



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Land.
Seit 1988.**

Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Wiesenstraße in der Stadt Aurich

Stadt+Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH
Berliner Allee 12 30175 Hannover
T 0511-220079-50
cima.hannover@cima.de

München

Stuttgart

Forchheim

Frankfurt a.M.

Köln

Leipzig

Berlin

Hannover

Lübeck

Ried (AT)

www.cima.de

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Martin Kremming

Bearbeitung: M.Sc. Humangeographie Benjamin Kemper

M.Sc. Wirtschaftsgeographie Johann Russnak

Hannover, Februar 2020

Nutzungs- und Urheberrechte

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

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

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

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

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

Sprachgebrauch

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

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung	5
2 Darstellung des Planvorhabens	6
3 Marktanalytische Rahmendaten im Untersuchungsgebiet	9
3.1 Nachfragepotenzial im Untersuchungsgebiet	9
3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet	12
3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	14
3.2.2 Fachmarktlage West	15
3.2.3 Fachmarktlage Süd	16
3.2.4 Weitere Wettbewerber im Untersuchungsgebiet	17
4 Auswirkungen des Planvorhabens	18
4.1 Herkunft des Vorhabenumsatzes	20
4.2 Ökonomische Wirkungsprognose	22
5 Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Aurich und der Raumordnung	25
5.1 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes	25
5.2 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben der Raumordnung	30
6 Abschließende Bewertung und Empfehlung	33
7 Methodik	35

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Lage des Vorhabenstandortes in Aurich (Makrostandort).....	7
Abb. 2: Vorhabenstandort (Übersicht)	7
Abb. 3: Aktueller Filialstandort am Hammerkeweg	8
Abb. 4: Planvorhabenstandort.....	8
Abb. 5: Vorhabenrelevantes Nachfragevolumen im Auricher Stadtnorden.....	9
Abb. 6: Einwohner, Kaufkraft und Nachfragepotenzial in der Stadt Aurich	10
Abb. 7: Vorhabenstandort und Untersuchungsgebiet	11
Abb. 8: Angebotsstruktur in der Stadt Aurich (Nahrungs- und Genussmittel).....	13
Abb. 9: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im ZVB Innenstadt	14
Abb. 10: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz FM-Lage West.....	15
Abb. 11: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz in der FM-Lage Süd.....	16
Abb. 12: Verkaufsflächen und Umsätze des Planvorhabens	19
Abb. 13: Umsatzherkunft des Planvorhabens	21
Abb. 14: Umverteilungseffekte Nahrungs- und Genussmittel	24
Abb. 15: Umsatzanteil des Planvorhabens aus dem fußläufigen Einzugsgebiet.....	27
Abb. 16: Aktuelle Nahversorgungsstrukturen Stadt Aurich	29
Abb. 17: Kaufkraftherkunft des Planvorhabens	31
Abb. 18: cima-Warengruppen	35

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag

Erstellung einer Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Wiesenstraße in der Stadt Aurich.

Auftraggeber

Stadt Aurich
Postfach 1769
26587 Aurich

Analysezeitraum

September 2019 – Februar 2020

Untersuchungsdesign

- Bewertung des Mikrostandortes des Planvorhabens
- Analyse der vorhabenrelevanten Angebotssituation in den tangierten Zentren und an weiteren relevanten Wettbewerbsstandorten
- Umsatzschätzung des Planvorhabens
- Ermittlung der Umsatzherkunft des Planvorhabens
- Dokumentation der Umsatzverlagerungen durch Ermittlung der ökonomischen Auswirkungen auf den Einzelhandel
- Darstellung und Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen auf die baurechtlich schützenswerten Einzelhandelsstrukturen (Zentren)

Methodische Grundlagen

Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Planvorhabens geht die cima von einem „Worst-Case-Ansatz“ aus. Das bedeutet, dass bei den Berechnungen die maximal zu erwartenden Verdrängungswirkungen dargestellt werden.

Grundlage für die Ermittlung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels bildet die Datenbasis des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Aurich aus dem Jahr 2015, welches durch die cima erstellt wurde. Die Daten wurden im Januar 2020 grundlegend durch Nacherhebungen aktualisiert und die Leistungsfähigkeit der einzelnen Betriebe durch Vor-Ort-Begehungen neu eingeschätzt.

Die Untersuchung bezieht sich schwerpunktmäßig auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.

Die kaufkraftrelevanten Daten beziehen sich auf das Jahr 2019.

2 Darstellung des Planvorhabens

In der Stadt Aurich wird derzeit die Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Wiesenstraße diskutiert. Im Detail handelt es sich um eine Modernisierungsmaßnahme samt Verkaufsflächenerweiterung im Zuge einer Standortverlagerung einer bestehenden ALDI-Filiale am Standort Hammerkeweg.

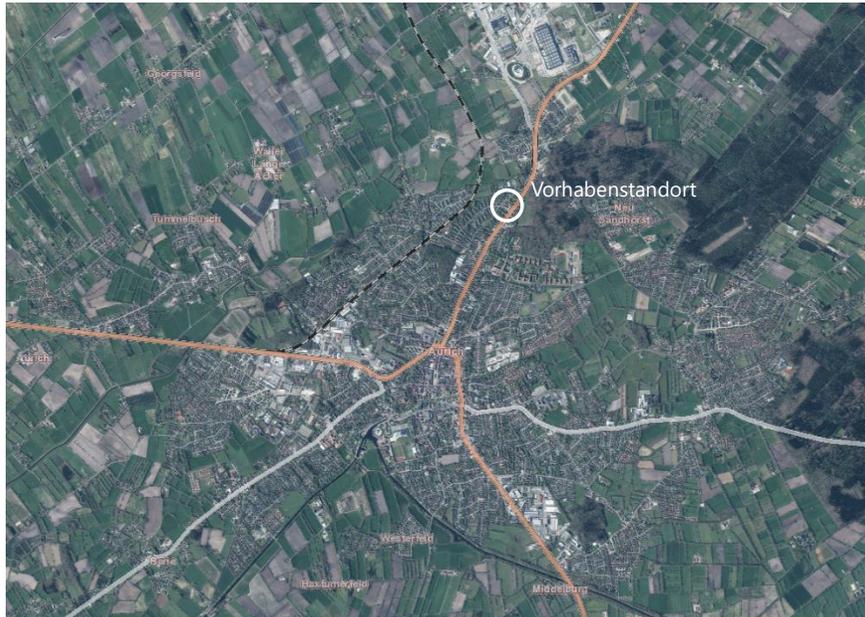
Der derzeitige ALDI-Lebensmitteldiscounter am Hammerkeweg befindet sich in gewerblich geprägter Streulage. Aus den umliegenden Wohngebieten ist die fußläufige Erreichbarkeit des Marktes nur eingeschränkt gegeben. Damit besitzt der ALDI-Markt am Hammerkeweg nur eingeschränkte Lageeigenschaften zur Nahversorgung umliegender Wohngebiete.

Um den langfristigen Verbleib des Marktes im nördlichen Teilbereich der Kernstadt Aurichs zu sichern, ist geplant, den heute am Hammerkeweg ansässigen ALDI-Markt an die Wiesenstraße (ehemaliger Standort EDEKA) zu verlagern. Die Planung sieht vor, den ALDI-Markt auf eine marktübliche Verkaufsfläche von ca. 1.260 qm zu erweitern und zu modernisieren. In diesem Zuge ist die Schließung der Filiale am Hammerkeweg geplant.

Der Planvorhabenstandort an der Wiesenstraße befindet sich in siedlungsstrukturell integrierter Lage in fußläufiger Distanz zu Wohngebieten. Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist unmittelbar über die Bushaltestelle „Aurich-Sandhorst B 210/Wiesenstraße“ gegeben. Hier verkehren die Linien 445, 474 und 480. Zusätzlich ist auch die MIV-Erreichbarkeit des Standortes aus dem Auricher Stadtnorden und der Kernstadt Aurich als sehr gut zu bewerten. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohngebieten der nördlichen Teilbereiche der Kernstadt Aurich und Teilbereichen des Stadtteils Sandhorst ebenfalls komfortabel gegeben. Damit ist der Standort auch nach Wegzug des vormals etablierten EDEKA-Marktes für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geeignet.

Insgesamt ist das Grundstück hinsichtlich seiner Verfügbarkeit für eine nahversorgungsrelevante Entwicklung geeignet. Der Planvorhabenstandort befindet sich in einer siedlungsstrukturell integrierten Wohngebietslage.

Abb. 1: Lage des Vorhabenstandortes in Aurich (Makrostandort)



Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG 2020
Quelle: cima 2020

Abb. 2: Vorhabenstandort (Übersicht)



Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG 2020
Bearbeitung: cima 2020

Abb. 3: Aktueller Filialstandort am Hammerkeweg

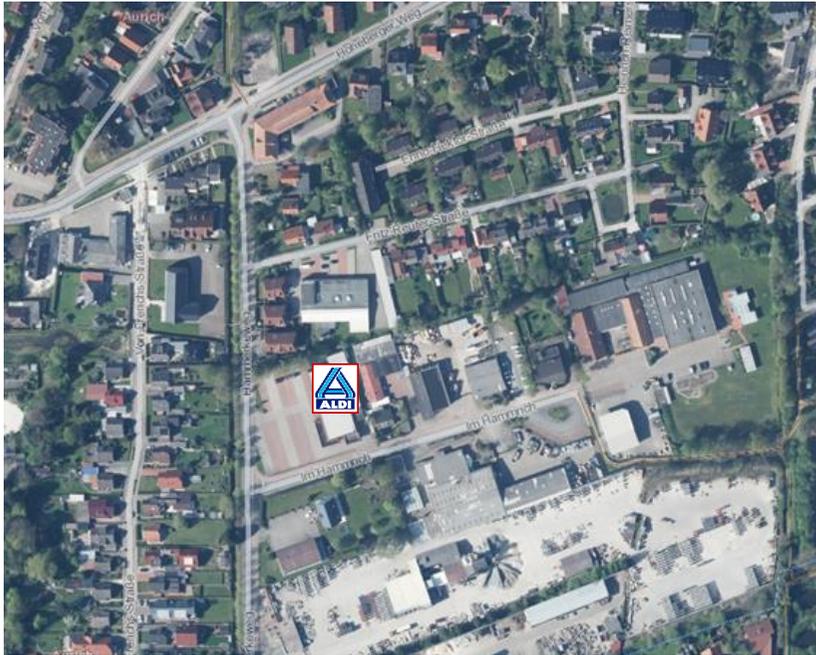


Foto: cima 2020

Abb. 4: Planvorhabenstandort



Planvorhabenstandort (ehemals EDEKA Bontjer)
Foto: cima 2020

3 Marktanalytische Rahmendaten im Untersuchungsgebiet

3.1 Nachfragepotenzial im Untersuchungsgebiet

Die Berechnung des vorhabenrelevanten Nachfragepotenzials¹ erfolgt auf der Basis der stadtteilscharfen Einwohnerzahlen² und der berechneten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer³ für die Stadt Aurich (98,0).

