Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Dörpen

Auftraggeber: Gemeinde Dörpen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Köln, am 02.08.2019

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 – 989438-0
Telefax: 0221 – 989438-19
E-Mail: katharina.staiger@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Juni 2019 erteilte Gemeinde Dörpen der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag, die Einzelhandelsvorhaben in der Hauptstraße in der Ortsmitte zu bewerten. Im Rahmen einer Neustrukturierung sollen die bereits ansässigen Filialen von Aldi bzw. T€Di erweitert, eine Filiale von Netto Marken-Discount bzw. des Dänischen Bettenlagers sowie eine Bäckerei angesiedelt werden.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch die Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Dörpen bzw. in den Mitgliedsgemeinden und im Umland ausgelöst werden und ob mögliche schädliche städtebauliche Effekte bzw. Funktionsstörungen resultieren können.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), der MB Research Nürnberg, des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Im Juni 2019 wurde der für das Vorhaben relevante Wettbewerb in Dörpen, den Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Dörpen sowie in Lathen bzw. in den Mitgliedsgemeinden erfasst und eine städtebauliche Bewertung der Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum durchgeführt.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

GMA
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 02.08.2019
KST wym-aw

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Grundlagen**	**5**
1.	Ausgangslage	5
2.	Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3.	Projektbeschreibung	6
3.1	Betriebe und Verkaufsflächen	6
3.2	Lebensmitteleinzelhandel	7
3.3	Sonderpostenmärkte	8
3.4	Möbeleinzelhandel	9
4.	Makrostandort Dörpen	10
II.	**Relevante Angebotssituation**	**14**
1.	Angebotssituation in Dörpen	14
1.1	Angebotssituation im periodischen Bedarf	14
1.2	Angebotssituation bei Möbeln und Hausrat	14
2.	Angebotssituation in den Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen	15
3.	Angebotssituation im Umland	15
III.	**Bewertung der raumordnerischen Ziele**	**18**
1.	Konzentrationsgebot	18
2.	Integrationsgebot	18
3.	Kongruenzgebot	19
3.1	Einzugsgebiet des Vorhabens	19
3.2	Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
3.3	Umsatzprognose	23
3.4	Umsatzherkunft	26
4.	Beeinträchtigungsverbot	26
4.1	Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilungen	27
4.2	Umsatzumverteilung der Lebensmittelmärkte	27
5.	Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	28
Verzeichnisse		30

I. Grundlagen

1. Ausgangslage

Im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte“ befindet sich in der Hauptstraße der Verbundstandorte des Aldi Discounters mit dem Sonderpostenmarkt T€Di, zur Hauptstraße hin besteht ein Geschäftshaus mit dem inhabergeführten Schuhhaus Koop. Die Firma Schomaker Bauunternehmung GmbH beabsichtigt, den Standortbereich neu zu ordnen, wobei westlich angrenzende Grundstücke in die Umstrukturierung mit einbezogen werden. Die Bestandsimmobilien von Aldi und T€Di sowie die angrenzenden, zu überplanenden Flächen sind Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches „Ortsmitte“, welches im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Dörpen (2017) abgegrenzt wurde. Die zur Erweiterung notwendigen Flächen wurden im Einzelhandelskonzept 2017 als sog. Potenzialfläche ausgewiesen. Damit entsteht eine ausreichende Fläche, um den Aldi Discounter und den T€Di Sonderpostenmarkt zu erweitern bzw. eine Filiale von Netto Marken-Discount und des Dänischen Bettenlagers sowie eine Bäckerei anzuseideln. Im Rahmen der Neustrukturierung ist eine Erweiterung von Aldi auf ein großflächiges Format vorgesehen, auch die geplanten Filialen von Netto Marken-Discount und des Dänischen Bettenlagers sind großflächig. Zusammen mit dem Sonderpostenmarkt T€Di und der Bäckerei handelt es sich um eine sog. Agglomeration.

Für die Umsetzung des Vorhabens ist die Ausweisung eines Sondergebietes **nach § 11 Abs. 3 BauNVO** erforderlich. Entsprechend sind die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer Auswirkungsanalyse zu prüfen. Die Untersuchung erfolgt vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB, der BauNVO sowie der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Landes-Raumordnungsprogramm (LROP 2017) zu bearbeiten.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: [1]

> „1. Einkaufszentren,
>
> 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

[1] Baunutzungsverordnung (BauNVO), neugefasst am 21.11.2017 (BGBl. IS.3787).

