. In der Warengruppe realisieren die Betriebe einen Einzelhandelsumsatz von 2,4 Mio. €. Dies entspricht einem Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von ca. 13 % bzw. 9 % am gesamten Einzelhandel in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.
- Das Angebot der Hauptwarengruppe **Sportartikel/ Fahrräder** generiert einen Umsatz von 1,5 Mio. €. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden von rd. 6 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt bei rd. 8 % (770 qm). Diese Ausstattungswerte werden in maßgeblichem Umfang durch die beiden Fahrradgeschäfte sowie das Reitsportgeschäft Hugenberg geprägt.
- Die Warengruppe **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat** erreicht mit 535 qm einen Umsatzanteil von rd. 2 %. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt bei 0,6 Mio. €. Die größten Verkaufsflächenanteile dieser Branche entfallen auf den Sonderpostenmarkt POSTEN-BÖRSE sowie die Randsortimente in den Lebensmittelmärkten.

- Die Warengruppe **Optik/ Akustik/ Sanitätsartikel** ist zum Zeitpunkt der Erhebung weder als Haupt- noch als Randsortiment vorhanden.
- Die Warengruppe **Baummarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel** generiert ein Umsatzvolumen von 1,9 Mio. €. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden von 7 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt sogar bei 15% (1.460 qm). In dieser Warengruppe werden neben Baummarktartikeln, Gartenbedarf und Zooartikeln ebenfalls die Sortimente Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche und Kfz-Zubehör zusammengefasst.

Verkaufsfläche je Einwohner

Die Verkaufsflächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt derzeit bei rd. 1,52 qm Verkaufsfläche je Einwohner¹⁵.

Bei der Betrachtung der Bedarfsbereiche muss beachtet werden, dass insgesamt 31 Branchen zu den jeweiligen Bedarfsbereichen zugeordnet wurden. Die nachfolgende Abbildung gibt somit lediglich einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in Neuenkirchen-Vörden.

Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte, Einrichtungsmärkte) häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel inhabergeführte Fachgeschäfte verfügen. Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben. In Ergänzung zur Einzelhandelszentralität kann sie aber Hinweise auf mögliche Potenziale geben.

Die Verkaufsfläche je Einwohner im **periodischen Bedarfsbereich** liegt in Neuenkirchen-Vörden bei 0,56 qm. Nach Erfahrungen der CIMA ist i.d.R. ab einem Wert von ca. 0,5 qm/Ew. von einer ausreichenden Versorgungssituation im periodischen Bedarf auszugehen. Regionalen Untersuchungen der

¹⁵ Stand 2015; Quellen: HDE, destatis, MB-Research

cima zufolge wird über Grund-, Mittel- und Oberzentren hinweg eine durchschnittliche Verkaufsfläche im periodischen Bereich zwischen 0,43 und 0,63 qm/ Ew. erzielt. Neuenkirchen-Vörden liegt damit innerhalb der Durchschnittswerte.

Im **aperiodischen Bedarf** liegt die Verkaufsflächendichte in Neuenkirchen-Vörden ebenfalls bei 0,56 qm je Einwohner. Dieser Wert resultiert auf der nahezu identischen Verkaufsflächengröße im Vergleich zu dem im periodischen Bedarf. Hierbei zeigen sich vergleichsweise ausbaufähige Ausstattungswerte. Dies trifft vor allem auf Branchen zu, die überhaupt nicht in der Gemeinde angeboten werden.

Abb. 24: Anzahl Betriebe, Einwohner, Verkaufsfläche je Einwohner in Neuenkirchen-Vörden

Neuenkirchen-Vörden	2018
Anzahl Betriebe	45
Einwohner	8.651
Verkaufsflächendichte in qm je Einwohner	1,1
im periodischen Bedarf	0,56
im aperiodischen Bedarf	0,56
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	90,2

Quelle: cima 2018

4.2 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage.

Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

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

Als Zentralitätsziel in periodischen Bedarf ist für eine Gemeinde wie Neuenkirchen-Vörden ein Richtwert von 100 anzusetzen. Hinsichtlich des aperiodischen Bedarfs sind Handelszentralitäten deutlich unter 100 als üblich anzusehen.

Abb. 25: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität 2018
Periodischer Bedarf insgesamt	18,9	20,7	91
Nahrungs- und Genussmittel	16,9	16,7	101
Gesundheit und Körperpflege	1,4	3,3	41
Zeitschriften, Schnittblumen	0,6	0,7	97
Aperiodischer Bedarf insgesamt	8,3	21,1	39
Bekleidung, Wäsche	2,4	3,8	62
Schuhe, Lederwaren	0,2	1,3	13
Bücher, Schreibwaren	0,7	0,8	82
Spielwaren, Hobbybedarf	0,1	0,6	13
Sportartikel, Fahrräder	1,5	1,4	109
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	0,8	3,6	22
Uhren, Schmuck	*	0,6	8
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	0,0	1,3	0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,6	0,7	87
Einrichtungsbedarf	0,2	3,1	6
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	1,9	4,0	47
Einzelhandel insgesamt	27,2	41,9	65

Quelle: cima 2018

Insgesamt ist die Einzelhandelszentralität der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden als durchschnittlich für ein faktisches Grundzentrum zu bewerten (65). Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Gemeinden; eine Steigerung der Zentralität dürfte dennoch nur in Teilsortimenten realistisch sein.

Die Gesamtzentralität für die Gemeinden Neuenkirchen-Vörden beruht auf den sortimentspezifischen Zentralitätswerten für die einzelnen Warengruppen. Hier ist festzuhalten, dass bei den Angeboten des täglichen Bedarfs eine Zentralität von 91 erreicht wird.

Für die Branche **Nahrungs- und Genussmittel** wurde eine Handelszentralität von 101 ermittelt. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 16,9 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 16,7 Mio. € gegenüber. Die Werte

veranschaulichen, dass in der Branche Nahrungs- und Genussmittel sich der Umsatz und die Nachfrage ungefähr die Waage halten, wobei Kaufkraftzuflüsse in sehr geringem Ausmaß aus dem Umland der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden zu verzeichnen sind. Mit den Supermarkt COMBI und K+K, den Lebensmitteldiscountern ALDI und LIDL sowie weiteren ergänzenden kleineren Lebensmittelgeschäften ist Neuenkirchen-Vörden in dieser Branche bereits ausreichend gut ausgestattet. Dennoch muss erwähnt werden, dass der Großteil des Angebotes bzw. Umsatzes auf den Ortsteil Neuenkirchen entfallen und somit räumliche Disparitäten innerhalb der Gemeinde bestehen.

Ein im Vergleich zur Branche der Nahrungs- und Genussmittel ähnliche Handelszentralität ist für die Branche der **Zeitschriften/ Schnittblumen** ausgewiesen. Der Wert liegt in dieser Branche bei 97. Ein weiteres Potential ist hinsichtlich dieser Branche primär bei den Angeboten von Zeitschriften und Zeitungen auszumachen.

Der warengruppenspezifische Zentralitätswert für **Gesundheit und Körperpflege** liegt nur bei 41 für die gesamte Warengruppe. Per Saldo sind Kaufkraftabflüsse in Handelslagen außerhalb der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden sehr deutlich messbar. In diesem Bereich bestehen daher große Entwicklungspotentiale.

In den Branchen des aperiodischen Bedarfs wird eine Handelszentralität von 39 erzielt. Die Kernsortimente des persönlichen Bedarfs (**Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Sanitätsartikel/ Optik/ Akustik, Uhren/ Schmuck**) realisieren Handelszentralitäten zwischen 0 und 62. Eine Handelszentralität von 0 wird hierbei für Sanitätsartikel/ Optik/ Akustik ausgewiesen, da in diesen Branchen keinerlei Angebot besteht. Es ist im Einzelfall zu prüfen, ob durch gezielte Ergänzungen und eventuelle Flächenerweiterungen die Zentralität gesteigert werden kann bzw. ein Angebot überhaupt erst einmal geschaffen werden kann. Die Entwicklung sollte sich hierbei jedoch auf den zentralen Versorgungsbereich in Neuenkirchen konzentrieren.

Die Handelszentralität von 109 in der Warengruppe **Sportartikel/ Fahrräder** lässt grundsätzlich wenig Gestaltungsspielraum für weitere

Ansiedlungen zu. Es ist jedoch zu beachten, dass die hohe Zentralität vor-dergründig von der Größe bzw. dem Umsatz des Geschäftes REITSPORT HUGENBERG und den beiden Fahrradgeschäften resultiert. Ein breiteres Angebot und weitere Ansiedlungen sind daher trotz hoher Zentralität in dieser Branche zu forcieren.

Die Branche **Bücher und Schreibwaren** werden vor allem bei der BUCHHANDLUNG WEIZMANN und bei RAINER HÜSSMANN SCHREIBWAREN angeboten. Ergänzt wird das Angebot durch Randsortimente in anderen Geschäften. Es wird hierbei ein Handelszentralität von 82 erreicht.

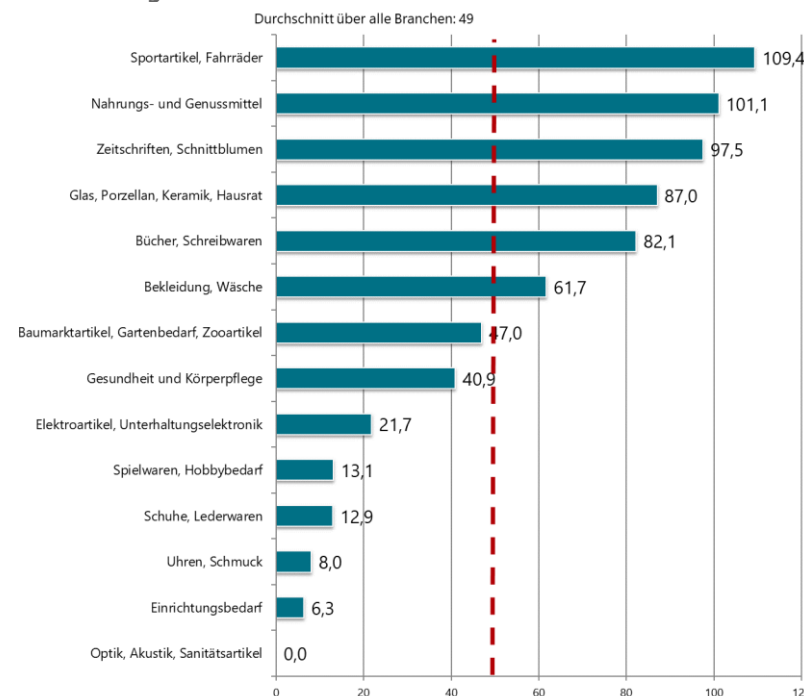
Eine ähnlich hohe Handelszentralität (87) erreicht die Warengruppe **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat**, die vor allem auf das Angebot der POSTENBÖRSE zurückzuführen ist.

Im Segment der **baumarktspezifischen Sortimente** (einschließlich gartencenterrelevanter Sortimente) erreicht der Einzelhandel in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden eine Handelszentralität von 47. Die größten Anbieter in dieser Warengruppe ist das SCHÖNHOF GARTENCENTER und der RAIFFEISENMARKT. Diese Kennziffer signalisiert zwar Gestaltungsspielräume, die Chancen zur Ansiedlung eines weiteren marktüblichen Baumarktes in Neuenkirchen-Vörden sind vor allem auf Grundlage des vorhandenen Baumarkts im angrenzenden Damme jedoch eher als gering anzusehen.

Die Handelszentralität von 6 im Sortiment **Einrichtungsbedarf**, 13 im Sortiment **Spielwaren/ Hobbybedarf** und 22 im Sortiment **Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik** lassen auf einen grundsätzlichen Gestaltungsspielraum in diesen Bereichen für weitere Ansiedlungen schließen.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Rangfolge der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in Neuenkirchen-Vörden:

Abb. 26: Ranking: Handelszentralität in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden



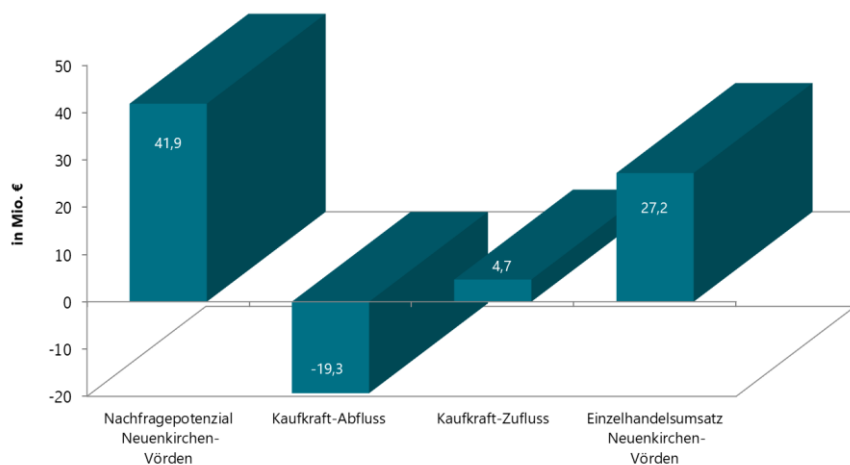
Quelle: cima 2018

4.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in Neuenkirchen-Vörden

Die nachfolgende Abbildung dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in Neuenkirchen-Vörden. Die Kaufkraftbilanz verdeutlicht zusammenfassend über alle Sortimentsbereiche hinweg, in welchen Größenordnungen vorhandene Kaufkraft von außen abgezogen wird bzw. von außen zufließt. Einem Kaufkraftzufluss von 4,7 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 19,3 Mio. € gegenüber. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf

rd. 27,2 Mio. €. Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen liegt in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden bei 41,9 Mio. €.

