



Verträglichkeitsgutachten Erweiterung E-Center Bruns, Aldi und Fressnapf am Standort Dreekamp in Aurich

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34 23568 Lübeck
T 0451-389 68 0
F 0451-289 68 21
cima.luebeck@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Projektleiter: Dipl.-Geogr. Martin Kremming

Bearbeitung: Dipl.-Ing. Stadtplanung Beatrix Rehwinkel

Lübeck, 26. Juni 2017

© 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 München.

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign	7
2 Planvorhaben und Mikrostandort	10
2.1 Planvorhaben.....	10
2.2 Erweiterter Mikrostandort.....	11
3 Einzugsgebiet, Nachfrage und ergänzendes Untersuchungsgebiet	14
4 Wettbewerbssituation	18
4.1 Wettbewerbssituation Stadt Aurich.....	18
4.2 Wettbewerbssituation Einheitsgemeinde Ihlow.....	24
4.3 Wettbewerbssituation Einheitsgemeinde Südbrookmerland.....	28
4.4 Wettbewerbssituation Westerholt, Blomberg und Neuschoo.....	32
4.5 Wettbewerbssituation ZVB Marienhafte und NVZ Upgant-Schott.....	34
4.6 Fazit Wettbewerbssituation.....	35
5 Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst Planvorhaben	36
6 Wirkungsprognose	40
6.1 Vorbemerkungen zur Umsatzumlenkungsquote.....	40
6.2 Unterschied zwischen Umsatzherkunft und Umsatzumverteilungsquote.....	41
6.3 Umsatzherkunft und Umsatzumverteilungseffekte - Planvorhaben.....	42
6.3.1 Methodische Vorbemerkungen.....	42
6.3.2 E-Center inkl. Konzessionäre - Umsatzherkunft Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften/ Schnittblumen.....	42
6.3.3 E-Center inkl. Konzessionäre - Umsatzumverteilungsquoten.....	43
6.3.4 Aldi - Umsatzherkunft Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften/ Schnittblumen.....	44
6.3.5 Aldi - Umsatzumverteilungsquoten.....	44
6.3.6 Kumulierte Betrachtung Umsatzumverteilungsquoten.....	45
6.3.7 Übersichten Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten - Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs).....	46
6.3.8 Qualitativ-überschlägige wirkungsanalytische Beurteilung der aperiodischen Randsortimente - Erweiterung E-Center, Aldi.....	49
6.3.9 Qualitativ-überschlägige wirkungsanalytische Beurteilung der geplanten Fressnapf Erweiterung.....	49
6.4 Fazit Wirkungsanalyse.....	49
7 Einordnung des Vorhabens in die Aussagen der Auricher Einzelhandelsplanung	50
8 Vorhabeneinordnung gemäß Raumordnung und Regionalplanung	51
8.1 Einordnung gemäß Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2017.....	51
8.1.1 Kongruenzgebot (Ziel der Raumordnung).....	51
8.1.2 Konzentrationsgebot (Ziel der Raumordnung).....	55

8.1.3 Integrationsgebot (Ziel der Raumordnung).....	55
8.1.4 Beeinträchtigungsverbot (Ziel der Raumordnung).....	56
8.1.5 Abstimmungsgebot (Ziel der Raumordnung).....	56
8.2 Einordnung gemäß RROP für den Landkreis Aurich.....	57
8.3 Einordnung gemäß Einzelhandelskooperation Ost- Friesland.....	57
9 Zusammenfassung, Fazit	61
10 Methodik.....	66

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: E-Center Bruns (Dreekamp 2), Aldi (Dreekamp 6) und Fressnapf (Dreekamp 12), Fachmarktlage Aurich-West.....	11	Abb. 22: Combi und Netto, NVZ Victorbur, Edeka, NVZ Münkeboe - EG Südbrookmerland.....	30
Abb. 2: Erweiterter Mikrostandort	12	Abb. 23: Einheitsgemeinde Südbrookmerland - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze	31
Abb. 3: Einzugsgebiet, Hauptwettbewerb.....	15	Abb. 24: Markant (Mühlenstr.), NP (An der Eiche), Blomberg.....	32
Abb. 4: Vorhabenrelevante Nachfrage Kernsortiment E-Center, Aldi.....	16	Abb. 25: Edeka (in HEZ), Aldi und Lidl, ZVB Westerholt, Westerholt.....	32
Abb. 5: Hauptwettbewerb Kernbereich Stadt Aurich, Lagebereiche.....	19	Abb. 26: Zentraler Versorgungsbereich Westerholt lt. LK Wittmund	33
Abb. 6: Edeka, Oldersumer Straße; Lidl, Emder Straße - Aurich.....	20	Abb. 27: Gemeinden Westerholt, Blomberg und Neuschoo - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze	33
Abb. 7: EKZ Carolinenhof - Aurich.....	20	Abb. 28: ZVB Marienhafe, NVZ Upgant-Schott (EHK SG Brookmerland, 11/2011).....	34
Abb. 8: Edeka, Wiesenstraße, Aldi, Hammerkeweg - Aurich.....	21	Abb. 29: ZVB Marienhafe, NVZ Upgant-Schott -untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze	34
Abb. 9: Netto Leerer Landstraße und Wallinghausener Straße, NP, Wallinghausener Straße - Aurich.....	21	Abb. 30: Combi, Lidl und Aldi, NVZ Upgant-Schott, Edeka ZVB Marienhafe.....	35
Abb. 10: Combi, Popenser Straße, E-Center Parkkauf, Aldi und Lidl, Raiffeisenstraße - Aurich.....	22	Abb. 31: Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst E-Center - Bestandssituation, nach Erweiterung, Differenz.....	38
Abb. 11: Aurich - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze (ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp).....	23	Abb. 32: Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst Konzessionäre E-Center - Bestandssituation, nach Erweiterung, Differenz.....	39
Abb. 12: ZVB NVZ Auricher Straße, EG Ihlow	24	Abb. 33: Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst Aldi, Fressnapf - Bestandssituation, nach Erweiterung, Differenz.....	39
Abb. 13: Edeka nah und gut, NVZ Auricher Straße, Westerende-Kirchloog - EG Ihlow.....	24	Abb. 34: Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten Erweiterung E-Center inkl. Konzessionäre - Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs).....	46
Abb. 14: ZVB Ortsmitte Ihlowerfehn, EG Ihlow	25	Abb. 35: Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten Erweiterung Aldi - Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs).....	47
Abb. 15: Combi und Aldi, ZVB Ortsmitte Ihlowerfehn - EG Ihlow.....	25		
Abb. 16: NVZ Emder Straße Riepe, EG Ihlow.....	25		
Abb. 17: Markant, NVZ Emder Straße Riepe, Netto, Riepe - EG Ihlow.....	26		
Abb. 18: Einheitsgemeinde Ihlow - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze.....	27		
Abb. 19: ZVB Hauptzentrum Moordorf, NVZ Auricher Straße in Moordorf - EG Südbrookmerland	28		
Abb. 20: NP, Lidl und Aldi, ZVB Hauptzentrum Moordorf, Edeka, NVZ Auricher Straße in Moordorf - EG Südbrookmerland	28		
Abb. 21: NVZ Victorbur und NVZ Münkeboe - EG Südbrookmerland	29		

Abb. 36: Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten kumulierte Betrachtung Erweiterung E-Center (inkl. Konzessionäre) und Aldi – Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs).....	48
Abb. 37: Umsatzherkunft E-Center (inkl. Konzessionäre), Aldi nach Erweiterung aus Nachfragebindung.....	53
Abb. 38: Umsatzherkunft kumuliert: E-Center (inkl. Konzessionäre), Aldi nach Erweiterung aus Nachfragebindung.....	54

1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

Ausgangslage und Aufgabenstellung

- Für die potenzielle Erweiterung des E-Centers Bruns von rd. 2.650 qm Verkaufsfläche auf rd. 3.450 qm VKF (+800 qm) am Standort der Fachmarktlage Aurich-West am Dreekamp erarbeitete die CIMA in 4/2014 im Auftrag des Vermieters eine Verträglichkeitsanalyse, die vor den damaligen Rahmenbedingungen zu einer positiven Empfehlung kam.

Das zwischenzeitlich verabschiedete Einzelhandelskonzept (EHK) für die Stadt Aurich (cima, 2016) formuliert für Anbieter am Standort Fachmarktlage Aurich-West mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten folgende Ansiedlungsleitlinien:

„Keine Neuansiedlung, nur moderate Erweiterung im Rahmen der Bestandssicherung (erweiterter Bestandsschutz), Nachweis der Verträglichkeit notwendig“ (Ansiedlungsmatrix der Standortkategorien, S. 126).

Für Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten liegen gemäß EHK Aurich keine Einschränkungen vor.

Der Betreiber des E-Centers plant weiterhin die oben skizzierte Erweiterung von rd. 2.650 qm auf 3.450 qm VKF. Zum jetzigen Zeitpunkt liegen keine konkreten Informationen zu einer ggf. vorgesehenen Veränderung des Einzelhandelskonzessionärsbesatzes (derzeit: Bäcker, Blumen-Shop, Tabakwaren/Zeitschriften-Shop; daneben agiert als Dienstleister ein Friseur vor Ort) vor. Laut Auskunft der Stadt Aurich soll die Verkaufsfläche der Konzessionäre zukünftig voraussichtlich auf ins-

gesamt max. 200 qm begrenzt werden. Hiermit wäre ggf. ein – allerdings geringer – Verkaufszuwachs verbunden, der im Gesamtzusammenhang ebenfalls wirkungsanalytisch berücksichtigt werden müsste.

Daneben möchten nun laut Auskunft der Stadt Aurich auch die am selben Standort agierenden Anbieter Aldi und Fressnapf erweitern. Aldi um 400 qm VKF von derzeit 800 qm auf 1.200 qm, Fressnapf von aktuell 450 qm auf 600 qm Verkaufsfläche (+150 qm).

Dieses Gesamtvorhaben soll nun wirkungsanalytisch geprüft, und hinsichtlich der Aussagen des in 2016 verabschiedeten EHK Aurich sowie gemäß Raumordnung und Regionalplanung sowie der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland eingeordnet werden.

Untersuchungsdesign

Aktualisierung Wettbewerbssituation, Ermittlung des Einzugsgebietes/ der Einzugsgebiete: Für die hier wesentlichen untersuchungsrelevanten Einzelhandelsflächen – dies betrifft an erster Stelle die lebensmittelmarkttypischen Kernsortimente des periodischen Bedarfs: Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitungen/ Zeitschriften, Schnittblumen – werden im Einzugsgebiet des Gesamt-Untersuchungsvorhabens (max. EZG) wie auch in dessen erweitertem Untersuchungsgebiet die der cima vorliegenden Datenbasen aktualisiert..

- Gesamtgebiet Stadt Aurich (EG),
- Gebiet der Gemeinden (EG) Ihlow und Südbrookmerland,
- Gebiet der Gemeinden Westerholt, Blomberg und Neuschoo (jeweils MG der SG Holtriem)
- sowie des ZVB Marienhaf und des NVZ Upgant-Schott (in MG Marienhaf bzw. MG Upgant-Schott, beide SG Brookmerland)

Hiermit ist auch eine Aktualisierung der Umsatzschätzung für den Wettbewerbsbesatz verknüpft. Der aktualisierte Einzelhandelsbestand wird übersichtlich lagebezogen aufbereitet.

- Daneben erfolgt eine räumliche Ableitung des (max.) Einzugsgebietes des Gesamtvorhabens sowie die Berechnung der diesbezüglichen untersuchungsrelevanten Nachfragevolumen.
- Charakterisierung des Mikrostandortes gemäß aktueller Rahmenbedingungen
- Basierend auf den aktualisierten Umsatzschätzungen für die Bestandssituation des E-Centers, von Aldi und von Fressnapf wird eine Umsatzschätzung nach Erweiterung vorgenommen sowie der Umsatzzuwachs ermittelt. Nur er ist umverteilungsrelevant. Dabei werden insbesondere folgende Punkte berücksichtigt:
 - Bestehende und geplante Verkaufsflächen,
 - Attraktivität des Standortes (FM-Lage Aurich-West),
 - Dimensionierung und Attraktivität der Gesamtkonzeptionen.

Im Rahmen der Wirkungsanalyse wird untersucht, welche Auswirkungen (Ermittlung Umsatzherkunft und Umsatzumverteilungsquoten) die Erweiterung des E-Centers und des Aldi Marktes auf den bestehenden Einzelhandel (untersuchungsrelevante Sortimente) in der Stadt Aurich und im betroffenen Umland haben würde. Maßstab sind hier die Aussagen/Kriterien des § 11 (3) BauNVO. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Ermittlung und Bewertung potenzieller Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche. Die Umsatzverlagerungen im bestehenden Einzelhandel werden absolut und relativ für die quantitativ untersuchten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitungen und Zeitschriften dargestellt. Dabei erfolgt zum einen eine jeweils separate Betrachtung der Effekte der E-Center- und der Aldi-Erweiterung sowie zum anderen eine kumulierte Betrachtung beider Vorhaben. Für die aperiodi-

schen Randsortimente von Edeka und Aldi erfolgt vereinbarungsgemäß eine qualitativ-überschlägige Betrachtung.

Die wirkungsanalytische Beurteilung der geplanten Fressnapf-Erweiterung erfolgt im Rahmen einer kurzen qualitativen Stellungnahme. Das Kernsortiment von Fressnapf ist gemäß des EHK Aurich, des Entwurfs für das RROP des LK Aurich und auch gemäß der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland als nicht zentrenrelevant klassifiziert.

Einordnung gemäß EHK Aurich sowie der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung: Die Vorhaben werden hinsichtlich der Aussagen und Kriterien des EHK Aurich bewertet. Daneben erfolgt eine Beurteilung gemäß der Kriterien der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland sowie der Landesplanung (LROP Niedersachsen, 2/2017). Des Weiteren wird Bezug genommen auf die Kriterien und Aussagen der Entwurfsfassung des RROP für den Landkreis Aurich (2015).

- Die Betrachtung mündet in einem abschließenden Fazit und einer abschließenden Empfehlung.

Methodische Grundlagen

- Die Berechnung der Umsätze für den Einzelhandel erfolgte auf Basis aktueller Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche p.a.) und Umsatzstatistiken für die hier untersuchungsrelevanten Warengruppen (s. o.). Die Flächenproduktivitäten werden zusätzlich durch die Berater der cima an die jeweilige lokale und regionale Situation vor Ort angepasst.
- 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 Umverteilungswirkungen dargestellt werden.

Auftraggeber und Untersuchungszeitraum

- Stadt Aurich,
Bürgermeister-Hippen-Platz 1,
26603 Aurich

Untersuchungszeitraum

- April bis Juni 2017

2 Planvorhaben und Mikrostandort

2.1 Planvorhaben

Das Planvorhaben sieht eine Erweiterung des E-Centers Bruns von rd. 2.650 qm Verkaufsfläche (inklusive Info-/Packbereich) auf rd. 3.450 qm VKF (+800 qm) am Standort der Fachmarktlage Aurich-West, Dreekamp, vor.

Wie schon erwähnt, liegen zum jetzigen Zeitpunkt keine konkreten Informationen zu einer ggf. vorgesehenen Veränderung des Einzelhandelskonzessionärsbesatzes vor. Laut Auskunft der Stadt Aurich soll die Verkaufsfläche der Konzessionäre zukünftig voraussichtlich auf insgesamt max. 200 qm begrenzt werden. Hiermit wäre ggf. ein – allerdings geringer - Verkaufsfächenzuwachs verbunden, der im Gesamtzusammenhang ebenfalls wirkungsanalytisch berücksichtigt wird.

Die Mall beläuft sich auf rd. 195 qm (hier integriert der Pfandrückgabeautomat), der Windfang umfasst knapp 45 qm. Aktuell wird ein Teil des Windfangs und der Mall durch einen Blumenverkauf genutzt (ca. 30 qm). Daneben agieren ein Backwarenkonzessionär (rd. 85 qm Nutzfläche, hiervon ca. 40 qm Verkaufsfläche im engeren Sinne, die restliche Teilfläche entfällt auf den Gastro-Bereich sowie die nicht kundenzugängliche Backvorbereitung) und ein Tabak-Zeitschriften-Shop (rd. 30 qm Verkaufsfläche, gut 10 qm Nebenfläche) am Standort.

Als Dienstleister ist ein Friseur ansässig.

Die Verkaufsflächen im engeren Sinne belaufen sich damit auf rd. 2.750 qm (2.645 qm + 30 qm + 40 qm + 30 qm) und sind so

gemäß Absprache mit der Stadt Aurich im Kontext der Erarbeitung des EHK Aurich in den Auricher Gesamtverkaufsflächenbestand eingestellt.

Die Ausweitung der Verkaufsfläche dient u. a. der Modernisierung des Gesamtauftritts; dies betrifft u. a. die Präsentation von Frischwaren.

Die Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Planvorhabens – Bestandssituation, Situation nach jeweiliger Erweiterung, Verkaufsflächen- und Umsatzdifferenz, Sortimentsstrukturierung u.a. in Hinblick auf zentrenrelevante Sortimente gemäß der Auricher Sortimentsliste (Einzelhandelskonzept Aurich 2015) etc. – kann im Detail Kap. 5 entnommen werden.

Daneben möchten nun laut Auskunft der Stadt Aurich auch die am selben Standort agierenden Anbieter Aldi und Fressnapf erweitern. Aldi um 400 qm VKF von derzeit 800 qm auf 1.200 qm, Fressnapf von aktuell 450 qm auf 600 qm Verkaufsfläche (+150 qm).

Das E-Center Bruns sowie das annähernd gleich große E-Center Parkkauf in der Fachmarktlage Aurich-Süd sind die größten Vollsortimenter innerhalb des Auricher Stadtgebietes. Vergleichbar große, oder größere Vollsortimenter agieren erst wieder in Upgant-Schott, Emden, Norden oder Leer.

Aldi ist in Aurich mit zwei weiteren Outlets präsent: am Hammerkeweg und in der Raiffeisenstraße (Fachmarktlage Aurich-Süd). Daneben agieren im Auricher Umland in Südbrookmerland (OT Moordorf), in Ihlow (OT Ihlowerfehn), Westerholt und in Grobfehn (OT Ostgrobfehn) Aldi Märkte.

Die nächstgelegenen Fressnapf Zoofachmärkte befinden sich erst in Wiesmoor, Norden und Emden.

Abb. 1: E-Center Bruns (Dreekamp 2), Aldi (Dreekamp 6) und Fressnapf (Dreekamp 12), Fachmarktlage Aurich-West



Fotos: cima 2017, im Uhrzeigersinn

2.2 Erweiterter Mikrostandort

Hinsichtlich des (erweiterten) Mikrostandortes sind folgende Punkte von Belang (vgl. auch Abb. 2):

- Teil der Fachmarktlage Aurich-West, Ortschaft Extum.
- Mit den Anbietern E-Center Bruns und Aldi bietet die Fachmarktlage Aurich-West die Möglichkeit eines Kopplungseinkaufs Vollsortimenter/ Lebensmitteldiscountmarkt (getrennte Stellplatzanlagen).

Daneben wird die Gesamtattraktivität des Standorts auch durch den Mix mit weiteren Fachmärkten bestimmt. Neben dem ebenfalls zum Untersuchungsvorhaben zählenden Fressnapf Zoofachmarkt agieren als weitere wesentliche Anbieter Expert Bening, Hagebaumarkt und Beenen Baustoffe, Dänisches Bettenlager sowie ein Möbel Markt vor Ort. Bis auf den Möbel Markt sind alle genannten Anbieter westlich der Straße Dreekamp ansässig.

- Fahrdistanz zum Beginn des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Aurich ca. 1,6 km
- Verkehrsgünstige Lage im unmittelbaren Umfeld der B 72/210
- Die nächstgelegenen Bushaltestelle „IGS/BBS“ am Extumer Weg liegt ca. 350 Meter fußläufig vom Eingang des E-Centers Bruns entfernt. Sie wird von diversen Buslinien bedient. Hinsichtlich der Routenführung und v. a. Taktung handelt es sich aber schwerpunktmäßig um Schülerverkehr. Hiermit liegt in der Gesamtschau eine nicht wirklich befriedigende ÖPNV-Anbindung vor
- Es liegt auch unmittelbarer Wohngebietsbezug vor. Gemäß Berechnung der Stadt Aurich zum Stand 31.12.2016 wohnen im 500-Meter-Radius um den Planvorhabenstandort rd. 570 Einwohner, im 1.000-Radius rd. 3790 Einwohner mit Hauptwohnsitz
- Im Einzelhandelskonzept (EHK) Aurich (2015) werden folgende untersuchungsrelevante Aussagen zum Standort getroffen:

„Grundsatz 3:

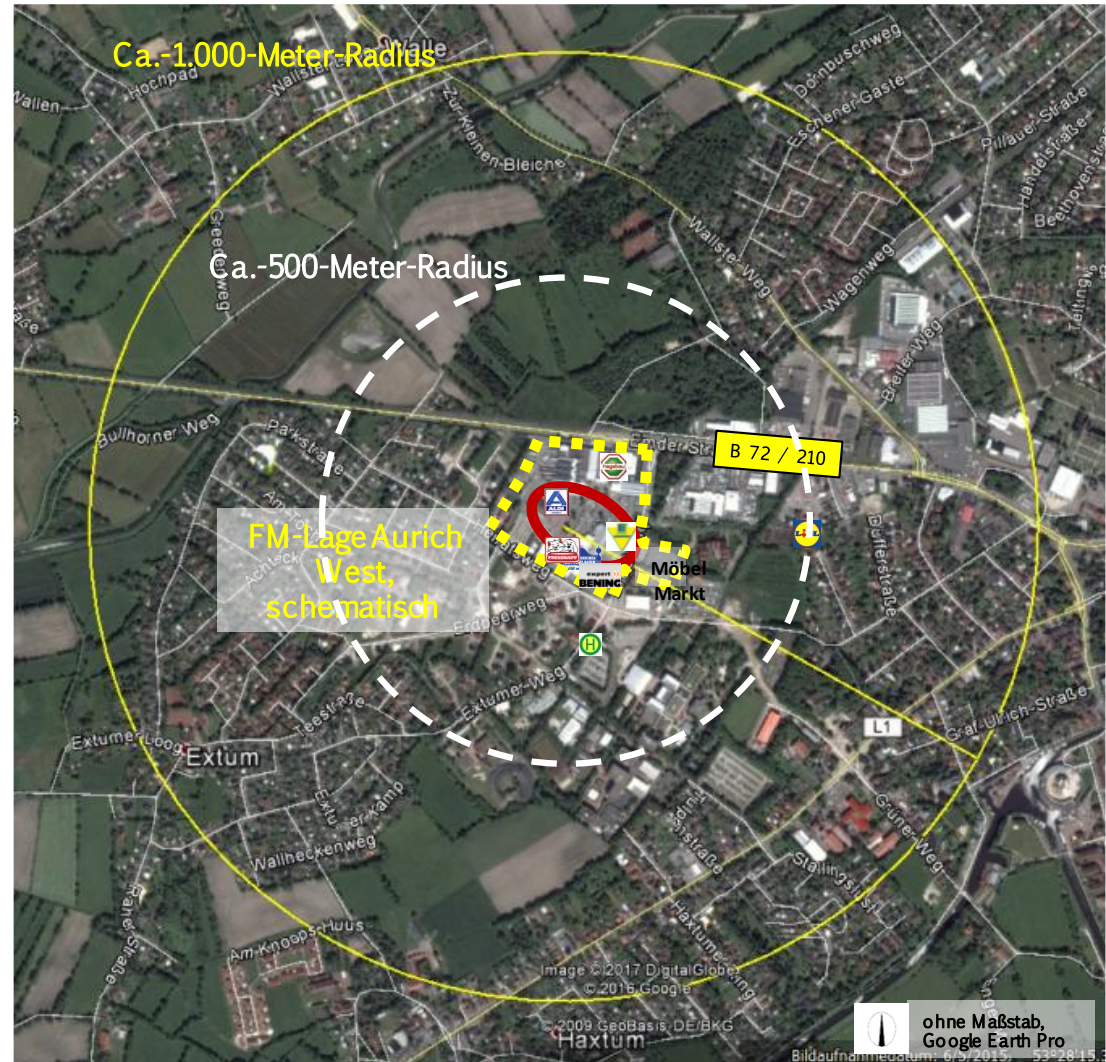
Für die bestehenden Sonderstandorte Fachmarktlagen Aurich-Süd und West sollten für die vorhandenen Unternehmen mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment¹ nur moderate Erweiterungen im Rahmen der Bestandssicherung (erweiterter Bestandsschutz) erlaubt sein. Darüber hinaus sollte an diesen Standorten grundsätzlich keine Weiterentwicklung von Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden“² (ebd., S. 124).