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Stadt und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

3. Projektbeschreibung

3.1 Betriebe und Verkaufsflächen

Am Verbundstandort Aldi / T€Di liegt eine Verkaufsfläche von rd. 1.160 m² vor. Mit den geplanten neuen Einheiten erhöht sich die Verkaufsfläche per Saldo um fast 2.500 m².

Tabelle 1: Projektkonzeption und Flächenbilanz der Discounter und Fachmärkte

	Verkaufsfläche in m²		
	Bestand	**Plan**	**Saldo**
Aldi	780	1.040	+ 260
Bäckerei	-	30	+ 30
T€Di	380	600	+ 220
Netto Marken-Discount	-	1.050	+ 1.050
Dänisches Bettenlager	-	900	+ 900
Summe	**1.160**	**3.620**	**+ 2.460**

Quelle: Angaben Fa. Schomaker; GMA-Zusammenstellung 2019

Während die angestrebte Einheit der Netto-Filiale den üblichen Einheiten von Netto Marken-Discount entspricht, wird für die Aldi-Filiale eine Einheit von rd. 1.040 m² Verkaufsfläche angestrebt. Diese Einheit liegt etwas unter den von Aldi Nord üblicherweise vorgesehenen Filialen von über 1.200 m² Verkaufsfläche. Nach Angaben von Aldi Nord hängt dies mit den spezifischen Bedingungen bzw. mit der ausgeprägten Wettbewerbssituation in Dörpen zusammen.

3.2 Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:[2]

Kleines Lebensmittelgeschäft:
Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment führt.

Supermarkt *(Vollsortimenter)*:
Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel[3] führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt *(Vollsortimenter; früher Verbrauchermarkt genannt)*:
Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel[4] führt.

SB-Warenhaus:
Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:
Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem **Kernsortiment** und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden. Zum Kernsortiment der Lebensmittelmärkte (Discounter, Supermarkt) gehören periodische Sortimente. In Anlehnung an die Vorgaben der Landes-Raumordnung zählen zu den periodischen Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften und Tiernahrung. Diese sind in der Dörpener Liste als nahversorgungs- und damit als zentrenrelevante Sortimente eingeordnet.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt nur rd. 2.300 Artikel vor. **Discounter** heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Bezeichnend sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionsware“. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel, insbesondere des aperiodischen Bedarfs, zum

2 Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

3 Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

4 Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. Bestandteil der Aktionswaren sind aber auch periodische Sortimente, v. a. Nahrungs- und Genussmittel.

Bezeichnend für den Lebensmitteleinzelhandel sind in den letzten Jahren die Erweiterungen, insbesondere der Lebensmitteldiscounter. So strebt Aldi-Nord Einheiten mit Verkaufsflächen von rd. 1.270 m² bis rd. 1.400 m² an. Bei Netto Marken-Discount werden die Einheiten mit rd. 1.050 m² Verkaufsfläche als zukunftsfähig gesehen. Die Erweiterungen werden angestrebt, um

- interne Prozesse, wie Warenlogistik, Auffüllen der Regale zu optimieren,
- ein bequemeres Einkaufen u. a. für gehandicapte Kunden durch niedrigere Regale, breitere Gänge, mehr Querungen, kürzere Laufwege zu erreichen
- den Pfandraum im Eingangsbereich platzieren zu können,
- Waren übersichtlicher und ansprechender zu präsentieren.

Neben der Discountorientierung der deutschen Kunden im Lebensmitteleinzelhandel geht bei einem Teil der Verbraucher der Trend immer mehr in Richtung gesunde Ernährung, regionale Produkte, faire (Erzeuger-) Preise und Geschmack. Für diese Schlagworte stehen Produkte aus der ökologischen Landwirtschaft, welche bei den Verbrauchern unter dem Begriff **„Bio-Lebensmittel“** subsumiert werden. Mit rd. 59 % entfällt mehr als die Hälfte des Umsatzes mit Bio-Lebensmitteln auf Bio-Supermärkte, Supermärkte, Discounter und Drogeriemärkte. Etwa 29 % des Umsatzes werden von Naturkostfachgeschäften erwirtschaftet. Die sonstigen Betriebsformen (Bäcker, Metzger, Obst- und Gemüseläden, Direktvermarkter, Wochenmarktanbieter etc.) machen rd. 12 % des Umsatzes aus.