Abb. 27: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels Neuenkirchen-Vörden

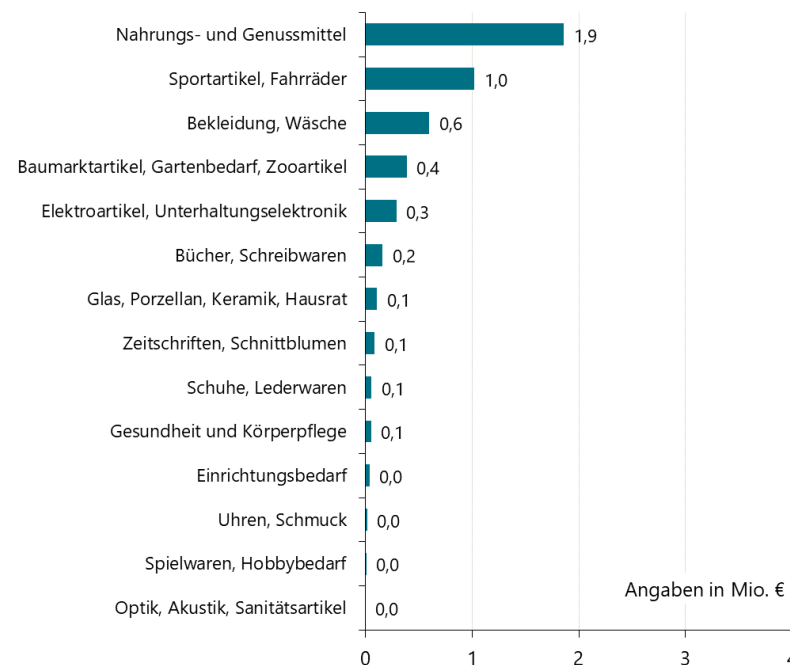


Quelle: cima 2018

Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf rd. 46 % des in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden vorhandenen Nachfragevolumens. Dies bedeutet, dass fast jeder zweite Euro der rechnerischen Nachfrage außerhalb des Gemeindegebietes ausgegeben wird.

Die Kaufkraftzuflüsse generieren rd. 17 % des in Neuenkirchen-Vörden realisierten Einzelhandelsumsatzes. Diese Kaufkraftzuflussquote basiert in erster Linie auf der Angebotskompetenz im Einzelhandel im Ortsteil Neuenkirchen.

Abb. 28: Kaufkraftzuflüsse der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden



Quelle: cima 2018

Zu den Kaufkraftzuflüssen ist generell zu sagen, dass die Zuflüsse aus umliegenden Gemeinden oder anderen Standorten insgesamt recht gering sind und nicht über alle Branchen hinweg erzielt werden. Aus raumordnerischer Sicht hat die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden jedoch auch nur die Versorgungsaufgabe im periodischen Bedarfsbereich für das eigene Gemeindegebiet. Dennoch kann es u.a. aufgrund von Pendlerverflechtungen zu Kaufkraftzuflüssen aus anderen Gemeinden kommen.

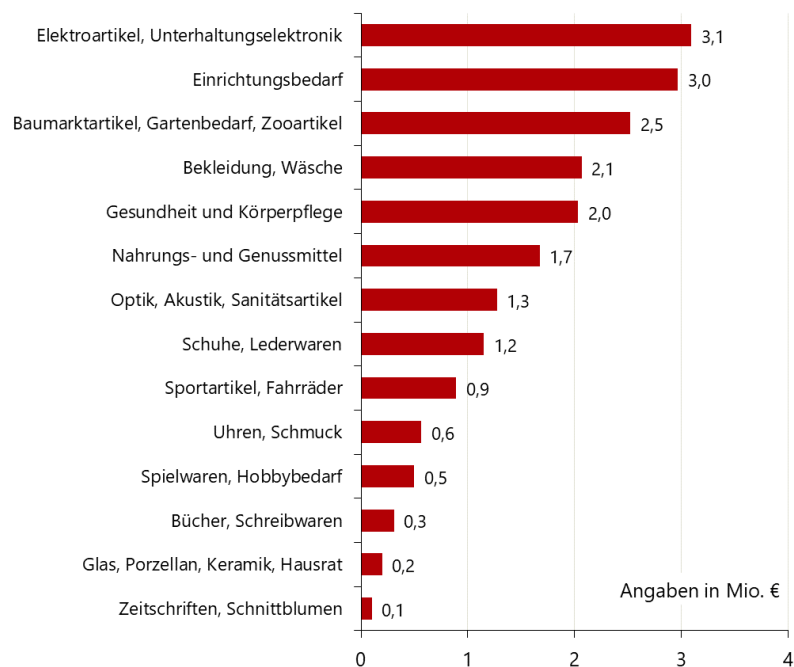
Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden in der Branche Nahrungs- und Genussmittel erzielt (1,9 Mio. €). Hier liegt wie bereits in vorherigen Abschnitten erwähnt ein gutes Angebot an Supermärkten und Discountern vor.

In der Branche Sportartikel/ Fahrräder werden ebenfalls deutliche Kaufkraftzuflüsse realisiert (1,0 Mio. €). Da die Fahrradgeschäfte in Neuenkirchen-Vörden ein relativ großes flächenmäßiges Angebot haben, kann in diesem Sortiment Kaufkraft von außerhalb der Gemeinde angezogen werden.

In kleinerem Maße konnte auch für die Branchen Bekleidung/ Wäsche (0,6 Mio. €) und die Branche Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zoobedarf (0,4 Mio. €) ein Kaufkraftzufluss ermittelt werden.

In allen weiteren Branchen liegen die Kaufkraftzuflüsse bei maximal 0,3 Mio. €.

Abb. 29: Kaufkraftabflüsse der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden



Quelle: cima 2018

Die höchsten Kaufkraftabflüsse werden in der Branche Elektroartikel und Unterhaltungselektronik ermittelt (3,1 Mio. €). Ebenfalls Kaufkraftabflüsse (3,0 Mio. €) werden in der Branche Einrichtungsbedarf sowie (2,5 Mio. €) in der Branche Baumarktartikel/ Gartenbedarf /Zooartikel ermittelt. Diese Sortimente sind zwar in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden vorhanden, allerdings auf für diese Sortimente vergleichsweise kleinen Verkaufsflächen, die keine Marktbindung erzielen können wie die fachmarktüblichen Anbieter. Zudem bestehen in diesen Branchen mehrere Wettbewerbsstandorte in der Umgebung. Als Beispiel ist hier etwa der MEDIMAX in der Gemeinde Damme zu nennen.

Kaufkraftabflüsse sind auch bezüglich der Warengruppen Bekleidung/ Wäsche (2,1 Mio.) sowie Gesundheit und Körperpflege (2,0 Mio. €) zu ermitteln. Spielt bezüglich der erstgenannten Branche wahrscheinlich die geringe Nähe zum Mittelzentrum Bramsche bzw. zum Oberzentrum Osnabrück eine Rolle, sind Kaufkraftabflüsse beim Sortiment Gesundheit und Körperpflege auf einen fehlenden Drogeriemarkt zurückzuführen.

Weitere Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden entfallen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (1,7 Mio. €). Diese lassen sich vor allem durch Pendlerverflechtungen an Standorten außerhalb des Gemeindegebietes erklären.

In allen weiteren Warengruppen belaufen sich die Kaufkraftabflüsse zwischen 0,1 und 1,2 Mio. €.

Aus den Angaben zum Kaufkraftzufluss bzw. -abfluss lassen sich Salden bilden, mit dessen Hilfe die gegenwärtige Situation in Neuenkirchen-Vörden in den einzelnen Branchen noch deutlicher herausgestellt werden kann. Auffällig ist, dass nur in den Branchen Lebensmittel (0,2 Mio. €) und Sportartikel/ Fahrräder (0,1 Mio. €) per Saldo Kaufkraftzuflüsse erzielt werden. Alle übrigen Sortimente haben hingegen per Saldo Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Die Branche Einrichtungsbedarf zeigt hierbei mit 2,93 Mio. € den größten Kaufkraftabfluss per Saldo auf.

Die folgende Abbildung 30 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels auf der Ebene der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden zusammen.

Abb. 30: Datenblatt Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

Neuenkirchen-Vörden		2018
Anzahl Betriebe		45
Verkaufsfläche in qm		9.690
Umsatz in Mio. €		27,2
Flächenproduktivität in € / qm		2.809
Nachfragepotenzial in Mio. €		41,9
Zentralität in %		65
Zentralität periodisch in %		91
Zentralität aperiodisch in %		39
Einwohner		8.651
Verkaufsfläche je Einwohner in qm		1,12
im periodischen Bedarf		0,56
im aperiodischen Bedarf		0,56
Umsatz je Einwohner in €		3.146
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %		90,2

Quelle: cima 2018

Abb. 31: Einzelhandel in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden



Osnabrücker Str.

Große Str.



Lindenstr.

Holdorfer Str.

Fotos: cima 2018

5 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

5.1 Allgemeines zur Nahversorgung

In den letzten Jahren haben sich bundesweit im Nahversorgungseinzelhandel insbesondere die Lebensmitteldiscounter sehr expansiv entwickelt. Diese Betriebsform dringt in letzter Zeit auch in immer kleinere Kommunen vor und verdrängt vor allem inhabergeführte Nahversorger, die der aggressiven Preispolitik der überregional agierenden Unternehmen in der Regel wenig entgegenzusetzen haben. Nach einer langjährigen Stagnation scheint sich nun auch die Zahl der Supermärkte (Lebensmittelvollsortimenter bis 1.500 qm Verkaufsfläche) wieder positiv zu entwickeln. Obwohl die Gesamtzahl der Lebensmittelmärkte deutlich zurückgegangen ist, ist die Gesamtverkaufsfläche deutlich gestiegen.

Nahversorgung wird im Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) 2017 für Niedersachsen wie folgt definiert:

Zur Nahversorgung zählen Betriebe, deren Sortiment zu mindestens 90 % aus Lebensmitteln und Drogeriewaren besteht sowie deren Umsatz zu mehr als 50 % mit Kaufkraft aus einem fußläufigen Einzugsbereich generiert wird. Der fußläufige Einzugsbereich ist dabei mit 10-Minuten-Gehzeit definiert, wobei auch Barrieren, wie Bahnschienen, Flussläufe, etc. zu berücksichtigen sind.

Weiterhin wird nunmehr zwischen drei Typen des Einzelhandels mit periodischen Sortimenten unterschieden:

- klassischer großflächiger Einzelhandel mit überörtlicher Bedeutung
- nicht raumbedeutsame Nahversorgung
- raumbedeutsame Nahversorgung

Auf Grundlage dieser Definition versteht die CIMA unter dem Begriff Nahversorgung im engeren Sinn Güter des täglichen Bedarfs - insbesondere Lebensmittel, die in zumutbarer Entfernung (ca. 5 - 10 Minuten) vom Wohnort aus erreichbar sind. Nahversorgungsstandorte müssen einen maßgeblichen fußläufigen Einzugsbereich aufweisen. Das bedeutet, dass innerhalb eines fußläufigen Umkreises so viel Kaufkraft vorhanden sein muss, dass dadurch der überwiegende Teil (also mindestens 50 %) des Vorhabenumsatzes abgedeckt werden kann. Als Maß für die fußläufige Erreichbarkeit definiert die CIMA einen Radius von 500 Metern¹⁶ Luftlinie, was in etwa der in der Rechtsprechung angenommenen Distanz von rd. 700 bis maximal 1.000 Metern Gehstrecke entspricht. Der fußläufige Einzugsbereich ist umso größer, je weiter der nächste Nahversorger entfernt liegt – bzw. wird der Einzugsbereich durch benachbarte Nahversorger eingeschränkt.

Von Bedeutung für die Nahversorgung ist diese Tatsache vor allem in qualitativer Hinsicht. Denn Lebensmitteldiscounter bieten deutlich weniger Artikel an als Supermärkte – und das auf ähnlichen Verkaufsflächengrößen. Demnach kann die Qualität der Nahversorgung in einer Kommune erheblich differieren, je nachdem, wie der Anteil der Lebensmittelverkaufsflächen auf Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) verteilt ist. Daher ist es

¹⁶ Untersuchungen der CIMA haben ergeben, dass Distanzen von mehr als 500 m zum Lebensmittelmarkt nur von einem geringen Anteil der Bevölkerung zu Fuß

zurückgelegt werden. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

erstrebenswert, ein ausgewogenes Angebot zwischen Lebensmittelvollsortimentern und Lebensmitteldiscountern herzustellen.

Dabei ist zur Erhöhung der Wohn- und Lebensqualität und zur Vermeidung von unnötigem (Einkaufs-)Verkehr eine Unterversorgung zu vermeiden.