Allerdings muss die Verträglichkeit gegenüber zentralen Versorgungsbereichen wie auch in Hinblick auf die Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung zwingend gewährleistet sein.

- Gemäß Lage Entwurf RRPOP Landkreis Aurich (2015) Lage in einem Versorgungskern sowie im zentralen Siedlungsgebiet der Stadt Aurich.

„Zur besseren Beurteilung der Einzelhandelssituation sind in der Zeichnerischen Darstellung Vorranggebiete „Versorgungskern“ festgelegt. Diese Abgrenzungen folgen den in vielen Städten und Gemeinden erstellten Einzelhandelsgutachten oder sind nach dem vorhandenen Bestand durch die Regionalplanung festgelegt worden. (...)

Abb. 2: Erweiterter Mikrostandort



Bearbeitung: cima 2017

¹ Die Hauptsortimente des E-Centers inkl. seiner Einzelhandelskonzessionäre sowie von Aldi sind nahversorgungsrelevante gemäß Auricher Sortimentsliste, die Randsortimente sind tlws. zentrenrelevant. Das Angebot des Fressnapf Zoofachmarktes ist laut Auricher Sortimentsliste nicht zentren- oder nahversorgungsrelevant.

² „Eine Festlegung starrer Grenzen für moderate Verkaufsflächenerweiterungen ist nicht sinnvoll. Abhängig vom Vorhaben, Standort und Wettbewerbsumfeld können die Auswirkungen einer in der Höhe identischen Verkaufsflächenerweiterung unterschiedlich zu beurteilen sein, weshalb eine wirkungsanalytische Einzelfallbeurteilung angezeigt ist. Daneben ist auch die baurechtliche Situation wesentlich.“ (Fußnote EHK, S. 124)

Die Versorgungsfunktion der Zentralen Orte, insbesondere in den Versorgungskernen sowie die wohnungsnahe Grundversorgung, insbesondere in den herausgehobenen Nahversorgungsbereichen, sind in allen Teilen des Landkreises Aurich langfristig zu sichern und zu entwickeln“ (ebd., S. 32)

Die vor der Verabschiedung des EHK Aurich in 2016 getroffene Festlegung des Standortes des Planvorhabens als Versorgungskern ist damit nicht deckungsgleich mit den standortbezogenen Aussagen des EHK Aurich.

Fazit:

Nach der geplanten Verkaufsflächenerweiterung um rd. 800 qm (ohne Konzessionärsflächen) würde das E-Center Bruns am Standort Dreekamp (Fachmarktlage Aurich-West lt. EHK Aurich) nicht nur innerhalb Aurichs sondern auch im Umland über die größte Verkaufsfläche aller Vollsortimenter verfügen. Die Erweiterung dient u.a. der Modernisierung des Gesamtauftrittes.

Die geplanten Erweiterungen des benachbarten Aldi Marktes und des ebenfalls benachbarten Fressnapf Zoofachmarktes würden bei diesen Anbietern aktuell gängige/ zeitgemäße Verkaufsflächengrößen etablieren.

Die Fachmarktlage Aurich-West zeichnet sich aufgrund der siedlungsstrukturellen Lage sowie der sehr guten Verkehrsanbindung (MIV) u.a. auch über eine nennenswerte Umlandausstrahlung aus.

Es liegt auch ein unmittelbarer Wohngebietsbezug vor; im 500-Meter-Radius wohnen ca. 570 Einwohner, im 1.000-Meter-Radius rd. 3.790 (Hauptwohnsitz zum 31.12.2016).

Innerhalb des Auricher Siedlungskörpers zählt der zum zentralen Siedlungsgebiet Aurichs lt. RROP Landkreis Aurich (Entwurf 2015).

Die ÖPNV-Anbindung ist als nicht wirklich befriedigend zu charakterisieren.

Gemäß EHK Aurich (2015) ist v.a. der Einzelhandelsentwicklungsgrundsatz drei für das Untersuchungsvorhaben von Belang:

„Für die bestehenden Sonderstandorte Fachmarktlagen Aurich-Süd und West sollten für die vorhandenen Unternehmen mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment nur moderate Erweiterungen im Rahmen der Bestandssicherung (erweiterter Bestandsschutz) erlaubt sein. Darüber hinaus sollte an diesen Standorten grundsätzlich keine Weiterentwicklung von Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden“.

Allerdings muss die Verträglichkeit gegenüber zentralen Versorgungsbereichen wie auch in Hinblick auf die Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung zwingend gewährleistet sein.

Im Entwurf des RROP des Landkreises Aurich (2015) wird der Lagebereich als „Versorgungskern“ klassifiziert: *„In den in der zeichnerischen Darstellung festgelegten Versorgungskernen ist eine Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsprojekten raumordnerisch verträglich, sofern das Vorhaben der jeweiligen grund- und mittelzentralen Versorgungsfunktion entspricht und das Vorhaben den in der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland abgestimmten Festlegungen entspricht.“*

Die vor der Verabschiedung des EHK Aurich in 2016 getroffene Festlegung des Standortes des Planvorhabens als Versorgungskern ist damit nicht deckungsgleich mit den standortbezogenen Aussagen des EHK Aurich.

3 Einzugsgebiet, Nachfrage und ergänzendes Untersuchungsgebiet

Der nächsten Abbildung kann das Einzugsgebiet (EZG), das erweiterte Untersuchungsgebiet sowie der Hauptwettbewerb entnommen werden – hinsichtlich der kleinräumigen Situation in Aurich vgl. auch die Abb. 5 in Kap. 4.1. Das Einzugsgebiet wurde unter Einbeziehung der Attraktivität des Vorhabens sowie der Merkmale des Mikrostandortes auf der Grundlage verkehrlicher und topografischer Kriterien (Erreichbarkeit), der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie hinsichtlich der aktuell vorfindlichen Wettbewerbssituation des untersuchungsrelevanten Einzelhandels im näheren und weiteren Umfeld abgegrenzt und zониert. Es ist dabei orientiert an der Ausstrahlung des Anbieters E-Center. Fressnapf und v.a. Aldi alleine sprechen, trotz ihrer Lage in der Fachmarktlage Aurich-West, für sich betrachtet ein eher kleineres (Kern-)Einzugsgebiet an.

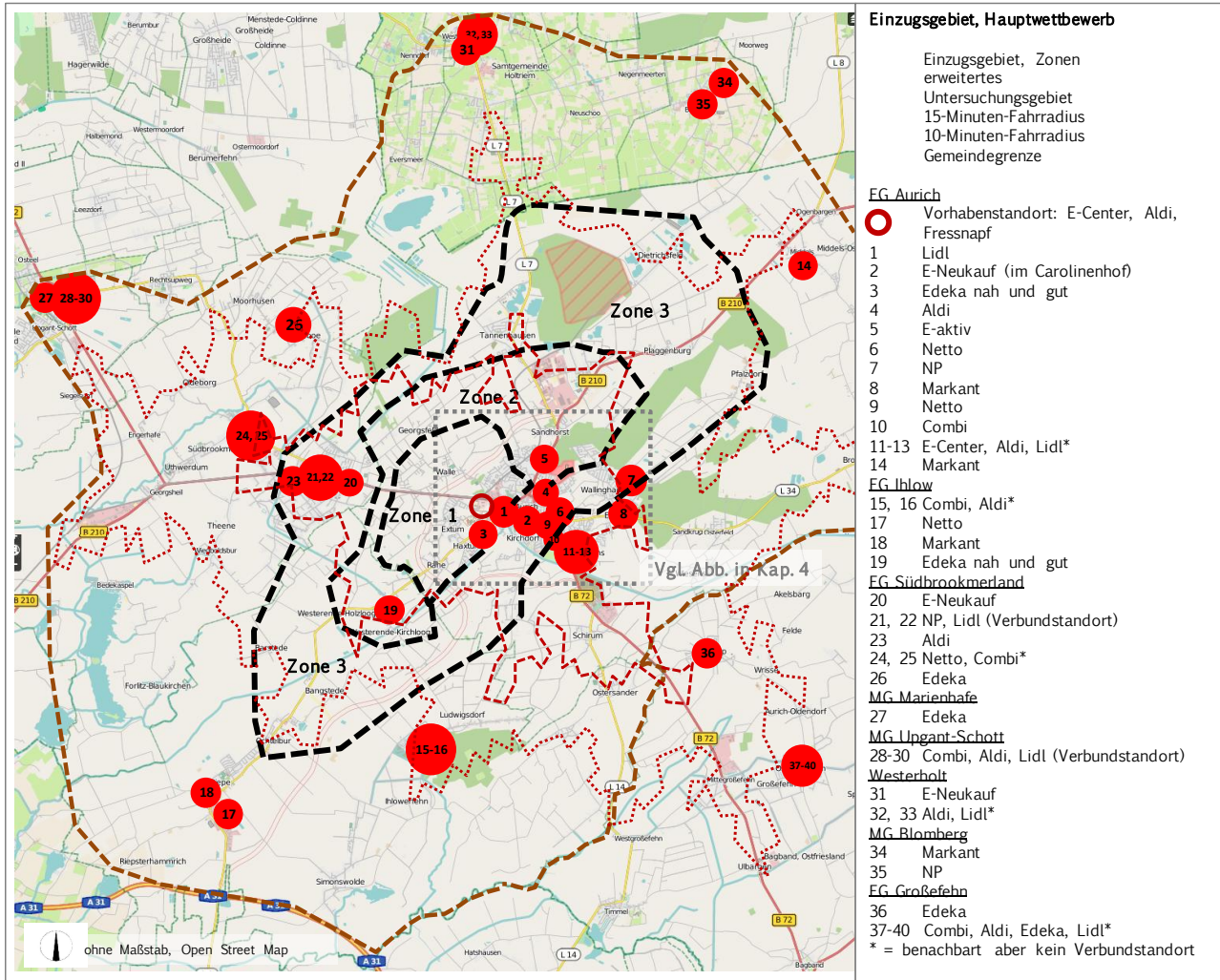
Die Attraktivität der Einzelhandelsstandorte wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen der cima aktuell eingeschätzt. Aus der Nachfrage des Einzugsgebietes speist das Untersuchungsvorhaben modellhaft im Wesentlichen seinen Umsatz. Abweichend zur Wirkungsanalyse aus 2014 ist nun ein dreizoniges (Kern-)Einzugsgebiet anstelle eines vierzonigen (erweiterten) Einzugsgebietes dargestellt, da der Umsatzherkunft aus Nachfrage in der Zone 4 nur eine untergeordnete Rolle zukommt. Die Vorhabeneffekte auf den Wettbewerbsbesatz in der ehemaligen Zone 4 werden aber weiterhin wirkungsanalytisch betrachtet. Dieser Bereich zählt nun zum ergänzenden Untersuchungsgebiet.

Maßgeblich für die Abgrenzung sowie Zonierung des EZG sind v. a. folgende Wettbewerbsstandorte, wobei die größte Rolle den (größeren und großen) Vollsortimentern zukommt:

- Fachmarktlage Aurich-Süd mit E-Center, Combi, Aldi und Lidl
- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Aurich; v.a. Edeka im Carolinenhof
- Ihlow / Westerende-Kirchloog: Edeka nah & gut (in zentralem Versorgungsbereich - ZVB)
- Ihlow / Ihlowerfehn: Combi, Aldi (in ZVB)
- Ihlow / Riepe: Markant (in ZVB), Netto
- Südbrookmerland / Moordorf: Edeka (in ZVB), NP, Aldi, Lidl (in weiterem ZVB)
- Südbrookmerland / Victorbur: Combi, Netto (in ZVB)
- Südbrookmerland / Münkeboe: Edeka (in ZVB)
- Westerholt: Edeka, Lidl, Aldi (in ZVB)
- Blomberg: Markant
- Upgant-Schott: Combi Aldi, Lidl (in ZVB)
- Marienhafte: Edeka (in ZVB)

Einfluss auf die Begrenzung des Einzugsgebietes haben daneben bedingt die Standorte der großen Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser in Emden. Im Nordosten spielt das Angebot in Wittmund und Esens eine Rolle. Im Südosten bedingt das Angebot in der Einheitsgemeinde Großefehn (Ostgroßefehn).

Abb. 3: Einzugsgebiet, Hauptwettbewerb



Bearbeitung: cima 2017

Das Einzugsgebiet gliedert sich in drei Zonen und umfasst insgesamt rd. 38.200 Einwohner³. Das Nachfragepotenzial für das vorhabenrelevante Kernsortiment der hier wirkungsanalytisch-quantitativ untersuchten Anbieter⁴ E-Center Bruns (inkl. Konzessionäre) und Aldi beläuft sich auf rd. 93,02 Mio. € p. a.

Abb. 4: Vorhabenrelevante Nachfrage Kernsortiment E-Center, Aldi

Vorhabenrelevante Nachfrage Kernsortiment, Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet, Kaufkraftniveau									
	Pro-Kopf-Nachfrage in € p. a. - Deutschland	Zone 1		Zone 2		Zone 3		EZG gesamt	
Lebensmittel und Reformwaren in Mio. € p. a.	2.140	20,18	25,7%	20,39	25,9%	38,08	48,4%	78,65	100,0%
Drogerie- und Reformwaren in Mio. € p. a.	303	2,86	25,7%	2,89	25,9%	5,39	48,4%	11,14	100,0%
Zeitschriften, Schnittblumen in Mio. € p. a.	88	0,83	25,7%	0,84	25,9%	1,57	48,4%	3,23	100,0%
Vorhabenrelevanter periodischer Bedarf gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel)	2.531	23,86	25,7%	24,12	25,9%	45,04	48,4%	93,02	100,0%
Aperiodischer Bedarf gesamt (Randsortimente) in Mio. € p.a.	2.686	25,32	25,7%	25,60	25,9%	47,80	48,4%	98,71	100,0%
Gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel) in Mio. € p.a.	5.217	49,18	25,7%	49,71	25,9%	92,83	48,4%	191,73	100,0%
Einwohner zum 31.12.2015, LSKN (Basis Mikrozensus 2011)		9.545	25,0%	9.729	25,5%	18.903	49,5%	38.177	100,0%
Kaufkraftkennziffer in %, MB Research 2016, ggf. gewichtet		98,8		97,9		94,1		96,3	

Quelle: cima 2017

³ Wo nur Teilbereiche von Ortsteilen in eine Zone fallen, erfolgte die Zuordnung des Einwohnerpotenzials in Form einer überschlägigen Schätzung unter Berücksichtigung siedlungsstruktureller Gegebenheiten. Die Einwohnerzahlen nach Ortsteilen basieren für Aurich auf Daten der Stadt Aurich zum Stand 2015; für Ihlow auf Daten lt. Website der Gemeinde zum Stand 1/2016 und für Südbrookmerland auf Daten gemäß der kommunalen Website zum Stand 1.7.2012. Diese Daten wurden jeweils rechnerisch umbasiert auf den gesamt-gemeindlichen Stand lt. LSKN zum 31.12.2015.

⁴ Wie schon in Kap. 1 ausgeführt, erfolgt die wirkungsanalytische Beurteilung der geplanten Fressnapf-Erweiterung im Rahmen einer kurzen qualitativen Stellungnahme. Das Kernsortiment von Fressnapf ist als nicht zentrenrelevant klassifiziert.

Der Nachfrageschwerpunkt liegt – korrespondierend zur Einwohnerverteilung – in der Zone 3. Das Einzugsgebiet stellt sich nach Zonen wie folgt dar:

Zone 1:

- Zone 1: Auricher Ortsteile Extum und Walle zu 100 %, Ortsteil Haxtum zu 90 %, Ortsteil Rahe zu 80 % und Ortsteil Aurich zu 25 %

Zone 2:-

- Zone 2:- Auricher Ortsteile Georgsfeld und Sandhorst zu 100 %, Ortsteil Aurich zu 25 %, Ihlower (Einheitsgemeinde (EG)) Ortsteile Westerende-Kirchloog und Westerende-Holzloog zu 100 %

Zone 3:

- Zone 3: Auricher Orteile Tannenhausen, Dietrichsfeld u. Plaggenburg zu 100 %, Pfalzdorf zu 90 %, Kirchdorf zu 85 %, Wallinghausen zu 70 %, Rahe zu 20 %, Aurich zu 15 %, Haxtum zu 10 %; Ihlower OT Ochtelbur, Bangstede und Barstede zu 100 %; Südbrookmerlander OT Moordorf zu 100 %

Die Ermittlung des Nachfragevolumens nach Zonen erfolgt auf Basis der aktuellen cima-Pro-Kopf-Ausgabensätze (vgl. Abb. 4) für die Warengruppen Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften und Schnittblumen sowie für den aperiodischen Bedarf unter Einbeziehung des aktuellen lokalen Kaufkraftniveaus (Kaufkraftkennziffer).

Das Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet (EZG) liegt insgesamt bei gut 96 % und rangiert damit moderat unter Bundesniveau (= 100 %). Die Zone 1 (= Teilbereich Stadt Aurich) zeichnet sich dabei mit knapp 99 % über ein annähernd durchschnittliches Kaufkraftniveau aus. Dieses ist in den Umlandgemeinden geringer, so dass sich für die auch durch Umlandnachfrage geprägten Zonen 2 und v.a. 3

niedrigere (gewichtete) Kaufkraftkennziffern ergeben: Zone 2 rd. 98 %, Zone 3 rd. 94 %.

Bezüglich der Verteilung der Nachfragepotenziale nach Herkunftsorten bietet sich im Einzugsgebiet folgendes Bild:

- Nachfrage aus Teilbereich Aurich: rd. 76 %
- Nachfrage aus Teilbereich EG Ihlow: rd. 9 %
- Nachfrage aus Teilbereich EG Südbrookmerland rd. 15 %

Aus marktanalytischer Sicht ist davon auszugehen, dass das untersuchte Vorhaben auch gegenüber Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes eine Umsatzumverteilungswirkung entfalten wird. Um diese Effekte wirkungsanalytisch berücksichtigen zu können, wird ein erweitertes Untersuchungsgebiet in die Berechnungen und Analysen einbezogen (vgl. Abb. 3). Es umfasst das restliche – nicht in das Einzugsgebiet fallende – untersuchungsrelevante Angebot Aurichs sowie das der Einheitsgemeinden Ihlow und Südbrookmerland. Daneben fällt das Angebot in den Gemeinden Westerholt, Blomberg und Neuschoo sowie in den zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinden Marienhafe und Upgant-Schott zum erweiterten Untersuchungsgebiet.

4 Wettbewerbssituation

4.1 Wettbewerbssituation Stadt Aurich

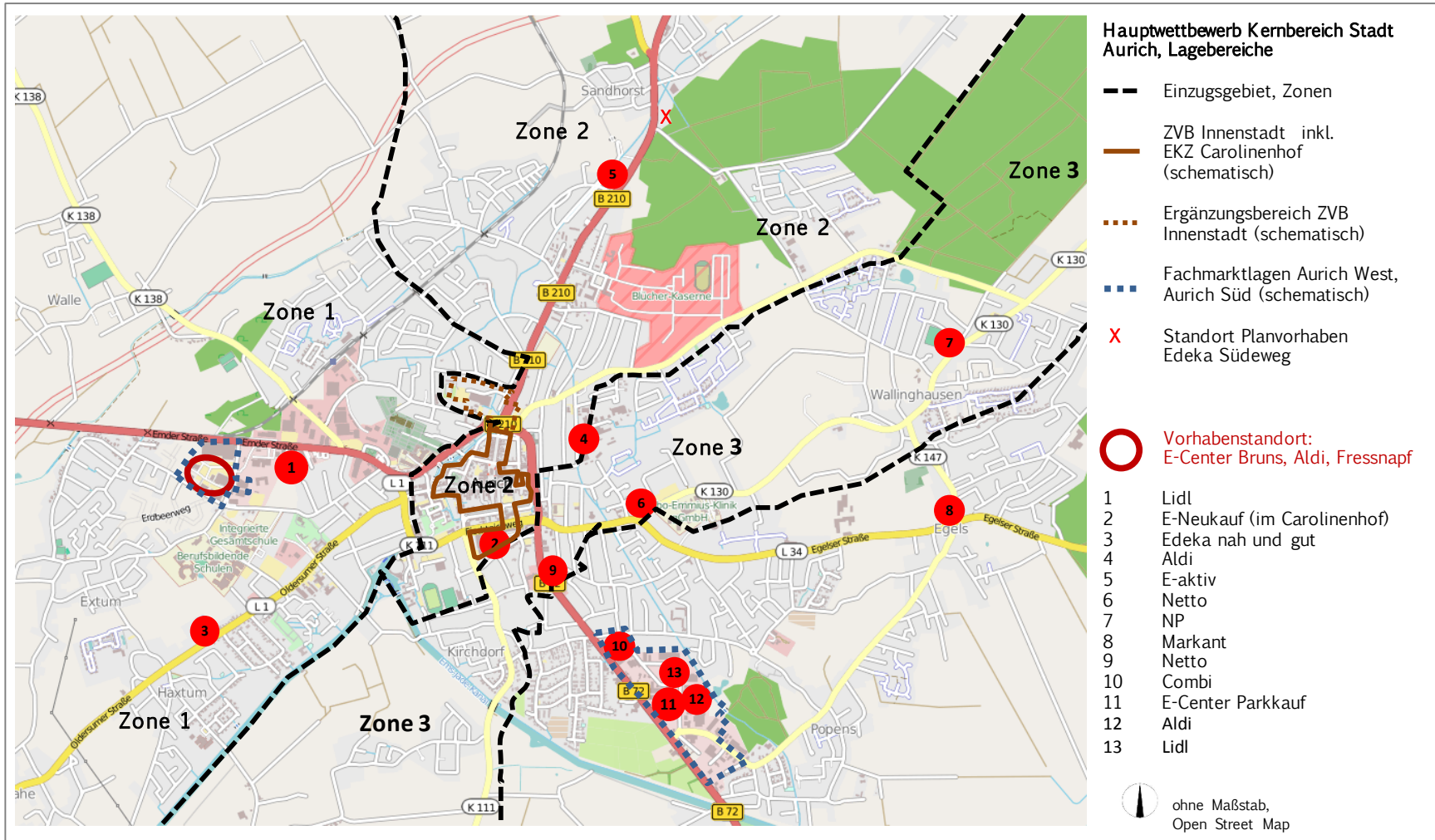
In der folgenden Abbildung 5 sind die Standorte des Hauptwettbewerbs im Kernbereich der Stadt Aurich dargestellt. Ansonsten agieren in den ländlichen Teilen des Auricher Stadtgebietes nur noch ein Markt in Middels (vgl. Abbildung 3) und kleinflächiger Besatz bzw. Lebensmittelanbieter deutlich kleiner 400 qm VKF. Wie in Kapitel 3 erläutert, fallen jeweils Teilbereiche der Stadt Aurich in die Zonen 1 bis 3 sowie teilweise auch in das erweiterte Untersuchungsgebiet. In der Wirkungsanalyse findet damit das gesamte untersuchungsrelevante Auricher Angebot Berücksichtigung – bzgl. der Verkaufsflächen und Umsätze nach untersuchten Warengruppen und Lagebereichen vgl. die Abbildung am Ende dieses Kapitels. Die dort für Aurich gesamt dargelegten Verkaufsflächen- und Umsatzdaten sind bereinigt um die Bestandssituation des hier untersuchten Planvorhabens am Standort Dreekamp (E-Centers Bruns mit Konzessionären, Aldi, Fressnapf). Am Standort Fachmarktlage Aurich-West werden nur von den Anbietern E-Centers Bruns (mit Konzessionären) und Aldi die quantitativ-wirkungsanalytisch untersuchten Sortimente Lebensmittel und Reformwaren sowie Drogerie- und Parfümeriewaren angeboten; deren Verkaufsflächen- und Umsätze in der Bestandssituation können im Detail dem 5 entnommen werden.