Unter den Bio-Supermärkten ist **denn´s Biomarkt,** eine Tochter der Firma Dennree, welche als Großhändler außerdem mehr als 1.400 Fachhandelsgeschäfte sowie Franchisenehmer beliefert, mit 250 Filialen[5] Marktführer. An zweiter Stelle rangiert Alnatura mit rd. 126 Filialen, gefolgt Bio-Company mit 54 Filialen.[6] In modernen Filialen sind standardmäßig eine Bäckertheke und eine Käsetheke integriert, die Einheiten sind zwischen 400 – 800 m² groß.

3.3 Sonderpostenmärkte

Sonderpostenmärkte stellen eine besondere Form des Einzelhandels dar, so dass eine allgemeingültige Definition des Betriebstyps in der Handelswissenschaft nicht vorliegt. Es handelt sich ursprünglich um eine Transaktionsform aus dem zwischenbetrieblichen Handel. Als spezielle Form entwickelte sich der Sonderpostenmarkt oder Restpostemarkt. Dies hat seine Gründe nicht nur in dem Wunsch der Händler und Hersteller neue Absatzwege für Überproduktionen, Retouren zu

5 Quelle: EHI handelsdaten aktuell, 2018.

6 dito.

erschließen, sondern auch im Preisbewusstsein breiter Bevölkerungsschichten. Zu den Zielgruppen gehören nicht nur preisorientierte Billigkäufer, sondern auch Schnäppchenjäger und Smart Shopper, die überall dort einkaufen, wo es preisgünstige Gelegenheiten gibt.

Ein Restposten- oder Sonderposten-Fachmarkt ist als discountorientierter Fachmarkt einzustufen. Zu den bundeweit agierenden Betreibern gehören Mäc-Geiz, T€Di oder Kodi. In Norddeutschland sind zudem Thomas Philipps, Jawoll, Zimmermann und die Posten Börse vertreten.

Relativ neu am Markt ist der Non-Food Discounter Action vertreten, welcher ein hohes Expansionstempo in Deutschland vorlegt. Zum Sortiment Sonderpostenmärkte gehören typischerweise Nahrungs- und Genussmittel (Süßigkeiten, Getränke), Drogerie- Parfümeriewaren, Schreib-/ Spielwaren, Bekleidung, Haushaltswaren, Wohnaccessoires, Haus- / Tisch- / Bettwäsche, Gartenbedarf, Werkzeug und Kleinelektroartikel. Betreiber wie Jawoll oder Posten Börse halten ein umfangreiches Angebot im Gartenbedarf, einschl. Pflanzen / Zubehör und Gartenmöbel, vor.

Die höchste Artikelzahl hält T€Di mit rd. 9.000 Artikeln vor. Der Action Non-Food Discounter führt rd. 6.000 Artikel. Die Verkaufsflächengrößen variieren stark und liegen zwischen 300 und 3.000 m². T€Di belegt Einheiten mit rd. 300 – 500 m² Verkaufsfläche, welche größtenteils in innerstädtischen Lagen sind.

3.4 Möbeleinzelhandel

Das Angebotskonzept des **Dänischen Bettenlagers** bezieht sich auf das Kernsortiment Möbel (Wohn-, Schlaf-, Esszimmer-, Bad-, Flur- und Küchenmöbel) sowie Matratzen, Lattenroste, Oberbetten, Decken (sog. Bettwaren). Saisonal werden auf der Freiverkaufsfläche Gartenmöbel (inkl. Sonnenschirme) angeboten. Die Fachsortimente umfassen Haushalts- und Dekorationsartikel, Bilder / Rahmen, Gardinen / Zubehör, Haus-, Tisch-, Bettwäsche und Badaccessoires. Mit diesen Randsortimenten zielt das Dänische Bettenlager vornehmlich auf Zusatz- und Impulskäufe ab.