Somit sind:

- Agglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden,
- die Nahversorger in zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln, außer sie schließen Lücken in der Nahversorgung
- Erweiterungen an Solitärstandorten kritisch zum Wohle der zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen
- der qualitative Umbau voranzutreiben
- Neuansiedlungen nur gemäß der obigen Punkte vorzunehmen

5.2 Nahversorgungssituation insgesamt

Insgesamt kann die Nahversorgungssituation der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden „zahlenseitig“ (Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarf von rund 91 %, Verkaufsfläche pro Einwohner im periodischen Bedarf von 0,56 qm) als gut bezeichnet werden. Die für eine Grundzentrum geltende grundzentrale Versorgungsfunktion wird weitestgehend erfüllt. Dennoch muss beachtet werden, dass hinsichtlich der unmittelbaren Nahversorgung große räumliche Disparitäten zwischen den Ortsteilen bestehen und im periodischen Bedarfsbereich Defizite für bestimmte Sortimente auszumachen sind (vgl. Abschnitt 4.2).

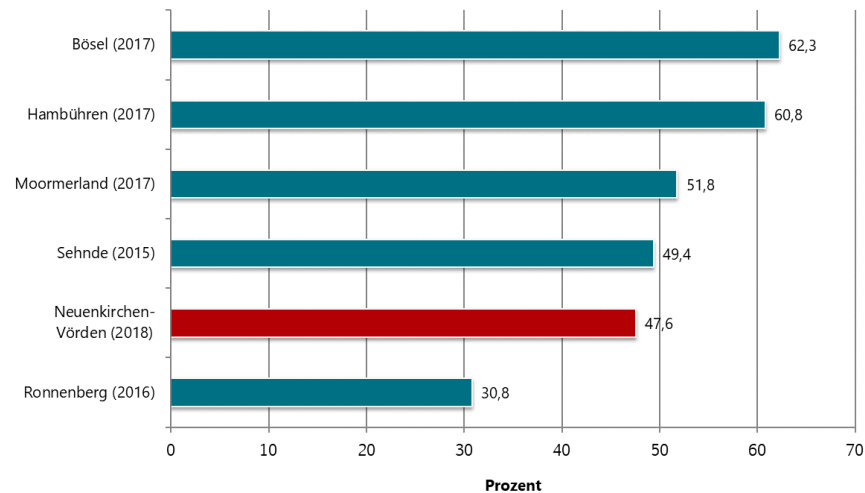
Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels Neuenkirchen-Vördens getroffen werden:

- Die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Nahrungs- und Genussmittel von 4.430 qm.
- Für die Branche Nahrungs- und Genussmittel hat die cima eine Handelszentralität von 101 ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von 16,9 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 16,7 Mio. € gegenüber.

Neben einer rein quantitativen Bewertung der Nahversorgungssituation, geben insbesondere auch qualitative Aspekte Aufschluss über die Beschaffenheit der Betriebe. Insgesamt wurden in Neuenkirchen-Vörden 4 Nahversorgungsbetriebe¹⁷ erfasst. Davon sind 2 Betriebe Lebensmitteldiscounter und die weiteren zwei Betriebe je ein Lebensmittelvollsortimenter. Wenn man die Verkaufsflächen gegeneinander aufwiegt ergibt sich für Neuenkirchen-Vörden eine sogenannte Discounterquote von 47,6 % (Verhältnis von Verkaufsfläche der Discounter zur Verkaufsfläche der Vollsortimenter). Im Vergleich zu anderen ausgewählten Städten und Gemeinden, weist Neuenkirchen-Vörden eine im Vergleich durchschnittliche Discounterquote auf (vgl. Abb. 32).

¹⁷ Lebensmittelmärkte ab 400 qm Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte oder kleine und Kleinstbetriebe.

Abb. 32: Discounterquote der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden im Vergleich

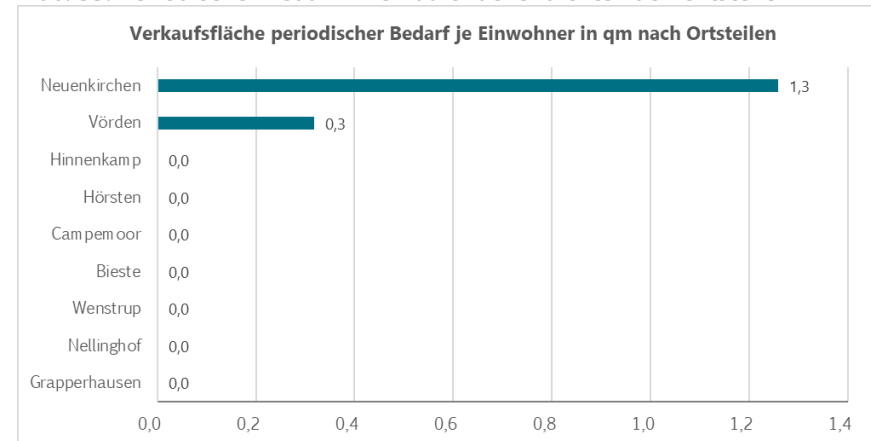


Quelle: cima 2018

5.3 Übersicht Nahversorgungssituation nach Ortsteilen

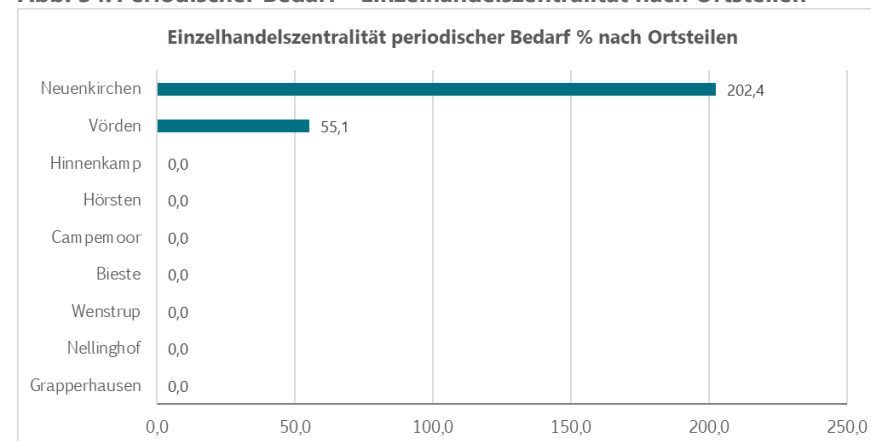
Wie die Abbildungen 33 und 34 hinsichtlich der hier maßgeblichen Kennwerte Einzelhandelszentralität und Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarf nach Ortsteilen aufzeigen, liegt eine stark asymmetrische Versorgungssituation vor. Es werden ausschließlich in den Kernortsteilen Neuenkirchen und Vörden Angebote dieses Bedarfsbereichs bereitgestellt. Nicht überraschend weist dabei der Ortsteil Neuenkirchen im Vergleich die höchste Verkaufsflächendichte als auch die größten Einzelhandelszentralität auf.

Abb. 33: Periodischer Bedarf - Verkaufsflächendichte nach Ortsteilen



Quelle: cima 2018

Abb. 34: Periodischer Bedarf - Einzelhandelszentralität nach Ortsteilen



Quelle: cima 2018

Auch in weiteren Ortsteilen wäre eine fußläufige Distanz zu Nahversorgungsbetrieben wünschenswert. Aus betriebswirtschaftlichen Gründen ist

es jedoch leider oftmals nicht möglich, in den kleineren Ortsteilen stationäre Nahversorger anzusiedeln.

Wirft man einen Blick in die Zukunft, so wird sich bei Annahme einer gleichbleibenden Verkaufsflächenausstattung die Situation durch ein erhöhtes Nachfragepotential in der Gemeinde tendenziell verschärfen. Die Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarfsbereich würde in diesem Fall bei allen Ortsteilen abnehmen, was für die eher unversorgten Ortsteile problematischer ist als für den bereits gut versorgten Ortsteil Neuenkirchen.

5.4 Standorte und Situation der Lebensmittelmärkte

Lebensmittelmärkte sind die Ankeranbieter im Segment Nahversorgung sowie die Hauptanbieter im Bereich Lebensmittel.

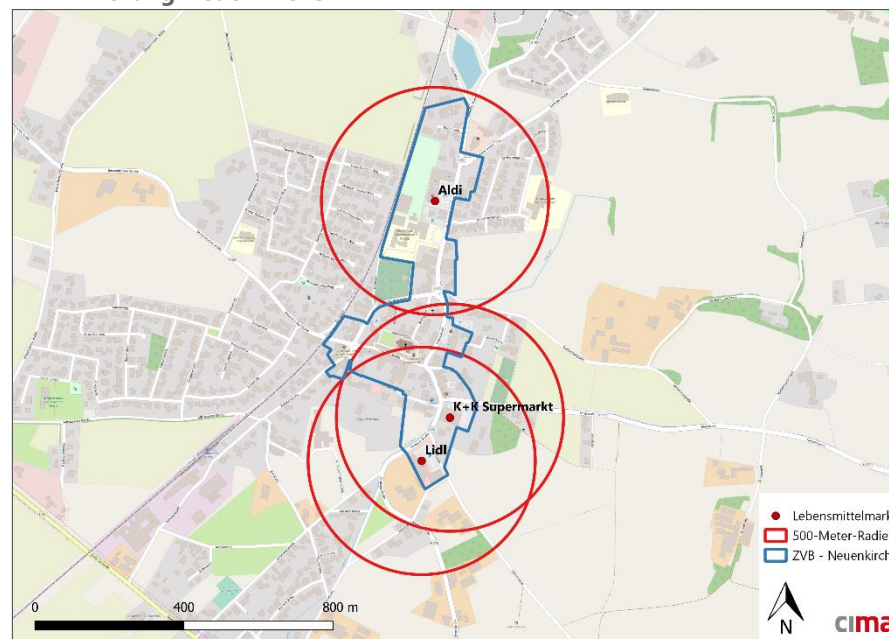
Wie zuvor dargelegt, agieren alle Lebensmittelmärkte¹⁸ der Gemeinde im Gebiet der Ortsteile Neuenkirchen und Vörden, d. h. den Einwohnern aller anderen Ortsteile, steht kein Lebensmittelmarkt in fußläufiger Distanz zur Verfügung. Zwar ist grundsätzlich ist in den Wohn-, Misch- und Dorfgebieten die Ansiedlung von Lebensmitteleinzelhandel mit einer Verkaufsfläche von bis zu 800 qm planungsrechtlich zulässig¹⁹, dennoch ist aufgrund der insgesamt geringen Einwohnerzahl die Ansiedlung eines weiteren Nahversorgers in übrigen Ortsteilen als recht unwahrscheinlich einzustufen.

Die weitere Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden verdeutlicht, dass sich die Nahversorgungsstrukturen vorwiegend im Standortbereich an der Holdorfer Straße, die im Verlauf in die Küsterstraße bzw. Große Straße übergeht, befinden. Daher sind vor allem die Siedlungsgebiete im westlichen Bereich des Ortsteils Neuenkirchen außerhalb der 500m-Nahversorgungsradien. Zudem besteht mit der durch den

Ort verlaufenden Bahntrasse eine entscheidende Barriere hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit aus den westlichen Siedlungsgebieten.

Mit den K+K Supermarkt sowie den beiden Lebensmitteldiscountmärkten Aldi und Lidl sind drei der vier Lebensmittelmärkte der Gemeinde innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (ZVB) von Neuenkirchen-Vörden (vgl. Abb. 35). Hinzukommend besteht ein Combi-Markt im Ortsteil Vörden (vgl. Abb. 36.)

Abb. 35: Standorte Lebensmittelmärkte (>400 qm), Nahversorgungsabdeckung Neuenkirchen



Bearbeitung: cima 2018; Kartengrundlage: OpenStreet Map-Mitwirkende

¹⁸ Gemeint sind hier Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche >400 qm.

¹⁹ Es gilt auch hier die raumordnerischen Vorgaben zu berücksichtigen.