Die Aufbereitung des untersuchungsrelevanten Auricher Angebots erfolgt gemäß folgender Auricher Lagebereiche, wobei sich bzgl. der Lagen auf die Klassifizierung gemäß EHK Aurich (2015) bezogen wird:

- (Zone 1: Fachmarktlage Aurich-West; vgl. die vorhergehenden Anmerkungen)
- Zone 1: sonstige Lagen
- Zone 2: ZVB⁵ Innenstadt (mit Ergänzungsbereich Innenstadt, ohne EKZ Carolinenhof)
- Zone 2: EKZ Carolinenhof (zu ZVB Innenstadt)
- Zone 2, Bereich Aurich: sonstige Lagen
- Zone 3, Bereich Aurich: sonstige Lagen
- Erweitertes Untersuchungsgebiet: Fachmarktlage Lage Aurich-Süd
- Erweitertes Untersuchungsgebiet, Bereich Aurich: sonstige Lagen

⁵ ZVB = Zentraler Versorgungsbereich.

Abb. 5: Hauptwettbewerb Kernbereich Stadt Aurich, Lagebereiche



Bearbeitung: cima 2017

Zone 1: sonstige Lagen

Neben dem Lidl Markt an der Emder Straße ist noch ein kleiner Edeka Markt an der Oldersumer Straße zu nennen. Ansonsten befinden sich hier v. a. kleinflächige Anbieter (Bäcker etc.) sowie Randsortimente der Sonderpostenmarktes Wreesmann.

Durch die geplante Erweiterung von Aldi sollte sich dieser Anbieter besser gegenüber Lidl positionieren können. Die geplante Erweiterung des E-Centers erhöht voraussichtlich eher moderat den Wettbewerbsdruck gegenüber dem kleinen Edeka Markt, da dieser vorrangig auf sogenannte Handtaschen- und nicht „Wochenendgroßeinkauf“-Kunden ausgerichtet ist.

Abb. 6: Edeka, Oldersumer Straße; Lidl, Emder Straße - Aurich



Fotos: cima 2017, 2011

Zone 2: ZVB Innenstadt Aurich mit Ergänzungsbereich ZVB Innenstadt, ohne EKZ Carolinenhof

Vor dem Hintergrund des vorhabenrelevanten Besatzes – diverse kleinflächige, spezialisierte Anbieter sowie Anbieter des Lebensmittelhandwerks – besteht nur eine moderate Wettbewerbsbeziehung des ZVB Innenstadt zum Vorhaben.

Im Ergänzungsbereich ZVB Innenstadt befinden sich untersuchungsrelevante Randsortimente des Sonderpostenmarktes Nix wie hin sowie ein geringfügiges kleinflächiges Angebot.

Zone 2: EKZ Carolinenhof (Innenstadt)

Hier agiert neben wenigen kleinflächigen untersuchungsrelevanten Anbietern ein Edeka Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.250 qm. Bezüglich des Angebots liegt hiermit eine erkennbare Wettbewerbssituation vor, die allerdings durch den Tatbestand einer (tlws.) divergierenden Kundenansprache – Handtaschenkauf und Kauf von Convenience-Produkten (Edeka im Carolinenhof) vs. Kofferraumeinkauf (E-Center) - abgemildert wird.

Abb. 7: EKZ Carolinenhof - Aurich



Foto: cima 2017

Zone 2, Bereich Aurich: sonstige Lagen

In den sonstigen Lagebereichen der Zone 2 ist aktuell nur ein relativ schwacher untersuchungsrelevanter Wettbewerbsbesatz ansässig. Zu nennen sind v. a. hier der kleine Edeka Markt (< 500 qm VKF) an der Wiesenstraße in Sandhorst sowie Aldi am Hammerkeweg.

Ergänzt wird das Angebot an erster Stelle durch Bäcker sowie einen kleinen Getränkemarkt im Sandhorster Gewerbegebiet. Durch die geplante Entwicklung E-Center/Aldi am Vorhabenstandort Dreekamp wird voraussichtlich der Aldi am Hammerkeweg zwar tangiert werden, dies aber in einem „überschaubaren“ Maße, da er schwerpunktmäßig als eher umfeldbezogener Nahversorger positioniert sein sollte.

Als nennenswertes Planvorhaben ist die für 2018 geplante Ansiedlung eines Edeka Vollsortimenters mit einer VKF von rd. 1.600 qm (inkl. Konzessionäre) am Standort Südeweg in Sandhorst zu nennen. Dieses Objekt löste den kleinen Edeka Markt an der Wiesenstraße ab. Eine gefestigte Information zur Nachnutzung dieses Standortes liegt derzeit der cima nicht vor.

Abb. 8: Edeka, Wiesenstraße, Aldi, Hammerkeweg - Aurich



Fotos: cima 2017

Zone 3, Bereich Aurich: sonstige Lagen

Mit zwei Netto Märkten (Wallinghausener Straße, Leerer Landstraße) sowie NP (Wallinghausener Straße) agieren drei Lebensmitteldiscounter in der Zone 3. Ergänzt wird dieses Angebot durch kleinflächigen Besatz; v. a. Bäcker.

Da es sich hier bei dem Hauptwettbewerb um Lebensmitteldiscountmärkte handelt, stehen diese nur in einer moderaten Wettbewerbsbeziehung zum E-Center Bruns. Auch die Wettbewerbsbeziehung zum Lebensmitteldiscountmarkt Aldi am Dreekamp ist aufgrund der Lagegegebenheiten „überschaubar“ ausgeprägt. Aldi konkurriert daneben schwerpunktmäßig mit Aldi Outlets sowie Lidl.

Abb. 9: Netto Leerer Landstraße und Wallinghausener Straße, NP, Wallinghausener Straße - Aurich



Fotos: cima 2017, im Uhrzeigersinn

Erweitertes Untersuchungsgebiet, Bereich Aurich: Fachmarktlage Aurich-Süd

Dieser Standort stellt aus Untersuchungssicht den Hauptwettbewerbsstandort des Vorhabens dar. Dies insofern, als dass sich diese beiden Lagebereiche die Auricher Einflussssphäre derzeit aufteilen bzw. in Teilbereichen eine Überschneidung der Einzugsgebiete zu unterstellen ist (z. B. im Auricher Norden). Auch hinsichtlich der Ansprache des Auricher Umlandes ist von getrennten Einflussbereichen, wie auch von Überlagerungsbereichen (z. B. EG Ihlow) auszugehen.

Die Hauptwettbewerbsbeziehung besteht dabei zu den beiden Vollsortimentern, dem E-Center Parkkauf (rd. 2.600 qm VKF) an der Raiffeisenstraße sowie zu Combi (rd. 2.100 qm VKF) an der Popenser Straße/Ecke Leerer Landstraße sowie – in Hinblick auf Aldi – auf die dortigen Aldi und Lidl Märkte.

Weitere Fachmärkte wie v. a. Mode Rudnick, Rudnick Wohnen, Bbymarkt Rudnick und Baustoff Union prägen – vergleichbar zur Situation in der Fachmarktlage Aurich-West – die Gesamtattraktivität dieses verkehrsbezogenen des Standorts.

Abb. 10: Combi, Popenser Straße, E-Center Parkkauf, Aldi und Lidl, Raiffeisenstraße - Aurich



Fotos: cima 2017, im Uhrzeigersinn

Abb. 11: Aurich - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze (ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp)

CIMA Warengruppe	Stadt Aurich (EG) - ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp																	
	Zone 1: FM-Lage Aurich West (ohne E-Center Bruns und Aldi)		Zone 1: sonstige Lagen		Zone 2: ZVB Innenstadt (mit Ergänzungsbereich Innenstadt, ohne EKZ Carolinenhof)		Zone 2: EKZ Carolinenhof (ZVB Innenstadt)		Zone 2: sonstige Lagen		Zone 3: sonstige Lagen		Erw. Untersuchungsgebiet: FM- Lage Aurich Süd		Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen		Aurich gesamt (ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp)	
	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche
	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm
untersuchungsrelevante Kernsortimente	-	0	10,2	2.140	12,9	2.225	7,1	1.685	8,5	1.795	12,7	2.945	35,1	7.270	7,0	1.485	93,4	19.545
Lebensmittel, Reformwaren	-	0	8,9	1.785	7,3	1.250	5,0	1.290	7,7	1.625	11,2	2.560	30,5	6.040	6,3	1.315	76,9	15.865
Drogerie- und Parfümeriewaren	-	0	0,8	235	4,9	845	1,9	355	0,6	135	0,8	230	3,6	975	0,4	105	13,1	2.880
Zeitschriften, Schnittblumen	-	0	0,4	120	0,7	130	0,2	40	0,2	35	0,6	155	0,9	255	0,3	65	3,4	800

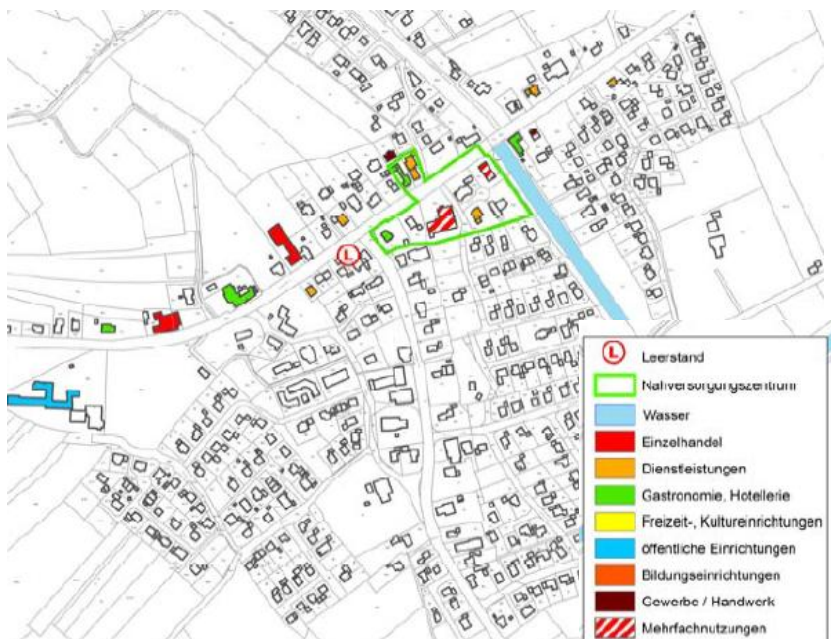
Quelle: cima 2017

4.2 Wettbewerbssituation Einheitsgemeinde Ihlow

Die Aufbereitung des untersuchungsrelevanten Ihlower Angebots erfolgt gemäß folgender Lagebereiche (vgl. auch Abb. 3). Die Verkaufsflächen und Umsätze können der Abbildung am Ende dieses Kapitels entnommen werden.

Zone 2, Bereich EG Ihlow: Westerende-Kirchloog: NVZ Auricher Straße

Abb. 12: ZVB NVZ Auricher Straße, EG Ihlow



Quelle: GMA; Bearbeitung: cima 2017 (Kartenausschnitt)

Hauptanbieter im NVZ⁶ Auricher Straße ist ein kleinerer Edeka nah und gut Markt (rd. 600 qm VKF)

Ergänzt wird dieses Angebot durch einen Bäcker.

Abb. 13: Edeka nah und gut, NVZ Auricher Straße, Westerende-Kirchloog - EG Ihlow



Foto: cima 2017

Zone 2 und 3, Bereich EG Ihlow: sonstige Lagen Westerende-Kirchloog, Fahne sowie Ochtelbur (1 kleiner Anbieter)

Das hier untersuchungsrelevante – geringfügige - Angebot ist ausschließlich kleinflächig strukturiert (Bäcker, Blumen-Shop o.ä.).

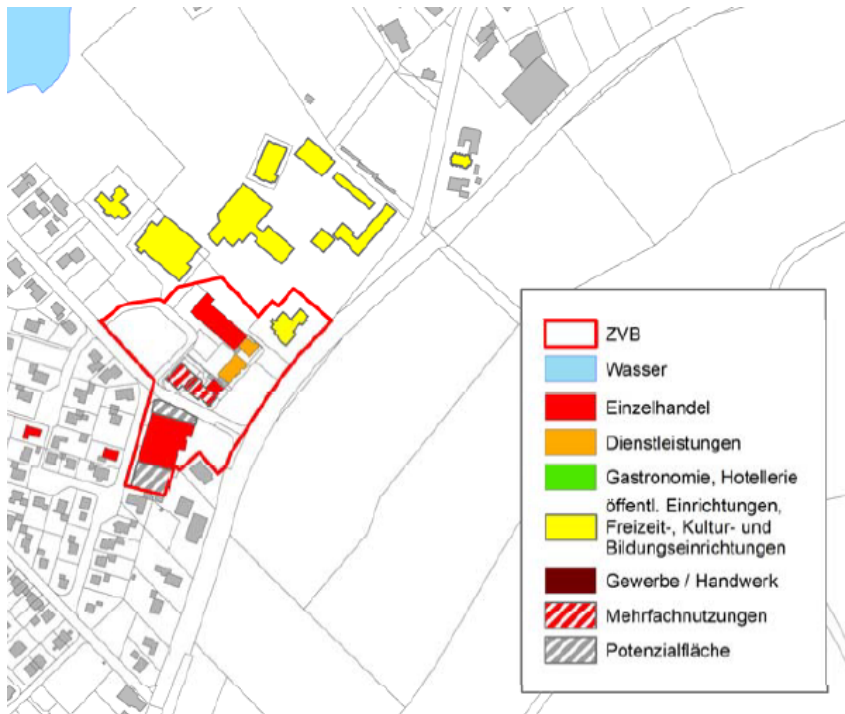
In diesem Angebotskontext ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung in Westerende-Kirchloog/-Holzloog und Fahne auch auf das gut erreichbare, attraktivere Angebot in Aurich orientiert sein. Hier an erster Stelle auf die Fachmarktlage Aurich West.

⁶ NVZ = Nahversorgungszentrum

Erweitertes Untersuchungsgebiet, Bereich EG Ihlow: ZVB Ortsmitte Ihlowerfehn

Im Zentralen Versorgungsbereich Ihlowerfehn (EHK Ihlow, 2015) sind als Hauptanbieter ein Combi Markt (rd. 1.100 qm) sowie Aldi an einem Kopplungsstandort ansässig. Untersuchungsrelevant arrondiert durch zwei Bäcker und einen Blumenshop. Die – moderate – Wettbewerbsbeziehung zum Vorhabenstandort resultiert v. a. durch die gemeinsame Ansprache der Nachfrage in Westerende-Kirchloog/-Holzloog.

Abb. 14: ZVB Ortsmitte Ihlowerfehn, EG Ihlow



Quelle: GMA; Bearbeitung: cima 2017 (Kartenausschnitt)

Abb. 15: Combi und Aldi, ZVB Ortsmitte Ihlowerfehn - EG Ihlow



Fotos: cima 2017

Erweitertes Untersuchungsgebiet, Bereich EG Ihlow: NVZ Emders Straße, Riepe

Abb. 16: NVZ Emders Straße, Riepe, EG Ihlow



Quelle: GMA; Bearbeitung: cima 2017 (Kartenausschnitt)

Im zentralen Versorgungsbereich NVZ Emders Straße in Riepe (lt. EHK Ihlow, 2015) ist als Hauptanbieter ein kleinerer Markant Markt ansässig.

Barstede. Ansonsten agieren in diesen Lagebereich noch ein paar Kleinflächen (Bäcker, Tankstellen-Shops o.ä.).

Abb. 17: Markant, NVZ Emders Straße Riepe, Netto, Riepe - EG Ihlow



Fotos: cima 2017

Erweitertes Untersuchungsgebiet, Bereich EG Ihlow: sonstige Lagen (Ihlowerfehn, Barstede, Riepe, Simonswolde, Westersander)

Hier ist v.a. ein Netto Lebensmitteldiscountmarkt in Riepe zu nennen. Ein sehr kleiner nah und gut Markt befindet sich in Neu-

Abb. 18: Einheitsgemeinde Ihlow - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze

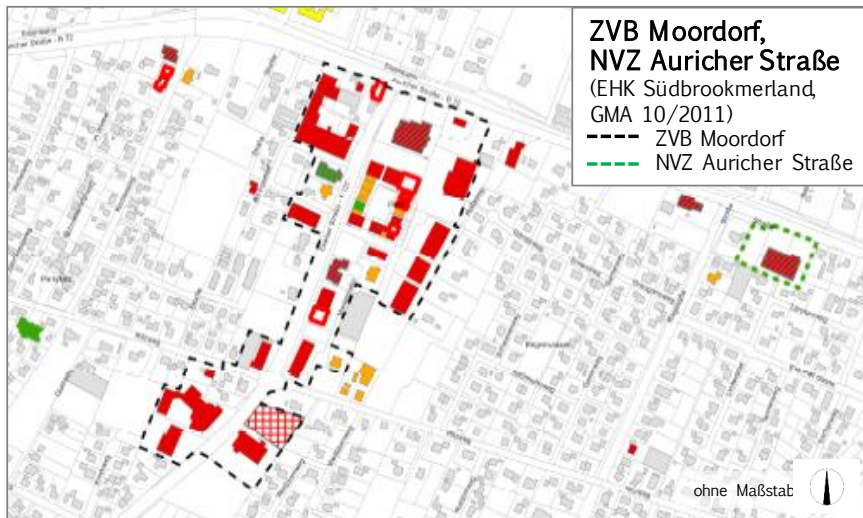
CIMA Warengruppe	Ihlow (EG)											
	Zone 2: NVZ Auricher Straße, Westerende-Kirchloog		Zone 2 und 3: sonstige Lagen Westerende-Kirchloog, Fahne sowie Ochtelbur (1 kl. Anbieter)		Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortsmitte Ihlowerfehn		Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Emders Straße, Riepe		Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Ihlowerfehn, Barstede, Riepe, Simonswolde, Westersander)		EG Ihlow gesamt	
	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche
	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm
untersuchungsrelevante Kernsortimente	2,7	610	0,7	115	10,2	1.945	3,3	755	4,9	1.050	21,9	4.475
Lebensmittel, Reformwaren	2,5	545	0,6	100	9,1	1.710	3,0	680	4,2	880	19,4	3.915
Drogerie- und Parfümeriewaren	0,2	55	-	0	0,9	185	0,2	60	0,3	70	1,7	370
Zeitschriften, Schnittblumen	0,0	10	0,1	15	0,2	50	0,1	15	0,4	100	0,7	190

Quelle: cima 2017

4.3 Wettbewerbssituation Einheitsgemeinde Südbrookmerland

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Samtgemeinde Südbrookmerland ist gemäß folgender Lagebereiche (vgl. auch Abb. 3) aufbereitet. Die Verkaufsflächen und Umsätze können auch hier der Abbildung am Ende des Kapitels entnommen werden.

Abb. 19: ZVB Hauptzentrum Moordorf, NVZ Auricher Straße in Moordorf - EG Südbrookmerland



Quelle: GMA; Bearbeitung: cima 2017

Zone 3, Bereich EG Südbrookmerland: ZVB Hauptzentrum Moordorf und NVZ Auricher Straße, Moordorf

Im Nahversorgungszentrum (NVZ) Auricher Straße (zentraler Versorgungsbereich lt. EHK Südbrookmerland, 2011) agiert als Hauptanbieter ein Edeka Markt (rd. 1.500 qm VKF); ergänzt durch einen Bäcker.

Abb. 20: NP, Lidl und Aldi, ZVB Hauptzentrum Moordorf, Edeka, NVZ Auricher Straße in Moordorf - EG Südbrookmerland



Fotos: cima 2017, im Uhrzeigersinn

Im Zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Moordorf agieren neben einem kleineren NP Markt (knapp 800 qm VKF, Ex-Edeka) noch Aldi, Lidl, Rossmann und ein Big Box Getränkemarkt. Arron-

diert wird dieses Angebot durch untersuchungsrelevanten kleinflächigen Besitz (Bäcker etc.) sowie die (kleinen) untersuchungsrelevanten Randsortimentflächen zweier Sonderpostenmärkte.

Das Untersuchungsvorhaben steht v. a. mit dem Edeka Markt und Aldi im Wettbewerb.

Zone 3, Bereich EG Südbrookmerland: sonstige Lagen Moordorf

Hierbei handelt es sich nur um einige kleinflächige Anbieter (bspw. Bäcker, Schlachter) mit einer untersuchungsrelevanten Verkaufsfläche von weniger als 100 qm.

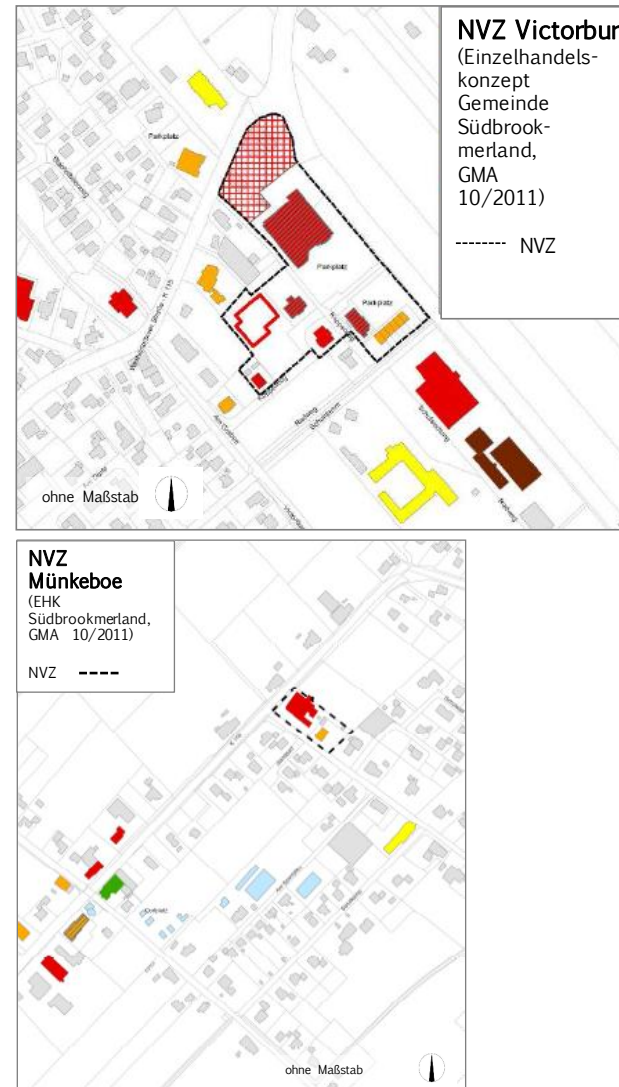
Erweitertes Untersuchungsgebiet, Bereich EG Südbrookmerland: NVZ Victorbur, NVZ Münkeboe

Im NVZ Victorbur (zentraler Versorgungsbereich lt. EHK Südbrookmerland, 2011) sind als untersuchungsrelevante Hauptanbieter ein Combi Markt mit rd. 1.800 qm VKF sowie ein Netto Lebensmitteldiscountmarkt ansässig. Ergänzt wird dieses Angebot durch drei Bäcker, einen Kiosk und einen Blumen-Shop.

Hiermit liegt v. a. im Segment Vollsortiment ein recht gutes Angebot vor. Dies, und der vorgelagerte Besitz in Moordorf sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort führen dazu, dass Seitens dieses Lagebereichs nur eine moderate Wettbewerbsbeziehung zum Untersuchungsvorhaben besteht.

Im NVZ Münkeboe (zentraler Versorgungsbereich lt. EHK Südbrookmerland, 2011) agiert ein kleinerer Edeka Markt (rd. 700 qm VKF) mit einem Backwarenkonzessionär. Die Wettbewerbsbeziehung zum Untersuchungsvorhaben ist nur schwach ausgeprägt.

Abb. 21: NVZ Victorbur und NVZ Münkeboe - EG Südbrookmerland



Quelle: GMA; Bearbeitung: cima 2017

Abb. 22: Combi und Netto, NVZ Victorbur, Edeka, NVZ Münkeboe - EG Südbrookmerland



Fotos: cima 2017, im Uhrzeigersinn

**Erweitertes Untersuchungsgebiet, Bereich EG Südbrookmerland:
sonstige Lagen (Moorhusen, Victorbur, Münkeboe, Georgsheil)**

Bei diesem untersuchungsrelevanten Angebot handelt es sich um ein geringfügiges Flächenvolumen von knapp 250 qm, das sich auf mehrere Anbieter (Bäcker, Kiosk, Blumen-Shop, Tankstellen-Shops etc.) verteilt.