Für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 2.240 € (bundesweit) für das Jahr 2019 zugrunde gelegt. Dieser Betrag wird an das Kaufkraftniveau des jeweiligen Stadtteils mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst.

Als vorrangige Einzugsgebiet des Planvorhabens bildet der Auricher Stadtnorden. Wie Abb. 5 zeigt, steht im Auricher Stadtnorden bei einer Einwohnerzahl von rd. 18.354 ein Nachfragepotenzial im vorhabenrelevanten Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel von rd. 40,3 Mio. € zur Verfügung. Der nördliche Teilbereich der Kernstadt Aurich, der in das Untersuchungsgebiet eingefasst wurde, bildet mit einer Einwohnerzahl von 7.107 und einem Nachfragepotenzial von rd. 15,6 Mio. € einen Bevölkerungsschwerpunkt des Auricher Stadtnordens. Im Vergleich dazu wohnen in den weiteren zehn Stadtteilen des Untersuchungsgebietes rd. 11.247 Einwohner bei einem vorhabenrelevanten Nachfragepotenzial von 24,7 Mio. €. Der nördliche Teilbereich der Kernstadt Aurichs macht somit einen Bevölkerungsanteil von rd. 40 % aus. Die übrigen 60% verteilen sich auf die weiteren zehn Stadtteile im Untersuchungsgebiet.

Die zweitmeisten Einwohner besitzt der Stadtteil Sandhorst, der sich direkt nördlich der Kernstadt Aurich anschließt. Im Stadtteil Sandhorst ist bei 4.651 Einwohnern ein Nachfragepotenzial von rd. 10,2 Mio. € verfügbar. Die nördlichen und nordöstlichen Stadtteile weisen vorwiegend ländlich geprägte Strukturen auf. Die Bevölkerungsdichte nimmt hier deutlich ab.

Abb. 5: Vorhabenrelevantes Nachfragevolumen im Auricher Stadtnorden

Stadtteile im Untersuchungsgebiet	Einwohner	Nachfragepotenzial Nahrungs- und Genussmittel (in Mio. €)
Aurich - nördlicher Teilbereich	7.107	15,6
Dietrichsfeld	789	1,7
Langefeld	415	0,9
Middels-Osterloog	175	0,4
Middels-Westerloog	806	1,8
Ogenbargen	249	0,5
Pfalzdorf	239	0,5
Plaggenburg	1.467	3,2
Sandhorst	4.651	10,2
Spekendorf	447	1,0
Tannenhausen	2.009	4,4
Untersuchungsgebiet gesamt	18.354	40,3

Quelle: Bevölkerung: Einwohnermeldeamt Stadt Aurich, EW-Stand: 31.07.2019
Kaufkraftkennziffer: mb research 2019; Aurich: KKZ 98,0
Bearbeitung: cima 2012

¹ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung einer jeden Stadt, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert, Berechnung für das Jahr 2019).

² Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Aurich, Stand: 31.07.2019

³ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2019

Durch die geplante städtebauliche Entwicklung der Blücher-Kaserne wird sich das Nachfragepotenzial in diesem Teilbereich des Auricher Stadtnordens zukünftig erhöhen.

Durch die günstige Lage an der Bundesstraße B 210 und den sich daraus ergebenden relativ kurzen Fahrzeiten aus dem gesamten Auricher Stadtgebiet ist allerdings davon auszugehen, dass das Planvorhaben eine Kundenansprache im gesamten Stadtgebiet erzeugt. Somit dient das gesamte Stadtgebiet Aurichs als Untersuchungsgebiet. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass mit zunehmender Distanz zum Planvorhaben eben jene Kundenansprache deutlich abnimmt.

Nahversorgung nicht immer gewährleistet. Daher kommt der Kernstadt Aurich auch eine Versorgungsfunktion für diese Stadtteile zu.

Abb. 6: Einwohner, Kaufkraft und Nachfragepotenzial in der Stadt Aurich

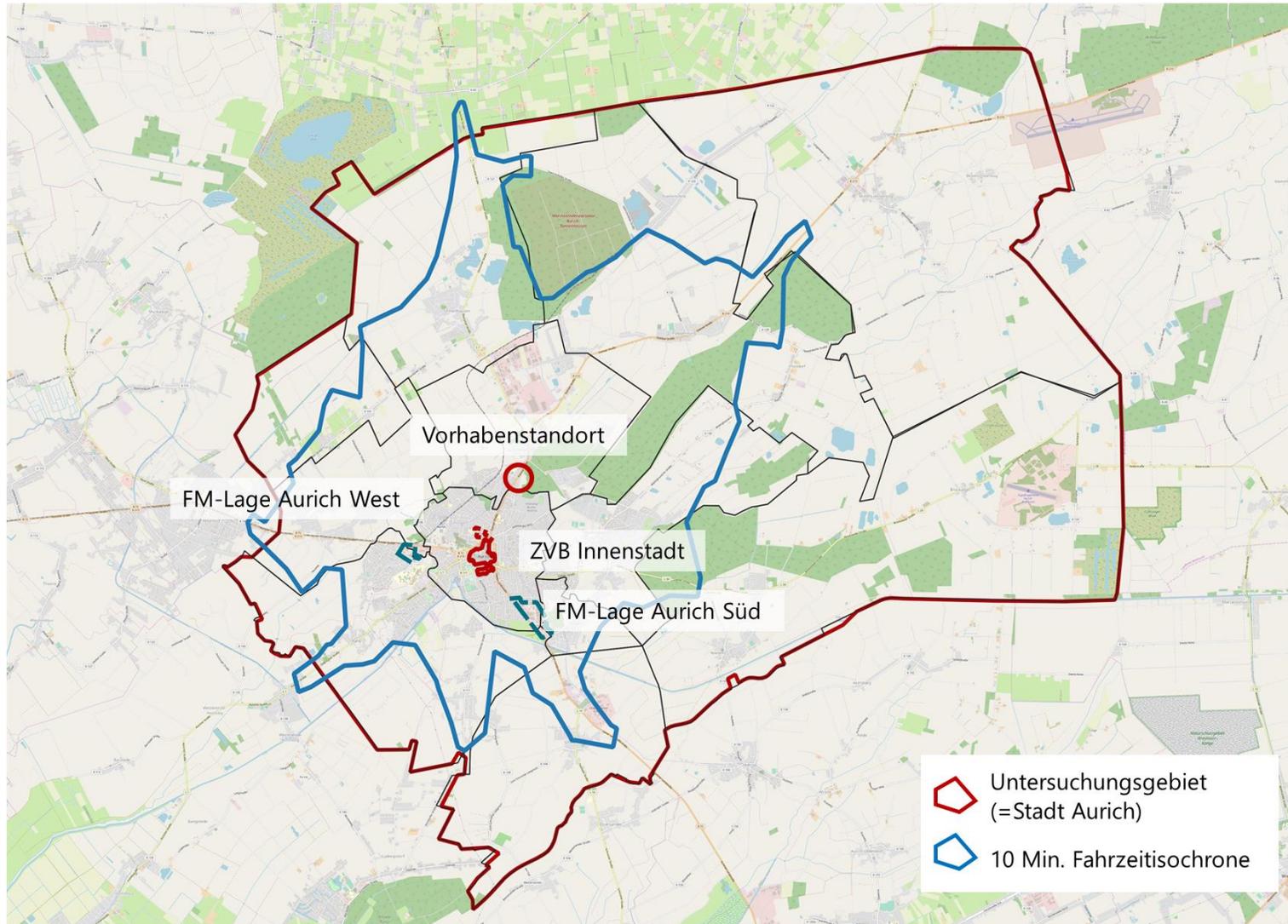
Kommune	Einwohner	Kaufkraftkennziffer	Nachfragepotenzial Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €
Stadt Aurich	41.995	98,0	92,2

Das Nachfragepotenzial errechnet sich aus der Einwohnerzahl der jeweiligen Stadt/ Gemeinde im Untersuchungsgebiet (insg. 41.995 Einwohner, Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, 30.06.2019) und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Quelle: MB Research 2019). Rundungsdifferenzen sind möglich.

Die Stadt Aurich verfügt bei einer Einwohnerzahl von 41.995 und einer Kaufkraftkennziffer von 98,0 über ein vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel von rd. 92,2 Mio. €.

Neben der Kernstadt Aurich ist auch in den übrigen Stadtteilen im Auricher Stadtnorden insgesamt ein auskömmliches und solides Nachfragepotenzial im Sortimente Nahrungs- und Genussmittel vorhanden. Aufgrund der weitläufigen Siedlungsstruktur in den nordöstlichen Stadtteilen ist eine flächendeckende, fußläufig erreichbare

Abb. 7: Vorhabenstandort und Untersuchungsgebiet



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2019
Bearbeitung: cima 2020

3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Für die Beurteilung der Auswirkungen zur Verkaufsflächenerweiterung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters in der Stadt Aurich ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation erforderlich. Die Attraktivität der konkurrierenden Wettbewerber innerhalb des Untersuchungsgebietes wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen des cima-Teams erfasst. Insbesondere die Lage, die Betriebsform und die Größe der Wettbewerber sind dabei von Bedeutung.