Abb. 36: Standort Lebensmittelmarkt (>400 qm), Nahversorgungsabdeckung Vörden



Bearbeitung: cima 2018; Kartengrundlage: OpenStreet Map-Mitwirkende

Die genannten Märkte können bezüglich der Kriterien Verkaufsflächensituation und Standort - Immobile, Parkplatzsituation, Erreichbarkeit, ergänzende Nutzungen - wie folgt knapp charakterisiert werden:

Lidl, Hakenstr. 2

Abb. 37: Lidl (oben) und Getränkehaus (unten), Hakenstr. 2



Fotos: cima 2018

Verkaufsflächensituation:

- VKF Discounter rund 1.000 qm
- Konzessionär: Sostmann Feinkost

Standortsituation:

- Zeitgemäße Immobilie
- Parkplatz mit zahlreichen Stellplätzen
- Standortgemeinschaft mit einem Getränkemarkt

- Im näheren Umfeld (ca. 150 m) befindet sich ein weiterer Nahversorger (K+K)
- Gute MIV-Erreichbarkeit und Werbesichtanbindung
 - ➔ Zeitgemäßes Objekt
 - ➔ Verbundstandort mit Fleischerei und Getränkemarkt
 - ➔ Kopplungsmöglichkeit mit weiterem Nahversorger in fußläufiger Entfernung

K+K, Bergstr. 2a

Abb. 38: K+K, Bergstr. 2a



Foto: cima 2018

Verkausflächensituation:

- VKF rund 1.300 qm
- Konzessionär: Bäckerei Wolke
- Zeitgemäße VKF-Größe

Standortsituation:

- Eigener Parkplatz
- Gute MIV-Erreichbarkeit und Werbesichtanbindung

- Im näheren Umfeld (ca. 150 m) befindet sich ein weiterer Nahversorger (Lidl)
- Im Ortszentrum von Neuenkirchen liegend, daher in unmittelbarer Nähe zu vielen Geschäften und Dienstleistern
 - ➔ zentral gelegenes Objekt
 - ➔ Kopplungsmöglichkeit mit weiterem Nahversorger in fußläufiger Entfernung

Aldi, Holdorfer Str. 11

Abb. 39: Aldi, Holdorfer Str. 11



Foto: cima 2018

Verkausflächensituation:

- VKF Discounter rund 950 qm
- Zeitgemäße VKF-Größe

Standortsituation:

- Moderne Immobilie
- Standortgemeinschaft mit Kik und Posten-Börse, Bäckerei und Tankstelle naheliegend
- Gute PKW-Stellplatzausstattung
- Gute MIV-Erreichbarkeit und Werbesichtanbindung

- ➔ Zeitgemäßes, modernes Objekt an geteiltem Einzelhandelsstandort, gute Stellplatzausstattung

Combi, Osnabrücker Str. 1

Abb. 40: Combi, Osnabrücker Str. 1



Foto: cima 2018

Verkausflächensituation:

- VKF rund 870 qm (inkl. Bäckereikonzessionär)
- An heutigen Betreiberansprüchen gemessen sehr unterdurchschnittliche Verkaufsflächengröße

Standortsituation:

- Eigener Parkplatz direkt am Markt
- Gute MIV-Erreichbarkeit und Werbesichtanbindung
- ➔ Einziger großflächiger Nahversorger im Ortsteil Vörden, Immobilie für heutige Betreiberansprüche zu klein

5.5 Fazit zur Nahversorgung

Insgesamt ist für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden Gestaltungspotenzial im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels derzeit nur in geringem

Umfang abzuleiten (Handelszentralität von 101). Aus Sicht der cima sollten die vorhandenen Potenziale in erster Linie für die Bestandsoptimierung und die Modernisierung bereits ortsansässiger Einzelhandelsbetriebe genutzt werden. Weitere Neuansiedlungen sollten nur dann möglich sein, wenn eine Einzelfallprüfung die Verträglichkeit für die Bestandsstrukturen nachweisen kann.

Unabhängig von der Gesamtsituation besteht dennoch ein Verbesserungspotential auf Ortsteilebene, da auf dieser Ebene ein großes Defizit ausgemacht werden konnte (vgl. Abschnitt 5.3). Ein Defizit besteht insofern, dass eine unmittelbare Nahversorgung nicht in jedem Ortsteil gewährleistet ist. Während beispielsweise Neuenkirchen insgesamt sehr gut versorgt ist, sind andere Ortsteile kaum versorgt. Da Ansiedlungen in sehr ländlich geprägten Ortsteilen als unrealistisch einzuschätzen und darüber hinaus auch nicht wünschenswert sind, gilt es vor allem die bestehende Nahversorgung im Ortsteil Vörden, indem im periodischen Bedarfsbereich auch nur eine geringe Einzelhandelszentralität von 55,1 erreicht wird, zu erhalten beziehungsweise zukünftig noch zu verbessern. Hierbei sollte auch berücksichtigt werden, dass in diesem Ortsteil zahlreiche, konkrete Planungen im Bereich der Wohnbebauung bestehen (vgl. Abschnitt 6.2.2). Es kann daher davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohneranzahl zeitnah erhöht, wodurch auch das Nachfragepotential in diesem Ortsteil künftig steigen wird.

Abgesehen vom Lebensmitteleinzelhandel ist das Angebot der Branche Gesundheit und Körperpflege in Neuenkirchen-Vörden stark unterrepräsentiert. Dieser Branche kommt somit eine Sonderrolle im periodischen Bedarf und hierbei im Speziellen hinsichtlich der Drogerie- und Parfümeriewaren zu. Das Angebot in Neuenkirchen-Vörden liegt in der Branche Gesundheit und Körperpflege weit unterhalb des Zentralitätsziels einer Gemeinde dieser Größe. Daher ist primär eine Ansiedlung eines Drogeriemarktes zu forcieren.

6 Zentrenkonzept für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

6.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche

Der Begriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“²⁰ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB 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 Einzelhandelserlassen 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.

²⁰ Eine Ausführliche Definition des Begriffes Zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang.

- 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.²¹
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.²²
- 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

²¹ Vgl. auch Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

²² Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

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 differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.

- Eindeutig nicht als Zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters 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:

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

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 Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden²³.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt²⁴.

²³ 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 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.“

²⁴ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

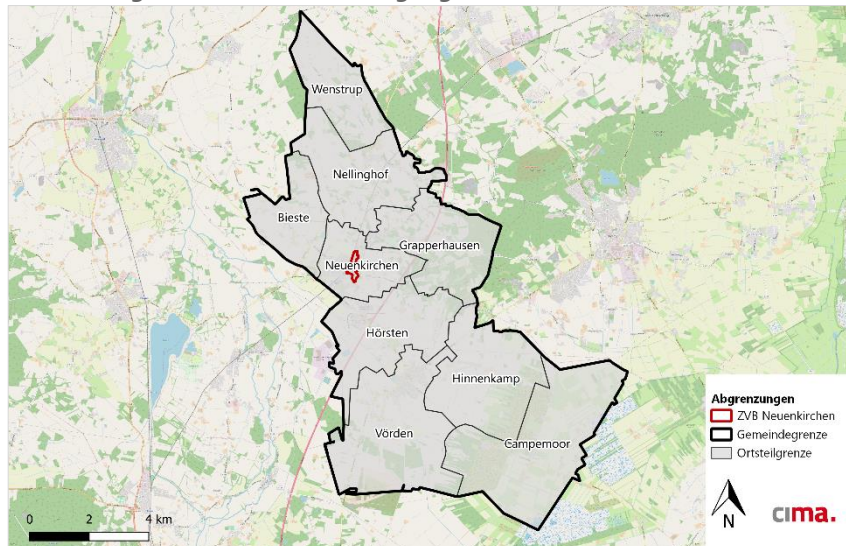
6.2 Zentraler Versorgungsbereich in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden und sonstige Standortkategorien

Die in den vorangegangenen Kapiteln beschriebene Einzelhandelsstruktur ist Grundlage für die Ableitung des räumlichen Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.

Aufgrund der Siedlungsstruktur und des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes empfiehlt die cima der Gemeinde folgende Zentrenstruktur:

- Zentraler Versorgungsbereich Neuenkirchen (Hauptzentrum)

Abb. 41: Lage des zentralen Versorgungsbereiches in Neuenkirchen-Vörden



Quelle: cima 2018; Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Neuenkirchen (Hauptzentrum)

Aus Sicht der cima liegt eine ausreichend städtebauliche Grundlage zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches in Neuenkirchen als Hauptzentrum der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden vor.

Mittels der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in qm, Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.²⁵

Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) Neuenkirchen übernimmt die Funktion des Hauptzentrums der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden. Innerhalb des definierten Bereiches ist ein bedeutender Anteil des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes vorhanden (60 % der Einzelhandelsbetriebe der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden befinden sich innerhalb des abgegrenzten Bereiches; der Verkaufsflächenanteil beträgt rd. 69 %). Ergänzend finden sich in dem definierten Bereich Dienstleistungseinrichtungen (Ärzte, Pflegedienst, Banken, Gastronomie etc.). Ferner ist eine Integration in die Wohngebiete gegeben.

Alle innerhalb der Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Grundstücke bzw. Flurstücke sind in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Der für den großflächigen Einzelhandel relevante Bereich des zentralen Versorgungsbereiches setzt sich aus dem Haupteinkaufsbereich entlang der Große Straße zusammen. Dazu gehören unter anderem die Lebensmittelanbieter K+K sowie mehrere kleinflächige inhabergeführte

²⁵ Sowohl die dargestellten Kennziffern des zentralen Versorgungsbereiches als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum August 2018.

Geschäfte. Im weiteren Verlauf der Straße an der Kreuzung zur Hakenstraße befindet sich zudem der Lebensmitteldiscounter LIDL sowie das GE-TRÄNKEHAUS. Vor diesen Märkten werden ausreichend Stellplatzflächen angeboten.

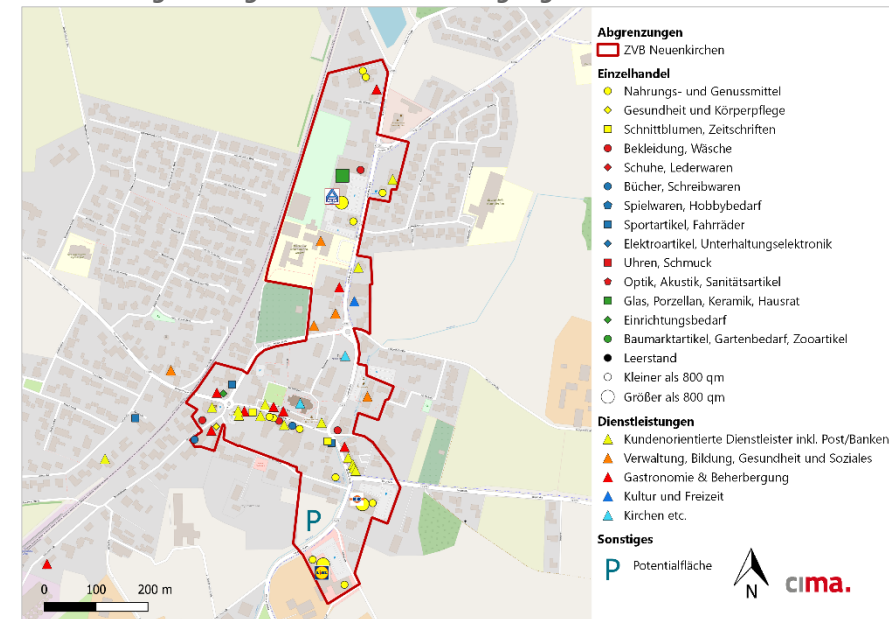
Gegenüberliegend, am Übergang der der Große Straße in die Vördener Straße wurde eine derzeit noch landwirtschaftlich genutzte Fläche mit in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen. Aus städtebaulicher Sicht wäre dies eine geeignete Fläche, um Entwicklungen im ZVB voranzutreiben und von Agglomerationseffekten mit übrigen Geschäften des Angebotsstandortes zu profitieren. Denkbar wäre hier beispielsweise ein Drogeriemarkt. Die Eigentümerverhältnisse müssten für diesen Standort natürlich zunächst geprüft werden.

Der zweite Pol des zentralen Versorgungsbereichs befindet sich entlang der Holdorfer Straße. Der Einzelhandelsangebot ist geprägt durch die beiden großflächigen Anbieter ALDI und POSTEN-BÖRSE sowie dem Textil-discounter KIK. Ergänzt wird der Standort durch eine Bäckerei und eine Tankstelle. Alle Anbieter in diesem Bereich können von großzügigen Stellplatzflächen profitieren, die sich direkt vor den Geschäften befinden und gemeinsam genutzt werden.

Zwischen diesem beiden hauptsächlichen Angebotsstandorten liegen v.a. kirchliche Gebäude sowie im südlichen Bereich der Holdorfer Straße einige Dienstleistungseinrichtungen. Wenngleich beide Standorte fußläufig erreichbar sind gilt es eine stärkere Verbindung zwischen den beiden Angebotsstandorten zu schaffen. Dies wäre beispielsweise durch eine Angebotsverdichtung in diesem Bereich möglich. Zu erwähnen ist jedoch, dass dies auf Grundlage der gewachsenen städtebaulichen Struktur nur recht schwer umzusetzen sein wird.

Das Angebot im gesamten Zentralen Versorgungsbereich wird durch diverse Dienstleistungsbetriebe (u.a. Banken, Gastronomie, etc.) ergänzt. Dem zentralen Versorgungsbereich Neuenkirchen kommt zusammenfassend die wesentliche Versorgungsfunktion für zentrenrelevante Sortimente für den Ortsteil sowie zugleich für die gesamte Gemeinde zu.

Abb. 42: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Neuenkirchen



Quelle: cima 2018; Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

Einzelhandelsstrukturdaten im zentralen Versorgungsbereich Neuenkirchen

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich von Neuenkirchen 27 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 6.650 qm erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von rd. 19,9 Mio. €. Leerstände im zentralen Versorgungsbereich konnten im Rahmen der Erhebung nicht ausfindig gemacht werden.