Abb. 23: Einheitsgemeinde Südbrookmerland - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze

CIMA Warengruppe	Südbrookmerland (EG)												EG Südbrookmerland gesamt	
	Zone 3: ZVB Hauptzentrum Moordorf		Zone 3: NVZ Auricher Straße		Zone 3: sonstige Lagen Moordorf		Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Victorbur		Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Münkeboe		Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Moorhusen, Victorbur, Münkeboe, Georgsheil)			
	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche
	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm
untersuchungsrelevante Kernsortimente	16,8	3.960	6,5	1.445	0,7	90	10,9	2.445	2,6	655	1,3	240	38,7	8.835
Lebensmittel, Reformwaren	13,4	3.120	5,7	1.260	0,5	70	9,5	2.090	2,4	590	0,9	185	32,6	7.315
Drogerie- und Parfümeriewaren	3,0	715	0,6	150	0,1	10	0,9	230	0,2	50	0,1	5	4,8	1.160
Zeitschriften, Schnittblumen	0,4	125	0,1	35	0,0	10	0,4	125	0,1	15	0,3	50	1,3	360

Quelle: cima 2017

4.4 Wettbewerbssituation Westerholt, Blomberg und Neuschoo

Die Aufbereitung des untersuchungsrelevanten Angebots in den Mitgliedsgemeinden Westerholt, Blomberg und Neuschoo der Samtgemeinde Holtriem erfolgt gemäß folgender Lagebereiche (vgl. auch Abb. 3). Die Verkaufsflächen und Umsätze können wiederum der Abbildung am Ende dieses Kapitels entnommen werden.

Erweitertes Untersuchungsgebiet: Blomberg, sonstige Lagen Westerholt (ein kleiner Anbieter) zusammen mit Zone 4 (ein kleiner Anbieter in Neuschoo)

Aus Vorhabensicht sind der Markt und der NP Markt in Blomberg von Belang. Ergänzt wird das untersuchungsrelevante Angebot in Blomberg durch drei Bäcker; zwei davon als Konzessionäre der beiden Märkte sowie einen Tankstellenshop.

In Neuschoo agiert ein kleiner Lebensmittelanbieter. Hinter dem Anbieter in Westerholt in sonstiger Lage verbirgt sich ein Blumenladen.

Abb. 24: Markt (Mühlenstr.), NP (An der Eiche), Blomberg



Fotos: cima 2017

Erweitertes Untersuchungsgebiet: Zentraler Versorgungsbereich Westerholt (lt. Landkreis Wittmund)

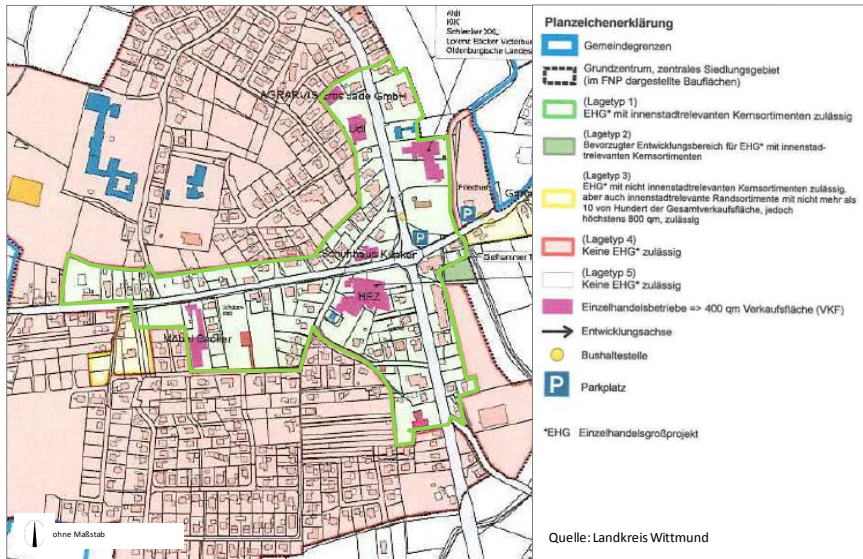
Hauptanbieter im Zentralen Versorgungsbereich Westerholt sind Edeka (rd. 1.200 qm VKF) in einem notleidenden Klein-EKZ (HEZ – Holtriemer Einkaufszentrum) sowie Aldi und Lidl. Die Abgrenzung des ZVB entspricht dabei den Vorgaben des Landkreises Wittmund (vgl. die folgende Karte); und zwar der Abgrenzung für den den Lagetyp 1 „Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten zulässig“ und den Lagetyp 2 „bevorzugter Entwicklungsbereich Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten“.

Abb. 25: Edeka (in HEZ), Aldi und Lidl, ZVB Westerholt, Westerholt



Fotos: cima 2017, im Uhrzeigersinn

Abb. 26: Zentraler Versorgungsbereich Westerholt lt. LK Wittmund



Bearbeitung: cima 2017

Abb. 27: Gemeinden Westerholt, Blomberg und Neuschoo - untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze

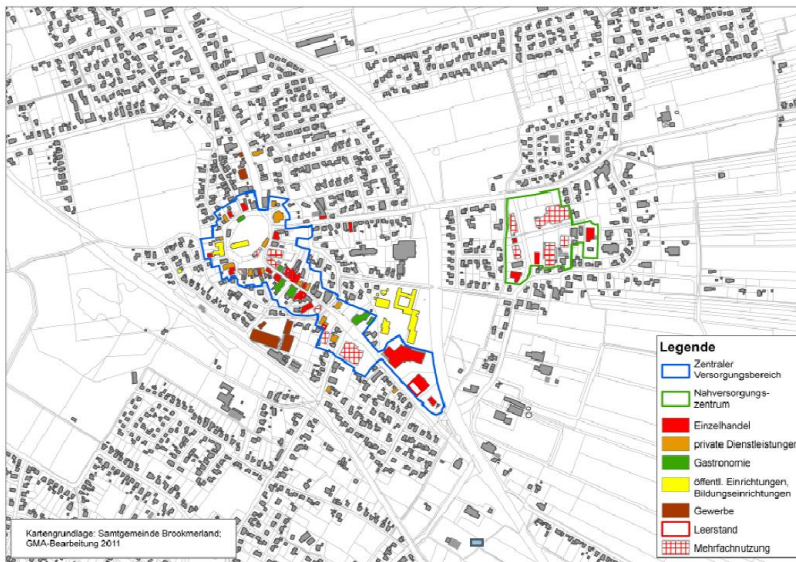
CIMA Warengruppe	Westerholt, Blomberg, Neuschoo (MG)					
	Erw. Untersuchungsgebiet (Blomberg, sonst. Lagen Westerholt, Neuschoo)		Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Westerholt (lt. LK Wittmund)		Westerholt, Blomberg, Neuschoo gesamt	
	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Umsatz akt.	Verkaufsfläche
	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm	in Mio. € p. a.	in qm
untersuchungsrelevante Kersortimente	6,1	1.585	12,5	2.655	18,6	4.240
Lebensmittel, Reformwaren	5,3	1.340	11,3	2.390	16,7	3.730
Drogerie- und Parfümeriewaren	0,4	125	0,9	210	1,4	335
Zeitschriften, Schnittblumen	0,4	120	0,2	55	0,6	175

Quelle: cima 2017

4.5 Wettbewerbssituation ZVB Marienhaf e und NVZ Upgant-Schott

Beide Gemeinden liegen außerhalb des Einzugsgebiets im erweiterten Untersuchungsgebiet und begrenzen das Einzugsgebiet im Nordwesten. Erhoben wurde das Angebot in den beiden Zentralen Versorgungsbereichen laut EHK Brookmerland (2011).

Abb. 28: ZVB Marienhaf e, NVZ Upgant-Schott (EHK SG Brookmerland, 11/2011)



Quelle: GMA, 11/2011, ZVB blaue Abgrenzung, NVZ grüne Abgrenzung

Dabei kommt v. a. dem Angebot im NVZ Upgant-Schott mit v. a. Combi (knapp 2.800 qm VKF), Aldi, Lidl und einem Big Box Getränkemarkt eine Rolle zu. Neben diesen Anbietern sind an diesem Standort u.a. noch Kik und Tedi ansässig.

Im ZVB Marienhaf e ist ein Edeka Markt mit rd. 1.500 qm VKF situiert. Daneben agieren einige untersuchungsrelevante kleinflächige Anbieter im ZVB (Bäcker etc.).

Die untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen und Umsätze können der folgenden Abbildung entnommen werden.

Abb. 29: ZVB Marienhaf e, NVZ Upgant-Schott -untersuchungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze

CIMA Warengruppe	Teilbereiche Marienhaf e, Upgant-Schott (MG)								
	Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortskern Marienhaf e			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Upgant-Schott			ZVB Marienhaf e und NVZ Upgant-Schott (ZVBs)		
	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Betriebe (Haupt-sortiment)	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Betriebe (Haupt-sortiment)	Umsatz akt.	Verkaufsfläche	Betriebe (Haupt-sortiment)
	in Mio. € p. a.	in qm	Anzahl	in Mio. € p. a.	in qm	Anzahl	in Mio. € p. a.	in qm	Anzahl
untersuchungsrelevante Kernsortimente	7,3	1.650	8	20,1	4.725	8	27,4	6.375	16
Lebensmittel, Reformwaren	6,5	1.455	6	18,3	4.280	6	24,7	5.735	12
Drogerie- und Parfümerwaren	0,5	100	0	1,4	350	0	1,9	450	0
Zeitschriften, Schnittblumen	0,3	95	2	0,4	95	2	0,7	190	4

Quelle: cima 2017

Abb. 30: Combi, Lidl und Aldi, NVZ Upgant-Schott, Edeka ZVB Marienhaf



Fotos: cima 2017, 2014, im Uhrzeigersinn

4.6 Fazit Wettbewerbssituation

Das E-Center Bruns würde nach Erweiterung der nicht nur im Einzugsgebiet sondern auch im erweiterten Untersuchungsgebiet größte Vollsortimenter sein. Vergleichbare bzw. größere Märkte agieren erst wieder in Norden (Real) und Emden (Real, Multi Super). Der Planvorhabenanbieter Aldi „schwimmt bis zu einem gewissen Punkt auf der Frequenzstärke des E-Centers mit“. Gleiches gilt für den ja

nicht quantitativ-wirkungsanalytisch untersuchten Planvorhabenanbieter Fressnapf.

Unter Einbeziehung der wettbewerbs- und lageseitigen Aspekte wird deutlich, dass sich das Vorhaben an erster Stelle mit dem Wettbewerb am Standort Fachmarktlage Aurich-Süd (v. a. E-Center, Combi, Aldi, Lidl) auseinandersetzt. Hierbei geht es u. a. um die „Einfluss-sphäre“ innerhalb des Auricher Stadtgebiets. Während zum Angebot des ZVB Innenstadt Aurich ohne den Standort Carolinenhof voraussichtlich aufgrund der abweichenden Aufstellung des dortigen Angebots (Lebensmittelhandwerk, spezialisierte Fachgeschäfte, Randsortimentangebote) in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nur ein moderates Wettbewerbsverhältnis besteht, sieht dies für das Angebot im Carolinenhof mit v. a. Edeka anders aus. Hier liegt eine erkennbare Wettbewerbssituation vor, die allerdings durch den Tatbestand einer (tlws.) divergierenden Kundenansprache – Handtaschenkauf und Kauf von Convenience-Produkten (Edeka Carolinenhof) vs. Kofferraumeinkauf (E-Center) - abgemildert wird.

Durch die Verkaufsflächenerweiterung würde sich daneben Aldi u.a. gegenüber Lidl in der Emdener Straße stärker positionieren. Gleiches gilt – in abgeschwächter Form – gegenüber dem Aldi im Hammerkeweg in Aurich.

Von den Umlandlagebereichen sind voraussichtlich an erster Stelle die Anbieter/Lagen in Moordorf sowie in Westerende-Kirchloog tangiert. Die Ausstrahlung des E-Centers Bruns (auch in Kopplung mit Aldi) reicht aber auch darüber hinaus, so dass auch an weiteren Standorten in den Einheitsgemeinden Ihlow und Südbrookmerland gewisse, allerdings deutlich schwächere, Effekte erwartet werden können.

Die relativ weiträumige Ausstrahlung des (erweiterten) E-Centers und des erweiterten Aldi Marktes führt weiterhin dazu, dass auch Standorte außerhalb des Einzugsgebietes tangiert werden. Dies allerdings in nochmals in deutlich abgeschwächter Form.

5 Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst Planvorhaben

Den folgenden Abbildungen 31 bis 33 kann nach Sortimenten die Verkaufsflächen und Umsatzstruktur (inkl. Flächenproduktivitäten⁷) für das E-Center, seine Konzessionäre, Aldi sowie Fressnapf entnommen werden. Und zwar für die Bestandsituation sowie die Situation nach Erweiterung.

Den Umsatzschätzungen für die erweiterten Anbieter liegt ein „Worst-Case-Ansatz“ zugrunde, der die Attraktivität der Gesamtvorhaben inklusive der Lage in der Fachmarktlage Aurich-West berücksichtigt. Daneben werden die vorfindliche lokale und regionale Wettbewerbssituation, die Nachfragebasis und die Kaufkraft im Einzugsgebiet in die Umsatzschätzungen einbezogen.

Derzeit liegen keine konkreten Informationen zu einer ggf. Erweiterung des Konzessionärsbesatzes des E-Centers vor. Im Sinne eines „Worst-Case-Ansatzes“ wird unterstellt, dass dieser sich auf max. 200 VKF erweitert. Dabei wird – marktanalytisch plausibel sowie ebenfalls im Sinne eines „Worst-Case-Ansatzes“ – davon ausgegangen, dass die Erweiterung an erster Stelle den Bäcker (und damit die Warengruppen Lebensmittel und Reformwaren) betreffen wird.

Modellanalytisch wird ein zeitgleicher Markteintritt der Erweiterungen (E-Center inkl. Konzessionäre, Aldi, Fressnapf) unterstellt.

Hinsichtlich der durch das Gesamtplanvorhaben ausgelösten Umsatzumverlagerungseffekte sind dabei die Umsatzdifferenzen von Belang. Der jeweilige Bestandsumsatz ist ja Teil der aktuellen Marktlage und insofern auch schon in den Bestandumsätzen des

Wettbewerbs berücksichtigt und kann damit nicht „nochmals umverteilt werden“.

Wie u.a. in Kap. 1 erläutert, erfolgt im Folgenden für die Sortimente Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen eine quantitative wirkungsanalytische Betrachtung (u.a. Ermittlung von Umsatzumverlagerungsquoten). Sie umfassen vorhabenbezogen den nahversorgungsrelevanten Verlaufsflächen- und Umsatzanteil des Gesamtplanvorhabens. Auch gemäß der Auricher Sortimentsliste sind sie als zentren- und hier konkret als nahversorgungsrelevant – klassifiziert.

Für die aperiodischen Sortimente wird vereinbarungsgemäß eine überschlägig-qualitative Bewertung vorgenommen. Bis auf den Anbieter Fressnapf werden sie als reine Randsortimente (E-Center, Aldi) geführt, und verteilen sich auf zentrenrelevante wie auch nicht zentrenrelevante Sortimente laut der Auricher Sortimentsliste. Das Angebot von Fressnapf ist als nicht zentrenrelevant zu klassifizieren. Es lassen sich folgende Eckwerte zusammenfassend darstellen:

E-Center:

- Verkaufsfläche derzeit: 2.650 qm
- Verkaufsfläche zukünftig: 3.450 qm
 - davon nahversorgungsrelevant (periodischer Bedarf): 3.035 qm
 - davon zentrenrelevant (aper. Bedarf): 250 qm (rd. 7 %)
 - davon nicht zentrenrelevant (aperiodischer Bedarf): 165 qm
- Differenz Verkaufsfläche: 800 qm
 - davon Lebensmittel und Reformwaren: 620 qm
 - davon Drogerie- und Parfümeriewaren: 70 qm
 - davon Zeitschriften/Schnittblumen: 10 qm
 - davon aperiodischer Bedarf: 100 qm

⁷ = Umsatz in €/ qm VKF p.a.

- Umsatz (hier und im Folgenden Rundungsdifferenzen möglich) derzeit: 14,01 Mio. € p.a.
Umsatz zukünftig: 17,25 Mio. € p.a.
 - davon nahversorgungsrelevant (per. Bedarf): 15,66 Mio. € p.a.
 - davon zentrenrelevant (aperiodischer Bedarf): 0,99 Mio. € p.a.
 - davon nicht zentrenrelevant (aper. Bedarf): 0,60 Mio. € p.a.Differenz Umsatz: 3,24 Mio. € p.a.
 - davon Lebensmittel und Reformwaren: 2,61 Mio. € p.a.
 - davon Drogerie- und Parfümeriewaren: 0,28 Mio. € p.a.
 - davon Zeitschriften/Schnittblumen: 0,04 Mio. € p.a.
 - davon aperiodischer Bedarf: 0,30 Mio.€ p.a.

Bäcker (Konzessionär E-Center):

- Verkaufsfläche derzeit (Lebensmittel und Reformwaren): 40 qm
Verkaufsfläche zukünftig (Lebensmittel u. Reformwaren): 120 qm
Differenz Verkaufsfläche (Lebensmittel und Reformwaren): 80 qm
- Umsatz derzeit (Lebensmittel und Reformwaren): 0,30 Mio. € p.a.
Umsatz zukünftig (Lebensmittel u. Reformwaren): 0,58 Mio. € p.a.
Differenz Umsatz: 0,28 Mio. € p.a.

Blumen-Shop (Konzessionär E-Center):

- Verkaufsfläche derzeit (Schnittblumen): 30 qm
Verkaufsfläche zukünftig (Schnittblumen): 40 qm
Differenz Verkaufsfläche (Schnittblumen): 10 qm
- Umsatz derzeit (Schnittblumen): 0,15 Mio. € p.a.
Umsatz zukünftig (Schnittblumen): 0,20 Mio. € p.a.
Differenz Umsatz: 0,05 Mio. € p.a.

Lotto-/Tabak-/Zeitschriften-Shop (LTZ-Shop):

- Verkaufsfläche derzeit (Lebensmittel und Reformwaren, Zeitschriften): 30 qm
Verkaufsfläche zukünftig (Lebensmittel und Reformwaren, Zeitschriften): 40 qm
Differenz Verkaufsfläche: 10 qm
- Umsatz derzeit (Lebensmittel und Reformwaren, Zeitschriften): 0,18 Mio. € p.a.
Umsatz zukünftig (Lebensmittel und Reformwaren, Zeitschriften): 0,24 Mio. € p.a.
Differenz Umsatz: 0,06 Mio. € pa.

Aldi:

- Verkaufsfläche derzeit: 800 qm
Verkaufsfläche zukünftig: 1.200 qm
 - davon nahversorgungsrelevant (periodischer Bedarf): 1.025 qm
 - davon zentrenrelevant (aperiodischer Bedarf): 11 qm (rd. 9 %)
 - davon nicht zentrenrelevant (aperiodischer Bedarf): 65 qmDifferenz Verkaufsfläche:
 - davon Lebensmittel und Reformwaren: 305 qm
 - davon Drogerie- und Parfümeriewaren: 25 qm
 - davon Zeitschriften/Schnittblumen: 5 qm
 - davon aperiodischer Bedarf: 65 qm
- Umsatz derzeit: 4,94 Mio. € p.a.
Umsatz zukünftig: 6,36 Mio. € p.a.
 - davon nahversorgungsrelevant (per. Bedarf): 5,54 Mio. € p.a.
 - davon zentrenrelevant (aperiodischer Bedarf): 0,53 Mio. € p.a.
 - davon nicht zentrenrelevant (aper. Bedarf): 0,29 Mio. € p.a.

Differenz Umsatz: 1,41 Mio. € p.a.

- davon Lebensmittel und Reformwaren: 1,09 Mio. € p.a.
- davon Drogerie- und Parfümeriewaren: 0,08 Mio. € p.a.
- davon Zeitschriften/Schnittblumen: 0,02 Mio. € p.a.
- davon aperiodischer Bedarf: 0,22 Mio. € p.a.

Fressnapf

- Verkaufsfläche derzeit (Zoobedarf: = aperiodischer Bedarf, hier nicht zentrenrelevant): 450 qm

Verkaufsfläche zukünftig (Zoobedarf: = aperiodischer Bedarf, hier nicht zentrenrelevant): 600 qm

Differenz Verkaufsfläche: 150 qm

- Umsatz derzeit: 0,81 Mio. € p.a.

Umsatz zukünftig (Zoobedarf: = aperiodischer Bedarf, hier nicht zentrenrelevant): 1,02 Mio. € p.a.

Differenz Umsatz: 0,21 Mio. € p.a.

Auftragsgemäß quantitativ wirkungsanalytisch geprüft wird hiermit folgender Umsatzzuwachs (E-Center mit Konzessionären, Aldi, Fressnapf keine relevanter Besatz)

- bei Lebensmitteln und Reformwaren in Höhe von von rd. 4,02 Mio. € p.a.
- bei Drogerie- und Parfümeriewaren in Höhe von von rd. 0,36 Mio. € p.a.
- bei Zeitschriften/Schnittblumen in Höhe von von rd. 0,14 Mio. € p.a.