Entsprechend der Dörpener Sortimentsliste werden die Sortimente Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Haushalts- und Dekorationsartikel bzw. Bilder / Rahmen zu den zentrenrelevanten Sortimenten gerechnet. Bettwaren (Kissen, Decken, Matratzenschoner) sowie Matratzen zählen zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Üblicherweise werden etwa 90 % der Flächen mit dem Kernsortiment belegt. Für die Filiale des Dänischen Bettenlagers ist eine Verkaufsfläche von rd. 1.000 m², davon rd. 100 m² Freifläche[7] geplant. Hiervon sollen max. 10 % auf zentrenrelevante Randsortimente entfallen. Das Dänische Bettenlager betreibt bundesweit 1.740 Filialen; der durchschnittliche Umsatz pro Filiale beträgt ca. 1 Mio. € p.a. Auch das Dänische Bettenlager ist im Emsland mit Filialen in Meppen, Papenburg, Lingen und in den Grundzentren Haren (Ems), Werlte bzw. Haselünne stark vertreten.

[7] Das Dänische Bettenlager bietet auf einer Freifläche von ca. 100 m² Gartenmöbel inkl. Sonnenschirme an.

4. Makrostandort Dörpen

Das ca. 5.300 Einwohner zählende Grundzentrum Dörpen liegt zwischen den Mittelzentren Papenburg und Meppen; südwestlich liegt das Grundzentrum Lathen. Der Versorgungsauftrag des Grundzentrums bezieht sich auf Dörpen sowie auf acht Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen. Die Einwohnerentwicklung verlief in der SG Dörpen in den letzten 5 Jahren sehr dynamisch (+ 700 Einwohner), wobei Kluse die höchste Einwohnerzunahme verbuchte.

Tabelle 2: Einwohnerveränderung innerhalb der SG Dörpen

Ort	Einwohner (31.12.)		Veränderung 2013 / 2018	
	2013	2018	abs.	in %
Dersum	1.500	1.449	-51	-3,4
Dörpen	4.926	5.287	361	7,3
Heede	2.367	2.511	144	6,1
Kluse	1.547	1.696	149	9,6
Lehe	1.026	977	-49	-4,8
Neubörger	1.553	1.511	-42	-2,7
Neulehe	755	791	36	4,8
Walchum	1.451	1.566	115	7,9
Wippingen	927	968	41	4,4
Summe / Mittelwert	**16.052**	**16.756**	**704**	**4,4**

Quelle: LSKN

Das Wachstum fiel etwas höher als der Schnitt im Emsland aus.

In Dörpen waren im Jahr 2018 6.172 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort registriert, davon über die Hälfte (3.646 Beschäftigte) in Dörpen[8]. Insgesamt pendelten 2.850 Beschäftigte nach Dörpen, denen 1.373 Auspendler gegenüberstanden, was ein Einpendlerüberschuss von fast 1.500 Beschäftigen bedeutet. Etwa 30 % der Einpendler kommen aus der SG Dörpen. Stark vertreten sind Einpendler aus Papenburg (598), Lathen (172), Rhede (Ems) (124) und Westoverledingen (134).

8 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2018.

Tabelle 3: Einwohnerveränderung der SG Dörpen im Vergleich

Daten	Einwohner		Veränderung 2013 / 2018	
	31.12.2013	31.12.2018	abs.	in %
Emsbüren	9.901	10.148	247	2,5
Geeste	11.219	11.341	122	1,1
Haren (Ems)	23.090	23.829	739	3,2
Haselünne	12.448	12.914	466	3,7
Lingen (Ems)	52.158	54.422	2.264	4,3
Meppen	34.109	35.373	1.264	3,7
Papenburg	35.614	37.579	1.965	5,5
Rhede (Ems)	4.180	4.218	38	0,9
Salzbergen	7.495	7.776	281	3,7
Twist	9.623	9.545	-78	-0,8
Dörpen, SG	16.052	16.756	704	4,4
Freren, SG	10.349	10.346	-3	0,0
Herzlake, SG	9.957	10.368	411	4,1
Lathen, SG	11.166	11.745	579	5,2
Lengerich, SG	9.067	9.186	119	1,3
Nordhümmling, SG	12.029	12.237	208	1,7
Sögel, SG	15.922	16.816	894	5,6
Spelle, SG	12.868	13.811	943	7,3
Werlte, SG	16.442	17.247	805	4,9
LK Emsland	**313.689**	**325.657**	**11.968**	**3,8**
Niedersachsen	**7.790.559**	**7.982.448**	**191.889**	**2,5**