Abb. 43: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Neuenkirchen-Vörden

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	17	3.960	15,2
davon Lebensmittel	14	3.615	13,5
aperiodischer Bedarf (gesamt)	10	2.690	4,7
davon zentrenrelevant	10	2.385	4,4
gesamt	27	6.650	19,9

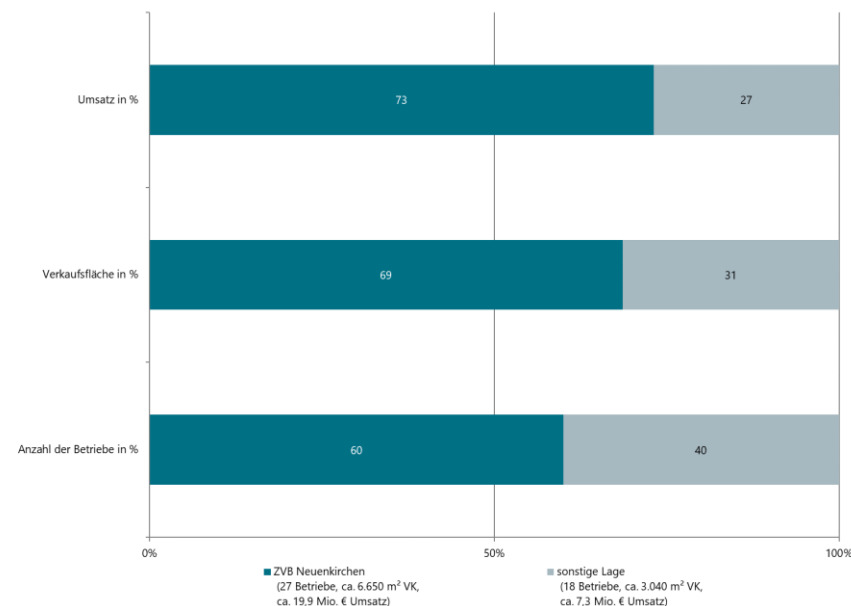
Quelle: cima 2018

Mit 17 Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 3.960 qm und einem Umsatz von 15,2 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich; es handelt sich in erster Linie um den Lebensmittelfrischemarkt K+K, die Lebensmitteldiscounter ALDI und LIDL sowie Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckerei etc.). Ferner werden wird die im zentralen Versorgungsbereich vorhandene Apotheke den Angeboten des täglichen Bedarfs zugeordnet.

Die zentrenrelevanten Warengruppen ist mit insgesamt 10 Betrieben im zentralen Versorgungsbereich vertreten.

Unter Einbezug mit den ermittelten branchenspezifischen Handelszentralitäten aus Abschnitt 4.2 wäre aus Sicht der cima primär die Ansiedlung eines Drogeriemarktes zu prüfen. Darüber hinaus wäre es zudem sinnvoll die Ansiedlung kleinflächigen Schuhgeschäftes zu forcieren. Ein weiteres Geschäft der Branche Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat ist ebenfalls wünschenswert. In Ergänzung zum gegenwärtigen Angebot sollte dieses vor allem höherwertige Produkte führen.

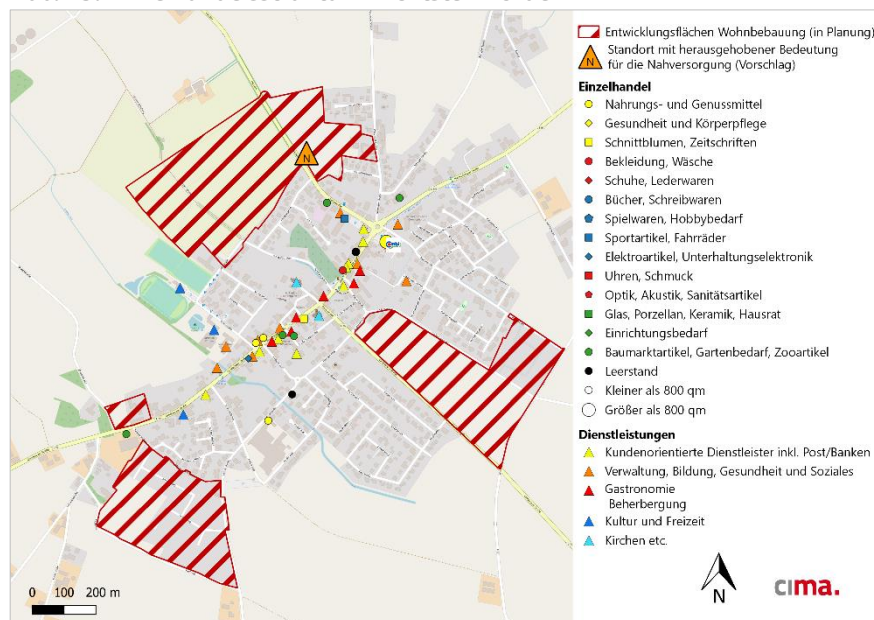
Abb. 44: Anteil der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Neuenkirchen-Vörden



Quelle: cima 2018

6.2.2 Zentrenstruktur im Ortsteil Vörden

Abb. 45: Einzelhandelsstruktur im Ortsteil Vörden



Quelle: cima 2018; Entwicklungskonzepte der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden. Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

Im Ortsteil Vörden konzentrieren sich der Einzelhandels- sowie die Dienstleistungsangebote entlang der Osnabrücker Straße. Die mit Abstand größten Verkaufsflächen bieten hier der COMBI-MARKT sowie das Bekleidungsgeschäft MODE & DESIGN LINDEMANN. Zahlenmäßig ist der Einzelhandelsbesatz im Vergleich zum Angebot in Neuenkirchen zwar relativ gering, aber dieser Standort bildet dennoch eine sinnvolle Ergänzung zum übrigen Angebot, v.a. im Bereich der Nahversorgung.

Es ist nicht davon auszugehen, dass der Ortsteil Vörden als zentraler Ort ausgewiesen wird, wodurch ein zweiter zentraler Versorgungsbereich in der Gemeinde möglich wäre und großflächige Anpassungen in der Einzelhandelsstruktur erleichtert werden würden. Dennoch ist eine nachhaltige Sicherung oder gar ein Ausbau der Nahversorgung in diesem Ortsteil wünschenswert, da dieser einen nicht zu vernachlässigen Teil der Gemeindebevölkerung v.a. mit Gütern des periodischen Bedarfsbereiches versorgt. In naher Zukunft sind eine Reihe von zusätzlichen Wohnbebauungen geplant (vgl. 526 Wohneinheiten im Zeitraum 2019 bis 2023)²⁶ (vgl. Entwicklungsflächen in Abb. 45), wodurch es zudem sehr wahrscheinlich zu einem Bevölkerungswachstum im Ortsteil Vörden kommt und das Nachfragepotential in diesem Ortsteil tendenziell steigen wird.

Mittel- bis langfristig ist die Sicherung der Nahversorgung durch die Modernisierung der Bestandmarktes und vor allem durch Anpassung auf eine zeitgemäße Verkaufsfläche denkbar. Die Problematik besteht gegenwärtig darin, dass nachgefragte Flächen zumeist größer sind, als es der Bestand derzeit hergibt und zudem auf Grundlage von raumordnerischen Vorgaben in diesem Ortsteil möglich wäre. Somit wäre es sinnvoll, darauf hinzuwirken, dass der Ortsteil Vörden als **Standort mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung** im derzeit in Aufstellung befindlichen RROP des Landkreises Vechta ausgewiesen wird. Durch eine solche Einstufung würde der Ortsteil Vörden hinsichtlich Einzelhandelsentwicklungen einen größeren Handlungsspielraum erhalten und Verbesserungen in diesem Bereich der Gemeinde voraussichtlich befördert werden.

Exkurs:

Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung²⁷

Die mit der LROP-Änderung 2017 neu eingeführte Kategorie zielt auf die Ermöglichung von Einzelhandelsgroßprojekten ab, bei denen auf mind. 90 % der Verkaufsfläche periodische Sortimente vertrieben werden und

²⁶ Quelle: Kita-Bedarfsplanung für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden.

²⁷ vgl. LROP Nds. 2017, Kap. 2.3, Ziffer 10, Satz 1 und 2.

der Standort des Projektes sich außerhalb von zentralen Orten befindet. Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung werden hierbei grundsätzlich in einem RROP geregelt. **Somit obliegt die Ausweisung solcher Standorte allein der Regionalplanung.**

Um auf Grundlage dieser Kategorie ein Einzelhandelsprojekt zu entwickeln, müssen die folgenden Aspekte beachtet werden: Hierzu zählt die Notwendigkeit eines räumlichen Zusammenhanges des Projektes mit dem Ortskern oder einer Wohnbebauung, die Einhaltung der Anforderungen des Abstimmungsgebot und Beeinträchtigungsverbotes des LROP, eine Nicht-Überschreitung des zu versorgenden Gebietes durch das Einzugsgebiet des Projektes, eine Nicht-Beeinträchtigung der Funktion und Leistungsfähigkeit des Zentralen Ortes (Erreichbarkeit Zentraler Orte, Agglomerierende Wirkungen) sowie eine Anbindung an das ÖPNV-Netz.

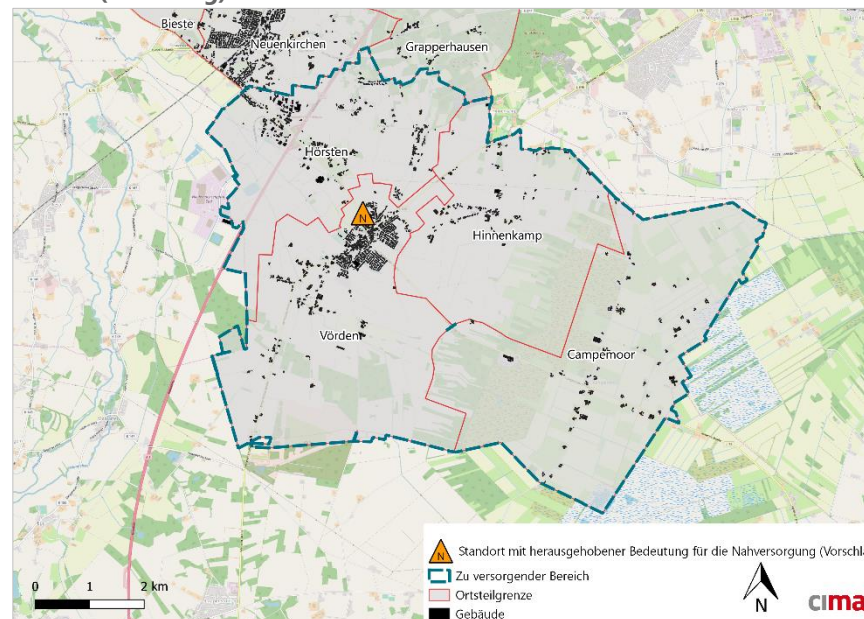
Nach einer ersten Einschätzung der cima kommt auf Grundlage der gegenwärtigen Strukturen der Ortsteil Vörden durchaus als Standort mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung in Frage.

Eine Übersicht zu den obengenannten Kriterien ist in Abb. 47 auf Seite 54 dargestellt. Hierbei wird zwischen der Berechnung mit der derzeitigen Einwohnerzahl und einem Szenario²⁸ mit der prognostizierten Einwohnerzahl für das Jahr 2036 unterschieden. Folgend wird zu den einzelnen Aspekten kurz Stellung genommen.

Der von der cima für einen Standort mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung angenommene zu versorgende Bereich schließt aufgrund der derzeitigen Einzelhandelsstrukturen den Ortsteil Vörden sowie die Ortsteile Hörsten, Hinnenkamp und Campemoor mit ein (vgl. Abbildung 46). Aufgrund der unterschiedlichen räumlichen Lage der Ortsteile

sind hinsichtlich der Berechnung unterschiedliche Potentialbindungen angesetzt worden²⁹.

Abb. 46: Standort mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung und sein zu versorgender Bereich innerhalb der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden (Vorschlag)



Quelle: cima 2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

²⁸ Bei diesem Szenario wird keine Veränderung der Kaufkraftkennziffer sowie eine gleichbleibende Verteilung der Einwohneranteile in den Ortsteilen angenommen.

²⁹ Die Potentiale von Hörsten, Hinnenkamp und Campemoor liegen hierbei unterhalb der Potentialbindung von Vörden. Hinsichtlich der Ergebnisse ergeben sich auf

Grundlage verschiedener Annahmen bei der Potentialbindung für den Ortsteil Vörden Wertebereiche anstatt von festen Werten.

Das nächstgelegene Grundzentrum Neuenkirchen liegt in rund 5 km Entfernung. Die ermittelte Entfernung liegt somit knapp unter der eigentlich im LROP festgesetzten 6 km-Empfehlung. Dennoch ist Vörden siedlungsstrukturell sowie durch den Verlauf der Autobahn 1 deutlich vom Einzelhandel in Neuenkirchen getrennt. Aus Sicht der cima stellt dies kein abschließendes Kriterium dar.

Da in Vörden keine (großflächigen) Bestandsbetriebe mit nicht-nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (z.B. Bekleidung) bestehen, ist nicht von Wirkungen auszugehen, die dem Zentralen Ort schaden können. Die Zentralen Orte Neuenkirchen und Damme sind vom Einzelhandelsbesatz her gut aufgestellt. Die Gefahr eines Verlustes ihrer Tragfähigkeit ist nicht direkt zu erwarten, kann aber nur mit einer raumordnerischen Prüfung durch ein Gutachten zu einem konkreten Vorhaben eindeutig geprüft werden.