Abb. 31: Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst E-Center - Bestandssituation, nach Erweiterung, Differenz

E-Center Bestandssituation					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	2.335	88,1	12,73	90,9	5.451
Lebensmittel, Reformwaren	2.130	80,4	11,72	83,6	5.500
Drogerie- und Parfümeriewaren	180	6,8	0,89	6,4	4.950
Zeitschriften, Schnittblumen	25	0,9	0,12	0,9	4.930
Aperiodischer Bedarf	315	11,9	1,28	9,1	4.065
Persönlicher Bedarf insgesamt	35	1,3	0,15	1,0	4.200
Medien und Technik insgesamt	110	4,2	0,48	3,4	4.350
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	65	2,5	0,27	1,9	4.186
Glas, Porzellan, Keramik,	60	2,3	0,23	1,6	3.800
Einrichtungsbedarf insgesamt	20	0,8	0,07	0,5	3.500
Baumarktartikel, Gartenbedarf	25	0,9	0,09	0,6	3.400
Gesamt	2.650	100,0	14,01	100,0	5.287

Rundungsdifferenzen möglich

Planvorhaben E-Center erweitert					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	3.035	88,0	15,66	90,8	5.161
Lebensmittel, Reformwaren	2.750	79,7	14,33	83,1	5.211
Drogerie- und Parfümeriewaren	250	7,2	1,17	6,8	4.685
Zeitschriften, Schnittblumen	35	1,0	0,16	0,9	4.665
Aperiodischer Bedarf	415	12,0	1,59	9,2	3.827
Persönlicher Bedarf insgesamt	45	1,3	0,18	1,0	3.975
Medien und Technik insgesamt	140	4,1	0,58	3,4	4.139
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	90	2,6	0,35	2,0	3.878
Glas, Porzellan, Keramik,	75	2,2	0,27	1,6	3.595
Einrichtungsbedarf insgesamt	25	0,7	0,08	0,5	3.310
Baumarktartikel, Gartenbedarf	40	1,2	0,13	0,7	3.215
Gesamt	3.450	100,0	17,25	100,0	5.001

Rundungsdifferenzen möglich

Differenz E-Center nach Erweiterung					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	700	87,5	2,93	90,5	4.193
Lebensmittel, Reformwaren	620	77,5	2,61	80,6	4.217
Drogerie- und Parfümeriewaren	70	8,8	0,28	8,6	4.004
Zeitschriften, Schnittblumen	10	1,3	0,04	1,2	4.003
Aperiodischer Bedarf	100	12,5	0,31	9,5	3.079
Persönlicher Bedarf insgesamt	10	1,3	0,03	1,0	3.188
Medien und Technik insgesamt	30	3,8	0,10	3,1	3.368
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	25	3,1	0,08	2,4	3.078
Glas, Porzellan, Keramik,	15	1,9	0,04	1,3	2.775
Einrichtungsbedarf insgesamt	5	0,6	0,01	0,4	2.550
Baumarktartikel, Gartenbedarf	15	1,9	0,04	1,3	2.907
Gesamt	800	100,0	3,24	100,0	4.053

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: cima 2017

Abb. 32: Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst Konzessionäre E-Center - Bestandssituation, nach Erweiterung, Differenz

Konzessionär Bäcker E-Center Bestandssituation					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	40	100,0	0,30	100,0	7,500
Lebensmittel, Reformwaren	40	100,0	0,30	100,0	7,500
Rundungsdifferenzen möglich					
Planvorhaben Erweiterung Konzessionär Bäcker E-Center erweitert					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	120	100,0	0,58	100,0	4,800
Lebensmittel, Reformwaren	120	100,0	0,58	100,0	4,800
Rundungsdifferenzen möglich					
Differenz Bäcker nach Erweiterung					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	80	100,0	0,28	100,0	3,450
Lebensmittel, Reformwaren	80	100,0	0,28	100,0	3,450
Rundungsdifferenzen möglich					
Konzessionär Blumen-Shop E-Center Bestandssituation					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	30	100,0	0,15	100,0	5,000
Zeitschriften, Schnittblumen	30	100,0	0,15	100,0	5,000
Rundungsdifferenzen möglich					
Planvorhaben Erweiterung Konzessionär Blumen-Shop E-Center erweitert					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	40	100,0	0,20	100,0	5,000
Zeitschriften, Schnittblumen	40	100,0	0,20	100,0	5,000
Rundungsdifferenzen möglich					
Differenz Blumen-Shop nach Erweiterung					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	10	100,0	0,05	100,0	5,000
Zeitschriften, Schnittblumen	10	100,0	0,05	100,0	5,000
Rundungsdifferenzen möglich					
Konzessionär LTZ-Shop E-Center Bestandssituation					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	30	100,0	0,18	100,0	6,000
Lebensmittel, Reformwaren	10	33,3	0,07	38,9	7,000
Zeitschriften, Schnittblumen	20	66,7	0,11	61,1	5,500
Rundungsdifferenzen möglich					
Planvorhaben Erweiterung Konzessionär LTZ-Shop E-Center erweitert					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	40	100,0	0,24	100,0	6,063
Lebensmittel, Reformwaren	15	37,5	0,11	43,3	7,000
Zeitschriften, Schnittblumen	25	62,5	0,14	56,7	5,500
Rundungsdifferenzen möglich					
Differenz LTZ-Shop nach Erweiterung					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	10	100,0	0,06	100,0	6,250
Lebensmittel, Reformwaren	5	50,0	0,04	56,0	7,000
Zeitschriften, Schnittblumen	5	50,0	0,03	44,0	5,500
Rundungsdifferenzen möglich					

Quelle: cima 2017

Abb. 33: Verkaufsflächen- und Umsatzgerüst Aldi, Fressnapf - Bestandssituation, nach Erweiterung, Differenz

Aldi Bestandssituation					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	690	86,3	4,35	87,9	6,302
Lebensmittel, Reformwaren	630	78,8	4,03	81,6	6,400
Drogerie- und Parfümeriewaren	50	6,3	0,27	5,4	5,350
Zeitschriften, Schnittblumen	10	1,3	0,05	1,0	4,850
Aperiodischer Bedarf	110	13,8	0,60	12,1	5,416
Persönlicher Bedarf insgesamt	30	3,8	0,15	3,1	5,100
Medien und Technik insgesamt	20	2,5	0,15	2,9	7,275
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	10	1,3	0,05	1,0	5,130
Glas, Porzellan, Keramik	30	3,8	0,15	3,0	5,000
Einrichtungsbeford insgesamt	10	1,3	0,05	1,0	5,100
Baumarktartikel, Gartenbedarf	10	1,3	0,05	0,9	4,500
Gesamt	800	100,0	4,94	100,0	6,180
Rundungsdifferenzen möglich					
Planvorhaben Erweiterung Aldi					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	1.025	85,4	5,54	87,1	5,402
Lebensmittel, Reformwaren	935	77,9	5,12	80,6	5,480
Drogerie- und Parfümeriewaren	75	6,3	0,34	5,4	4,585
Zeitschriften, Schnittblumen	15	1,3	0,07	1,1	4,605
Aperiodischer Bedarf	175	14,6	0,82	12,9	4,678
Persönlicher Bedarf insgesamt	45	3,8	0,20	3,1	4,365
Medien und Technik insgesamt	35	2,9	0,22	3,5	6,322
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	15	1,3	0,07	1,0	4,390
Glas, Porzellan, Keramik	45	3,8	0,19	3,0	4,280
Einrichtungsbeford insgesamt	15	1,3	0,07	1,0	4,355
Baumarktartikel, Gartenbedarf	20	1,7	0,08	1,2	3,850
Gesamt	1.200	100,0	6,36	100,0	5,286
Rundungsdifferenzen möglich					
Differenz Aldi nach Erweiterung					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	335	83,8	1,19	84,2	3,548
Lebensmittel, Reformwaren	305	76,3	1,09	77,4	3,580
Drogerie- und Parfümeriewaren	25	6,3	0,08	5,4	3,055
Zeitschriften, Schnittblumen	5	1,3	0,02	1,5	4,095
Aperiodischer Bedarf	65	16,3	0,22	15,8	3,428
Persönlicher Bedarf insgesamt	15	3,8	0,04	3,1	2,895
Medien und Technik insgesamt	15	3,8	0,08	5,4	5,052
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	5	1,3	0,01	1,0	2,910
Glas, Porzellan, Keramik	15	3,8	0,04	3,0	2,840
Einrichtungsbeford insgesamt	5	1,3	0,01	1,0	2,895
Baumarktartikel, Gartenbedarf	10	2,5	0,03	2,3	3,200
Gesamt	400	100,0	1,41	100,0	3,529
Rundungsdifferenzen möglich					
Fressnapf Bestandssituation					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	450	100,0	0,81	100,0	1,800
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	450	100,0	0,81	100,0	1,800
Zooartikel	450	100,0	0,81	100,0	1,800
Rundungsdifferenzen möglich					
Planvorhaben Erweiterung Fressnapf					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	600	100,0	1,02	100,0	1,700
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	600	100,0	1,02	100,0	1,700
Zooartikel	600	100,0	1,02	100,0	1,700
Rundungsdifferenzen möglich					
Differenz Fressnapf nach Erweiterung					
CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p. a.	Umsatz in %	Flächenproduktivität in €/qm p. a.
Periodischer Bedarf	150	100,0	0,21	100,0	1,400
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	150	100,0	0,21	100,0	1,400
Zooartikel	150	100,0	0,21	100,0	1,400
Rundungsdifferenzen möglich					

Quelle: cima 2017

6 Wirkungsprognose

6.1 Vorbemerkungen zur Umsatzumlenkungsquote

Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Umsatzumlenkungsquote, die in Mio. € und in % ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine unzumutbare Auswirkung. Denn die Veränderung der bestehenden Wettbewerbssituation allein ist baurechtlich irrelevant.⁸ Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die sog. „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung).⁹

Bei der Beurteilung des Kaufkraftabzuges ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offen gelassen.¹⁰

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.^{11 12}

Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojektes in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.¹³

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojektes haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.¹⁴

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwertes“ 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 %.¹⁵ Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B

¹¹ 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.

¹² 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

¹³ Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

¹⁴ 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 = auch Internetseite des OVG Lüneburg www.dbovg.niedersachsen.de.

¹⁵ 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.

⁸ Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

⁹ 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)

¹⁰ BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BVerwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mühlheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01, S. 15 UA

51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzabfluss von bis zu 20 % für vertretbar gehalten und die Berufung zum OVG zugelassen.

Neuere Rechtsprechungen gehen demnach davon aus, dass erst bei einer Kaufkraftumlenkung von etwa 20 % schädliche Auswirkungen zu erwarten sind.¹⁶

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

Als Richtwert für die Verträglichkeit von Neuansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen verwendet die cima im Allgemeinen die oben genannte 10 %-Schwelle als wesentlichen Bewertungsmaßstab, so auch im vorliegenden Fall für die hier konkret untersuchte Prüfvorhaben. Je nach Situation vor Ort sind dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich, um gegebenenfalls den speziellen Gegebenheiten gerecht

zu werden. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung.

6.2 Unterschied zwischen Umsatzherkunft und Umsatzumverteilungsquote

Die Umsatzherkunft stellt dar, wie sich der Planvorhabenumsatz hinsichtlich der vom Wettbewerb zum Planvorhaben umverteilten absoluten „Umsatzstücke“ zusammensetzt. So wird bspw. von Wettbewerbsstandort X 1 Mio. € zum Vorhaben umverlagert. Bei einem Zielumsatz von 10 Mio. € p.a. für das Planvorhaben würde damit bezüglich der Umsatzherkunft 10 % durch die Umsatzumverlagerung vom Standort X zum Planvorhaben erklärt werden. Die Höhe der Umverteilungsquote für den Standort X – sie ist ja relevant, um das Ausmaß der Beeinträchtigung des Standortes X durch das Vorhaben einzuschätzen – ist aber nicht deckungsgleich mit diesen 10 % Umsatzherkunft. Die Umverteilungsquote ermittelt sich rechnerisch wie folgt: (Umverlagerungsumsatz vom Standort X in Mio. € p.a. / Ausgangsumsatz Standort X) * 100. Bei einem Ausgangsumsatz für die Lage X von bspw. 100 Mio. ermittelt sich eine Umverteilungsquote von 1 %, bei einem Ausgangsumsatz von bspw. 20 Mio. eine Umverteilungsquote von 5 %.

¹⁶ Vgl. Prof. Dr. Berkemann, Großflächiger Einzelhandel: Auswirkungen der Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts auf die kommunale Praxis, Hannover 2006.

6.3 Umsatzherkunft und Umsatzumverteilungseffekte - Planvorhaben

6.3.1 Methodische Vorbemerkungen

Quantitativ-wirkungsanalytisch geprüft wird der durch das Planvorhaben ausgelöste Umsatzzuwachs gegenüber der derzeitigen Wettbewerbssituation, da nur er Umsatzumverlagerungen bewirkt – und zwar auftragsgemäß für die vorhabenprägenden Sortimente Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen.

Das Vorhaben wird in erster Linie eine Verlagerung von Kundenfrequenzen innerhalb des definierten Untersuchungsgebietes (Einzugsgebiet und ergänzendes Untersuchungsgebiet) zur Folge haben. Daher ist abzuwägen, in wie weit der bestehende Einzelhandel innerhalb des räumlich definierten Bereiches durch Frequenzverluste und Umsatzumverteilungseffekte tangiert wäre und negative städtebauliche Effekte zu erwarten wären. Die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und wohnortnahe (Nah-)Versorgung sind dabei die maßgeblichen Bewertungskriterien.

Die Prognose der Umsatzverlagerungen innerhalb der Einzelhandelsstrukturen geht auf den ökonomischen Modellansatz nach Huff¹⁷ zurück. In die Berechnungen fließen die Attraktivität aller konkurrierenden Einzelhandelsstandorte sowie das Abwägen des

¹⁷ Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“. Die cima interpretiert das ökonomische Prognosemodell nach Huff 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. Daher wurden die Berechnungen mit den Ergebnissen der Ortsbegehungen und weiteren gutachterlichen Bewertungen abgestimmt.

Zeitaufwandes zum Aufsuchen von unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten (inkl. der Einbeziehung relevanter Wettbewerbsstandorte außerhalb des Untersuchungsgebietes) ein.

Die im Folgenden kommentierten Werte zur Umsatzherkunft und zu den Umverteilungsquoten – jeweils nach Lagebereichen – können im Detail den Abbildungen in Kap. 6.3.7 entnommen werden

Für die aperiodischen Randsortimente von Edeka und Aldi – sie sind teilweise zentrenrelevant – erfolgt vereinbarungsgemäß eine qualitativ-überschlägige Betrachtung.

Die wirkungsanalytische Beurteilung der geplanten Fressnapf-Erweiterung erfolgt ebenfalls vereinbarungsgemäß im Rahmen einer kurzen qualitativen Stellungnahme. Das Kernsortiment von Fressnapf ist gemäß des EHK Aurich, des Entwurfs für das RROP des LK Aurich und auch gemäß der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland als nicht zentrenrelevant klassifiziert.

6.3.2 E-Center inkl. Konzessionäre - Umsatzherkunft Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften/ Schnittblumen

Die Umsatzherkunft (absolut in Mio. € p.a.) des Umsatzzuwachses, der aus der geplanten Erweiterung des E-Centers und seiner Konzessionäre resultiert, stellt sich gemäß Berechnungen der cima für die Sortimente Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften/ Schnittblumen zusammengefasst wie folgt dar:

- Umverteilung gegenüber Wettbewerb in der Stadt Aurich: Rund 65 %; „Hauptgenerierungsquelle“ ist dabei die Fachmarktlage Aurich-Süd (rd. 31 %)

- Vor dem Hintergrund der Lage- und Wettbewerbsbeziehungen (vgl. Kap. 4) stellt die Umsatzverteilung gegenüber dem vorhabenrelevanten Wettbewerb in der EG Südbrookmerland mit knapp 20 % zur Umsatzherkunft bei.
- Gefolgt von der EG Ihlow – aus Umsatzumverlagerung gegenüber dem dortigen vorhabenrelevanten Wettbewerb resultiert modellhaft rd. 6 % der Umsatzherkunft des Umsatzzuwachses des E-Centers inkl. seiner Konzessionäre.
- Demgegenüber speist sich das Vorhaben E-Center-Erweiterung hinsichtlich des Vorhabenumsatzes deutlich geringer aus Umverteilung gegenüber dem weiteren detailliert untersuchten Einzelhandel (Blomberg, Westerholt, Neuschoo, ZVB Marienhafte, NVZ Upgant-Schott). Umsatzumverlagerungen von diesen Standorten tragen modellhaft gut 3 % zur Generierung des Umsatzzuwachses bei.
- Gut 6 % des Umsatzzuwachses wird gespeist aus diffuser Umverteilung, d. h. aus Umverteilung gegenüber Anbietern an Orten außerhalb der untersuchten Lagebereiche.

6.3.3 E-Center inkl Konzessionäre - Umsatzumverteilungsquoten

Die Interpretation der Umsatzumverteilungsquoten führt zu dem Ergebnis, dass durch das Planvorhaben keine schädlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die Nahversorgungsstruktur im Untersuchungsgebiet gemäß der Kriterien des § 11 Abs. (Satz 4) zu erwarten sind.

Die Umverteilungsquoten bewegen sich im Bereich von max. 4,8 % und (tlws. deutlich) darunter, und damit klar unter dem Niveau (10

%), ab dem in Regelfall schädliche Auswirkungen unterstellt werden.

Im Folgenden werden die Quoten für die Lagebereiche erläutert, für die sich die höchsten Umverteilungsquoten ermitteln.

- EKZ Carolinenhof (Zone 2, in ZVB Innenstadt Aurich)):

Für die Warengruppe Lebensmittel und Reformwaren geht die cima von einer moderaten Umverteilungsquote von rd. 4,6 %, für Drogerie- und Parfümeriewaren von rd. 1,2 % sowie für Zeitschriften Schnittblumen von ca. 4,8 % aus. In Hinblick auf die Warengruppe Lebensmittel und Reformwaren „hauptbetroffen“ ist der Anbieter Edeka. Dieses moderne und sich gut präsentierende Objekt zeichnet sich durch z. T. ungünstige Rahmenbedingungen aus. U. a. verfügt es über keine ebenerdigen, unmittelbar zugeordneten, Stellplätze. Das EKZ Carolinenhof verfügt neben dem Anbieter C & A über keinen wirklich zugkräftigen Ankermieter. In diesem Kontext, wie auch unter Berücksichtigung des Auricher Wettbewerbs und des Einkaufsverhaltens im ländlichen Raum, wäre es ggf. möglich, dass dieser Anbieter ein eher branchenunterdurchschnittliches Ergebnis erzielt. Zu berücksichtigen ist dabei aber, dass dieser Standort im Edeka-Netz ggf. eine auch „strategische“ Rolle einnimmt, so dass ggf. unterdurchschnittliche Ergebnisse toleriert werden.

In der Gesamtschau geht die cima nicht von einem durch das hier untersuchte Erweiterungsvorhaben ausgelösten Marktaustritt dieses Anbieters aus.

- Fachmarktlage Aurich Süd (erweitertes Untersuchungsgebiet):

In der Warengruppe Lebensmittel und Reformwaren geht die cima von einer Umverteilungsquote von rd. 3,0 % aus. Dabei werden die Vollsortimenter (E-Center Parkkauf, Combi) stärker betroffen sein, als die Lebensmitteldiscountmärkte (Aldi, Lidl) oder der kleinflächige Besatz. Bei Combi wie auch beim E-Center handelt es sich im vorliegenden Auricher Wettbewerbs-

kontext um leistungsstarke Anbieter, die die durch das hier untersuchte Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen voraussichtlich problemlos tolerieren können.

- NVZ Auricher Straße in Westerende-Kirchloog (Zone 2) – EG Ihlow:

Hauptanbieter ist hier ein kleinerer Edeka Markt. Die moderate Umverteilungsquoten von rd. 2 - 3 % für die untersuchten Sortimente stellt sich aus Sicht der CIMA als verträglich dar.

- ZVB Hauptzentrum Moordorf, NVZ Auricher Straße in Moordorf (Zone 3), EG Südbrookmerland:

Für diese beiden Lagebereiche ermittelt die CIMA im Segment Lebensmittel und Reformwaren eine Umverteilungsquote von gut 2 % knapp 4 %. Hauptwettbewerber im ZVB Moordorf ist der NP Markt. Daneben agieren in dessen unmittelbaren bis näheren Umfeld noch Lidl, Rossman und Aldi.

Das NVZ Auricher Straße wird durch einen modernen Edeka Markt mit einer VKF von rd. 1.500 qm Verkaufsfläche geprägt. Auch hier gilt, dass der Edeka Markt stärker betroffen sein wird als NP und v.a. die Discounter im ZVB Hauptzentrum Moordorf.

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt auf, dass durch das Planvorhaben zur Erweiterung des E-Centers Bruns (inkl. Konzessionäre) am Standort Dreekamp in Aurich lediglich absatzwirtschaftliche Auswirkungen zu erwarten sind. Nachteilige Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 § BauNVO (Satz 4) auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstruktur allgemein können ausgeschlossen werden.

6.3.4 Aldi - Umsatzherkunft Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften/ Schnittblumen

Die Umsatzherkunft (absolut in Mio. € p.a.) für den Umsatzzuwachs, der aus der geplanten Erweiterung des Aldi Marktes resultiert, stellt sich gemäß Berechnungen der cima für die Sortimente Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Zeitschriften/ Schnittblumen zusammengefasst wie folgt dar:

- Umverteilung gegenüber Wettbewerb in der Stadt Aurich: rd. 76 %; „Hauptgenerierungsquelle“ ist dabei auch hier die Fachmarktlage Aurich-Süd (rd. 25 %). In Aurich gefolgt von den sonstigen Lagen in Zone 2 (rd. 17 %); hier agiert u.a. ebenfalls ein Aldi Markt.
- Die Umsatzverteilung gegenüber dem vorhabenrelevanten Wettbewerb in der EG Südbrookmerland trägt mit rd. 14 % zur Umsatzherkunft bei.
- Aus Umsatzumverlagerung gegenüber dem vorhabenrelevanten Wettbewerb in der EG Ihlow resultiert modellhaft rd. 5 % der Umsatzherkunft des Umsatzzuwachses des Aldi Marktes.
- Allen weiteren untersuchten Wettbewerbslagen kommt hinsichtlich der Umsatzherkunft nur eine stark untergeordnete Rolle zu.

6.3.5 Aldi - Umsatzumverteilungsquoten

Die Umverteilungsquoten bewegen sich im Bereich von max. gut 2 % (Aurich – Zone 2, sonstige Lagen) und ansonsten (tlws. deutlich) darunter, und damit auch hier klar unter dem Niveau (10 %), ab dem in Regelfall schädliche Auswirkungen unterstellt werden.

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt für die geplante Aldi-Erweiterung am Standort Dreekamp in Aurich auf, dass durch dieses Planvorhaben lediglich geringfügige absatzwirtschaftliche Auswirkungen zu erwarten sind. Nachteilige Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 § BauNVO (Satz 4) auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstruktur allgemein können ausgeschlossen werden.

6.3.6 Kumulierte Betrachtung Umsatzumverteilungsquoten

Die höchste Umverteilungsquote ermittelt sich bei kumulierter Betrachtung mit 6,0 % für den Lagebereich ZVB Carolinenhof (Teilbereich des ZVB Innenstadt Aurich), und zwar für das Sortiment Lebensmittel- und Reformwaren. Sie rangiert damit weiterhin deutlich unter dem sogenannten Abwägungsschwellenwert von 10 %. Unter Berücksichtigung der – wie schon weiter oben geschilderten – nicht unproblematischen Aufstellung des EKZ Carolinenhof, geht die cima bezüglich der genannten Quote (dennoch) von einer Verträglichkeit aus.

Auch bei der kumulierten Betrachtung beider Vorhaben am Standort Dreekamp – E-Center-Erweiterung (inkl. Konzessionäre) sowie Aldi-Erweiterung – ergibt sich aus Sicht der cima keine Nachteiligen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 § BauNVO (Satz 4) auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstruktur im Allgemeinen.

6.3.7 Übersichten Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten – Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs)

Abb. 34: Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten Erweiterung E-Center inkl. Konzessionäre – Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs)

CIMA Warengruppe	Stadt Aurich (EG) - ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp																										
	Zone 1: FM-Lage Aurich West (ohne E-Center Bruns und Aldi)			Zone 1: sonstige Lagen			Zone 2: ZVB Innenstadt (mit Ergänzungsbereich Innenstadt, ohne EKZ Carolinenhof)			Zone 2: EKZ Carolinenhof (ZVB Innenstadt)			Zone 2: sonstige Lagen			Zone 3: sonstige Lagen			Erw. Untersuchungsgebiet: FM-Lage Aurich Süd			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen			Aurich gesamt (ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp)		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %
untersuchungsrelevante Kernsortimente	-	-	-	9,6	0,32	3,1	3,4	0,11	0,9	8,0	0,27	3,7	5,4	0,18	2,1	6,7	0,22	1,7	30,9	1,03	2,9	1,4	0,05	0,7	65,2	2,17	2,3
Lebensmittel, Reformwaren	-	-	-	9,5	0,28	3,1	3,0	0,09	1,2	8,0	0,23	4,6	5,5	0,16	2,1	6,7	0,20	1,7	31,0	0,91	3,0	1,4	0,04	0,7	65,1	1,90	2,5
Drogerie- und Parfümeriewaren	-	-	-	9,4	0,03	3,1	5,0	0,01	0,3	7,8	0,02	1,2	4,8	0,01	2,1	5,2	0,01	1,8	31,3	0,09	2,4	1,3	***	***	64,8	0,18	1,4
Zeitschriften, Schnittblumen	-	-	-	12,0	0,01	3,2	8,5	0,01	1,4	8,0	0,01	4,8	3,5	***	***	9,0	0,01	1,7	27,0	0,03	3,5	1,3	***	***	69,3	0,08	2,4
*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze																											
CIMA Warengruppe	Ihlow (EG)																										
	Zone 2: NVZ Auricher Straße, Westerende-Kirchloog			Zone 2 und 3: sonstige Lagen Westerende-Kirchloog, Fahne sowie Ochtelebur (1 kl. Anbieter)			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortsmitte Ihlowfernh			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Emdor Straße, Riepe			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Ihlowfernh, Barstede, Riepe, Simonswold, Westersander)			EG Ihlow gesamt											
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz									
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %									
untersuchungsrelevante Kernsortimente	2,6	0,09	3,2	0,4	0,01	1,8	2,0	0,07	0,6	0,4	0,01	0,4	0,4	0,01	0,3	5,8	0,19	0,9									
Lebensmittel, Reformwaren	2,7	0,08	3,2	0,4	0,01	1,8	2,0	0,06	0,6	0,4	0,01	0,4	0,4	0,01	0,2	5,9	0,17	0,9									
Drogerie- und Parfümeriewaren	2,5	0,01	3,0	-	-	-	2,1	0,01	0,6	0,3	***	***	0,4	***	***	5,3	0,01	0,9									
Zeitschriften, Schnittblumen	1,1	***	***	0,9	***	***	1,6	***	***	0,3	***	***	1,6	***	***	5,5	0,01	0,9									
*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze																											
CIMA Warengruppe	Südbrookmerland (EG)																										
	Zone 3: ZVB Hauptzentrum Moor Dorf			Zone 3: NVZ Auricher Straße			Zone 3: sonstige Lagen Moor Dorf			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Victorbur			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Mönkebos			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Moorhusen, Victorbur, Mönkebos, Georgel)			EG Südbrookmerland gesamt								
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz									
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %									
untersuchungsrelevante Kernsortimente	9,9	0,33	2,0	7,0	0,23	3,6	0,2	0,01	0,8	2,0	0,07	0,6	0,3	0,01	0,4	0,1	***	***	19,5	0,65	1,7						
Lebensmittel, Reformwaren	10,0	0,29	2,2	7,0	0,20	3,6	0,2	***	***	2,0	0,06	0,6	0,3	0,01	0,4	0,1	***	***	19,6	0,57	1,8						
Drogerie- und Parfümeriewaren	10,0	0,03	0,9	7,7	0,02	3,6	0,2	***	***	2,2	0,01	0,7	0,2	***	***	0,1	***	***	20,4	0,06	1,2						
Zeitschriften, Schnittblumen	8,0	0,01	2,4	4,7	0,01	3,8	0,4	***	***	2,2	***	***	0,2	***	***	0,2	***	***	15,7	0,02	1,4						
*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze																											
CIMA Warengruppe	Westerholt, Blomberg, Neuschoo (MG)												Teilbereiche Marienhäfe, Upgant-Schott (MG)						Diffuse Umverteilung / sonstige Orte		Planvorhaben gesamt						
	Erw. Untersuchungsgebiet (Blomberg, sonst. Lagen Westerholt, Neuschoo)			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Westerholt (lt. LK Wittmund)			Westerholt, Blomberg, Neuschoo gesamt			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortakern Marienhäfe			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Upgant-Schott			ZVB Marienhäfe und NVZ Upgant-Schott (ZVBs)			Diffuse Umverteilung / sonstige Orte		Planvorhaben gesamt						
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz						
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %						
untersuchungsrelevante Kernsortimente	0,6	0,02	0,3	1,4	0,05	0,4	2,0	0,07	0,4	0,4	0,01	0,2	0,8	0,03	0,1	1,2	0,04	0,1	6,3	0,21	100,0	3,32					
Lebensmittel, Reformwaren	0,6	0,02	0,3	1,4	0,04	0,4	2,0	0,06	0,4	0,4	0,01	0,2	0,8	0,02	0,1	1,2	0,04	0,1	6,3	0,18	100,0	2,93					
Drogerie- und Parfümeriewaren	0,7	***	***	1,5	***	***	2,2	0,01	0,5	0,5	***	***	0,8	***	***	1,3	***	***	6,0	0,02	100,0	0,28					
Zeitschriften, Schnittblumen	1,0	***	***	1,2	***	***	2,2	***	***	0,5	***	***	0,6	***	***	1,1	***	***	6,3	0,01	100,0	0,12					
*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze																											