Die Stadt Aurich verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2015⁴. Das Einzelhandelskonzept definiert in Aurich einen zentralen Versorgungsbereich (ZVB Innenstadt). Im gesamten Untersuchungsgebiet sind zudem diverse weitere Einzelhandelsbetriebe in Solitär- bzw. Streulagen angesiedelt, welche nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs erfüllen.

Die Stadt Aurich verfügt über ein umfangreiches Nahversorgungsangebot. Dabei ist lediglich ein als direkter Wettbewerber anzusehender Lebensmittelmarkt im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt.

Ein wesentlicher Teil des Nahversorgungsangebotes befindet sich in den autoorientierten Fachmarktlagen Aurich West und Aurich Süd. Weitere Nahversorgungsstandorte sind im sonstigen Stadtgebiet verteilt.

Im Untersuchungsgebiet befinden sich die folgenden wettbewerbsrelevanten Anbieter:

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

- EDEKA, Fischteichweg (Carolinenhof)

Fachmarkt-Lage Aurich West

- ALDI, Dreekamp
- E-CENTER, Dreekamp

Fachmarkt-Lage Aurich Süd

- ALDI, Raiffeisenstraße
- COMBI, Popenser Straße
- E-CENTER, Raiffeisenstraße
- LIDL, Raiffeisenstraße

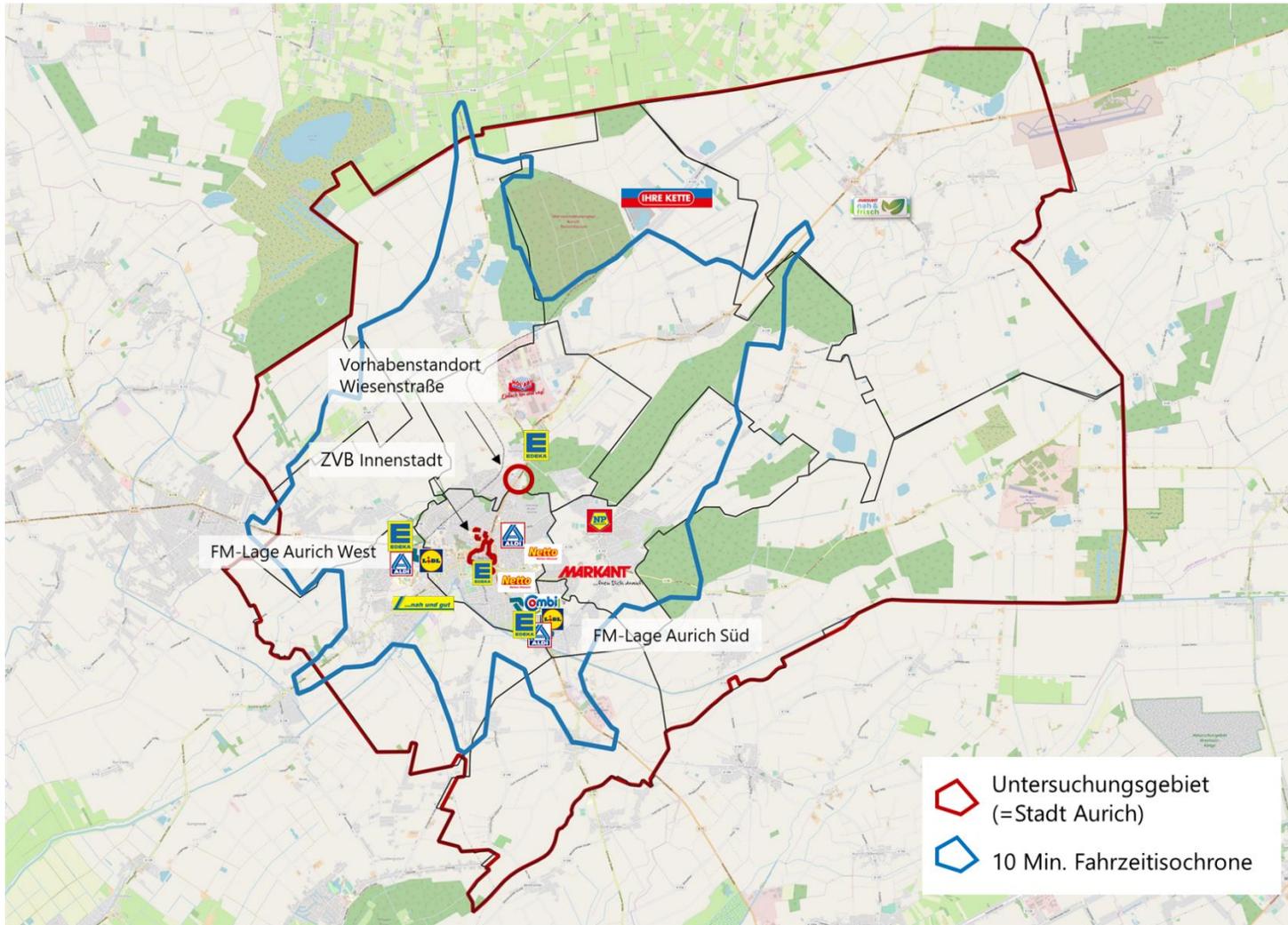
Sonstiges Stadtgebiet

- EDEKA BONTJER, Esenser Straße (Südeweg, Sandhorst)
- NP, Wallinghausener Straße (Wallinghausen)
- EDEKA NAH UND GUT, Oldersumer Straße (Haxtum)
- NETTO MARKEN-DISCOUNT, Leerer Landstraße
- NETTO MARKEN-DISCOUNT, Wallinghausener Straße
- IHRE KETTE, Esenser Postweg (Dietrichsfeld)
- MARKANT, Heerenkamp (Egels)
- MARKANT NAH & FRISCH, Westerlooger Straße (Middels)
- LIDL, Emders Straße (Extum)

Das Angebot wird abgerundet durch diverse Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Lebensmittelspezialgeschäfte, Kioske, Tankstellen u. ä., die jedoch mit dem Planvorhaben nur begrenzt in Wettbewerb stehen.

⁴ Einzelhandelskonzept für die Stadt Aurich (cima 2015)

Abb. 8: Angebotsstruktur in der Stadt Aurich (Nahrungs- und Genussmittel)



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2020

Bearbeitung: cima 2020

Anmerkung: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Hierarchiestufe nach Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Aurich (cima 2019)

3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt stellt das bedeutendste Handels- und Dienstleistungszentrum der Stadt Aurich dar und übernimmt ebenso eine bedeutende Versorgungsfunktion für das Umland.

Das Zentrum ist der einzige ausgewiesene und als schützenswert zu betrachtende zentrale Versorgungsbereich der Stadt Aurich.

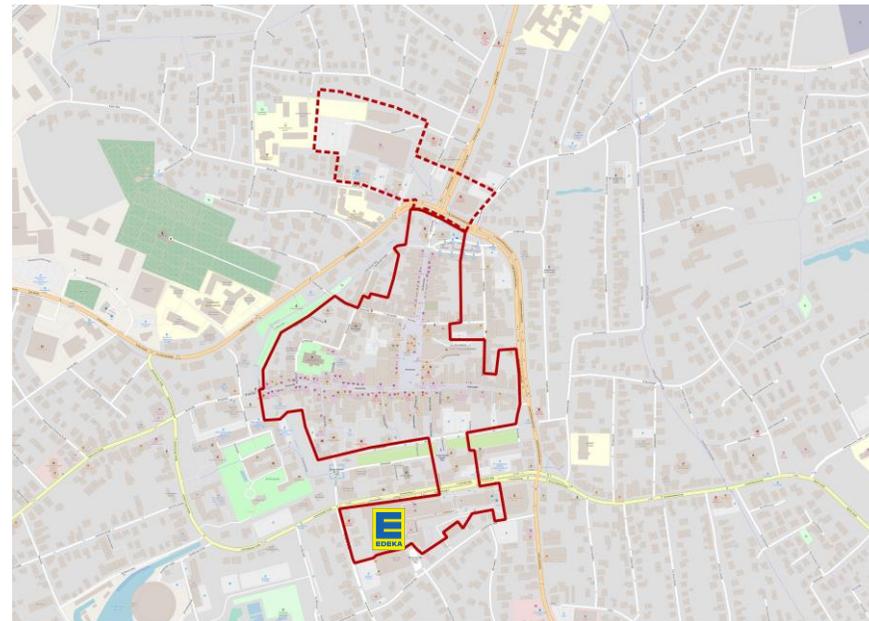
Der ZVB Innenstadt erstreckt sich grob kreuzförmig zum einen von West nach Ost vom Anfang der Burgstraße bis zum Ende der Osterstraße sowie von Nord nach Süd über die Norderstraße, den Marktplatz, den Standort Rathaus bis zum Carolinenhof. Daneben sind u. a. die Lilienstraße, der Bereich um den Lambertshof, Teile der Marktstraße und der Kleinen Mühlenwallstraße sowie die Hafenstraße und die Löhnen zwischen der Fußgängerzone und dem Georgswall enthalten. Die Burgstraße, Osterstraße, der Marktplatz, der größte Teil der Norderstraße, Teile der Marktstraße und die Löhnen sind als Fußgängerzone ausgebildet.

Neben einem umfassenden Innenstadtangebot des vorwiegend aperiodischen Bedarfsbereich gibt es einen umfangreichen Besatz einzelhandelsnaher Dienstleistungen (Kreditinstitute, Gastronomie, Ärzte etc.). Die Funktionen Wohnen, Verwaltung und Kultur runden das Angebot ab.

Ergänzend zum ZVB Innenstadt ist an dessen nördlichen Rand auf und im Umfeld ein Ergänzungsbereich ZVB Innenstadt ausgewiesen.