Der Ortskern von Vörden ist für Einwohner aus benachbarten Ortsteilen über den ÖPNV angebunden. Von der zentralen Haltestelle „Vörden Koppelstraße“ sind mit den Linien 585, 620, 671 und 672 alle berücksichtigten Ortsteile direkt zu erreichen. Daher ist aus Sicht der cima dieses Kriterium erfüllt.

Vörden hat einen gewachsenen Ortskern mit einer Durchmischung von Einzelhandel und Dienstleistungen sowie angrenzender Wohnbebauung. Die bereits beschriebenen Entwicklungsflächen fügen sich räumlich an die bestehende Struktur an. Insgesamt ist somit auch ein räumlicher Zusammenhang gegeben.

Der hier angenommene zu versorgende Bereich reicht nicht über Gemeindegrenzen hinaus, so dass es mit Nachbargemeinden keinerlei Abstimmung bedarf.

Falls es in Zukunft zu einer Ausweisung als Standort mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung kommt, sind bei der gegenwärtigen Struktur voraussichtlich Verkaufsflächenerweiterungen von periodischen Sortimenten im geringen Maße möglich. Die Nachfrage der betrachteten Einwohner stellt heutzutage aus Sicht der cima ein genügend großes Potential für einen großflächigen Nahversorger mit einer Verkaufsfläche zwischen rd. 850 – 1.000 qm dar. Sollte eine Erweiterung des Lebensmittelmarktes an einem anderen Standort erfolgen, würde sich der bisherige Standort tendenziell für einen Drogeriemarkt eignen. Zu beachten ist jedoch, dass unter derzeitigen Voraussetzungen eine solche (zusätzliche) Ansiedlung mit raumordnerischen Problemen verbunden sein kann.

Sollte es in Zukunft zu der von biregio prognostizierten deutlichen Steigerung der Einwohnerzahl in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden kommen, ist die Wahrscheinlichkeit einer Umsetzbarkeit von Einzelhandelsgroßprojekten (Nahversorgern) in Vörden als bedeutend höher anzusehen. Hinsichtlich der Verkaufsflächen sind in diesem Falle aus Sicht der cima voraussichtlich rd. 1.150 – 1.350 qm Verkaufsfläche als realistisch einzuschätzen, wobei die aktuellen Bestandsflächen in diesem Wert bereits inkludiert sind.

Abb. 47: Potentieller herausgehobener Nahversorgungsstandort Vörden - Ergebnisübersicht

Potentieller herausgehobener Nahversorgungsstandort Vörden in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden		
KATEGORIE	IST-ZUSTAND	Szenario (Jahr 2036)
Lage im Raum	Zentrenstruktur	- Standort außerhalb der faktischen Grundzentren
	Entfernungen	- (faktisches) Grundzentrum Neuenkirchen (5 km), (faktisches) Grundzentrum Damme (9 km)
Wettbewerbs- bzw. Angebotssituation	Außerhalb	- Grundzentrum Neuenkirchen: Aldi und Lidl (jeweils > 800 m ²) - Grundzentrum Damme: familia, Lidl, Netto, Combi, Aldi, K+K
	Vor Ort	- Combi (850 m ²)
Raumordnung: Potential allein durch den zu versorgenden Bereich als Einzugsgebiet	Abgrenzung	- Der zu versorgende Bereich besteht aus Vörden sowie aus den Ortsteilen Hörsten, Hinnenkamp und Campemoor. All diese Ortsteile sind verkehrlich gut erreichbar.
	Einwohnerpotential	- Derzeit: 3.831 Einwohner (Quelle: Gemeinde Neuenkirchen-Vörden, 10.07.2018) (davon 2.842 im Ortsteil Vörden) - 5.120 Einwohner (Quelle: biregio Bevölkerungsprognose 2018 für das Jahr 2036 - Die Einwohnerzahl ergibt sich bei Annahme einer gleichbleibenden Verteilung der prozentualen Einwohneranteile auf Ortsteilebene)
	Potentialbindung des Standorts	- Insgesamt 35 - 40 % (gewichteter Mittelwert der Potentialbindungen einzelner Ortsteile)
	Kaufkraftpotential	- Insgesamt 2,8 - 3,2 Mio. € im Bereich des Hauptsortimentes Lebensmittel (gewichtet nach Kaufkraft-Kennziffern einzelner Ortsteile) - Insgesamt 3,8 - 4,3 Mio. € im Bereich des Hauptsortimentes Lebensmittel (gewichtet nach Kaufkraft-Kennziffern einzelner Ortsteile)
	Flächenpotential	- Insgesamt rd. 700 - 800 qm im Bereich des Hauptsortimentes Lebensmittel - Insgesamt rd. 950 - 1.100 qm im Bereich des Hauptsortimentes Lebensmittel
Zusätzliches Potential	- Flächenannahme: 85 % Lebensmittel, 5 % Drogeriewaren, 10 % aperiodischer Bedarf → Fläche insg. rd. 800 - 950 m ² - Ein kleiner Anteil der Umsätze kann durch die gute verkehrliche Anbindung von außerhalb des zu versorgenden Bereiches stammen („Streuumsatz“ circa 5 %) → Fläche insg. rd. 850 - 1.000 m ² - Flächenannahme: 85 % Lebensmittel, 5 % Drogeriewaren, 10 % aperiodischer Bedarf → Fläche rd. 1.100 - 1.250 m ² - Ein kleiner Anteil der Umsätze kann durch die gute verkehrliche Anbindung von außerhalb des zu versorgenden Bereiches stammen („Streuumsatz“ circa 5 %) → Fläche insg. rd. 1.150 - 1.350 m ²	
Raumordnung: Beeinträchtigungsverbot	A. Erreichbarkeit Zentraler Orte	- Der zu prüfende Standort liegt nur sehr geringfügig unter den festgelegten 6 km entfernt von Zentralen Orten.
	B. Agglomerierende Wirkungen	- Am zu prüfenden Standort befinden sich keine (großflächigen) Bestandsbetriebe mit nicht-nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (z.B. Bekleidung), die agglomerierend den Zentralen Orten schaden könnten.
	C. Auswirkungen auf Zentrale Orte	- Die Zentralen Orte Neuenkirchen und Damme sind vom Einzelhandelsbesatz her gut aufgestellt. Die Gefahr eines Verlustes ihrer Tragfähigkeit ist nicht direkt zu erwarten, kann aber nur mit einer raumordnerischen Prüfung eines genauen Vorhabens eindeutig geprüft werden.
Raumordnung: Sollvorschrift zur ÖPNV-Anbindung	ÖPNV-Netz	- Der zu prüfende Standort ist für Einwohner aus benachbarten Ortsteilen über den ÖPNV angebunden. Von der zentralen Haltestelle „Vörden Koppelstraße“ sind mit den Linien 585, 620, 671 und 672 alle berücksichtigten Ortsteile direkt zu erreichen.
Raumordnung: Integrationsgebot	Räumlicher Zusammenhang	- Vörden hat einen gewachsenen Ortskern mit einer Durchmischung von Einzelhandel und Dienstleistung sowie angrenzender Wohnbebauung. Ein räumlicher Zusammenhang ist somit gegeben.
Raumordnung: Abstimmung mit Nachbargemeinden	Nachbargemeinden	- Der zu versorgende Bereich reicht nicht über Gemeindegrenzen hinaus, so dass es keinerlei Abstimmung bedarf.

Quelle: cima 2018

7 Ableitung der Sortimentsliste Neuenkirchen-Vörden

7.1 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 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 Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen³⁰ (vgl. Kapitel zu den rechtlichen Rahmenbedingungen).

Die Liste der zentrenrelevanten oder zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden dient dem Schutz und der Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche 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 die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 qm Verkaufsfläche, auch unter Berücksichtigung von Agglomerationsstandorten): Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant

eingestuft wird, darf es z.B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

7.2 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.³¹

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelsortimente 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 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

³⁰ 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.

³¹ Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschuss 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.“

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 Angebotsituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.³²

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.³³ 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. Die Bildung unbestimmter Kategorien wie beispielsweise „Elektrokleingeräte“ oder „Sportgroßgeräte“ 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.³⁴

Die Sortimentsliste muss politisch per Stadtratsbeschluss 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.

³² Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von Sortimenten

³³ vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

³⁴ Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

Allgemeine Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Entwicklung einer Sortimentsliste für Neuenkirchen-Vörden 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 Stadtverwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 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 Neuenkirchen-Vörden 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 einer 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 Grundzentrum sind die Frequenzbringer des Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereiches (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen der 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 beispielsweise 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 Ortskernlage 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 Sortimentschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt

werden kann (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen so genannten „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z.B. Bekleidung, Schuhe).

- **Planungswille der Stadt:** 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.

7.3 Zur Ableitung der Sortimentsliste der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden

Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden. 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.

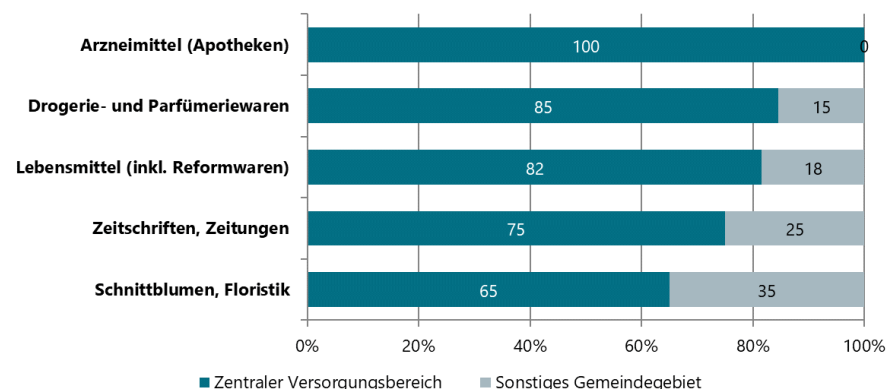
Definition der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als Teilmenge 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.

Die Aufstellung berücksichtigt die nachfolgenden spezifischen Aspekte des Handels in Neuenkirchen-Vörden sowie das allgemeine Verbraucherverhalten:

- Die angeführten Sortimente finden sich bereits heute im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden und tragen maßgeblich zur Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs bei.
- Die über die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel hinaus aufgeführten Warengruppen stellen Waren des täglichen Bedarfs dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden wird. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten.
- Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen: Da Schnittblumen in erster Linie über Fachgeschäfte im Ortskern 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 Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Abb. 48: Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene: Sortimente des periodischen Bedarfs



Quelle: cima 2018

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in die Neuenkirchen-Vörden sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** (gleichzeitig zentrenrelevant) zu bezeichnen:

- Nahrungs- und Genussmittel, (inkl. Reformwaren)
- Drogerie- und Parfümeriewaren (Körperpflege, Wasch-, Putz- u. Reinigungsmittel)
- Schnittblumen, Floristik (inkl. kleinere Pflanzen)
- Zeitungen und Zeitschriften
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)

Definition der zentrenrelevanten Sortimente

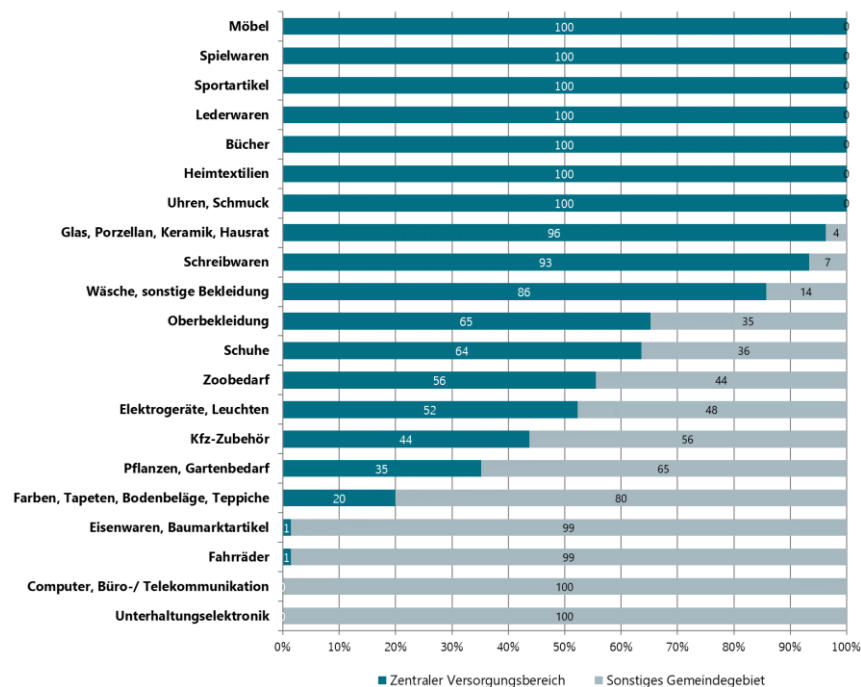
Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- 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 Synergieeffekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend in der Innenstadt oder in zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

In der nachfolgenden Abbildung werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich mit aperiodischen Sortimenten dokumentiert. Sortimente mit einem bedeutenden Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da sie zu den Kernsortimenten des mittelständischen, strukturprägenden Facheinzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden gehören.

Darüber hinaus wird die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn diese bisher nicht im zentralen Versorgungsbereich bzw. nur mit einem sehr geringen Anteil vertreten sind, aber eine strategische Bedeutung für die Gemeindeentwicklung und die Frequenzsicherung des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich übernehmen können. Die als zentrenrelevant definierten Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den Einzelhandel in der integrierten Ortskernlage ein.