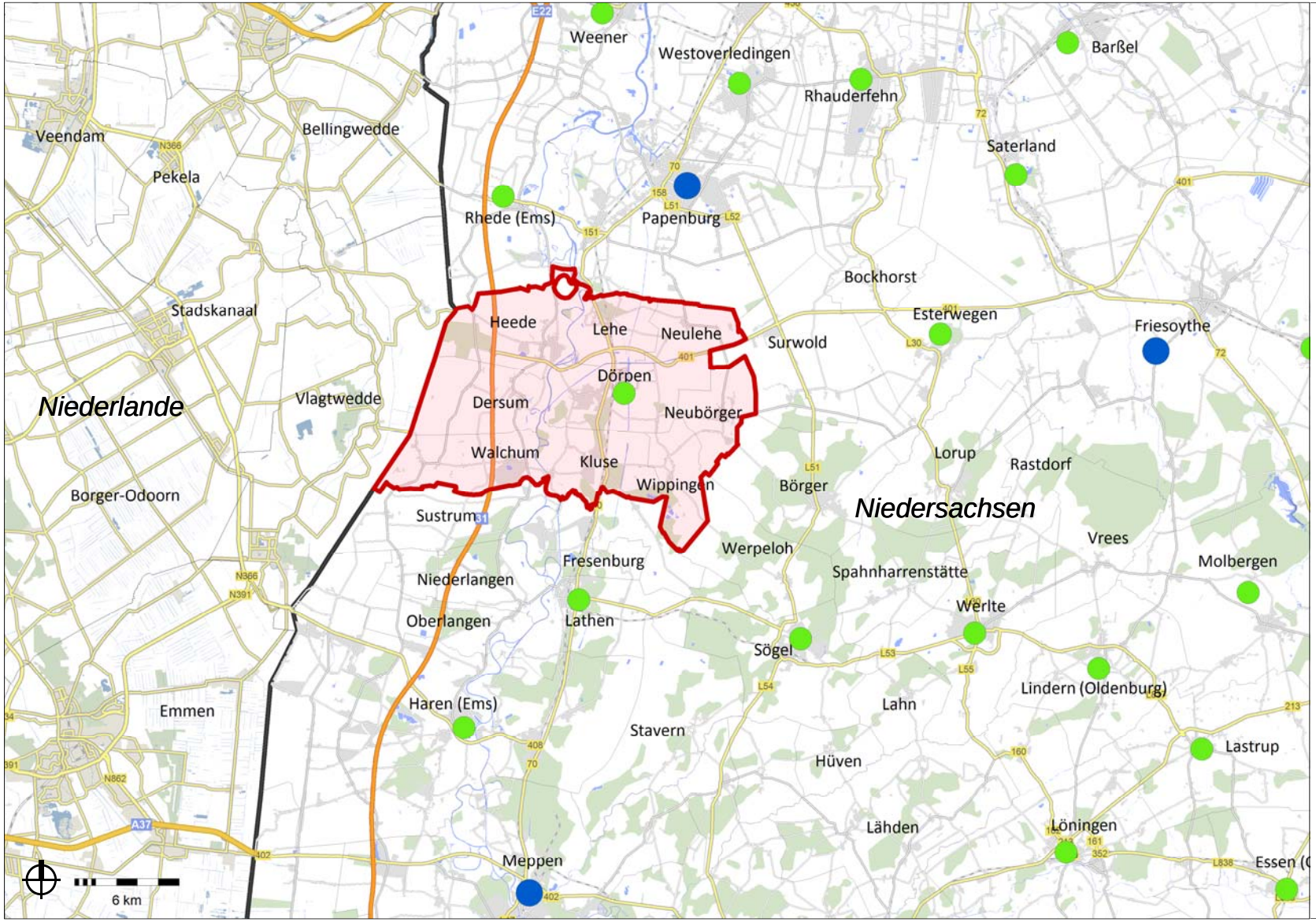
Quelle: LSKN

Die **Einzelhandelsstrukturen** sind wie folgt zu charakterisieren:

- Die **innerörtliche Haupteinkaufslage** erstreckt sich auf die Hauptstraße zwischen Edeka bis hin zur Lidl-Filiale. Hier sind die Supermärkte Edeka und Markant, die Discounter Aldi und Lidl, der Drogeriemarkt Rossmann, etliche Filialisten wie KiK, Takko, T€Di, ernstings family sowie inhabergeführte Fachgeschäfte ansässig. Großflächige Einheiten weisen Maler Runde, Buß Heimwerkermarkt, Ceka sowie die Lebensmittelmärkte auf.