Das Einzelhandelsangebot im vorhabenrelevanten Wettbewerb besteht insbesondere aus dem Lebensmittelvollsortimenter EDEKA im Carolinenhof. Darüber hinaus besteht ein umfassendes Angebot an Lebensmittelspezialgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks, die allerdings nur beschränkt in Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben stehen.

Abb. 9: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im ZVB Innenstadt



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Aurich (cima 2015)

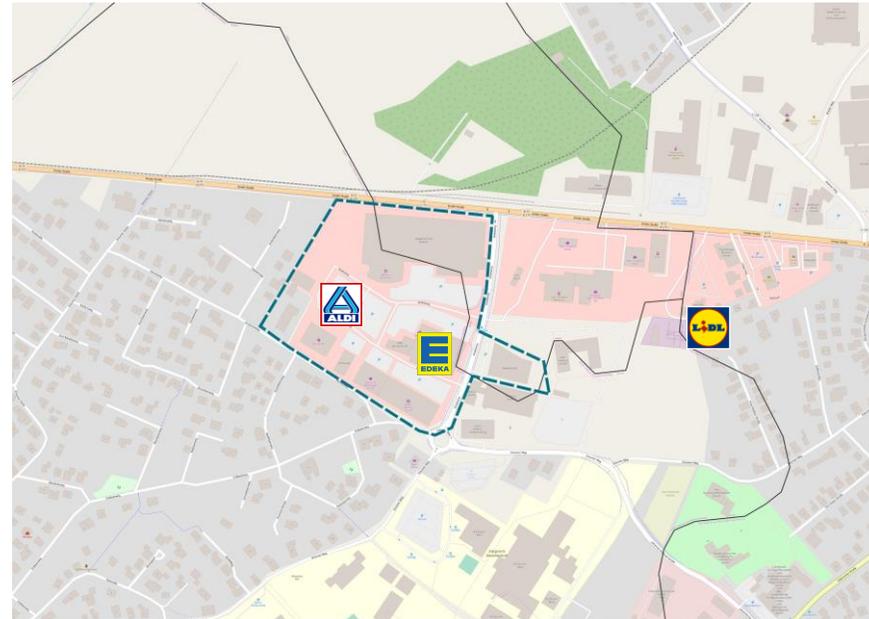
3.2.2 Fachmarktlage West

Die Fachmarktlage West befindet sich westlich der Innenstadt Aurich an der Emdener Straße (B72). Die Entfernung zwischen dem Planvorhabenstandort und der Fachmarktlage West beträgt rd. 3,1 km Fahrdistanz bzw. 6 Min. Fahrzeit für den Pkw-Kunden.

Als vorhabenrelevante Anbieter sind das E-CENTER Bruns und ALDI ansässig. Daneben wird die Gesamtattraktivität des Standorts durch den Mix mit weiteren Fachmärkten bestimmt. Als wesentliche Anbieter sind Expert Bening, Hagebaumarkt und Beenen Baustoffe, Dänisches Bettenlager, Fressnapf-Zoofachmarkt sowie ein Möbel Markt zu nennen. Bis auf den Möbel Markt sind alle genannten Anbieter westlich der Straße Dreekamp ansässig.

Der PKW-orientierte Standort ist kein zentraler Versorgungsbereich, sondern eine Fachmarkttagglomeration ohne städtebaulich schützenswerten Charakter.

Abb. 10: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz FM-Lage West



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Aurich (cima 2015)

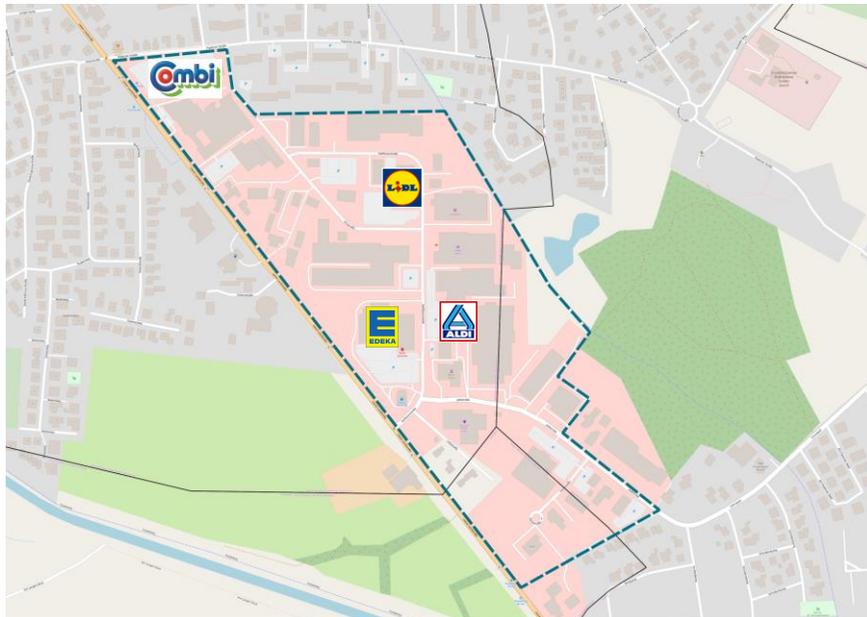
3.2.3 Fachmarktlage Süd

Die zweite ausgewiesene Fachmarktlage der Stadt Aurich befindet sich südöstlich der Innenstadt in rd. 3,1 km Fahrdistanz zum Vorhabenstandort.

Als vorhabenrelevanter Wettbewerber sind hier die Lebensmitteldiscounter ALDI und LIDL sowie die Lebensmittelvollsortimenter COMBI und E-CENTER ansässig. Das Einzelhandelsangebot wird darüber hinaus durch mehrere Fachmärkte des aperiodischen Bedarfsbereiches geprägt.

Der PKW-orientierte Standort ist kein zentraler Versorgungsbereich, sondern eine Fachmarkttagglomeration ohne städtebaulich schützenswerten Charakter.

Abb. 11: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz in der FM-Lage Süd



Kartengrundlage:

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Aurich (cima 2015)

3.2.4 Weitere Wettbewerber im Untersuchungsgebiet

Außerhalb der beschriebenen zentralen Versorgungsbereiche sind innerhalb des Untersuchungsgebietes weitere Betriebe mit vorhabenrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel) zu nennen.

In der Stadt Aurich sind außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und der Fachmarktlagen folgende Lebensmittelmärkte zu nennen:

Sonstiges Stadtgebiet

- EDEKA Bontjer, Esenser Straße (Südeweg, Sandhorst)
- NP, Wallinghausener Straße (Wallinghausen)
- EDEKA Nah Und Gut, Oldersumer Straße (Haxtum)
- NETTO Marken-Discount, Leerer Landstraße
- NETTO Marken-Discount, Wallinghausener Straße
- IHRE KETTE, Esenser Postweg (Dietrichsfeld)
- MARKANT, Heerenkamp (Egels)
- MARKANT Nah & Frisch, Westerlooger Straße (Middels)
- LIDL ,Emder Straße (Extum)

Darüber hinaus finden sich auch eine Vielzahl von Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Spezialgeschäften, Tankstellen und Kiosken im Untersuchungsgebiet wieder, die mit dem Vorhaben aber nur begrenzt im Wettbewerb stehen.

4 Auswirkungen des Planvorhabens

In der Stadt Aurich wird derzeit die Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Wiesenstraße diskutiert. Im Detail handelt es sich um eine Modernisierungsmaßnahme inklusive Verkaufsflächenerweiterung im Zuge einer Standortverlagerung des derzeit am Hammerkeweg ansässigen ALDI-Marktes. Im Rahmen des Neubaus und der Verlagerung soll die Verkaufsfläche von aktuell 800 qm auf insgesamt ca. 1.260 qm erweitert werden.

Die Angaben zur Größe der Verkaufsflächen basieren auf den Angaben des Auftraggebers. Die Größen der Teilflächen für die einzelnen Sortimente ergeben sich aus der aktuellen Verkaufsflächenaufteilung, den Erfahrungen der cima und aus der Betrachtung der Sortimentsstruktur in vergleichbaren Lebensmitteldiscountern.

Zur Berechnung der vorhabenrelevanten Umsatzerwartung sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der durchschnittlichen Leistungsfähigkeit von entsprechenden Betriebstypen und Verkaufsflächendimensionierungen orientieren und an die standortspezifische Wettbewerbssituation in der Stadt Aurich angepasst wurden. Es wird zudem berücksichtigt, dass als Folge der Erweiterung und Modernisierung die Gesamtattraktivität des Marktes für den Kunden steigen wird.

Laut Informationen des Auftraggebers soll der Altstandort des ALDI-Marktes nicht durch eine systemgleiche Einzelhandels- oder Dienstleistungsnutzung nachbesetzt werden.

Durch die überschaubare Entfernung zwischen aktuellem und avisiertem Standort des Aldi-Marktes ist davon auszugehen, dass Umsätze, die derzeit bereits am Altstandort getätigt werden, zu gewissen Teilen auch am neuen Standort erzielbar sind - z.B. durch Einzugsgebietsüberschneidungen und

Stammkundschaft. Die cima geht in diesem Zusammenhang davon aus, dass ca. 30 % der aktuellen Kundschaft auch am Planvorhabenstandort einkaufen wird. Somit gehen lediglich 70 % des zu erwartenden Vorhabenumsatzes in die Berechnung der Umverteilungseffekte ein. Die Umsätze der Altfläche haben ihre Marktwirkung bereits in der Vergangenheit erzielt, eine Verträglichkeit dieser Umsätze ist damit gegeben.

Um die absatzwirtschaftlichen Effekte des Planvorhabens in ihrer Vollständigkeit abzubilden ist dennoch zu berücksichtigen, dass der ALDI-Markt durch die Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung im Zuge der Standortverlagerung auch in seiner Gesamtheit attraktiver aufgestellt sein wird. Somit kann voraussichtlich auch auf den bestehenden Verkaufsflächen mehr Umsatz generiert werden. Diesem Umstand wird bei der Umsatzschätzung für die Erweiterungsflächen Rechnung getragen, indem der zu erwartende Umsatzzuwachs entsprechend hoch eingeschätzt wird. In die Untersuchung der Umsatzumverteilungseffekte fließt nunmehr lediglich der neu hinzukommende Umsatz und nicht der Gesamtumsatz des projektierten Neubaus ein.