Quelle: cima 2017, Rundungsdifferenzen möglich, *** unterhalb der Nachweisgrenze

Abb. 35: Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten Erweiterung Aldi – Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs)

CIMA Warengruppe	Stadt Aurich (EG) - ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp																										
	Zone 1: FM-Lage Aurich West (ohne E-Center Bruns und Aldi)			Zone 1: sonstige Lagen			Zone 2: ZVB Innenstadt (mit Ergänzungsbereich Innenstadt, ohne EKZ Carolinenhof)			Zone 2: EKZ Carolinenhof (ZVB Innenstadt)			Zone 2: sonstige Lagen			Zone 3: sonstige Lagen			Erw. Untersuchungsgebiet: FM-Lage Aurich Süd			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen			Aurich gesamt (ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp)		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz
	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %
untersuchungsrelevante Kernsortimente	-	-	-	10,7	0,13	1,2	4,4	0,05	0,4	6,4	0,08	1,1	16,8	0,20	2,4	10,9	0,13	1,0	24,9	0,30	0,8	1,4	0,02	0,2	75,6	0,90	1,0
Lebensmittel, Reformwaren	-	-	-	10,7	0,12	1,3	4,0	0,04	0,6	6,5	0,07	1,4	17,0	0,19	2,4	11,0	0,12	1,1	25,0	0,27	0,9	1,4	0,02	0,2	75,6	0,83	1,1
Drogerie- und Parfümeriewaren	-	-	-	10,5	0,01	0,9	8,0	0,01	0,1	5,5	***	***	15,3	0,01	1,9	9,9	0,01	0,9	25,0	0,02	0,5	1,3	***	***	75,5	0,06	0,4
Zeitschriften, Schnittblumen	-	-	-	12,7	***	***	10,0	***	***	5,0	***	***	14,5	***	***	11,3	***	***	20,0	***	***	1,3	***	***	74,8	0,02	0,5

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

CIMA Warengruppe	Ihlow (EG)																	
	Zone 2: NVZ Auricher Straße, Westerende-Kirchloog			Zone 2 und 3: sonstige Lagen Westerende-Kirchloog, Fahne sowie Ochtelebur (1 kl. Anbieder)			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortmitte Ihlowfeh			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Emders Straße, Riepe			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Ihlowfeh, Barstede, Riepe, Simonswöide, Westersander)			EG Ihlow gesamt		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz
	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in %	in Mio. €
untersuchungsrelevante Kernsortimente	2,0	0,02	0,9	0,4	***	***	2,0	0,02	0,2	0,4	***	***	0,4	***	***	5,1	0,06	0,3
Lebensmittel, Reformwaren	2,0	0,02	0,9	0,4	***	***	2,0	0,02	0,2	0,4	***	***	0,4	***	***	5,2	0,06	0,3
Drogerie- und Parfümeriewaren	2,0	***	***	-	-	-	2,1	***	***	0,3	***	***	0,4	***	***	4,8	***	***
Zeitschriften, Schnittblumen	2,0	***	***	1,2	***	***	1,6	***	***	0,3	***	***	0,8	***	***	5,9	***	***

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

CIMA Warengruppe	Südbrookmerland (EG)																				
	Zone 3: ZVB Hauptzentrum Moor Dorf			Zone 3: NVZ Auricher Straße			Zone 3: sonstige Lagen Moor Dorf			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Victorbur			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Münkeboe			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Moorhusen, Victorbur, Münkeboe, Georgshel)			EG Südbrookmerland gesamt		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz
	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €
untersuchungsrelevante Kernsortimente	8,0	0,10	0,6	3,5	0,04	0,6	0,2	***	***	2,0	0,02	0,2	0,3	***	***	0,1	***	***	14,1	0,15	0,4
Lebensmittel, Reformwaren	8,0	0,09	0,6	3,5	0,04	0,7	0,2	***	***	2,0	0,02	0,2	0,3	***	***	0,1	***	***	14,1	0,15	0,5
Drogerie- und Parfümeriewaren	8,0	0,01	0,2	3,5	***	***	0,2	***	***	2,2	***	***	0,2	***	***	0,1	***	***	14,2	0,01	0,2
Zeitschriften, Schnittblumen	7,9	***	***	3,5	***	***	0,2	***	***	2,2	***	***	0,3	***	***	0,2	***	***	14,3	0,00	0,2

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

CIMA Warengruppe	Westerholt, Blomberg, Neuschoo (MG)									Teilbereiche Marienhäfe, Upgant-Schott (MG)								
	Erw. Untersuchungsgebiet (Blomberg, sonst. Lagen Westerholt, Neuschoo)			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Westerholt (lt. LK Wittmund)			Westerholt, Blomberg, Neuschoo gesamt			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortskern Marienhäfe			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Upgant-Schott			ZVB Marienhäfe und NVZ Upgant-Schott (ZVBs)		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungsumsatz
	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %	in %	in Mio. €	in %
untersuchungsrelevante Kernsortimente	0,6	0,01	0,1	1,4	0,02	0,1	2,0	0,02	0,1	0,4	***	***	0,8	0,01	0,0	1,2	0,01	0,1
Lebensmittel, Reformwaren	0,6	0,01	0,1	1,4	0,02	0,1	2,0	0,02	0,1	0,4	***	***	0,8	0,01	0,0	1,2	0,01	0,1
Drogerie- und Parfümeriewaren	0,7	***	***	1,5	***	***	2,2	***	***	0,5	***	***	0,8	***	***	1,3	***	***
Zeitschriften, Schnittblumen	0,8	***	***	1,2	***	***	2,0	***	***	0,5	***	***	0,6	***	***	1,1	***	***

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: cima 2017, Rundungsdifferenzen möglich, *** unterhalb der Nachweisgrenze

Abb. 36: Umsatzherkunft und Umverteilungsquoten kumulierte Betrachtung Erweiterung E-Center (inkl. Konzessionäre) und Aldi – Lebensmittel und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften/Schnittblumen (Umsatzzuwachs)

CIMA Warengruppe	Stadt Aurich (EG) - ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp																										
	Zone 1: FM-Lage Aurich West (ohne E-Center Bruns und Aldi)			Zone 1: sonstige Lagen			Zone 2: ZVB Innenstadt (mit Ergänzungsbereich Innenstadt, ohne EKZ Carolinenhof)			Zone 2: EKZ Carolinenhof (ZVB Innenstadt)			Zone 2: sonstige Lagen			Zone 3: sonstige Lagen			Erw. Untersuchungsgebiet: FM-Lage Aurich Sd			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen			Aurich gesamt (ohne E-Center Bruns und Aldi, Dreekamp)		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %
untersuchungsrelevante Kernsortimente	-	-	-	9,9	0,45	4,4	3,6	0,16	1,3	7,6	0,34	4,8	8,4	0,38	4,5	7,8	0,35	2,8	29,3	1,32	3,8	1,4	0,06	0,9	68,0	3,07	3,3
Lebensmittel, Reformwaren	-	-	-	9,8	0,39	4,4	3,3	0,13	1,8	7,6	0,31	6,0	8,6	0,35	4,5	7,9	0,32	2,8	29,4	1,18	3,9	1,4	0,06	0,9	68,0	2,73	3,5
Drogerie- und Parfümeriewaren	-	-	-	9,6	0,03	4,1	5,6	0,02	0,4	7,3	0,03	1,4	7,0	0,03	4,0	6,2	0,02	2,7	30,0	0,11	2,9	1,3	***	***	67,1	0,24	1,8
Zeitschriften, Schnittblumen	-	-	-	12,1	0,02	3,8	8,7	0,01	1,7	7,6	0,01	5,3	5,1	0,01	4,3	9,3	0,01	2,1	26,0	0,04	3,9	1,3	***	***	70,1	0,10	2,9

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

CIMA Warengruppe	Ihlow (EG)																	
	Zone 2: NVZ Auricher Straße, Westerende-Kirchloog			Zone 2 und 3: sonstige Lagen Westerende-Kirchloog, Fahne sowie Ochelbur (1 kl. Anbieter)			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortsmitte Ihlowfeh			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Emdor Straße, Riepe			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Ihlowfeh, Barstede, Riepe, Simonswoide, Westersander)			EG Ihlow gesamt		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %
untersuchungsrelevante Kernsortimente	2,3	0,11	4,1	0,4	0,02	2,5	2,0	0,09	0,9	0,4	0,02	0,5	0,4	0,02	0,4	5,6	0,25	1,2
Lebensmittel, Reformwaren	2,5	0,10	4,1	0,4	0,02	2,5	2,0	0,08	0,9	0,4	0,02	0,5	0,4	0,01	0,3	5,7	0,23	1,2
Drogerie- und Parfümeriewaren	2,4	0,01	3,7	-	-	-	2,1	0,01	0,8	0,3	***	***	0,4	***	***	5,2	0,02	1,1
Zeitschriften, Schnittblumen	1,2	***	***	0,9	***	***	1,6	***	***	0,3	***	***	1,5	***	***	5,5	0,01	1,0

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

CIMA Warengruppe	Südbrookmerland (EG)																				
	Zone 3: ZVB Hauptzentrum Moordorf			Zone 3: NVZ Auricher Straße			Zone 3: sonstige Lagen Moordorf			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Victorbur			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Münkebo			Erw. Untersuchungsgebiet: sonstige Lagen (Moorhusen, Victorbur, Münkebo, Georghehl)			EG Südbrookmerland gesamt		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %
untersuchungsrelevante Kernsortimente	9,4	0,43	2,5	6,1	0,27	4,2	0,2	0,01	1,1	2,0	0,09	0,8	0,3	0,01	0,5	0,1	***	***	18,1	0,81	2,1
Lebensmittel, Reformwaren	9,5	0,38	2,8	6,0	0,24	4,2	0,2	0,01	1,1	2,0	0,08	0,8	0,3	0,01	0,5	0,1	***	***	18,1	0,73	2,2
Drogerie- und Parfümeriewaren	9,6	0,03	1,1	6,8	0,02	4,0	0,2	***	***	2,2	0,01	0,9	0,2	***	***	0,1	***	***	19,1	0,07	1,4
Zeitschriften, Schnittblumen	8,0	0,01	2,8	4,5	0,01	4,3	0,4	***	***	2,2	***	***	0,2	***	***	0,2	***	***	15,5	0,02	1,6

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

CIMA Warengruppe	Westerholt, Blomberg, Neuschoo (MG)									Teilbereiche Marienhefe, Upgant-Schott (MG)								
	Erw. Untersuchungsgebiet (Blomberg, sonst. Lagen Westerholt, Neuschoo)			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Westerholt (t. LK Wittmund)			Westerholt, Blomberg, Neuschoo gesamt			Erw. Untersuchungsgebiet: ZVB Ortskern Marienhefe			Erw. Untersuchungsgebiet: NVZ Upgant-Schott			ZVB Marienhefe und NVZ Upgant-Schott (ZVBs)		
	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz	Anteil an Umsatz Planvorhaben		Verdrängungumsatz
	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %	In %	In Mio. €	In %
untersuchungsrelevante Kernsortimente	0,6	0,03	0,5	1,4	0,06	0,9	2,0	0,09	0,5	0,4	0,02	0,3	0,8	0,04	0,2	1,2	0,05	0,2
Lebensmittel, Reformwaren	0,6	0,02	0,5	1,4	0,06	0,5	2,0	0,08	0,5	0,4	0,02	0,2	0,8	0,03	0,2	1,2	0,05	0,2
Drogerie- und Parfümeriewaren	0,7	***	***	1,5	0,01	0,6	2,2	0,01	0,6	0,5	***	***	0,8	***	***	1,3	0,00	0,2
Zeitschriften, Schnittblumen	1,0	***	***	1,2	***	***	2,2	***	***	0,5	***	***	0,6	***	***	1,1	0,00	0,2

*** Umsatzverdrängung unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: cima 2017, Rundungsdifferenzen möglich, *** unterhalb der Nachweisgrenze

6.3.8 Qualitativ-überschlägige wirkungsanalytische Beurteilung der aperiodischen Randsortimente – Erweiterung E-Center, Aldi

Beide Prüfvorhaben zusammen realisieren mit einer Vielzahl von aperiodischen Randsortimenten (bspw. Schreibwaren, Haushaltswaren etc.) einen Mehrumsatz bei aperiodischen Randsortimenten in Höhe von rd. 0,53 Mio. € p.a. - zur Ableitung vergleiche die Darstellung in Kapitel 5.

Auf zentrenrelevante Sortimente entfallen dabei rd. 0,30 Mio. € p.a. Für das zentrenrelevante Sortiment Glas, Porzellan, Keramik und Hausrat ergeben sich mit rd. 0,09 Mio. € p.a. dabei der höchste Einzelumsatzzuwachs. Plausibler Weise gehen von Einzelumsätzen dieser Art sowie ansonsten nochmals deutlich geringer keine zentrenschädigenden Wirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche – hier v.a. die Auricher Innenstadt – aus. Die Umverteilungswirkung findet hauptsächlich gegenüber den Randsortimenten des typgleichen Wettbewerbs und nicht gegenüber Fachgeschäften statt.

Nachteilige Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) auf zentrale Versorgungsbereiche können ausgeschlossen werden.

6.3.9 Qualitativ-überschlägige wirkungsanalytische Beurteilung der geplanten Fressnapf Erweiterung

Wie in Kapitel 5 dargelegt, ist daneben am Standort Dreekamp die Erweiterung des Fressnapf Zoofachmarktes von derzeit 450 qm VKF auf 600 qm VKF geplant. Hiermit verbunden ist ein Umsatzzuwachs von rd. 0,21 Mio. € p.a.

Das von ihm angebotene Sortiment Zoobedarf wird - bis auf Südbrookmerland - von allen im Untersuchungsgebiet vorliegenden Einzelhandelskonzepten (Aurich, Ihlow, Brookmerland) als nicht zentrenrelevant klassifiziert. Gleiches gilt für das RROP für den Landkreis Aurich (Entwurf, 2015).

Die Umsatzumverlagerung wird sich, vergleichbar zum Planvorhaben E-Center-Erweiterung, auf einen relativ weitläufigen Raum erstrecken. Vor diesem Hintergrund sowie unter Berücksichtigung des nur moderaten Erweiterungsumsatzes ist voraussichtlich nicht von einer substantiellen Schädigung der Südbrookmerlander zentralen Versorgungsbereiche auszugehen.

Gemäß Einzelhandelskonzept Aurich ist daneben am Standort der Fachmarktlage Aurich-West die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ohne Einschränkung möglich.

6.4 Fazit Wirkungsanalyse

Für das gesamte Untersuchungsvorhaben - Erweiterung E-Center inkl. Konzessionäre, Erweiterung Aldi und Fressnapf - ermitteln sich keine im Ergebnis wirkungsanalytisch problematischen Effekte bzw. keine Strukturschädigungen gemäß der Kriterien des § 11 (3) BauNVO (substantielle Schädigung zentraler Versorgungsbereiche und/oder der wohnortbezogenen Nahversorgung).

7 Einordnung des Vorhabens in die Aussagen der Auricher Einzelhandelsplanung

Einzelhandelskonzept für die Stadt Aurich (2015)

Im EHK Aurich ist an erster Stelle folgende Aussage untersuchungsrelevant:

▪ „Grundsatz 3:

Für die bestehenden Sonderstandorte Fachmarktlagen Aurich Süd und West sollten für die vorhandenen Unternehmen mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment nur moderate Erweiterungen im Rahmen der Bestandssicherung (erweiterter Bestandsschutz) erlaubt sein. Darüber hinaus sollte an diesen Standorten grundsätzlich keine Weiterentwicklung von Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden“ (ebd., S. 124).

(In Fußnote): Eine Festlegung starrer Grenzen für moderate Verkaufsflächenerweiterungen ist nicht sinnvoll. Abhängig vom Vorhaben, Standort und Wettbewerbsumfeld können die Auswirkungen einer in der Höhe identischen Verkaufsflächenerweiterung unterschiedlich zu beurteilen sein, weshalb eine wirkungsanalytische Einzelfallbetrachtung angezeigt ist. Daneben ist auch die baurechtliche Situation wesentlich“ (ebd.).

Das Gesamtvorhaben präsentiert sich hinsichtlich der ausgelösten Umsatzumverlagerungseffekte als verträglich.

Das EHK Aurich sieht nur moderate Erweiterungen im Rahmen der Bestandssicherung für nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel an diesem Standort vor, wodurch die Erweiterung des E-Centers und von Aldi (nahversorgungsrelevantes Kernsortiment) limitiert ist. Das Vorhaben Fressnapf-Erweiterung (nicht zentrenrelevantes Sortiment) ist konform mit den Aussagen des EHK. Ansiedlung und Erweiterung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ist hier ohne Einschränkung möglich. Den Anbietern E-Center und Aldi kommt zwar eine wichtige (faktische) Bedeutung für die Auricher Nahversorgung zu, u.a. die Prüfung des Kongruenzgebotes (vgl. Kap. 8.1.1 weiter unten), zeigt aber Probleme hinsichtlich einer zu starken Ansprache der Umlandnachfrage durch das E-Center auf.

In der Gesamtschau empfiehlt die cima u.a. deshalb eine Reduktion der geplanten E-Center-Erweiterung (und damit des untersuchten Hauptfrequenzbringers) inklusive Konzessionäre.

Dies u.a. auch vor dem Hintergrund der städtebaulich gewollten Ansiedlung eines großen Verbrauchermarktes am Standort Ergänzungsbereich ZVB Innenstadt laut EHK Aurich.

Zur abschließenden Empfehlung hinsichtlich der Vorhabendimensionierung vgl. im Detail Kap. 9 „Zusammenfassung, Fazit“.

8 Vorhabeneinordnung gemäß Raumordnung und Regionalplanung

8.1 Einordnung gemäß Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2017

Das gesamte untersuchte Planvorhaben stellt sich bezüglich der raumordnerischen Prüfung¹⁸ wie folgt dar, wobei jeweils die Gesamtobjekte und nicht nur der Verkaufsflächen- und Umsatzzuwachs wie auch der Tatbestand des Agglomerationsstandortes Aurich-West Berücksichtigung finden.

8.1.1 Kongruenzgebot (Ziel der Raumordnung)

Relevante Aussagen für die geplante E-Center und Aldi-Erweiterung
„²In 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)“. (Ziffer 2.3, Absatz 03)

„⁵Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit

Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde. ⁶Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.“ (ebd.)

„⁸Der grundzentrale Verflechtungsbereich eines Zentralen Ortes ist das jeweilige Gemeinde- oder das Samtgemeindegebiet.“ (Ziffer 2.2, Absatz 03)

Es handelt sich bei der Stadt Aurich (Landkreis Aurich) gemäß Landes- und Regionalplanung um ein Mittelzentrum. Auch für Mittelzentren besteht für die Nahversorgung „nur“ ein Versorgungsauftrag für die eigene Bevölkerung,

Relevante Aussagen für die geplante Fressnapf-Erweiterung

„³In 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)“. (Ziffer 2.3, Absatz 03)

Bezüglich des Angebotes an Waren des aperiodischen Bedarfs sollen Mittelzentren auch einen Umlandbereich mitversorgen.

Derzeit hat noch keine Bestimmung des mittelzentralen Verflechtungsraums der Stadt Aurich stattgefunden, so dass das Vorhaben Fressnapf-Erweiterung hinsichtlich des Kongruenzgebotes von der cima nicht beurteilt werden kann.

Den folgenden zwei Abbildungen kann die für die Beurteilung des Kongruenzgebotes maßgebliche Ableitung der Umsatzherkunft für die Vorhabenbausteine E-Center-Erweiterung (inkl. Konzessionäre) und Aldi-Erweiterung entnommen werden, die wie folgt von der cima kommentiert werden:

¹⁸ Die Kriterien des RROP Aurich, Entwurfssfassung 2015, werden hiermit zu einem erheblichen Teil mit abgedeckt.

E-Center (inkl. Konzessionäre):

- Rund 65 % des Gesamtumsatzes¹⁹ wie auch des sortimentsbezogenen Gesamtumsatzes nach Erweiterung wird modellhaft aus Nachfragebindung im Kongruenzraum Aurich (= Gebiet der Stadt Aurich) generiert.
- Durch Bindung von Nachfrage aus den Teilbereichen der Nachbarkommunen Südbrookmerland und Ihlow, die in das Einzugsgebiet fallen, generiert das erweiterte E-Center (inkl. Konzessionäre) modellhaft gesamt wie auch sortimentsbezogen rund 19 % seines Umsatzes.
- Knapp 16 % des Gesamtumsatzes wie auch des sortimentsbezogenen Gesamtumsatzes nach Erweiterung entfallen auf sogenannte Streuumsätze. Sie resultieren aus Bindung von Nachfrage aus den restlichen Bereichen des Untersuchungsgebietes sowie von Bindung der Nachfrage außerhalb des Untersuchungsgebietes.

Im Ergebnis wird damit für das Planvorhaben E-Center-Erweiterung das Kongruenzgebot nicht eingehalten.

Aldi:

- Aldi realisiert nach Erweiterung rund 75 % des Gesamtumsatzes wie auch des sortimentsbezogenen Gesamtumsatzes modellhaft aus Nachfragebindung im Kongruenzraum Aurich (= Gebiet der Stadt Aurich).
- Durch Bindung von Nachfrage aus den Teilbereichen der Nachbarkommunen Südbrookmerland und Ihlow, die in das Einzugs-

gebiet fallen, wird knapp 16 % des Umsatzes gesamt wie auch sortimentsbezogen generiert.

- Rund 9 % des Gesamtumsatzes wie auch des sortimentsbezogenen Gesamtumsatzes nach Erweiterung entfallen auf sogenannte Streuumsätze.

Im Ergebnis wird damit für das Planvorhaben Aldi-Erweiterung das Kongruenzgebot eingehalten.

Bei kumulierter Betrachtung der geplanten Erweiterungen E-Center (inkl. Konzessionäre) und Aldi würde das Kongruenzgebot mit einem Umsatzanteil von rd. 68 % aus Bindung Auricher Nachfrage knapp verfehlt werden.

Für die geplante Fressnapf-Erweiterung kann die cima hinsichtlich des Kongruenzgebotes keine belastbare Aussage treffen, da bisher kein mittelzentraler Verflechtungsraum für das Mittelzentrum Aurich bestimmt worden ist.