Abb. 49: Aperiodischer Bedarf - Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene³⁵



Quelle: cima 2018

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in Neuenkirchen-Vörden sind folgende Sortimente als **zentrenrelevant** zu bezeichnen:

- Bekleidung, Wäsche
- Sportbekleidung und -schuhe
- Schuhe

³⁵ Die Branchen „Antiquitäten, Kunstgegenstände“, „Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies“, „Optik, Hörgeräteakustik“, „Sanitätswaren“ sowie „Foto“ sind in der

- Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätshäuser)
- Bücher
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren
- Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Foto und Zubehör
- Optische und akustische Artikel
- Uhren, Schmuck
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Baby- und Kleinkindbedarf (ohne Kinderwagen, Kindersitze etc.)
- Musikalien, Musikinstrumente
- Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel
- Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Unterhaltungselektronik
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektroklein- und Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“)
- Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör
- Lampen und Leuchten

Die Zentrenrelevanz dieser Sortimente ist durch folgende Angebotsstrukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Neuenkirchen-Vörden begründet:

Obwohl das Sortiment **Parfümerie und Kosmetikartikel** im Sinne der Drogerieartikel bereits den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet wird, sollten diese ebenfalls explizit als zentrenrelevantes

Abbildung auf Grundlage nicht vorhandener Verkaufsflächen im Gemeindegebiet nicht dargestellt.

Sortiment Erwähnung finden. Insbesondere, wenn es um die Realisierung einer Parfümerie geht, sollte eine Entwicklung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden bevorzugt geprüft werden. In der Branche Drogerie- und Parfümeriewaren entfällt heute ein Anteil von rd. 85 % der Verkaufsfläche auf Standorte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Hierbei handelt es sich ausschließlich um Randsortimente der Lebensmittelmärkte sowie der Apotheke.

Das Segment **Bekleidung/ Wäsche** ist in Neuenkirchen-Vörden innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches als zentrenrelevant zu bewerten. 65 % der Verkaufsflächen des Sortiments Oberbekleidung und 86 % der Verkaufsflächen des Sortiments Wäsche sind aktuell im zentralen Versorgungsbereich von Neuenkirchen-Vörden vorhanden. Das flächenmäßig größte Angebot bietet hierbei gegenwärtig der Textildiscounter KIK.

Sportartikel sind derzeit nur in den zentralen Versorgungsbereichen vertreten. Als wichtigste Anbieter im Gemeindegebiet ist der Betrieb REIT-SPORT HUGENBERG zu nennen. Da Sportartikel sämtliche Eigenschaften besitzen, die zentrenrelevante Sortimente i.d.R. auszeichnen und, um einer Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche entgegenzuwirken, sollte auch dieses Sortiment als zentrenrelevant bewertet werden. Darüber hinaus bewahrt man sich durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieses Sortimentes außerhalb des festgelegten zentralen Versorgungsbereichs geht.

Das Sortiment **Schuhe** ist den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich liegt bei 64 %. Das Sortiment Schuhe wird im gesamten Gemeindegebiet derzeit ausschließlich als Randsortiment geführt.

Sanitätswaren (medizinisch-orthopädischer Bedarf) werden derzeit in Neuenkirchen-Vörden nicht angeboten. Dennoch sollte dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden. Dieses Sortiment sorgt für Frequenzen, die sich auch auf andere Betriebe innerhalb zentraler Gemeindelagen positiv auswirken. Nur bei einer Zuordnung als zentrenrelevante

Sortimente kann es in Zukunft gelingen, diese Sortimente im Ortskern zu halten bzw. neu anzusiedeln.

Das Sortiment **Bücher** bildet ein typisches zentrenprägendes Sortiment. Es ist aufgrund des Verkaufsflächenanteils von 100 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden ebenso den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Hauptanbieter ist in dieser Branche ist die BUCHHANDLUNG WEIZMANN.

Ferner ist das Sortiment **Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf** aus Gutachtersicht den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Schreibwaren werden heute vorwiegend außerhalb der Innenstadt angeboten. Der Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich liegt heute bei rd. 93 %. Abgesehen von einem Schreibwarengeschäft ist dieses Sortiment überwiegend als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten zu finden.

In der Branche **Spielwaren** entfällt aktuell ein Anteil von 100 % der Verkaufsfläche auf den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden. Die zurzeit im Randsortiment mehrerer Anbieter vorzufindende Branche ist ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Der Verkaufsflächenanteil des Sortiments **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt in Neuenkirchen-Vörden bei rd. 96 % und sollte den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Der Betrieb POSTEN-BÖRSE führt das Hauptsortiment im zentralen Versorgungsbereich. Darüber hinaus wird es von einer Reihe Facheinzelhandelsbetriebe inner- und außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches als Randsortiment geführt, darunter vor allem die Lebensmittelmärkte. Durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten erhält die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden für die Zukunft planungsrechtliche Eingriffs- und Steuerungsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieses Sortimentes außerhalb des festgelegten zentralen Versorgungsbereichs geht.

Das Segment **Foto und Zubehör** sowie **optische und akustische Artikel** werden in Neuenkirchen-Vörden derzeit nicht geführt. Um zukünftige

Ansiedlungen in den zentralen Versorgungsbereich zu lenken, sollten diese Sortimente aus Gutachtersicht als zentrenrelevant eingestuft werden.

Das Sortiment **Uhren und Schmuck** wird in Neuenkirchen-Vörden derzeit nur im Randsortiment von KIK und DÜTHMANN angeboten. Beide Geschäfte liegen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Als klassisch zentrenrelevantes Sortiment, sollten auch Uhren und Schmuck als zentrenrelevant eingestuft werden.

Lederwaren, Koffer und Taschen werden in Neuenkirchen-Vörden zurzeit ausschließlich als Randsortimente in den Fachgeschäften KIK, POSTEN-BÖRSE und WIEBOLD BLUMENHAUS angeboten. Die Verkaufsflächen liegen zu 100 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Auch zukünftig sollte dieses Sortiment innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden und ist deshalb als zentrenrelevant einzustufen.

Musikinstrumente und Musikalien konnten im Rahmen der Einzelhandelsbestandsanalyse in Neuenkirchen-Vörden nicht erfasst werden. Wir empfehlen jedoch, dieses Sortiment als zentrenrelevant einzustufen. Es erscheint nicht realistisch und ist auch landesplanerisch nicht gewollt, dass sich ein großflächiger Fachmarkt für Musikinstrumente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in Neuenkirchen-Vörden als faktisches Grundzentrum ansiedelt. Durchaus realistisch hingegen ist die Ansiedlung eines kleineren Fachgeschäftes. Diese sollten dann im Kernbereich des zentralen Versorgungsbereiches stattfinden.

Das Segment **Tiernahrung/ Zooartikel** wird aktuell ausschließlich als Randsortiment in verschiedenen Geschäften von Neuenkirchen-Vörden vorgehalten. Der Verkaufsflächenanteil nimmt dabei 56 % im zentralen Versorgungsbereich ein.

Das Sortiment **Heimtextilien** wird zurzeit vom Geschäft WOLLE UND MEHR... im Hauptsortiment geführt. Ergänzt wird das Angebot durch das Randsortiment bei KIK, POSTEN-BÖRSE und LICHTBLICK WAHLDE. Das gesamte Angebot der Gemeinde in diesem Sortiment befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Daher sollten Heimtextilien als zentrenrelevant eingestuft werden.

Wir empfehlen darüber hinaus, die Sortimentsgruppen **Elektrogeräte/ Leuchten, Unterhaltungselektronik** und **Computer/ Kommunikations-elektronik** als zentrenrelevant zu bewerten. Der Verkaufsflächenanteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches beträgt in der Warengruppe Elektrogeräte/ Leuchten gut 52 %. In den Warengruppen Unterhaltungselektronik und Computer/ Kommunikationselektronik sind jeweils 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorzufinden. Dies ist ausschließlich auf den Elektrofachmarkt FRANK NIEPEL zurückzuführen, der sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Ortsteil Vörden befindet. Es sollte planerisches Ziel der Gemeinde sein, diese Sortimente zukünftig innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches anzusiedeln. Daher wird diesen Sortimenten eine Zentrenrelevanz beigemessen.

Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

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 und
- überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden.

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.

Folgende Leitsortimente werden als nicht-zentrenrelevant eingeordnet, da auf Grundlage der dokumentierten Verkaufsflächenanteile bzw. der Angebotsstruktur keine Zentrenrelevanz und strukturprägende Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich in Neuenkirchen-Vörden nachgewiesen werden kann. Die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen in der integrierten Gemeindelage von Neuenkirchen-Vörden sind teilweise nur schwer bzw. nicht mit den Marktanforderungen entsprechender

Anbieter und Betreiber in Einklang zu bringen. Die Liste ist nicht abschließend und stellt eine Auswahl dar:

- Antiquitäten
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchen, Matratzen)
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge)
- Farben und Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Fahrräder und Zubehör
- Auto und Autozubehör
- Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse
- Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen etc.

Die Branche **Möbel** wird in Neuenkirchen-Vörden nur als Randsortiment im Betrieb POSTEN-BÖRSE geführt, welcher im zentralen Versorgungsbereich liegt. Aufgrund der geringen Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich, sowie der flächenintensiven Anforderungen der Anbieter dieser Branche, sollte aus Sicht der cima dennoch eine Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen.

Antiquitäten und Kunstgegenstände sind derzeit in Neuenkirchen-Vörden nicht aufzufinden. Diese Sortimentsgruppe besteht i.d.R. zu einem wesentlichen Teil aus antiken Möbeln, großen Gemälden und ähnlichen sperrigen Gegenständen. Aus Sicht der cima sollten Antiquitäten daher genauso als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden wie neue Möbel. Die Ansiedlung von Antiquitäten- oder Kunsthandlungen im zentralen Versorgungsbereich von Neuenkirchen-Vörden ist selbstverständlich trotzdem weiter möglich.

Die Sortimentsgruppe der **Baummarktartikel** (inkl. Farben, Lacken, Tapeten) und **Gartenbedarf** wird heute vorwiegend außerhalb des zentralen

Versorgungsbereichs angeboten. Mit der Festsetzung dieser Sortimentsgruppe als nicht-zentrenrelevante Branche bewahrt man sich planungsrechtliche Freiheiten, wenn es um die Flächenentwicklung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches geht. Die Schaffung eines Angebotes außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird damit ausdrücklich ermöglicht.

Das Sortiment **Fahrräder und Fahrradzubehör** ist aus Gutachtersicht ebenso den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der branchenspezifische Verkaufsflächenanteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt in dieser Branche lediglich bei rd. 1 %.

Zusammenfassend wird der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden die auf folgender Seite dargestellte „Sortimentsliste Neuenkirchen-Vörden“ empfohlen.

Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden. Sofern im Einzelfall eine differenziertere Festsetzung der zulässigen Sortimente erfolgen soll, empfiehlt die cima einen Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige („WZ-Liste“). Eine Zuordnung der cima-Warengruppen zu den WZ-Gruppen wurde bereits vorgenommen.

Abb. 50: Sortimentsliste Neuenkirchen-Vörden

Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren	<ul style="list-style-type: none"> Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.11.1; WZ 47.11.2; WZ 47.21.0; WZ 47.22.0; WZ 47.23.0; WZ 47.24.0; WZ 47.25.0; WZ 47.26.0; WZ 47.29.0)
Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Kosmetischen Erzeugnisse und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) (ohne Parfümerie- und Kosmetikartikel)
Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel	<ul style="list-style-type: none"> Apotheken (WZ 47.73.0)
Schnittblumen und kleinere Pflanzen	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (hier nur Schnittblumen und kleineren Pflanzen)
Zeitungen und Zeitschriften	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen (WZ 47.62.1)
nicht-zentrenrelevante Sortimente	
Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Wohnmöbeln (WZ 47.59.1)
Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren (WZ 47.52.1) Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (ohne Farben, Lacke)
Farbe, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (WZ 47.53.0) (ohne Vorhänge), Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (hier nur Farben, Lacke)
Fahrräder und Fahrradzubehör	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.1)
Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, Briefmarken, Münzen	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (WZ 47.78.3) (hier nur Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken und Münzen) Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (WZ 47.79.1) Antiquariate (WZ 47.79.2)
Auto und Autozubehör	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör (WZ 45.32.0)
Motorenkraftstoffe	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel in fremdem/ eigenem Namen mit Motorenkraftstoffen (WZ 47.30.1; WZ 47.30.2)
gartenmarktspezifische Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-) Pflanzen und Pflanzgefäße)	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (außer Schnittblumen und kleinere Pflanzen)
Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (WZ 47.78.9) (hier nur Kinderwagen, Kindersitze)
Sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen...	<ul style="list-style-type: none"> Sonstiger Facheinzelhandel a. n. g. (in Verkaufsräumen) (WZ 47.78.9)