Darauf basierend prognostiziert die cima für das Planvorhaben im „Worst-Case“-Ansatz einen zu erwartenden **Einzelhandelsmehrumsatz (brutto)** von **ca. 5,9 Mio. €** pro Jahr (vgl. Abb. 12).

Der Angebotsschwerpunkt des Planvorhabens liegt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Die Randsortimente setzen sich neben den periodischen Sortimenten Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften und Schnittblumen im Wesentlichen aus Aktionsware zusammen, die dem aperiodischen Bedarfsbereich zuzuordnen ist. Diese Warengruppen können

verkaufsflächenmäßig zu einem gewissen Grad saisonbedingten Verschiebungen unterliegen. Hier sind die folgenden Sortimente zu nennen:

- Bekleidung
- Unterhaltungselektronik
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Baumarktartikel/ Gartenbedarf

Im Zuge der Erweiterung werden diese Flächen nur leicht vergrößert. Der durch Randsortimente erzielte Zusatzumsatz in Höhe von 0,4 Mio. € bewegt sich heruntergebrochen auf die Einzelsortimente unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle und bleibt daher in der weiteren Untersuchung unberücksichtigt. Lediglich der Zusatzumsatz im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und seine absatzwirtschaftlichen Effekten sind im Zuge der weiteren Analyse bewertungsrelevant.

Der umverteilungsrelevante Umsatz beträgt demnach ca. 5,3 Mio. €.

Abb. 12: Verkaufsflächen und Umsätze des Planvorhabens

cima Warengruppe	Aldi Bestandsmarkt		Aldi Planvorhaben		bewertungsrelevanter Umsatz in Mio. €
	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	
periodischer Bedarf	710	3,9	1.140	6,7	5,5
davon Nahrungs- und Genussmittel	660	3,7	1.070	6,4	5,3
aperiodischer Bedarf	90	0,3	120	0,5	0,4
Summe	800	4,3	1.260	7,2	5,9

Anmerkung: Rundungsdifferenzen möglich
Quelle: cima 2020

4.1 Herkunft des Vorhabenumsatzes

Basis der folgenden Prognose ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet des Planvorhabens. Die Attraktivität der Einkaufsstandorte wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen des cima-Teams abgeschätzt. In diesem Zusammenhang wurden auch detaillierte Einschätzungen zur verkehrlichen Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes und der Wettbewerbsstandorte gewonnen.

Wichtige Informationen über die Bindungsquoten bezieht die cima aus Echtzahlen der Anbieter, die i.d.R. aus ähnlich gelagerten Analysen, aus der direkten Betriebsberatung der relevanten Märkte und aus den offiziellen Veröffentlichungen bezogen werden. Diese Erkenntnisse werden dann an die regionale Situation angepasst. Insbesondere die Lage, Entfernung und Größe der Wettbewerber ist dabei von großer Relevanz. Außerdem wurde die individuelle Wettbewerbssituation in den einzelnen Branchen berücksichtigt und die Chance neuer Anbieter, Umsätze zu generieren, in die Bewertungen einbezogen.

Die Herkunft des Vorhabenumsatzes kann auf Basis dieser Recherchen mittels des ökonomischen HUFF-Simulationsmodells⁵ berechnet werden. Dieses quantifiziert die durch das Planvorhaben entstehenden Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum für den betroffenen Einzelhandel. Das Verfahren basiert auf den Untersuchungen von Huff (Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“). Einflussgrößen sind u. a.:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,

- Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes im Bereich des Vorhabenstandorts sowie Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkten.

Das Gravitationsmodell nach HUFF findet nicht nur bei der cima Anwendung, sondern wird auch von weiteren Einzelhandelsgutachtern verwendet. In mehreren Gerichtsverfahren wurde diese gutachterliche Methodik bereits anerkannt (vgl. z.B. OVG Lüneburg 1 LC 107/05, Urteil vom 01.09.2005, OVG Münster 10 A 1676/08, Urteil vom 30.09.2009 oder VG Hannover 4 B 961/10, Beschluss vom 23.06.2010).

Bei der Bewertung des Vorhabens und der Berechnung der Umsatzverdrängungswirkung wird von einem „**Worst-Case-Ansatz**“ ausgegangen. Die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten entsprechen demnach der **maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkung auf den vorhandenen Einzelhandel**. Es wird angenommen, dass sich das Planvorhaben erfolgreich am Markt positionieren kann.

Dementsprechend geht die cima von nachfolgender Umsatzherkunft aus.

⁵ Die CIMA Beratung + Management GmbH interpretiert das HUFF-Modell als ein Denkmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet.

Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird.

Abb. 13: Umsatzherkunft des Planvorhabens

Umsatzherkunft durch Umverteilung in ...	in Mio. €	in %
Untersuchungsgebiet gesamt	5,20	98
ZVB Innenstadt Aurich	0,64	12
FM-Lage West	1,27	24
FM-Lage Süd	1,38	26
sonstiges Stadtgebiet	1,91	36
sonstige Orte, diffuse Umsatzverlagerungen	0,11	2
Gesamtsumme	5,3	100

Quelle: cima 2020

Die cima kommt zu dem Ergebnis, dass rd. 98 % der durch das Planvorhaben generierten Umsätze innerhalb des Untersuchungsgebiets umverteilt werden und somit als Verdrängung für den dort bestehenden Einzelhandel zu werten sind.

Aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation innerhalb des Untersuchungsgebiets sowie der Art des Planvorhabens (Neubau im Zuge einer Standortverlagerung mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters ALDI) finden die Umsatzumverteilungen vorrangig im näheren Umfeld des Vorhabenstandortes statt. Der Großteil der Umsatzumverteilungen entfällt auf Betriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

12 % des Vorhabenumsatzes stammen aus dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Hier ist ein Lebensmittelsupermarkt der Firma EDEKA etabliert. Aufgrund des umfassenden Lebensmittelangebotes in den Fachmarktlagen West und Süd sowie der günstigen verkehrlichen

Lagebeziehung zwischen den Fachmarkttagglomerationen und dem Planvorhabenstandort stammen ca. 24 % bzw. ca. 26 % des Vorhabenumsatzes von den in den Fachmarktzentren West und Süd etablierten Konkurrenzbetrieben.

36 % des Vorhabenumsatzes stammen von Betrieben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt bzw. den genannten Fachmarktlagen. Hier ist vor allem der nahegelegene Lebensmittelmarkt der Firma EDEKA an der Esenser Straße zu nennen. Umverteilungen betreffen im sonstigen Stadtgebiet u.a. auch die Lebensmitteldiscounter der Firma NETTO in der Leerer Landstraße bzw. Wallinghausener Straße sowie den LIDL-Lebensmitteldiscounter in der Emdener Straße.

Die diffusen Umsatzumverteilungen von außerhalb des Untersuchungsgebietes sind in einer Höhe von ca. 2 % bzw. 0,11 Mio. € vernachlässigbar.

4.2 Ökonomische Wirkungsprognose

Als Folge der Realisierung des Planvorhabens sind Umsatzumverteilungen innerhalb der bestehenden Einzelhandelsstrukturen zu erwarten. Diese werden in der ökonomischen Wirkungsprognose quantifiziert und hinsichtlich der möglichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO bewertet.

Dabei wird der Umsatz des Planvorhabens den heutigen Umsätzen des Einzelhandels innerhalb des direkten Einzugsgebiets gegenübergestellt. Die daraus resultierenden Umsatzumverteilungsquoten werden absolut (in Mio. €) und relativ (in %) dargestellt. Es erfolgt eine differenzierte Ausweisung für alle tangierten zentralen Versorgungsbereiche.

Vorbemerkungen zur Umsatzumverteilungsquote

Die Umsatzumverteilungsquote ist ein maßgebliches Beurteilungskriterium für die Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine nicht nur unwesentliche Auswirkung, denn allein die Veränderung der bestehenden Wettbewerbslage ist baurechtlich irrelevant.⁶ Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die so genannte „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.).⁷ Bei der Bewertung eines Planvorhabens bezieht die CIMA neben der Umsatzumverteilungsquote daher auch absolute Umsätze sowie die Relation von bestehender Verkaufsfläche und jener des Planvorhabens mit ein.

Lt. Urteil des OVG Münster vom 7.12.2000 werden Umsatzverlagerungen zwischen 7 und 11 % bereits als abwägungsrelevant eingeordnet. Das heißt, sollten Umsatzverlagerungen dieser Größenordnung für ein Projektvorhaben nicht dokumentiert werden, wird von einem Abwägungsfehler in der baurechtlichen Beurteilung ausgegangen. Bei der Beurteilung der Umsatzverlagerungen ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offengelassen.⁸

Das OVG Koblenz und das OVG Lüneburg haben unmittelbare Auswirkungen gewichtiger Art angenommen (= „Abstimmungsschwellenwert“), wenn ein Planvorhaben der Standortgemeinde zu Lasten der Nachbargemeinde eine Umsatzumverteilung von wenigstens 10 % erwarten lassen.⁹ Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojekts in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.¹⁰

⁶ Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

⁷ OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6. 2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentrO)

⁸ BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BVerwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mühlheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01

⁹ OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, BauR 2002, 577 = NVwZ-RR 2001, 638; OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 309 = BRS 59, Nr. 70; OVG Lüneburg, E. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01, BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 03,76; B. v. 30.10.2000, 1 M 3407/00, NStN 2001, 159 = NdsRPfl. 2001, 277

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

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

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

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

Als Richtwert für die Verträglichkeit eines Vorhabens verwendet die cima im Allgemeinen die oben genannte 10 %-Grenze als wesentlichen Bewertungsmaßstab. Je nach der Situation vor Ort sind dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich, um den speziellen Gegebenheiten des Einzelfalls gerecht zu werden. Umsatzumverteilungsquoten im Bereich von 10 % und mehr werden nachfolgend für jedes tangierte Sortiment vertiefend diskutiert und gutachterlich bewertet.