¹⁹ Gemäß Kundenherkunftsermittlung im Jahr 2013 kommen rd. 74 % der Kunden des Bestandsobjektes aus dem Auricher Stadtgebiet. Durch die geplante Erweiterung erfolgt voraussichtlich eine relative Verschiebung hin zur Kundenherkunft aus dem Umland.

Abb. 37: Umsatzherkunft E-Center (inkl. Konzessionäre), Aldi nach Erweiterung aus Nachfragebindung

Umsatzherkunft aus Nachfragebindung: Planvorhaben Erweiterung E-Center inkl. Konzessionäre (geprüft für die jeweiligen Gesamtumsätze nach Erweiterung), Dreekamp, Stadt Aurich																				
	Teilbereich Grundzentraler Kongruenzraum Stadt Aurich - im EZG ⁴				Restlicher Teilbereich Grundzentraler Kongruenzraum Stadt Aurich - außerhalb EZG ⁵				Umsatz aus Bindung Nachfrage Stadt Aurich gesamt (= Grundzentraler Kongruenzraum)				Umsatz aus Bindung Umlandnachfrage (Teilbereiche Gemeinden Ihlow und Südbrookmerland) im EZG				Umsatz aus Streuumsätzen		Gesamtumsatz E-Center inkl. Konz. nach Erweiterung	
	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz
Vorhabenbezogener periodischer Bedarf gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel)	70,97	13,7%	9,73	58,3%	32,75	3,6%	1,18	7,1%	103,72	10,5%	10,91	65,4%	22,05	14,4%	3,19	19,1%	2,59	15,51%	16,68	100,0%
Lebensmittel und Reformwaren	60,01	14,6%	8,76	58,4%	27,69	3,8%	1,06	7,1%	87,70	11,2%	9,82	65,4%	18,64	15,4%	2,86	19,1%	2,33	15,5%	15,01	100,0%
Drogerie- und Parfümeriewaren	8,50	8,0%	0,68	58,0%	3,92	2,1%	0,08	7,1%	12,42	6,1%	0,76	65,1%	2,64	8,5%	0,22	19,2%	0,18	15,7%	1,17	100,0%
Zeitschriften, Schnittblumen	2,47	11,8%	0,29	58,2%	1,14	3,1%	0,04	7,0%	3,61	9,1%	0,33	65,3%	0,77	12,6%	0,10	19,3%	0,08	15,4%	0,50	100,0%
Aperiodischer Bedarf gesamt (Randsortimente)	75,32	1,2%	0,93	58,4%	34,75	0,3%	0,11	7,0%	110,07	0,9%	1,04	65,4%	23,40	1,3%	0,30	19,1%	0,25	15,5%	1,59	100,0%
Gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel)	146,29	7,3%	10,66	58,3%	67,50	1,9%	1,29	7,1%	213,79	5,6%	11,95	65,4%	45,45	7,7%	3,49	19,1%	2,83	15,5%	18,27	100,0%

Umsatzherkunft aus Nachfragebindung: Planvorhaben Erweiterung Erweiterung Aldi (geprüft für den Gesamtumsatz nach Erweiterung), Dreekamp, Stadt Aurich																				
	Teilbereich Grundzentraler Kongruenzraum Stadt Aurich - im EZG ⁴				Restlicher Teilbereich Grundzentraler Kongruenzraum Stadt Aurich - außerhalb EZG ⁵				Umsatz aus Bindung Nachfrage Stadt Aurich gesamt (= Grundzentraler Kongruenzraum)				Umsatz aus Bindung Umlandnachfrage (Teilbereiche Gemeinden Ihlow und Südbrookmerland) im EZG				Umsatz aus Streuumsätzen		Gesamtumsatz E-Center inkl. Konz. nach Erweiterung	
	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz
Vorhabenbezogener periodischer Bedarf gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel)	70,97	5,3%	3,73	67,4%	32,75	1,3%	0,43	7,8%	103,72	4,0%	4,16	75,2%	22,05	4,0%	0,87	15,8%	0,50	9,01%	5,54	100,0%
Lebensmittel und Reformwaren	60,01	5,8%	3,45	67,4%	27,69	1,4%	0,40	7,8%	87,70	4,4%	3,85	75,2%	18,64	4,3%	0,81	15,8%	0,46	9,0%	5,12	100,0%
Drogerie- und Parfümeriewaren	8,50	2,7%	0,23	67,4%	3,92	0,7%	0,03	7,7%	12,42	2,1%	0,26	75,0%	2,64	2,1%	0,05	15,9%	0,03	9,1%	0,34	100,0%
Zeitschriften, Schnittblumen	2,47	1,9%	0,05	67,9%	1,14	0,5%	0,01	7,4%	3,61	1,4%	0,05	75,3%	0,77	1,4%	0,01	15,5%	0,01	9,2%	0,07	100,0%
Aperiodischer Bedarf gesamt (Randsortimente)	75,32	0,7%	0,55	67,1%	34,75	0,2%	0,06	7,9%	110,07	0,6%	0,61	75,0%	23,40	0,6%	0,13	15,9%	0,07	9,1%	0,82	100,0%
Gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel)	146,29	2,9%	4,28	67,4%	67,50	0,7%	0,49	7,8%	213,79	2,2%	4,78	75,2%	45,45	2,2%	1,01	15,8%	0,57	9,0%	6,36	100,0%
Einwohner zum 31.12.2015 1				28.389				13.100				41.489				9.788				
Vorhabenrelevanter cima-Nachfragesatz p. P. p.a. in € (ohne Apotheken/Arzneimittel) - Deutschland ²				5.217,00				5.217,00				5.217,00				5.217,00				
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer, MB Research 2016 3, ggf. gewichtet				98,8				98,8				98,8				89,0				
Vorhabenrelevanter cima-Nachfragesatz p. P. p.a. in € (ohne Apotheken/Arzneimittel)				5.152,88				5.152,88				5.152,88				4.643,07				

Rundungsdifferenzen möglich, ¹Berechnungsbasis: Einwohner Gemeinden Aurich, Südbrookmerland und Ihlow nach Ortsteilen gemäß gemeindlicher Statistik, rechnerisch umbasiert auf den Stand. LSN zum 31.12.2015; ²cima-Verbrauchsausgabensatz 2016 nach Warengruppen / Sortimenten; ³Kaufkraftkennziffern Gemeinden Aurich, Südbrookmerland und Ihlow lt. MB Research 2016; ⁴ Teilbereich Aurich: Ortsteile Extum, Walle, Haxtum, Rahe, Georgsfeld, Sandhorst, Tannenhausen, Dietrichsfeld, Plaggenburg jeweils zu 100 %, Pfalzdorf zu 90 %, Kirchdorf zu 85 %, Aurich 75 % und Wallinghausen zu 70 %; ⁵ restlicher Bereich Stadt Aurich; ⁶ Teilbereich Südbrookmerland: Ortsteil Moordorf zu 100 %; ⁷ Teilbereich Ihlow: Ortsteile Ochtelbur, Bamgstede und Bastede jeweils zu 100 %

Abb. 38: Umsatzherkunft kumuliert: E-Center (inkl. Konzessionäre), Aldi nach Erweiterung aus Nachfragebindung

Umsatzherkunft aus Nachfragebindung: Planvorhaben Erweiterung E-Center inkl. Konzessionäre sowie Aldi (geprüft für die jeweiligen Gesamtumsätze nach Erweiterung), Dreekamp, Stadt Aurich																				
	Teilbereich Grundzentraler Kongruenzraum Stadt Aurich - im EZG ⁴				Restlicher Teilbereich Grundzentraler Kongruenzraum Stadt Aurich - außerhalb EZG ⁵				Umsatz aus Bindung Nachfrage Stadt Aurich gesamt (= Grundzentraler Kongruenzraum)				Umsatz aus Bindung Umlandnachfrage (Teilbereiche Gemeinden Ihlow und Südbrookmerland) im EZG				Umsatz aus Streuumsätzen		Gesamtumsatz E-Center inkl. Konz. nach Erweiterung	
	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Nachfrage in Mio. € p.a. ²	Bindung	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz	Umsatz in Mio. € p.a.	Anteil an Umsatz
Vorhabenbezogener periodischer Bedarf gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel)	70,97	19,0%	13,47	60,6%	32,75	4,9%	1,61	7,2%	103,72	14,5%	15,07	67,8%	22,05	18,4%	4,06	18,3%	3,09	13,89%	22,22	100,0%
Lebensmittel und Reformwaren	60,01	20,4%	12,22	60,7%	27,69	5,3%	1,46	7,2%	87,70	15,6%	13,67	67,9%	18,64	19,7%	3,67	18,2%	2,79	13,8%	20,13	100,0%
Drogerie- und Parfümeriewaren	8,50	10,7%	0,91	60,2%	3,92	2,8%	0,11	7,2%	12,42	8,2%	1,02	67,4%	2,64	10,6%	0,28	18,4%	0,22	14,2%	1,52	100,0%
Zeitschriften, Schnittblumen	2,47	13,7%	0,34	59,4%	1,14	3,6%	0,04	7,1%	3,61	10,5%	0,38	66,5%	0,77	14,0%	0,11	18,9%	0,08	14,6%	0,57	100,0%
Aperiodischer Bedarf gesamt (Randsortimente)	75,32	2,0%	1,48	61,3%	34,75	0,5%	0,18	7,3%	110,07	1,5%	1,65	68,6%	23,40	1,9%	0,43	18,1%	0,32	13,3%	2,41	100,0%
Gesamt (ohne Apotheken/Arzneimittel)	146,29	10,2%	14,94	60,7%	67,50	2,6%	1,78	7,2%	213,79	7,8%	16,72	67,9%	45,45	9,9%	4,50	18,3%	3,41	13,8%	24,63	100,0%
Einwohner zum 31.12.2015 1				28.389				13.100				41.489				9.788				
Vorhabenrelevanter cima-Nachfragesatz p. P. p.a. in € (ohne Apotheken/Arzneimittel) - Deutschland ²				5.217,00				5.217,00				5.217,00				5.217,00				
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer, MB Research 2016 3, ggf. gewichtet				98,8				98,8				98,8				89,0				
Vorhabenrelevanter cima-Nachfragesatz p. P. p.a. in € (ohne Apotheken/Arzneimittel)				5.152,88				5.152,88				5.152,88				4.643,07				

Rundungsdifferenzen möglich; ¹Berechnungsbasis: Einwohner Gemeinden Aurich, Südbrookmerland und Ihlow nach Ortsteilen gemäß gemeindlicher Statistik, rechnerisch umbasiert auf den Stand. LSN zum 31.12.2015; ²cima-Verbrauchsausgabensatz 2016 nach Warengruppen / Sortimenten; ³Kaufkraftkennziffern Gemeinden Aurich, Südbrookmerland und Ihlow lt. MB Research 2016; ⁴ Teilbereich Aurich: Ortsteile Extum, Walle, Haxtum, Rahe, Georgsfeld, Sandhorst, Tannenhäuser, Dietrichsfeld, Plaggenburg jeweils zu 100 %, Pfalzdorf zu 90 %, Kirchdorf zu 85 %, Aurich 75 % und Wallinghausen zu 70 %; ⁵ restlicher Bereich Stadt Aurich; ⁶ Teilbereich Südbrookmerland: Ortsteil Moordorf zu 100 %; ⁷ Teilbereich Ihlow: Ortsteile Ochtelbur, Bamgstedde und Bastede jeweils zu 100 %

Quelle: cima 2017

8.1.2 Konzentrationsgebot (Ziel der Raumordnung)

„⁵Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot)“. (Ziffer 2.3, Absatz 04)

Laut dem RROP für den Landkreis Aurich (Entwurf, 2015) liegt der Vorhabenstandort im zentralen Siedlungsgebiet des Zentralen Ortes Aurich.

Hiermit wird dem Konzentrationsgebot entsprochen.

8.1.3 Integrationsgebot (Ziel der Raumordnung)

„¹Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot).

Gemäß EHK Aurich handelt es sich um keine städtebaulich integrierte Lage (kein zentraler Versorgungsbereich). Allerdings besteht ein Wohngebietsbezug und der Standort liegt im zentralen Siedlungsgebiet laut RROP für den LK Aurich.

„²Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“

Der Standort ist in das ÖPNV-Netz eingebunden.

„³Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener

baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.“ (Ziffer 2.3, Absatz 05)

Gemäß Schätzung der cima rangiert der Verkaufsflächenanteil für Waren des periodischen Bedarf des E-Centers inkl Konzessionäre mit rd. 89 % nur marginal unterhalb der Schwelle von 90 %. Für den Aldi Markt ermittelt sich ein Wert von rd. 85 %.

„⁸Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevanten zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

a) wenn die Verkaufsfläche für innenstadtrelevante zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt (...).“ (Ziffer 2.3, Absatz 06)

Der Fressnapf Zoofachmarkt führt auch nach Erweiterung keine innenstadtrelevanten Randsortimente gemäß der Auricher Sortimentsliste.

Zusammenfassende Beurteilung zum Integrationsgebot:

Im EHK Aurich ist der Standort Fachmarktlage Aurich-West nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen. Es handelt sich aber um einen Standort mit einer u.a. maßgeblichen erheblichen Nahversorgungsbedeutung für Aurich. Daneben liegt Wohngebietsbezug vor.

„Grundsatz 3:

Für die bestehenden Sonderstandorte Fachmarktlagen Aurich Süd und West sollten für die vorhandenen Unternehmen mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment nur moderate Erweiterungen im Rahmen der Bestandssicherung (erweiterter Bestandsschutz) erlaubt sein. Darüber hinaus sollte an diesen

Standorten grundsätzlich keine Weiterentwicklung von Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden“ (EHK, Aurich, S. 124).

„Formal“ entspricht hiermit die geplante E-Center- und Aldi-Erweiterung nicht dem Integrationsgebot. In der Gesamtschau spricht sich die cima allerdings für eine moderate Erweiterung des E-Centers (inkl. Konzessionäre) und von Aldi aus. Zu Empfehlung im Detail vgl. Kap. 9 „Fazit, Zusammenfassung“.

Die geplante Fressnapf-Erweiterung steht im Einklang mit dem Integrationsgebot.

8.1.4 Beeinträchtigungsverbot (Ziel der Raumordnung)

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

Die Wirkungsanalyse erfolgt methodisch korrekt und plausibel „nur“ für den aus der E-Center- (inkl. Konzessionäre) und Aldi-Erweiterung resultierenden Mehrumsatz, da nur er Umsatzumverlagerungen gegenüber dem Wettbewerb auslöst. Die Bestandsumsätze von Edeka und Aldi sind ja schon im Marktgeschehen durch schon erfolgte Kaufkraftbindung implementiert. Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverlagerungen richten sich auf einen Wettbewerb bzw. dessen Umsatz, der im Kontext der Edeka- wie auch Aldi-Bestandssituation ja schon vorliegt.

Bei der Ermittlung des Umsatzzuwachses wird dabei die Attraktivität der Vorhabenbausteine wie auch der Tatbestand des Agglomerationsstandortes Fachmarktlage Aurich-West berücksichtigt.

Das untersuchte Gesamtvorhaben E-Center-Erweiterung (inkl. Konzessionäre), Aldi- und Fressnapf-Erweiterung am Standort Dreekamp in Aurich stellt sich insgesamt wie auch hinsichtlich seiner einzelnen Bausteine als verträglich dar und entspricht dem Beeinträchtigungsverbot.

Gemäß Ermittlung der cima ergeben sich keine Strukturschädigungen gemäß den Kriterien des § 11 (3) BauNVO.

8.1.5 Abstimmungsgebot (Ziel der Raumordnung)

„¹Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind interkommunal abzustimmen (Abstimmungsgebot).“ (Ziffer 2.3, Absatz 07)

Dem Abstimmungsgebot wird im Rahmen der Bauleitplanung Rechnung getragen. Daneben erfolgt eine Abstimmung im Rahmen des Moderationsverfahrens Einzelhandelskooperation Ost-Friesland.

8.2 Einordnung gemäß RROP für den Landkreis Aurich

Das RROP (Entwurfssfassung 2015) hebt bezüglich der Einzelhandelsnutzung v.a. auf die oben dargestellten landesplanerischen Ge- und Verbote ab, weshalb an dieser Stelle auf die obige Darstellung verwiesen wird.

Daneben trifft das RROP folgende untersuchungsrelevante Aussagen (vgl. auch Kap. 2.2.)

Der Vorhabenstandort ist in einem sogenannten Versorgungskern der Stadt Aurich gelegen.

„Zur besseren Beurteilung der Einzelhandelssituation sind in der Zeichnerischen Darstellung Vorranggebiete „Versorgungskern“ festgelegt. Diese Abgrenzungen folgen den in vielen Städten und Gemeinden erstellten Einzelhandelsgutachten oder sind nach dem vorhandenen Bestand durch die Regionalplanung festgelegt worden. (...)

Die Versorgungsfunktion der Zentralen Orte, insbesondere in den Versorgungskernen sowie die wohnungsnahe Grundversorgung, insbesondere in den herausgehobenen Nahversorgungsbereichen, sind in allen Teilen des Landkreises Aurich langfristig zu sichern und zu entwickeln.

In den in der Zeichnerischen Darstellung festgelegten Versorgungskernen ist eine Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsprojekten raumordnerisch verträglich, sofern das Vorhaben der jeweiligen grund- und mittelzentralen Versorgungsfunktion entspricht und das Vorhaben den in der Einzelhandelskooperation „Ost-Friesland“ abgestimmten Festlegungen entspricht.“ (ebd., S. 32).

Die vor der Verabschiedung des EHK Aurich in 2016 getroffene Festlegung des Standortes als Versorgungskern entspricht damit nicht der Aussage des EHK Aurich. Im EHK kommen diesem Standort nur eine eingeschränkte Entwicklungsoption zu (vgl. Kap. 7).

8.3 Einordnung gemäß Einzelhandelskooperation Ost-Friesland

Das Moderationsverfahren gemäß Einzelhandelskooperation Ost-Friesland setzt in Mittelzentren für Einzelhandelsagglomerationen eine Aufgreifschwelle von 2.500 qm VKF fest. Diese wird schon in der Ausgangslage des untersuchten Gesamtvorhabens überschritten

Kriterien erste Moderationsrunde (ebd., S. 12 f.)

„(...) es werden folgende Auswertungen als Gesprächsgrundlage für die Moderationsrunde erstellt“ (ebd.):

- *Zuordnung des Vorhabens zu einer der vier Standortkategorien (...).*

→ Kommentierung CIMA:

Der cima ist keine diesbezügliche aktuelle Zuordnung bekannt.

Gemäß der Lagekriterien aus 8/2013 lag eine Einordnung als Lagetyp b) „Stadtteilzentrum/Ortschaft“ vor.

- *„Soweit der Standort im zentralen Ort liegt: Darstellung des Verflechtungsbereichs des zentralen Ortes für die Versorgungsfunktion im Einzelhandel.“*

→ Der mittelzentrale Verflechtungsbereich der Stadt Aurich – relevant für die Beurteilung der Fressnapf-Erweiterung - ist bisher nicht verbindlich festgelegt worden. Für die Erweiterungen von Edeka und

Aldi ist lt. LROP Niedersachsen der grundzentrale Verflechtungsbe-
reich/ Kongruenzraum von Belang. Er entspricht dem Gemeindege-
biet.

▪ „Soweit es sich um ein Vorhaben der Nahversorgung handelt:
*Darstellung des Bevölkerungspotenzials im (fußläufigen) Nahbe-
reich.*“

→ Gemäß Berechnung der Stadt Aurich aus 6/2017 wohnen zum
Stand 31.12.2016 im 500-Meter-Radius um den Vorhabenstandort
rd. 570, im 1.000-Meter-Radius rd. 3.790 Einwohner (Hauptwohnsitz).

▪ „*Darstellung des potenziellen Einzugsgebietes des Vorhabens,
idR prognostiziert durch ein Marktgutachten des Vorhabenträgers
bzw. ansonsten durch den zuständigen Vorhabenträger*“

→ cima: vgl. Kapitel 3

▪ „*Darstellung der im potenziellen Einzugsgebiet des Vorhabens
liegenden Standorte mit vergleichbaren Sortimenten.*“

→ cima.: vgl. Kap. 4

▪ „*Darstellung der Anbindung des Vorhabens an das klassifizierte
Straßennetz.*“

→ cima: vgl. Kap. 2

▪ „*Darstellung des Status Quo der Ansiedlungskommune im Hin-
blick auf die vorhandene VKF im betreffenden Sortiment je Ein-
wohner.*“

→ Kommentierung cima: Warengruppe 1 „täglich Bedarf“ lt. EH-
Kooperation; relevant für die geplante E-Center und Aldi-
Erweiterung:

Gemäß der der cima vorliegenden EH-Kooperation-OF-Liste für die
Stadt Aurich zum Stand 30.6.2016 mit Betrieben ab 400 qm VKF

beträgt dieser Wert gemäß Berechnung der cima 0,46 qm
VKF/Ew.²⁰

→ Kommentierung cima: Warengruppe 5 „Heimwerken, Garten, Frei-
zeit“ lt. EH-Kooperation; relevant für die geplante Fressnapf-
Erweiterung:

Stadt Aurich: 0,87 qm VKF/Ew.

▪ „*Darstellung der bereits vorhandenen Betriebe einer EH-
Agglomeration, wenn das geplante Vorhaben Teil dieser vorhan-
denen EH-Agglomeration werden soll.*“

→ cima: vgl. u. a. Kap. 2

▪ „*Vorläufige Bewertung, ob das Vorhaben den Zielen des LROP /
RROP entspricht.*“

→ cima: vgl. Kap. 8.1

Kriterien zweite Moderationsrunde (Text Einzelhandelskooperation
2013, S. 15 ff.)

„Prüfkriterium 1:

*Welche Auswirkungen auf Nachbarkommunen sind aufgrund der Er-
reichbarkeit des geplanten Standortes zu erwarten?*

*Es gilt die These: Je leichter der geplante Standort über öffentliche
Verkehrswege aus Nachbarkommunen erreichbar ist, desto eher
sind erhebliche Auswirkungen auf die dortige Einzelhandelsstruktur
zu erwarten. (...) Zur Ermittlung der möglicherweise betroffenen
Kommunen wird angenommen, dass für Angebote des periodischen
Bedarfs eine Fahrtzeit von ca. 15 Minuten (...) in Kauf genommen
wird. Diese Zahlen stellen Durchschnittswerte dar, die aufgrund der
jeweiligen Kontextbedingungen im Einzelfall hinterfragt werden müs-
sen.“*

²⁰ Einwohner hier und im Folgenden zum 31.12.2015 lt. LSN.

„Prüfkriterium 2:

Welche Auswirkungen sind aufgrund der Lage des Vorhabens in der Ansiedlungsgemeinde auf die Nachbarkommunen zu erwarten?

Es wird davon ausgegangen, dass die Lage eines Vorhabens innerhalb der Ansiedlungskommune eine wesentliche Relevanz hinsichtlich möglicher Auswirkungen auf Nachbarkommunen besitzt.

Hierbei werden die unter Abschnitt 2. genannten vier Lagekategorien unterschieden (Hinweis CIMA: derzeit liegt keine diesbezügliche Zuordnung für den Untersuchungsstandort vor)

1. zentraler Versorgungsbereich im Zentralen Ort
2. sonstiger zentraler Versorgungsbereich/Nahversorgungsstandort
3. zentrales Siedlungsgebiet
4. sonstiger Standort außerhalb der Lagekategorien 1- 3 (nicht integrierter Standort).

Grundsätzlich ist bei Vorhaben im zentralen Versorgungsbereich des Zentralen Ortes nur in Ausnahmefällen davon auszugehen, dass sie erhebliche negative Auswirkungen auf Nachbarkommunen ausüben. Es gilt der Grundsatz, je höher die Zentralitätsstufe der Kommune ist, desto geringer ist in dieser Lagekategorie die Wahrscheinlichkeit von negativen Auswirkungen auf Nachbargemeinden. Bei Vorhaben in wohnortbezogener Lage außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist zu prüfen, ob sie eher auf die Versorgung der ortsansässigen Bevölkerung ausgerichtet sind oder auch auf die Versorgung von Nachbarkommunen abzielen.“

→ cima: Zu den Prüfkriterien 1 und 2 vgl. die Ergebnisse der hiermit vorgelegten Verträglichkeitsanalyse

„Prüfkriterium 3:

Welche Auswirkungen auf Nachbarkommunen bestehen aufgrund der Erhöhung der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche?