- Die zweite große Handelslage bildet das **Gewerbegebiet Süd**. Hier dominieren das Möbelhaus Mc Clever sowie Fachanbieter, darunter der großflächige Fahrradfachmarkt Hackmann, Posten Börse und der neu angesiedelte Fachmarkt für Gartenbedarf / Tierfutter Kiebitzmarkt.

Karte 1: Lage von Dörpen und zentralörtliche Struktur



Legende

- Mittelzentrum
- Unterzentrum
- Samtgemeinde Dörpen

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2019

Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Dörpen

II. Relevante Angebotssituation

1. Angebotssituation in Dörpen

Im Juni 2019 wurden sämtliche Wettbewerber mit periodischen Sortimenten[9], der Sortimente Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren, Möbel, Matratzen sowie Haushaltswaren, Wohnaccessoires, Haus-/ Tisch- / Bettwäsche in der SG Dörpen aufgenommen. Zudem erfolgte eine Bestandsaufnahme wesentlicher Wettbewerber, insbesondere im periodischen Bedarf, im benachbarten Grundzentrum Lathen.

1.1 Angebotssituation im periodischen Bedarf

Im zentralen Versorgungsbereich halten Edeka- und der Markant-Supermarkt sowie die Discounter Lid und Aldi das umfangreichste Angebot an periodischen Sortimenten vor. Ergänzt wird das Angebot durch Rossmann, einen Kiosk, einen Getränkemarkt, einen ethnischen Lebensmittelmarkt, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Apotheken sowie Fachgeschäfte für Blumen. Insgesamt liegt im periodischen Bedarf eine Verkaufsfläche von ca. 6.150 m² vor, auf welcher ein Umsatz von ca. 21 – 22 Mio. € im vergangenen Jahr (ohne die Aldi-Filiale) erwirtschaftet wurde.

Tabelle 4: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in der Kernstadt

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Verkaufsfläche in m² (ca.-Werte)
Edeka	Supermarkt	Hauptstraße 16	2.200
Markant	Supermarkt	Hauptstraße 41	1.200
Lidl	Discounter	Hauptstraße 69	1.290
Rossmann	Drogeriemarkt	Hauptstraße 73	600

GMA-Erhebung 2019. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

1.2 Angebotssituation bei Möbeln und Hausrat

Im **Möbelsektor** ist das großflächige Möbelhaus Mc Clever (rd. 7.530 m² VK) in Gewerbegebietslage ansässig, welches ein vollsortimentiertes Angebot an Möbeln sowie den üblichen Randsortimenten, d. h. inkl. Bettwaren und Matratzen, führt. So entfallen rd. 300 m² auf Matratzen bzw. Bettwaren (Kissen, Decken) sowie ca. 60 m² auf Bettwäsche.

Der Sortimentsbereich **Wohnaccessoires, Glas / Porzellan / Keramik und Dekorationsartikel** verteilt sich auf das Möbelhaus und die Posten Börse in Gewerbegebietslage. Überschneidungen zeigen sich bei den sog. Randsortimenten der Lebensmittelmärkte (Edeka, Markant, Lidl, Aldi)

9 Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitungen / Zeitschriften.

bzw. des Rossmann Drogeriemarktes. Filialisierte Fachmarktkonzepte, welche in unmittelbarem Wettbewerb zum Dänischen Bettenlager stehen, sind in Dörpen nicht vertreten.

2. Angebotssituation in den Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen

In den Mitgliedsgemeinden beschränkt sich das Angebot auf kleinere Lebensmittelmärkte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks, wobei der NP Discounter in Walchum das umfangreichste Angebot an periodischen Sortimenten vorhält.