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

= BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01 BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76.

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

Abb. 14: Umverteilungseffekte Nahrungs- und Genussmittel

Verkaufsflächenerweiterung ALDI in Aurich, Wiesenstraße			
cima Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	Umsatz aktuell in Mio. €	Umsatz- umverteilung in Mio. €	Umsatz- umverteilung in %
Untersuchungsgebiet gesamt	102,0	5,2	5,1
davon ZVB Innenstadt Aurich	13,0	0,6	4,9
FM-Lage West	17,2	1,3	7,4
FM-Lage Süd	32,7	1,4	4,2
sonstiges Stadtgebiet	39,0	1,9	4,9
Umsatzumverteilungen von außerhalb des Untersuchungsgebietes		0,1	
Summe		5,3	

Quelle: cima 2020

Die Branche Nahrungs- und Genussmittel stellt das Kernsortiment des projektierten Lebensmitteldiscounters der Firma ALDI dar. Insgesamt gehen ca. 5,3 Mio. € in die ökonomische Wirkungsprognose ein.

Die Betrachtung der Verdrängungsumsätze im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zeigt, dass durch das Planvorhaben in keinem der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche relevante Umsatzumverteilungen ausgelöst werden. Insgesamt bewegen sich die Umsatzverdrängungsquoten in einem Bereich von ca. 4,2 % bis max. 7,4 % und bleiben somit deutlich unterhalb der abwägungsrelevanten 10 %-Schwelle.

Durch den Neubau des ALDI-Lebensmitteldiscounters wird im **ZVB Innenstadt** im vorhabenrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ein Verdrängungsumsatz in Höhe von rd. 4,9 % erreicht. Der Verdrängungsumsatz liegt hier bei rd. 0,6 Mio. €. Zu nennen ist hier eine Vollsortimenter der Firma EDEKA.

Gegenüber der **Fachmarktlage West** beläuft sich die Umsatzumverteilungsquote auf ca. 7,4 %. Die hier etablierten Lebensmittelbetriebe der

Firmen ALDI und EDEKA genießen keinen rechtlich legitimierten Schutzanspruch, allerdings sind auf Basis der absoluten Umverteilungsumsätze von ca. 1,3 Mio. die sich auf mehrere Märkte aufteilen, städtebaulich negative Effekte nicht zu erwarten.

Gleiches gilt auch für die Umverteilungen gegenüber den Betrieben der **Fachmarktlage Süd**. Hier sind vorrangig Märkte der Firmen COMBI, ALDI, EDEKA und LIDL zu nennen. Die absoluten Umsatzumverteilungen in Höhe von ca. 1,4 Mio. € teilen sich dementsprechend auf mehrere Märkte auf und sind als eindeutig unkritisch einzustufen.

Dies gilt gleichermaßen für die Umverteilungen gegenüber den Betrieben des **sonstigen Untersuchungsgebietes**. Eine übermäßige Verschärfung des Wettbewerbs kann hier bei einer Umverteilungsquote von ca. 4,9 % ausgeschlossen werden. Auch die diffusen Umsatzumverteilungen von außerhalb des Untersuchungsgebietes sind in ihrer absoluten Höhe von 0,1 Mio. € vernachlässigbar.

Auf Basis der ökonomischen Wirkungsprognose ist die Entwicklung der geplanten Verkaufsfläche in der Branche Nahrungs- und Genussmittel am Standort Wiesenstraße als verträglich einzustufen, da das Planvorhaben in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen lediglich Umsatzverdrängungseffekte in nicht abwägungsrelevantem Maße auslösen würde. Aus Gutachtersicht können negative städtebauliche Auswirkungen innerhalb des Untersuchungsgebietes ausgeschlossen werden.

5 Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Aurich und der Raumordnung

5.1 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes

Der Planstandort des ALDI-Lebensmitteldiscounters an der Wiesenstraße liegt außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, besitzt aber günstige Lageeigenschaften und würde einen bisher bestehenden Nahversorgungsstandort in siedlungsstrukturell integrierter Wohngebietslage nachnutzen. Mit einer avisierten Verkaufsfläche von ca. 1.260 qm überschreitet das Planvorhaben formal die Schwelle zur Großflächigkeit. Gemäß geltendem Einzelhandelskonzept¹³ besteht für großflächige Ansiedlungsvorhaben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen folgender Prüfauftrag i.S. Grundsatz 2:

„Für Lebensmittelmärkte in Wohn- und Mischgebieten soll laut EHK ein erweiterter Bestandsschutz gelten. Daneben gilt Folgendes: Hinsichtlich der faktischen Verkaufsflächengröße großflächige Lebensmittelmärkte in Wohn- und Mischgebieten sind dann baurechtlich und raumordnerisch möglich, wenn nachgewiesen wird, dass die Regelvermutung gemäß § 11 (3) Abs. 2 BauNVO nicht zutrifft, und wenn es sich um ein Vorhaben der wohnortbezogenen Nahversorgung handelt. Nahversorger sind Wohngebieten direkt

zugeordnet. Sie weisen somit einen überwiegend fußläufigen Einzugsbereich auf und generieren einen wesentlichen Anteil ihres Umsatzes aus Nachfrage aus dem fußläufigen Umfeld. Im Einzelfall können daher Einzelhandelsbetriebe, die die Schwelle der Großflächigkeit überschreiten, Nahversorger sein.“

Dem Einzelhandelskonzept folgend kann das Planvorhaben also Genehmigungsfähigkeit erreichen, sofern es sich trotz der avisierten Verkaufsflächengröße von ca. 1.260 qm um einen Lebensmittelbetrieb der wohnortbezogenen Nahversorgung ohne Raumbedeutsamkeit handelt. In diesem Zuge wäre auch die Regelvermutung nach § 11 Abs. 3 BauNVO widerlegt. Die entsprechende Prüfung wird nachfolgend vorgenommen.

Prüfung der wohnortbezogenen Nahversorgung

Die Bedingungen, unter denen ein Einzelhandelsgroßprojekt als wohnortbezogener Nahversorger ohne Raumbedeutsamkeit gewertet werden kann, definiert das Landesraumordnungsprogramm des Landes Niedersachsen 2017:

Zum Begriff des Einzelhandelsgroßprojektes

„Der Begriff „Einzelhandelsgroßprojekt“ im Sinne des Landes-Raumordnungsprogrammes umfasst Einkaufszentren und großflächige

¹³ Vgl. Cima-Einzelhandelskonzept Aurich 2015 Kap. 12.2 Ansiedlungsmatrix für Standortkategorien

Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO).“

„Die Begriffsbestimmung nach Ziffer 02 Sätze 2 und 3 erfasst nur solche großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die nicht nur unwesentliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO hervorrufen können. Für Einzelhandelsvorhaben, die keine raumbedeutsamen Auswirkungen haben können, gelten die landes- oder regionalplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels nicht.“

„Keine Einzelhandelsgroßprojekte sind Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung. Sie befinden sich auch in Siedlungsgebieten außerhalb der Zentralen Orte, sind Wohngebieten räumlich funktional direkt zugeordnet und dienen überwiegend der Versorgung im fußläufigen Nahbereich, auch für die in der Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsgruppen. Zur Sicherstellung, dass keine wesentlichen Auswirkungen auf die Funktion und Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte sowie die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, sind die Voraussetzungen, unter denen ein Vorhaben als Betrieb der wohnortbezogenen Nahversorgung angesehen werden kann, eng zu fassen. Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung sind nur solche, die nachweislich einen überwiegend fußläufigen Einzugsbereich aufweisen. Zur Bestimmung der fußläufigen Erreichbarkeit ist eine maximale Gehzeit von 10 Minuten zugrunde zu legen, dies entspricht einer Entfernung von 700 bis maximal 1.000 m. Ein überwiegend fußläufiger Einzugsbereich liegt vor, wenn der Vorhabenumsatz zu mehr als 50 % mit Kaufkraft aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld des Betriebes erzielt wird. Als Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung können nur solche gelten, die auf mindestens 90 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten. Dies sind die periodischen Sortimente im Sinne von Ziffer 03 Satz 7 (vor allem Lebensmittel und Drogeriewaren); aperiodische Sortimente fallen nicht hierunter. Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung dürfen die Schwelle der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche im Einzelfall auch überschreiten. Für Betriebe, die diese genannten Voraussetzungen erfüllen und somit Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung

darstellen, wird generalisierend angenommen, dass sie keine raumbedeutsamen Auswirkungen haben.“

(Begründung zur Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP) zu Abschnitt 2.3 Ziffer 02 Satz 2 und 3).

Somit sind bezogen auf das Planvorhaben folgende Prüfkriterien maßgeblich:

- Der Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente beträgt weniger als 10 % der Verkaufsfläche des Planvorhabens.
- Das Planvorhaben ist Wohngebieten räumlich und funktional direkt zugeordnet und bezieht einen überwiegenden Teil des Umsatzes aus einem fußläufigen Einzugsgebiet.
- Das Planvorhaben ist in das Netz des ÖPNV eingebunden.

Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente beträgt weniger als 10 % der Verkaufsfläche

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter mit einer avisierten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.260 qm. Dementsprechend darf der Verkaufsflächenanteil nicht nahversorgungsrelevanter Sortimente 126 qm nicht überschreiten. Laut Auftraggeber sind die folgenden Warengruppen projektiert:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Zeitschriften, Schnittblumen
- Bekleidung
- Unterhaltungselektronik
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat

Gemäß der im Einzelhandelskonzept der Stadt Aurich definierten Sortimentsliste sind die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften und Schnittblumen als nahversorgungsrelevant einzustufen. Auf Basis der Angaben des Auftraggebers, Verkaufsflächenstrukturierungen vergleichbarer Lebensmitteldiscounter sowie den Erfahrungen der cima beläuft sich die nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche am Standort auf ca. 1.140 qm und somit auf einen Anteil von ca. 90 %. Eine entsprechende Sortimentsaufteilung ist jedoch planungsrechtlich abzusichern.