Bestehen Versorgungslücken in einzelnen Sortimentsbereichen, erscheint die Ansiedlung entsprechender Betriebe im Hinblick auf die Gefährdung von Nachbarkommunen grundsätzlich eher unproblematisch. Bestehen solche Lücken nicht, so ist eine Umverteilung bestehender Umsätze auch in Nachbarkommunen eher zu erwarten. Ein Vorhaben dient im Wesentlichen dem Füllen von Versorgungslücken, wenn durch seine Umsetzung die im Kooperationsraum durchschnittlichen Verkaufsflächen pro Einwohner nicht überschritten werden. Die Beurteilung der Auswirkungen eines solchen Vorhabens bzw. der Identifizierung von Versorgungslücken richtet sich u.a. auch nach der durchschnittlichen Verkaufsfläche je Einwohner nach Sortiment und Zentrentyp. Basis für die Beurteilung sind die im Zweijahresrhythmus zum 30. Juni erhobenen Durchschnittswerte der Kommunen des Kooperationsraumes Ost-Friesland in ihrer jeweils aktuellsten Fassung (siehe Anhang; Hinweis CIMA: liegt nicht vor). Werden die genannten Durchschnittswerte für eine Kommune durch ein neues Vorhaben überschritten, so sind negative Auswirkungen auf Nachbarkommunen möglich. (...)

Relevante Fragestellungen sind: Werden die Durchschnittswerte (VKF im fraglichen Sortiment je Einwohner) um mehr als 20 % überschritten? (...)

In der aktuellen Fassung des Textes zur Einzelhandelskooperation Ost-Friesland aus 2013 liegt keine aktuelle Tabelle vor, die die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Gesamttraum der Einzelhandelskooperation in Hinblick auf die dort definierten Warengruppen darstellt.

→ Kommentierung cima: Für die Warengruppe 1 „tägliches Bedarfs“ lt. EH-Kooperation Ostfriesland bietet sich im Vergleich zum Wettbewerb im Landkreis Aurich OHNE die Inseln Baltrum, Juist und Norderney²¹ - folgendes Bild:

²¹ Diese Daten liegen der cima ebenfalls nicht vor.

LK Aurich ohne die Inseln: 0,55 qm VKF/Ew.
 Stadt Aurich derzeit: 0,46 qm VKF/Ew.
 Mittelzentren LK Aurich (inkl. GZ Wiesmoor mit mittelzentraler Teilfunktion Einzelhandel): 0,60 qm VKF/Ew.
 Stadt Aurich nach Erweiterung E-Center Bruns (inkl. Konzessionäre) und Aldi am Dreekamp: 0,49 qm VKF/Ew.

→ Kommentierung cima: Für die Warengruppe 5 „Heimwerken, Garten, Freizeit“ lt. EH-Kooperation Ostfriesland stellt sich die Situation wie folgt dar:

LK Aurich ohne die Inseln: ebenfalls 0,55 qm VKF/Ew.
 Stadt Aurich derzeit: 0,87 qm VKF/Ew.
 Mittelzentren LK Aurich (inkl. GZ Wiesmoor mit mittelzentraler Teilfunktion Einzelhandel): 0,75 qm VKF/Ew.
 Stadt Aurich nach Erweiterung E-Center Bruns (inkl. Konzessionäre) und Aldi am Dreekamp: 0,87²² qm VKF/Ew.

„Prüfkriterium 4:

Welche Auswirkungen auf Nachbarkommunen gehen von einer möglichen Steigerung der Attraktivität bestehender Einzelhandels Agglomerationen durch eine Neuansiedlung bzw. Erweiterung aus?

Dieses Prüfkriterium kann nur zur Anwendung kommen, wenn ein Vorhaben als Ergänzung/ Erweiterung einer bestehenden Einzelhandels-Agglomeration geplant ist. Dabei wird davon ausgegangen, dass durch die Ansiedlung eines Frequenzbringers (z.B. Verbrauchermarkt, Fachmärkte) oder von Betrieben, die die Sortimentsvielfalt einer Einzelhandelsagglomeration erhöhen, eine Steigerung der Attraktivität des Gesamtstandortes ausgeht. Bei der Einschätzung

²² Effekte nur in der dritten Nachkommastelle messbar, der die Erweiterung von Fressnapf mit 150 qm nur sehr gering ausfällt.

der Auswirkungen einer Ansiedlung auf Nachbarkommunen muss diese Attraktivitätssteigerung berücksichtigt werden.

Relevante Fragestellungen sind:

- *Eignet sich die Neuansiedlung/Erweiterung als Frequenzbringer?*

→ cima: Die untersuchten Anbieter – und hier an erster Stelle das E-Center – fungieren schon derzeit als Frequenzbringer. Diese Funktion würde durch die geplanten Erweiterungen gestärkt werden. Es würde zwar der größte Verbrauchermarkt im Einzugsgebiet etabliert werden. Durch den Angebotsschwerpunkt im Bereich täglicher Bedarf ist allerdings nur bedingt davon auszugehen, dass auch „einzugsgebietserweiternde Effekte“ für die Fachmärkte des aperiodischen Bedarfs am Standort resultieren würden.

- *Stellt die Neuansiedlung eine wesentliche Erweiterung der Sortimentspalette der Einzelhandels-Agglomeration dar (auch in qualitativer Hinsicht)?*

→ cima: Nein

- *Wird die Verkaufsfläche einzelner Sortimente um mehr als 50 % erweitert?*

→ cima: Nein

- *Wird die Gesamt-VKF der EH-Agglomeration um mehr als 20 % erweitert?“*

→ cima: Nein

„Prüfkriterium 5:

Deckt sich die Neuansiedlung/Erweiterung mit den für die verschiedenen zentralörtlichen Stufen typischen Angebotsformen?“

→ cima: Ja - gemäß Kriterien Einzelhandelskooperation sind die Betriebstypen großer Verbrauchermarkt und SB-Warenhaus adäquat für Mittelzentren.

9 Zusammenfassung, Fazit

Aufgabenstellung, Vorhaben und Mikrostandort

Für die potenzielle Erweiterung des E-Centers Bruns von rd. 2.650 qm Verkaufsfläche auf rd. 3.450 qm VKF (+800 qm) am Standort der Fachmarktlage Aurich-West am Dreekamp erarbeitete die CIMA in 4/2014 im Auftrag des Vermieters eine Verträglichkeitsanalyse, die vor den damaligen Rahmenbedingungen zu einer positiven Empfehlung kam.

Das zwischenzeitlich verabschiedete Einzelhandelskonzept (EHK) für die Stadt Aurich (cima, 2016) formuliert für Anbieter am Standort Fachmarktlage Aurich-West mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten folgende Ansiedlungsleitlinien:

„Keine Neuansiedlung, nur moderate Erweiterung im Rahmen der Bestandssicherung (erweiterter Bestandsschutz), Nachweis der Verträglichkeit notwendig“ (Ansiedlungsmatrix der Standortkategorien, S. 126).

Für Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten liegen gemäß EHK Aurich keine Einschränkungen vor.

Der Betreiber des E-Centers plant weiterhin die oben skizzierte Erweiterung von rd. 2.650 qm auf 3.450 qm VKF. Zum jetzigen Zeitpunkt liegen keine konkreten Informationen zu einer ggf. vorgesehenen Veränderung des Einzelhandelskonzessionärsbesatzes (derzeit: Bäcker, Blumen-Shop, Tabakwaren/Zeitschriften-Shop; daneben agiert als Dienstleister ein Friseur vor Ort) vor. Laut Auskunft der Stadt Aurich soll die Verkaufsfläche der Konzessionäre zukünftig voraussichtlich auf insgesamt max. 200 qm begrenzt werden. Hiermit wäre ggf. ein – allerdings geringer - Verkaufsfächenzuwachs verbunden, der im Gesamtzusammenhang ebenfalls wirkungsanalytisch berücksichtigt werden müsste.

Daneben möchten nun laut Auskunft der Stadt Aurich auch die am selben Standort agierenden Anbieter Aldi und Fressnapf erweitern. Aldi um 400 qm VKF von derzeit 800 qm auf 1.200 qm, Fressnapf von aktuell 450 qm auf 600 qm Verkaufsfläche (+150 qm).

Nach der geplanten Verkaufsfächenerweiterung würde das E-Center Bruns nicht nur innerhalb Aurichs sondern auch im Umland über die größte Verkaufsfäche aller Vollsortimenter verfügen. Die Erweiterung dient u.a. der Modernisierung des Gesamtauftrittes.

Die geplanten Erweiterungen des benachbarten Aldi Marktes und des ebenfalls benachbarten Fressnapf Zoofachmarktes würden bei diesen Anbietern aktuell gängige/ zeitgemäße Verkaufsfächengrößen etablieren.

Dieses Gesamtvorhaben wurde von der cima wirkungsanalytisch geprüft sowie hinsichtlich der Aussagen des EHK Aurich und der Kriterien und Ziele der Raumordnung und Regionalplanung sowie der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland eingeordnet.

Die Fachmarktlage Aurich-West zeichnet sich aufgrund der siedlungsstrukturellen Lage sowie der sehr guten Verkehrsanbindung (MIV) u.a. auch über eine nennenswerte Umlandausstrahlung aus. Daneben liegt ein unmittelbarer Wohngebietsbezug vor; im 500-Meter-Radius wohnen ca. 570 Einwohner, im 1.000-Meter-Radius rd. 3.790 Einwohner (Hauptwohnsitz zum 31.12.2016, Stadt Aurich).

Daneben liegt der Standort innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes von Aurich lt. RROP Landkreis Aurich (Entwurf 2015).

Die ÖPNV-Anbindung ist als nicht wirklich befriedigend zu charakterisieren.

Einzugsgebiet

Das Einzugsgebiet gliedert sich in drei Zonen und umfasst insgesamt rd. 38.200 Einwohner. Neben wesentlichen Teilen der Stadt

Aurich, fallen Teilbereiche der Nachbargemeinden Ihlow und Südbrookmerland in das Einzugsgebiet.

Wettbewerbssituation

Das E-Center Bruns würde nach Erweiterung nicht nur im Einzugsgebiet sondern auch im erweiterten Untersuchungsgebiet der größte Vollsortimenter sein. Vergleichbare bzw. größere Märkte agieren erst wieder in Norden (Real) und Emden (Real, Multi Super). Der Planvorhabenanbieter Aldi „schwimmt bis zu einem gewissen Punkt auf der Frequenzstärke des E-Centers mit“. Gleiches gilt für den ja nicht quantitativ-wirkungsanalytisch untersuchten Planvorhabenanbieter Fressnapf.

Unter Einbeziehung der wettbewerbs- und lageseitigen Aspekte wird deutlich, dass sich das Vorhaben an erster Stelle mit dem Wettbewerb am Standort Fachmarktlage Aurich-Süd (v. a. E-Center, Combi, Aldi, Lidl) auseinandersetzt. Hierbei geht es u. a. um die „Einfluss-sphäre“ innerhalb des Auricher Stadtgebiets. Während zum Angebot des ZVB Innenstadt Aurich ohne den Standort Carolinenhof voraussichtlich aufgrund der abweichenden Aufstellung des dortigen Angebots (Lebensmittelhandwerk, spezialisierte Fachgeschäfte, Randsortimentangebote) in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nur ein moderates Wettbewerbsverhältnis besteht, sieht dies für das Angebot im Carolinenhof mit v. a. Edeka anders aus. Hier liegt eine erkennbare Wettbewerbssituation vor, die allerdings durch den Tatbestand einer (tlws.) divergierenden Kundenansprache – Handtaschenkauf und Kauf von Convenience-Produkten (Edeka Carolinenhof) vs. Kofferraumeinkauf (E-Center) - abgemildert wird.

Durch die Verkaufsflächenerweiterung würde sich daneben Aldi u.a. gegenüber Lidl in der Emdener Straße stärker positionieren. Gleiches gilt – in abgeschwächter Form – gegenüber dem Aldi im Hammerkeweg in Aurich.

Von den Umlandlagebereichen sind voraussichtlich an erster Stelle die Anbieter/ Lagen in Moordorf sowie in Westerende-Kirchloog tangiert. Die Ausstrahlung des E-Centers Bruns (auch in Kopplung mit Aldi) reicht aber auch darüber hinaus, so dass auch an weiteren Standorten in den Einheitsgemeinden Ihlow und Südbrookmerland gewisse, allerdings deutlich schwächere, Effekte erwartet werden können.

Die relativ weiträumige Ausstrahlung des (erweiterten) E-Centers und des erweiterten Aldi Marktes führt weiterhin dazu, dass auch Standorte außerhalb des Einzugsgebietes tangiert werden. Dies allerdings in nochmals in deutlich abgeschwächter Form.

Ergebnis ökonomische Wirkungsprognose

Für das gesamte Untersuchungsvorhaben ermitteln sich hinsichtlich seiner einzelnen Bausteine wie auch bei kumulierter Betrachtung keine im Ergebnis wirkungsanalytisch problematischen Effekte bzw. keine Strukturschädigungen gemäß der Kriterien des § 11 (3) BauNVO (substanzielle Schädigung zentraler Versorgungsbereiche und/oder der wohnortbezogenen Nahversorgung).

Einordnung des Vorhabens in die Aussagen des EHK Aurich

Im EHK Aurich ist an erster Stelle folgende Aussage untersuchungsrelevant:

- „Grundsatz 3:

Für die bestehenden Sonderstandorte Fachmarktlagen Aurich Süd und West sollten für die vorhandenen Unternehmen mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment nur moderate Erweiterungen im Rahmen der Bestandssicherung (erweiterter Bestandsschutz) erlaubt sein. Darüber hinaus sollte an diesen Standorten grundsätzlich keine Weiterentwicklung von

Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden“ (ebd., S. 124).

(In Fußnote): Eine Festlegung starrer Grenzen für moderate Verkaufsflächenerweiterungen ist nicht sinnvoll. Abhängig vom Vorhaben, Standort und Wettbewerbsumfeld können die Auswirkungen einer in der Höhe identischen Verkaufsflächenerweiterung unterschiedlich zu beurteilen sein, weshalb eine wirkungsanalytische Einzelfallbetrachtung angezeigt ist. Daneben ist auch die baurechtliche Situation wesentlich“ (ebd.).

Das Gesamtvorhaben präsentiert sich hinsichtlich der ausgelösten Umsatzumverlagerungen als verträglich.

Das EHK Aurich sieht nur moderate Erweiterungen im Rahmen der Bestandssicherung für nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel an diesem Standort vor, wodurch die Erweiterung des E-Centers und von Aldi (nahversorgungsrelevantes Kernsortiment) limitiert ist. Das Vorhaben Fressnapf-Erweiterung (nicht zentrenrelevantes Sortiment) ist konform mit den Aussagen des EHK. Ansiedlung und Erweiterung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ist hier ohne Einschränkung möglich. Den Anbietern E-Center und Aldi kommt eine wichtige (faktische) Bedeutung für die Auricher Nahversorgung zu.

Die Prüfung des Kongruenzgebotes zeigt aber Probleme hinsichtlich einer zu starken Ansprache der Umlandnachfrage durch das E-Center auf.

In der Gesamtschau empfiehlt die cima deshalb eine Reduktion der geplanten E-Center-Erweiterung inklusive Konzessionäre sowie eine Reduktion der Aldi-Erweiterung.

Dies u.a. auch vor dem Hintergrund der städtebaulich gewollten Ansiedlung eines großen Verbrauchermarktes am Standort Ergänzungsbereich Innenstadt laut EHK Aurich.

Bezüglich der abschließenden Empfehlung zur Dimensionierung siehe weiter unten.

Vorhabeneinordnung gemäß Raumordnung und Regionalplanung

LROP Niedersachsen 2017

Kongruenzgebot (Ziel der Raumordnung):

Im Ergebnis wird für das Planvorhaben E-Center-Erweiterung (inkl. Konzessionäre) das Kongruenzgebot nicht eingehalten, während für die Aldi Erweiterung das Kongruenzgebot erfüllt wird.

Bei kumulierter Betrachtung der geplanten Erweiterungen E-Center (inkl. Konzessionäre) und Aldi würde das Kongruenzgebot knapp verfehlt werden.

Für die geplante Fressnapf-Erweiterung kann die cima hinsichtlich der Einhaltung des Kongruenzgebotes keine belastbare Aussage treffen, da bisher kein mittelzentraler Verflechtungsraum für das Mittelzentrum Aurich bestimmt worden ist.

Konzentrationsgebot (Ziel der Raumordnung):

Dem Konzentrationsgebot wird entsprochen.

Integrationsgebot (Ziel der Raumordnung):

„Formal“ entspricht hiermit die geplante E-Center- und Aldi-Erweiterung nicht dem Integrationsgebot.

Es handelt sich um einen Standort mit Wohngebietsbezug und ÖPNV-Anbindung, der innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes Aurichs lt. RROP situiert ist. Das EHK Aurich sieht moderate Erweiterungen im Sinne der Bestandssicherung vor.

In der Gesamtschau spricht sich die cima für eine moderate Erweiterung des E-Centers (inkl. Konzessionäre) und von Aldi aus.

Die geplante Fressnapf-Erweiterung steht im Einklang mit dem Integrationsgebot.

Beeinträchtigerungsverbot (Ziel der Raumordnung):

Das untersuchte Gesamtvorhaben E-Center-Erweiterung (inkl. Konzessionär), Aldi- und Fressnapf-Erweiterung am Standort Dreekamp in Aurich stellt sich insgesamt wie auch hinsichtlich seiner einzelnen Bausteine als verträglich dar und entspricht dem Beeinträchtigerungsverbot.

Gemäß Ermittlung der cima ergeben sich keine wirkungsanalytisch problematischen Effekte bzw. keine Strukturschädigungen laut den Kriterien des § 11 (3) BauNVO.

Abstimmungsgebot (Ziel der Raumordnung):

Dem Abstimmungsgebot wird im Rahmen der Bauleitplanung Rechnung getragen. Daneben erfolgt eine Abstimmung im Rahmen des Moderationsverfahrens der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland.

RROP Landkreis Aurich (Entwurf 2015)

Das RROP hebt bezüglich der Einzelhandelsnutzung v.a. auf die landesplanerischen Ge- und Verbote ab.

Daneben trifft das RROP für den LK Aurich folgende untersuchungsrelevante Aussagen:

Der Vorhabenstandort ist in einem sogenannten Versorgungskern der Stadt Aurich gelegen.

„Zur besseren Beurteilung der Einzelhandelssituation sind in der Zeichnerischen Darstellung Vorranggebiete „Versorgungskern“ festgelegt. Diese Abgrenzungen folgen den in vielen Städten und Gemeinden erstellten Einzelhandelsgutachten oder sind nach dem

vorhandenen Bestand durch die Regionalplanung festgelegt worden. (...)

Die Versorgungsfunktion der Zentralen Orte, insbesondere in den Versorgungskernen sowie die wohnungsnah Grundversorgung, insbesondere in den herausgehobenen Nahversorgungsbereichen, sind in allen Teilen des Landkreises Aurich langfristig zu sichern und zu entwickeln.

In den in der Zeichnerischen Darstellung festgelegten Versorgungskernen ist eine Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsprojekten raumordnerisch verträglich, sofern das Vorhaben der jeweiligen grund- und mittelzentralen Versorgungsfunktion entspricht und das Vorhaben den in der Einzelhandelskooperation „Ost-Friesland“ abgestimmten Festlegungen entspricht.“ (ebd., S. 32).

Die vor der Verabschiedung des EHK Aurich in 2016 getroffene Festlegung des Standortes des Planvorhabens als Versorgungskern entspricht damit nicht der Aussage des EHK Aurich. Im EHK kommen diesem Standort nur eingeschränkte Entwicklungsoptionen zu.

Einzelhandelskooperation Ost-Friesland (Textfassung 2013)

Das Planvorhaben wurde u.a. hinsichtlich der 5 Prüfkriterien der zweiten Moderationsrunde von der cima eingeordnet. Bis auf das Prüfkriterium 3, für das die cima keine abschließende Darstellung treffen kann, da der cima hierzu Daten der Einzelhandelskooperation fehlen, lässt sich festhalten, dass das Planvorhaben insgesamt wie auch hinsichtlich seiner einzelnen Bausteine den restlichen vier Prüfkriterien entspricht.

Empfehlung

In der Gesamtschau empfiehlt die cima vor dem Hintergrund des verfehlten Kongruenzgebotes, des – jedenfalls „formal“ – nicht erfüllten Integrationsgebotes sowie der städtebaulich gewollten Ansiedlung eines großen Vollsortimenters am Ergänzungsstandort ZVB Innenstadt für das E-Center eine Reduktion der geplanten Erweiterung inklusive Konzessionäre von 900 qm VKF auf 450 qm VKF und damit auf dann rd. 3.200 qm VKF. Hiermit würde die durchschnittliche E-Center-Verkaufsfläche laut Hahn Retail Real Estate Report Germany (2016/2017) in Höhe von 3.180 qm VKF erreicht werden, womit gleichzeitig der EHK-Intention „moderate Erweiterung im Rahmen der Bestandssicherung“ Rechnung getragen würde.

Die geplante Aldi-Erweiterung auf 1.200 qm VKF zielt auf die Umsetzung des aktuellen Aldi Marktkonzeptes ab, die Aldi-Erweiterung präsentiert sich bezüglich der Einhaltung des Kongruenzgebotes unproblematisch. Auch hier wird das Integrationsgebot – jedenfalls „formal“ – nicht erfüllt.

Die aktuelle durchschnittliche Verkaufsfläche von Aldi Nord beträgt lt. Hahn Report 840 qm VKF. Im Auricher Umland agieren Aldi Märkte mit zumeist 800 bis (max.) 1.100 qm VKF. Die cima spricht sich für eine Erweiterung von Aldi auf 1.000 qm VKF aus.

Die geplante Fressnapf Erweiterung von 450 auf 600 qm Verkaufsfläche stellt sich unproblematisch dar und kann im Sinne einer Modernisierung dieses Anbieters befürwortet werden.

10 Methodik

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

Für die hier wesentlichen untersuchungsrelevanten Einzelhandelsflächen – dies betrifft an erster Stelle die lebensmittelmarkttypischen Kernsortimente des periodischen Bedarfs: Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitungen/ Zeitschriften, Schnittblumen – wurden im Einzugsgebiet des Gesamt-Untersuchungsvorhabens (max. EZG) wie auch in dessen erweitertem Untersuchungsgebiet die der cima vorliegenden Datenbasen aktualisiert (Vor-Ort-Erhebung in II/2017)

- -Gesamtgebiet Stadt Aurich (EG),
- Gebiet der Gemeinden (EG) Ihlow und Südbrookmerland,
- Gebiet der Gemeinden Westerholt, Blomberg und Neuschoo (jeweils MG der SG Holtriem)
- sowie des ZVB Marienhafte und des NVZ Upgant-Schott (in MG Marienhafte bzw. MG Upgant-Schott, beide SG Brookmerland)

Für die Ableitung der Umsatzleistungen des untersuchungsrelevanten Wettbewerbs wurden branchenübliche, aktuelle, Kennwerte zugrunde gelegt, die vor dem Hintergrund der aktuellen lokalen/regionalen Nachfrage- und Wettbewerbssituation von der cima angepasst wurden.

Abb. 39: Die 32 cima-Sortimente

Lebensmittel	Antiquitäten, Kunstgegenstände
Reformwaren	Eisenwaren, Baumarktartikel
Arzneimittel (Apotheken)	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Drogerie- und Parfümeriewaren	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
Schnittblumen, Floristik	Elektrogeräte, Leuchten
Oberbekleidung	Unterhaltungselektronik
Wäsche, sonstige Bekleidung	Foto
Heimtextilien	Optik, Hörgeräteakustik
Sportartikel	Uhren, Schmuck
Schuhe	Lederwaren
Sanitätswaren	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Bücher	Fahrräder
Schreibwaren	Kfz-Zubehör
Spielwaren	Computer, Büro-/ Telekommunikation
Zoobedarf	Pflanzen, Gartenbedarf
Möbel	Zeitschriften, Zeitungen

Quelle: cima GmbH 2017

Die Berechnung der Kennzahlen der Nachfrageseite erfolgte mit der folgenden Methodik:

- Aktuelle Einwohnerzahlen
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern (KKZ) in %
- (Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel: Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb)
 - Periodischer Bedarf: 3.142 € /Einwohner p. a.
 - Aperiodischer Bedarf: 2.686 € /Einwohner p. a.
 - Ausgabesatz gesamt: 5.828 € /Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz
- (gewichtet mit der KKZ)