Tabelle 5: Strukturprägende Wettbewerber in den Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen mit periodischen Kernsortiment

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Verkaufsfläche in m² (ca.-Werte)
NP	Discounter	Walchum	670
nah + gut	Lebensmittelmarkt	Walchum	120
Spar	Lebensmittelmarkt	Dersum	210
Lebensmittel Jossen	Lebensmittelmarkt	Heede	200
nah + gut	Lebensmittelmarkt	Neubörger	220
Dorfladen	Lebensmittelmarkt	Wippingen	130

GMA-Erhebung 06 / 2019; ca.-Werte gerundet

In **Walchum** sind neben NP und dem kleinen nah + gut Markt ein Getränkemarkt, Tankstelleshop sowie eine Bäckerei ansässig. In **Heede** ergänzen eine Apotheke, Bäcker, ein Blumenfachgeschäft, sowie Tankstellenshop das Angebot. In **Lehe, Neu-Lehe** und **Kluse** ist jeweils eine Bäckereifiliale vorhanden. In **Neubörger** ist neben dem nah + gut Markt noch ein Tankstellenshop lokalisiert.

Fachmärkte, wie das Dänische Bettenlager oder ein Sonderpostenmarkt, sind in den Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen nicht angesiedelt.

3. Angebotssituation im Umland

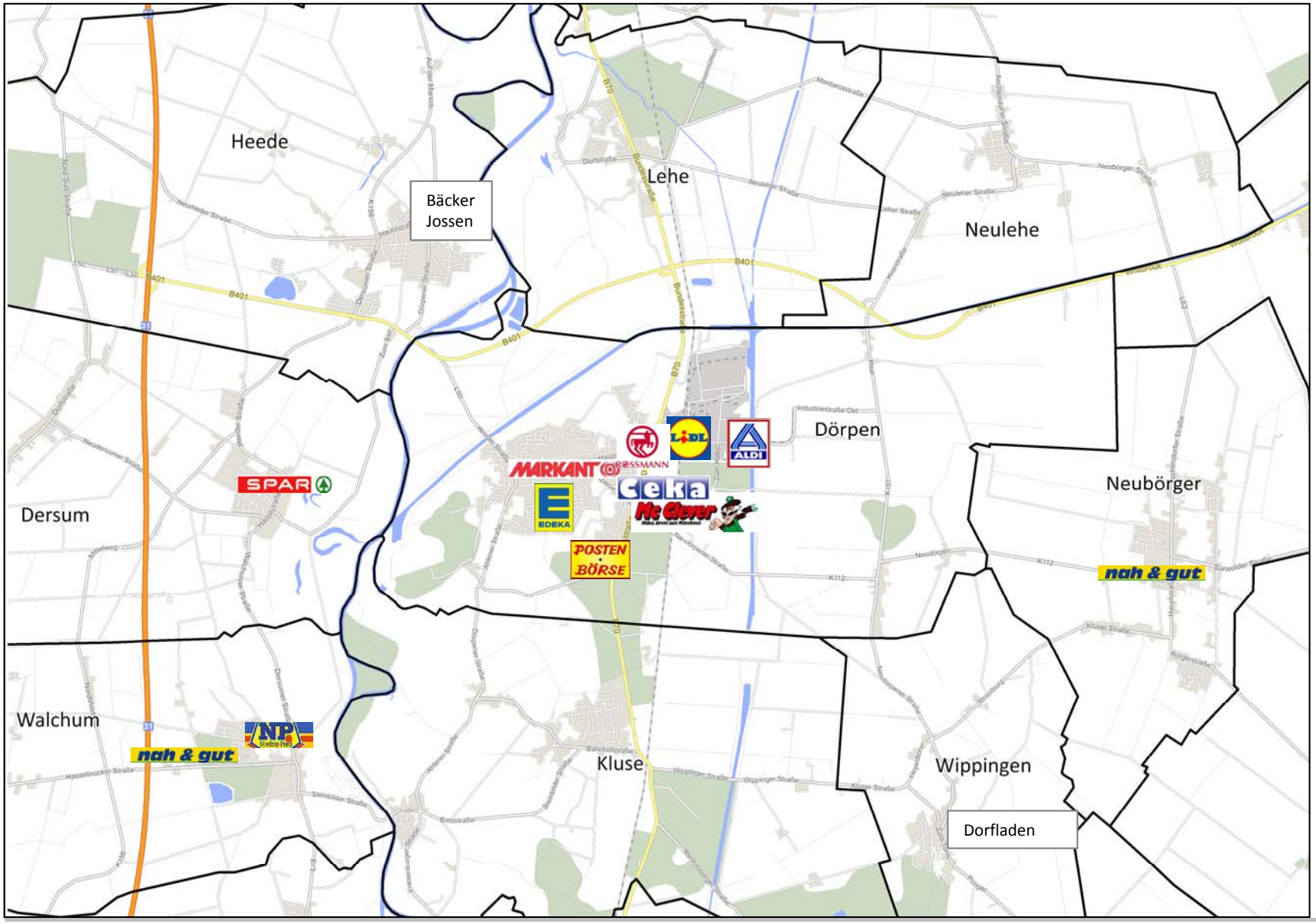
Als strukturprägende Betriebe mit periodischen Kernsortimenten sind in **Lathen** die Discounter Aldi, Lidl und Netto Marken-Discount, der Combi und der K+K Supermarkt sowie Rossmann hervorzuheben. Sämtliche Betriebe liegen in integrierter Lage, sind gut positioniert bzw. leistungsstark und übernehmen eine Versorgungsfunktion für Lathen und die Mitgliedsgemeinden der SG Lathen. Neben den Supermärkten und Discountern sind etliche kleinteilige Betriebe, v. a. Lebensmittelhandwerk vorhanden, sodass ein abgerundetes Angebot im Periodischen Bedarf in diesem Grundzentrum vorliegt.