Der Verkaufsflächenanteil nicht nahversorgungsrelevanter Sortimente beträgt nicht mehr als 10 %.

Das Vorhaben ist räumlich und funktional Wohngebieten direkt zugeordnet und sichert die verbrauchernahe Versorgung. Außerdem ist eine Einbindung in das Netz des ÖPNV gegeben.

Das Planvorhaben ist größtenteils von Wohnbebauung umgeben und erfüllt für die angrenzenden Quartiere Nahversorgungsaufgaben. Die räumliche und funktionale Zuordnung des Planvorhabenstandortes zu Wohngebieten ist somit gegen. Durch die direkt an den Planstandort angrenzende Bushaltestelle Aurich Sandhorst B 210/ Wiesenstraße ist zudem die Einbindung in das Netz des ÖPNV gewährleistet.

Die überwiegende Ausrichtung des Planvorhabens auf die verbraucher-nahe Versorgung ist gegeben, wenn mindestens 50 % des Vorhabenumsatzes aus einem fußläufigen Einzugsgebiet von ca. 10 min Gehzeit entstammen. Der zu erwartende Umsatzanteil, der durch Kaufkraft aus dem Bereich der 10 min Gehzeit-Isochrone um den Planvorhabenstandort gespeist werden kann, ist der folgenden Abbildung zu entnehmen.

Abb. 15: Umsatzanteil des Planvorhabens aus dem fußläufigen Einzugsgebiet

Einwohner im fußläufigen EZG	Nachfragepotenzial NuG im fußläufigen EZG in Mio. €	Umsatz Planvorhaben NuG in Mio. €	Abschöpfungsquote im fußläufigen EZG	Abschöpfungspotenzial in Mio. €	Umsatzanteil NuG aus fußläufigem EZG
1.515	3,3	6,4	40%	1,3	20,7%

Anmerkung: Gemäß Arbeitshilfe LROP 2017 (S. 76) ist eine Abschöpfungsquote von 40 % für einen Einzelmarkt bereits als hoher Wert anzusehen.

Quelle: cima 2020

Im fußläufigen Nahbereich um das Planvorhaben leben aktuell ca. 1.515 Menschen¹⁴. Ausgehend von der sortimentsspezifischen Kaufkraft für die Branche Nahrungs- und Genussmittel sowie der Kaufkraftkennziffer der Stadt Aurich ergibt sich somit ein sortimentsspezifisches Nachfragevolumen von insgesamt ca. 3,3 Mio. €. Der zu erwartende Umsatz des Planvorhabens in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich auf insgesamt ca. 6,4 Mio. €. Somit müssten ca. 3,2 Mio. € des Lebensmittelumsatzes aus einem Einzugsgebiet von rd. 10 min Gehzeit erwirtschaftet werden. Bei einer als hoch anzusehenden Abschöpfungsquote von ca. 40 % im fußläufigen Einzugsgebiet würden allerdings nur ca. 20,7 % des Vorhabenumsatzes im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel aus dem fußläufigen Nahbereich stammen.

Es wird ersichtlich, dass das Planvorhaben im Nahumfeld eine unrealistisch hohe Abschöpfungsquote von ca. 97 % erreichen müsste, um 50 % des Umsatzes mit Kaufkraft aus diesem Bereich zu generieren. Somit würde das Planvorhaben in einem Stadtbezirk, der bisher nur über ein mäßiges Einzelhandelsangebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verfügt, die Nahversorgung für weite Teile der umgebenden Wohnquartiere sichern. Allerdings reicht das hier verfügbare Kaufkraftpotenzial nicht aus, um den überwiegenden Teil des Vorhabenumsatzes aus diesem Gebiet zu

¹⁴ Nexiga GmbH 2019

generieren. In der Folge wäre das Planvorhaben auf Kaufkraftzuflüsse angewiesen, die aus einem Einzugsgebiet von mehr als 10 min Gehzeit stammen.

Der Planvorhabenstandort ist nicht Teil eines zentralen Versorgungsbereiches und somit nicht städtebaulich integriert. Da das Planvorhaben nicht vollends als Standort der wohnortbezogenen Versorgung gelten kann und die Regelvermutung nach § 11 Abs. 3 BauNVO damit nicht widerlegt werden konnte, steht das Planvorhaben aktuell nicht mit den Zielen des geltenden Einzelhandelskonzeptes in Einklang. Die Raumbedeutsamkeit des Planvorhabens macht zudem eine Prüfung der Ziele der Raumordnung erforderlich.

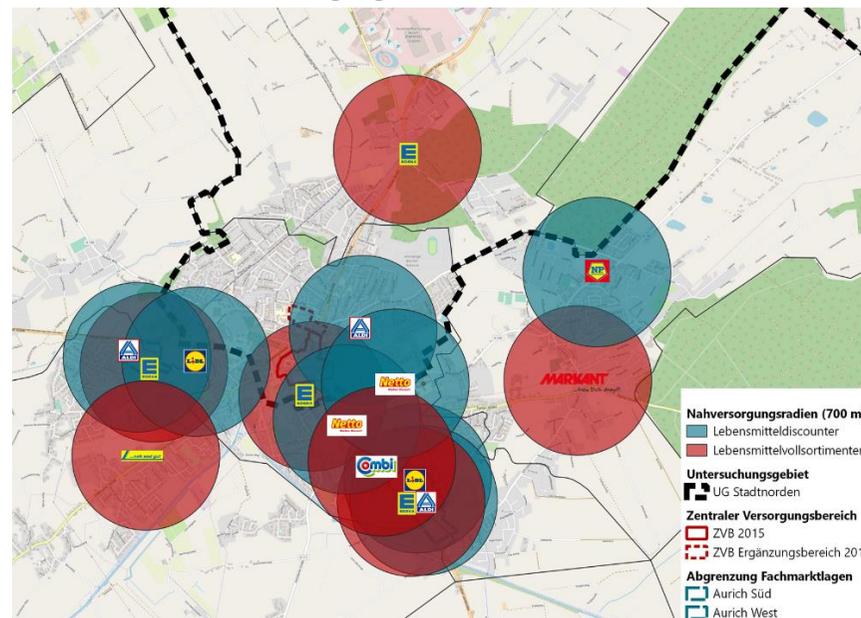
Exkurs: Nahversorgungssituation im Auricher Stadtnorden

Das Planvorhaben kann nach Prüfung nicht als reiner Nahversorgungsbetrieb ohne Raumbedeutsamkeit gewertet werden.

Es ist in diesem Zusammenhang allerdings darauf hinzuweisen, dass der Stadtteil Sandhorst insbesondere im südwestlichen und südlichen Bereich keine geschlossenen Nahversorgungsstrukturen aufweist, wie der nebenstehenden Abb. 16 zu entnehmen ist. Dies gilt darüber hinaus auch für den nordwestlichen Teil der Kernstadt Aurichs, der von einer Verbesserung der Versorgungslage im Bereich Wiesenstraße profitieren könnte. Zudem verfügt der Stadtteil Sandhorst aktuell über keinen Lebensmitteldiscounter. Eine Verlagerung des aktuellen ALDI-Lebensmitteldiscounters vom Standort Hammerkeweg in nordwestliche Richtung an den Planstandort Wiesenstraße könnte dementsprechend zu einer Verbesserung der Nahversorgungsabdeckung im Nordwesten der Stadt Aurich beitragen.

Eine städtebauliche Atypik kann laut § 11 Abs. 3 gegeben sein, sofern eine Unterversorgung eines bestimmten Siedlungsgebietes vorliegt. Laut LROP 2017¹⁵ ist zudem in allen Teilräumen auf eine flächendeckende Nahversorgung und ein zeitgemäßes Einzelhandelsangebot bei angemessener Erreichbarkeit zu achten. Die vorhandenen Versorgungsstrukturen im Auricher Stadtnorden bilden diese Anforderungen insbesondere für nicht-mobile Bevölkerungsgruppen aktuell nur bedingt ab. Hinsichtlich zeitgemäßen Einzelhandelsangeboten sind zusätzlich die gewachsenen Kundenansprüche an eine moderne und attraktive Marktimmoblie zu berücksichtigen, denen mit einer Verkaufsfläche von max. 800 qm gegenwärtig nur noch eingeschränkt entsprochen werden kann.

Abb. 16: Aktuelle Nahversorgungsstrukturen Stadt Aurich



Quelle: cima 2020

Eine Einzelhandelsentwicklung am Standort Wiesenstraße in der projektierten Dimensionierung könnte aus Gutachtersicht zu einer Verbesserung der Nahversorgungslage insbesondere für nicht-mobile Bevölkerungsgruppen im Auricher Stadtnorden beitragen und zudem die lokale Angebotsqualität verbessern.

¹⁵ Landesraumordnungsprogramms (LROP) Niedersachsen 2017, S. 12-13

5.2 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben der Raumordnung

Neben dem Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Aurich aus dem Jahr 2015 sind die Maßgaben der am 24.01.2017 beschlossenen Änderung des Landesraumordnungsprogramms (LROP) Niedersachsen bei der Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben der Raumordnung zu prüfen. Gemäß LROP 2017 soll in allen Gemeinden auf ein zeitgemäßes Angebot des allgemeinen, täglichen Grundbedarfs hingewirkt werden. Dabei soll ebenso die Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen für alle Bevölkerungsgruppen sichergestellt sein.

Die Stadt Aurich ist als ein Mittelzentrum definiert. Somit sind die Einzelhandelsangebote an der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der Nachfrage im Verflechtungsbereich auszurichten. Für Mittelzentren gilt das Entwicklungsziel, zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des gehobenen Bedarfs vorzuhalten.

In Bezug auf nahversorgungsrelevante Sortimente hat Aurich die raumordnerische Aufgabe der Versorgung der eigenen Bevölkerung.