Zentrenrelevante Sortimente	
Uhren, Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Uhren und Schmuck (WZ 47.77.0)
Augenoptik und Hörgeräteakustik	<ul style="list-style-type: none"> Augenoptiker (WZ 47.78.1) Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln (WZ 47.74.0) (hier nur akustische Artikel)
Sanitätswaren	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln (WZ 47.74.0) (außer akustische Artikel)
Sportartikel (inkl. Anglerbedarf, Jagdsport-, Campingartikel)	<ul style="list-style-type: none"> Bekleidung (WZ 47.71.0) (hier nur Sportbekleidung) Schuhe (WZ 47.72.1) (hier nur Sportschuhe) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (WZ 47.62.2)
Schuhe	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Schuhen (WZ 47.72.1)
Lederwaren, Koffer und Taschen	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)
Bekleidung, Wäsche	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0)
Bücher	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Büchern (WZ 47.61.0)
Papier-, Schreibwaren, Bürobedarf	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (WZ 47.62.2)
Haus- und Heimtextilien (Stoffe, Kurzwaren, Gardinen usw.)	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Heimtextilien (WZ 47.51.0), Einzelhandel mit Vorhängen, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53.0) (hier nur Vorhänge)
Musikalien, Musikinstrumente	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien (WZ 49.59.3)
Elektroklein- und -großgeräte	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (WZ 47.54.0) (Elektrohaushaltskleingeräte und -großgeräte)
Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0)
Foto und Zubehör	<ul style="list-style-type: none"> Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (WZ 47.78.2)
Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren (WZ 47.59.2) Einzelhandel mit Haushaltsgegenstände na. n. g. (WZ 47.59.9) Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Geschenkartikel)
Unterhaltungselektronik, Tonträger	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik (WZ 47.43.0) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträger (WZ 47.63.0)
Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Datenverarbeitung, peripheren Geräten und Software (WZ 47.41.0), Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten (WZ 47.42.0)
Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ 47.76.2)
Baby-/ Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen, Kindersitze)	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0) (nur Baby- und Kleinkinderartikel) Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0) (nur Baby-/ Kleinkinderartikel)
Leuchten und Leuchtmittel	<ul style="list-style-type: none"> Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln und Haushaltsgegenständen a. n. g. (WZ 47.59.9) (hier nur Lampen und Leuchten)

Quelle: cima 2018

8 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden und Umsetzung des Konzeptes

8.1 Vorbemerkung

Die größten Veränderungen im Einzelhandel gehen seit Jahren von der Entwicklung des großflächigen Einzelhandels aus. Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Ziele der Landesplanung Niedersachsen sind u.a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Das hier vorgelegte Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet. Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben an den Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung bewertet und beurteilt werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne, die gegen diese Zielvorgaben verstoßen, entsprechend der Zielvorstellungen (inkl. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und Sortimentsliste Neuenkirchen-Vörden) angepasst werden.³⁶

8.2 Übergeordnete Zielsetzungen sowie Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung, Ansiedlungsmatrix

Mit der Orientierung an den folgenden Grundsätzen sollen unternehmerische Initiativen nicht aus Neuenkirchen-Vörden getrieben und Konkurrenzen 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 Neuenkirchen-Vörden. Wenn es in Neuenkirchen-Vörden gelingt, sich an den nachfolgend aufgeführten Grundsätzen zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) innerörtliche Entwicklungen und Spielräume.

Grundsatz 1:

Zentrenrelevantes Kernsortiment: Der zentrale Versorgungsbereich von Neuenkirchen-Vörden genießt höchste Entwicklungspriorität. Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausschließlich im Hauptzentrum möglich, keine Entwicklung von nicht integrierten Standortagglomerationen. Als einschränkender Faktor ist ausschließlich die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich zu beachten. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Lage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die

³⁶ 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.

Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereiches eingeschränkt. Der Entwicklung nicht integrierter Standortagglomerationen sollte dennoch entgegen gewirkt werden.

Grundsatz 2:

Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Neuansiedlungen nur, wenn eine Versorgung der Bewohner im Nahbereich nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet wird. Bestehende Betriebe genießen erweiterten Bestandsschutz und sollten die Möglichkeit bekommen sich an moderne Marktbedürfnisse anpassen zu können, sofern keine Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches nachgewiesen wird (Einzelfallprüfung).

Grundsatz 3:

Zentrenrelevantes Kernsortiment: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches grundsätzlich keine Weiterentwicklung von Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten. Bestehende Betriebe genießen erweiterten Bestandsschutz. Potentielle Standorte sind künftig nicht-zentrenrelevanten Neuansiedlungen vorbehalten.

Grundsatz 4:

Nicht zentrenrelevantes Kernsortiment: Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten prioritär in den Solitär-/Streulagen zulässig, aber auch im zentralen Versorgungsbereich.

Grundsatz 5:

Zentrenrelevante Randsortimente: Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente bei großflächigem nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. In Anlehnung an das LROP Niedersachsen auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, bzw. maximal 800 qm je Standort. Bei einer Neuansiedlung steht der Betreiber in der Pflicht, den Nachweis der Einhaltung zu erbringen.

Grundsatz 6:

Sicherstellung der Versorgungsfunktion: Sicherstellung und Schutz der Versorgungsfunktion der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben. Dieser Grundsatz ist nicht als Wettbewerbsschutz zu verstehen, sondern als Absicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zugunsten einer ganzheitlichen Versorgung.

Zur Umsetzung der Grundsätze in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die cima folgende grundsätzlichen Prinzipien anzuwenden:

- **Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind mit Priorität in der zentralen Versorgungsbereich von Neuenkirchen-Vörden anzusiedeln.**
- **In den SO-Gebieten** sind die Bestandstrukturen sowie die Potenzial- und Entwicklungsflächen baurechtlich abzusichern.
- **In GE-Gebieten sollte zukünftig die Neuansiedlung von Einzelhandel ausgeschlossen werden.** Ausnahmen bilden hier: Handwerksbetriebe mit Verkauf an letzte Verbraucher; Bestandsschutz genießen vorhandene Betriebe, bei denen angemessene Erweiterungen und Erneuerungen zulässig sein sollten.
- **In MI-Gebieten ist in der Regel Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit zulässig.** In MI-Gebieten sollte Einzelhandel dort ausgeschlossen werden, wo die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches beeinflusst und gefährdet wird. Im Rahmen der Bauleitplanung kann die Verkaufsflächengröße in MI-Gebieten über die horizontale und vertikale Gliederung des Plangebietes gesteuert werden.

Abb. 51: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen (Ansiedlungsmatrix)

		zentrenrelevante Hauptsortimente	nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
zentrale Versorgungsbereiche	ZVB Neuenkirchen (Hauptzentrum)	großflächig möglich	großflächig möglich	großflächig möglich
	integrierte Lagen in Wohn- und Mischgebieten	keine Ansiedlung (Erweiterung orientiert an Versorgungsfunktion)	kleinflächig / großflächig* (orientiert an Nahversorgungsfunktion)	keine Ansiedlung
weitere Standortkategorien	sonstige, nicht integrierte Standorte	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	ausnahmsweise möglich, nach Einzelfallprüfung
	Gewerbegebiete	keine Einzelhandelsansiedlungen, da gewerblichen Nutzungen vorbehalten (Annexhandel zulässig)		

Generell ist zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe Bestandsschutz genießen. Darüber hinaus sollen den bestehenden Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Modernisierungen und angemessene Verkaufsflächenerweiterungen ermöglicht werden, sofern diese für einen zeitgemäßen Marktauftritt bzw. ein langfristiges Fortbestehen des Unternehmens erforderlich sind (erweiterter Bestandsschutz).

Bei Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels ist der Nachweis der Zentrenverträglichkeit durch die Anfertigung eines Verträglichkeitsgutachtens zu erbringen (Vorgaben der Landesplanung sind zu beachten).

Der Handel mit Kraftfahrzeugen, Landmaschinen, Brennstoffen und Mineralölerzeugnissen unterliegt keiner einschränkenden Steuerung im Einzelhandelskonzept.

*Nur mit raumordnerischen Ausnahmeregelungen vom Integrationsgebot möglich.

8.3 Baurechtliche und stadtplanerische Aspekte für die Implementierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes Neuenkirchen-Vörden

Das vorliegende kommunale Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 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 Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in die Bauleitpläne der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden 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 des zentralen Versorgungsbereiches sollte in regelmäßigen Abständen überprüft und ggf. angepasst werden. Grundlage für die Einordnung der cima war u.a. die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten³⁷. 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 Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Kap. 7) bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Sortimentsliste Neuenkirchen-Vörden, 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).

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 untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind.

³⁷ vgl. z.B. BVerwG, Urteil vom 26. 3. 2009 - 4 C 21. 07

Um nicht Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d.h. die Bereiche, die einem akuten Handlungsdruck unterliegen, genau zu bestimmen und 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.

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 Versorgungsbereiches zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen³⁸. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für Neuenkirchen-Vörden 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 Neuenkirchen-Vörden getrieben noch Konkurrenzen grundsätzlich eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es aber zur Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen und den übrigen Einzelhandelslagen.

³⁸ Zum Schutz und zur Stärkung der Einzelhandelsfunktion des Ortszentrums kann in Bereichen außerhalb des Ortszentrums (u.a. MI-Gebiete) der Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten ausgeschlossen werden. Siehe hierzu das Urteil des OVG

Münster 20.04.2004 (7a D 142/02.NE) im Normenkontrollverfahren der Grundeigentümer, die wegen des Ausschlusses von Einzelhandel einen Wertverlust ihrer Grundstücke befürchteten (vom OVG abgelehnt).

9 Anhang

9.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonomische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Experten-gespräche 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 Kaufkraftkennziffer 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 Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

5.366 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (für das Jahr 2018).

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.

9.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde im Jahr 2018 eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit

ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes,
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

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 wie folgt:

Abb. 52: cima Warengruppen

Periodischer Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittel (inkl. Reformwaren und Genussmittel) ▪ Arzneimittel (Apotheken) ▪ Drogerie- und Parfümeriewaren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schnittblumen, Floristik ▪ Zeitschriften, Zeitungen
Persönlicher Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekleidung ▪ Wäsche ▪ Schuhe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Optik, Akustik, Sanitätswaren) ▪ Uhren, Schmuck ▪ Lederwaren (inkl. Taschen, Koffer)
Medien, Technik	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bücher ▪ Schreibwaren ▪ Elektrogeräte, Leuchten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterhaltungselektronik ▪ Foto ▪ Computer und Büro-/ Kommunikationselektronik
Spiel, Sport, Hobby	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportartikel ▪ Spielwaren ▪ Fahrräder (inkl. Zubehör) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Musikinstrumente, Sammelhobbies, Waffen ▪ Zooartikel
Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat (inkl. Geschenkartikel) 	
Einrichtungsbedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Heimtextilien ▪ Möbel (inkl. Matratzen, Kinderwagen, Kindersitze) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände
Baumarktartikel, Gartenbedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pflanzen, Gartenbedarf ▪ Eisenwaren, Baumarktartikel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bodenbeläge, Teppiche, Farben, Lacke, Tapeten ▪ Kfz-Zubehör

Quelle: cima 2018

9.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Wir unterscheiden 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 1.500 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.

9.4 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 des zentralen Versorgungsbereiches** 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.³⁹

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche

Dimension des zentralen Versorgungsbereiches 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 werden⁴⁰. 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 getroffen⁴¹:

Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch

³⁹ 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

⁴⁰ 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

⁴¹ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

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 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 aus⁴²:

„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 aus⁴³:

„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:

4. **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,
5. **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,
6. **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 Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden⁴⁴.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt⁴⁵.

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,

eines bestimmten 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.“

⁴⁵ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

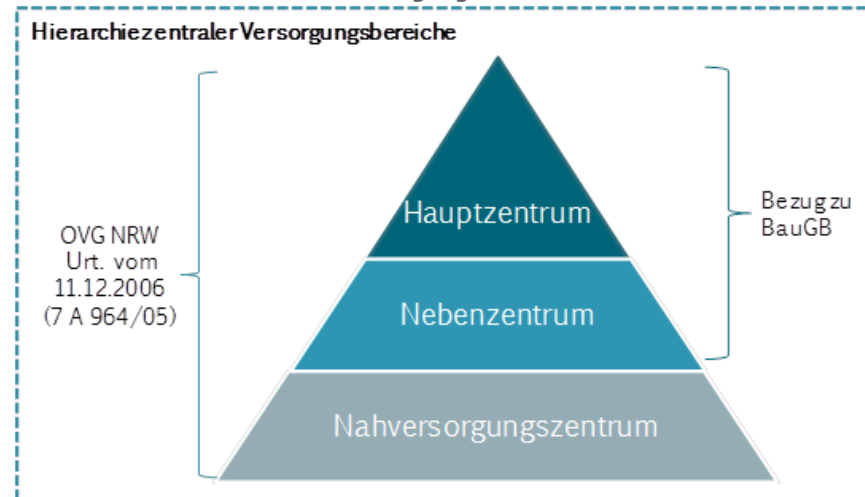
⁴² Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

⁴³ BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

⁴⁴ 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

- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,
- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

Abb. 53: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



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 übrigen Siedlungsraum 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, so dass 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.⁴⁶ 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.⁴⁷

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.

9.5 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 ist 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“.

nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

⁴⁶ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

⁴⁷ 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

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 Versorgungsbereichs 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 Prüfatbestand 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 Standortverhältnisse⁴⁸.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher 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.⁴⁹

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

⁴⁸ 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 Versorgungsbereichs mittels Passantenfrequenzrelationen

dokumentiert und ein potentiell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

⁴⁹ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.