Kongruenzgebot

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

*„In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine **aperiodischen Sortimente** den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral).“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 3)*

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

„Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 6)

Bei dem Vorhaben handelt es sich um ein Einzelhandelsvorhaben mit einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.260 m² mit periodischem Hauptsortiment. Somit müssen mindestens 70 % des Vorhabenumsatzes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel aus dem Auricher Stadtgebiet stammen. Der Umsatz in dieser Warengruppe beläuft sich auf ca. 6,4 Mio. €.

Abb. 17 verdeutlicht, dass bei einer realistischen Kaufkraftbindung von ca. 1 % rd. 94 % des Vorhabenumsatzes aus dem Stadtgebiet Aurichs stammen. Etwa 6 % stammen von außerhalb des grundzentralen Verflechtungsbereiches. Dies gilt im selben Maße für die sonstigen Randsortimente. Das Kongruenzgebot kann somit als erfüllt angesehen werden.

Abb. 17: Kaufkrafttherkunft des Planvorhabens

	Ort der Kaufkrafttherkunft	Kaufkraft- potenzial In Mio. €	Potenzial- bindung in %	Umsatzanteil	
				in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	Stadt Aurich	1198,2	1	6,1	94
	außerhalb			0,4	6
	Summe			6,4	100
sonstige Randsortimente	Stadt Aurich	574,3	0	0,8	94
	außerhalb			0,0	6
	Summe			0,8	100
insgesamt	Stadt Aurich	1968,5	0	6,8	94
	außerhalb			0,4	6
	Summe			7,2	100

Rundungsdifferenzen möglich
Quelle: cima 201920

Das Planvorhaben steht mit dem Kongruenzgebot in Einklang.

Konzentrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 04)

Der Vorhabenstandort des Planvorhabens befindet sich innerhalb des zentralen Siedlungsbereichs der Stadt Aurich.

Das Planvorhaben steht mit dem Konzentrationsgebot in Einklang.

Integrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 05, Satz 1 und 2)
Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein Projekt mit nahversorgungsrelevantem und damit auch zentrenrelevantem Kernsortiment. Es handelt sich zwar um einen siedlungsstrukturell, nicht aber städtebaulich integrierten Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs der Stadt Aurich.

Eine ÖPNV-Anbindung ist durch die direkt am Vorhabenstandort befindliche Bushaltestelle Aurich Sandhorst B 210/ Wiesenstraße komfortabel gegeben. Hier verkehren die Buslinien 445, 474 und 480, die den Projektstandort und die umliegenden Wohngebiete mit dem Auricher Stadtgebiet und z.T. auch umliegenden Gemeinden verknüpfen.

Das Vorhaben erfüllt in der aktuellen Konstellation nicht die Vorgaben des Integrationsgebotes.

Abstimmungsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 07, Satz 1)

Bei Einhaltung der im Rahmen der Bauleitplanung üblichen Beteiligungen kann das Abstimmungsgebot eingehalten werden.

Beeinträchtigerungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue

Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 08)

Zur Beurteilung des Beeinträchtigungsverbotes wurde eine ökonomische Wirkungsprognose des Planvorhabens durchgeführt. Im Ergebnis konnte keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen, der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierten Versorgungsstandorte oder der verbrauchernahen Versorgung festgestellt werden.

Das Vorhaben steht mit dem Beeinträchtigungsverbot in Einklang.

6 Abschließende Bewertung und Empfehlung

In der Stadt Aurich wird derzeit die Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters diskutiert. Der bisherige Standort am Hammerkeweg soll nach Fertigstellung des Neubaus am Planvorhabenstandort Wiesenstraße aufgegeben werden. Derzeit liegen von Seiten des Auftraggebers keine genauen Informationen vor, inwiefern das Areal des Altstandortes zukünftig nachgenutzt werden soll. Eine Nachnutzung durch einen Systemwettbewerber soll allerdings nicht erfolgen.

Im Zuge der Standortverlagerung soll die Verkaufsfläche von derzeit ca. 800 qm auf ca. 1.260 qm erweitert werden. Die gegenwärtige Verkaufsfläche des aktuellen Marktes genügt nicht mehr den Anforderungen des Betreibers an eine leistungsfähige und für den Kunden attraktive Marktimmobilie. Die Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung im Zuge der Standortverlagerung dient somit auch der Anpassung an aktuelle Wettbewerbsbedingungen.

Der Planvorhabenstandort an der Wiesenstraße befindet sich in siedlungsstrukturell integrierter Lage in fußläufiger Distanz zu Wohngebieten. Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist unmittelbar über die Bushaltestelle „Aurich-Sandhorst B 210/Wiesenstraße“ gegeben. Hier verkehren die Linien 445, 474 und 480. Zusätzlich ist auch die MIV-Erreichbarkeit des Standortes aus dem Auricher Stadtnorden und der Kernstadt Aurich als sehr gut zu bewerten. Die fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohngebieten des Stadtteils Sandhorst sowie Teilbereichen der nördlichen Kernstadt Aurichs ebenfalls komfortabel gegeben. Damit ist der Standort auch nach Wegzug des vormals etablierten EDEKA-Marktes für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geeignet.

In der ökonomischen Wirkungsanalyse konnte dargelegt werden, dass sich die projektierte Verkaufsflächendimensionierung **verträglich für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO** darstellt.

In der aktuellen Ausprägung steht das Planvorhaben allerdings nicht mit den Empfehlungen des geltenden Einzelhandelskonzeptes in Einklang. Großflächige Lebensmittelmärkte sind demzufolge nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Aurich und dem zugehörigen Ergänzungsbereich zulässig. Der Planvorhabenstandort an der Wiesenstraße ist nicht Teil dieses Bereiches. Für die Realisierung von Lebensmittelmärkten in Wohn- und Mischgebieten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen räumt das Einzelhandelskonzept die Möglichkeit des Nachweises der wohnortbezogenen Nahversorgung ein, die gleichzeitig eine Widerlegung der Regelvermutung nach 11 Abs. 3 BauNVO bedeuten würde. Damit soll die Entwicklung großflächiger Verkaufsflächendimensionierungen an Standorten ermöglicht werden, die per Definition nicht städtebaulich integriert sind, aber dennoch eine hohe Lagequalität hinsichtlich der wohnortbezogenen Nahversorgung aufweisen.

Im Ergebnis der Prüfung auf wohnortbezogene Nahversorgung konnte das Planvorhaben nicht als Nahversorger ohne Raumbedeutung gewertet werden. Eine städtebaulich atypische Fallgestaltung liegt dementsprechend nicht vor. Das Planvorhaben steht in der aktuellen Ausprägung somit nicht in Einklang mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Aurich.

Die Vorgaben des Landesraumordnungsprogrammes des Landes Niedersachsen 2017 können ebenfalls nicht als vollumfänglich erfüllt angesehen werden. Das Planvorhaben entspricht zwar dem Kongruenzgebot, dem

Beeinträchtigungsverbot und bei Einhaltung der im Rahmen der Bauleitplanung üblichen Beteiligungen auch dem Abstimmungsgebot, allerdings kann das Integrationsgebot nicht eingehalten werden, da das Planvorhaben nicht Teil eines zentralen Versorgungsbereiches ist.

In der Zusammenschau aller Einflussfaktoren kann das Planvorhaben in der aktuellen Gestaltung keine Genehmigungsfähigkeit erreichen. Städtebaulich negative Effekte, die das Planvorhaben bei Realisierung möglicherweise auslösen könnte, wurden in der ökonomischen Wirkungsprognose zwar ausgeschlossen, allerdings steht der projektierte ALDI-Lebensmitteldiscounter nicht in einer Linie mit den Zielen des geltenden Einzelhandelskonzeptes sowie dem Integrationsgebot des LROP 2017.

Der Standort ist nicht Teil eines zentralen Versorgungsbereiches. Eine Prüfung des Planvorhabens hinsichtlich einer potenziellen Einstufung als wohnortbezogener Nahversorger ohne Raumbedeutung führte in diesem Zusammenhang zu keinem positiven Ergebnis.

In diesem Kontext ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Standort für die angrenzenden Wohngebietslagen Nahversorgungsaufgaben erfüllen würde und die Entwicklung der avisierten Verkaufsfläche am Standort Wiesenstraße im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zu einer nachhaltigen Verbesserung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Sandhorst und den nordwestlichen Teilen der Auricher Kernstadt beitragen kann. Das zur Verfügung stehende Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet des Planvorhabens ist allerdings nicht ausreichend, um den überwiegenden Teil des Umsatzes mit Kaufkraft aus diesem Gebiet zu generieren.

Flächendeckende Nahversorgungsstrukturen und ein zeitgemäßes Einzelhandelsangebot in angemessener Entfernung vorzuhalten ist jedoch laut LROP 2017 unabhängig von der zentralörtlichen Einstufung durch die Gemeinden in allen Teilräumen anzustreben. Ebenjene

geschlossenen Nahversorgungsstrukturen sind in der entsprechenden Qualität im Nordwesten des Auricher Stadtgebietes gegenwärtig allerdings nur bedingt gegeben, sodass nach gutachterlicher Einschätzung eine Verbesserung der Nahversorgungslage durch eine Verkaufsflächenansiedlung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel am Standort Wiesenstraße zu einer Verbesserung der Nahversorgungsabdeckung und der Angebotsqualität in diesem Stadtteil führen würde.

7 Methodik

Die Analyse des Einzelhandels im Untersuchungsgebiet des Planvorhabens in der Stadt Aurich wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Grundlage für die Ermittlung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels bildet die Datenbasis des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Aurich aus dem Jahr 2015, welches durch die cima erstellt wurde. Die Daten wurden im Januar 2020 grundlegend durch Nacherhebungen aktualisiert und die Leistungsfähigkeit der einzelnen Betriebe durch Vor-Ort-Begehungen neu eingeschätzt.

Bei der Bestandserhebung und Analyse des Einzelhandels wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Analyse von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Branchenmix (31 Sortimente, Zusammenfassung auf 14 cima Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt sowie Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 14 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen und den aperiodischen Bedarf

Abb. 18: cima-Warengruppen

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

Quelle: cima 2020

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.