Das Angebot wird durch etliche Betriebe mit aperiodischen Kernsortimenten ergänzt, wobei insbesondere der Baumarkt Schlichter in der Bahnhofstraße zu nennen ist. Dieser großflächige Baumarkt hält ein umfangreiches Angebot an Baumarktartikeln, aber auch bei Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren / Wohnaccessoires (rd. 400 m² Verkaufsfläche) vor.

Aus allen Mitgliedsgemeinden besteht eine gute und schnelle Erreichbarkeit der Einzelhandelsbetriebe im Kernort. Aufgrund der Nähe zum Grundzentrum Haren (Ems), welches über unterschiedliche Einkaufslagen verfügt, besteht eine ausgeprägte Einkaufsorientierung in Richtung Haren (Ems). In Haren (Ems) sind großflächige Formate nicht nur in der Innenstadt (u. a. Ceka, C&A, Posten Börse, Expert, Aldi) vertreten, sondern auch an den Verbundstandorten Brinkerweg (Edeka, Dänisches Bettenlager, Getränkemarkt) sowie am Rütenbrocker Weg (u. a. Aldi, Mäx).

Das Grundzentrum **Sögel** weist ebenfalls ein leistungsfähiges Angebot an Betrieben mit periodischen Kernsortimenten auf (Lidl, Aldi, Combi, Netto Marken-Discount, Rossmann). Auch hier ergänzen zahlreiche Betriebe des aperiodischen Bedarfs das Einzelhandelsangebot. So ist in der Ortsmitte am Markt ein leistungsstarker Verbundstandort mit Combi, Aldi, Rossmann, Kik, Schuh Mann, Takko, Posten Börse, Apotheke vorhanden. Bedingt durch die Nähe zum gut ausgestatteten Grundzentrum Werlte orientieren sich Verbraucher aus Sögel bereits in Richtung Werlte. Gerade bei Möbeln weist Werlte mit einem Möbelhaus und einer Filiale des Dänischen Bettenlager ein umfangreiches Angebot auf.

Karte 3: Wesentliche Wettbewerber im periodischen Bedarf in der SG Dörpen



Quelle: Kartengrundlage GfKGeomarketing, GMA-Bearbeitung 2019

III. Bewertung der raumordnerischen Ziele

1. Konzentrationsgebot

Zunächst ist zu bewerten, ob der Vorhabenstandort den Vorgaben des sog. „Konzentrationsgebotes“ entspricht.

> „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP-VO 2017, Kap. 2.3 Nr. 4)

Dörpen ist als Grundzentrum ausgewiesen; zum zentralen Siedlungsgebiet gehört der Kernort. Der zur Überplanung anstehende Standort befindet sich im zentralen Versorgungsbereich und damit innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines Zentralen Ortes, daher ist das Konzentrationsgebot erfüllt.

2. Integrationsgebot

Zur Bewertung des Integrationsgebotes ist zu klären, wie der Standortbereich einzuordnen ist.

> „Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren **Kernsortimente zentrenrelevant** sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 5)

> „Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.“
>
> Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht 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 zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert** der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
>
> b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeres Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“ (LROP, Kapitel 2.3 Nr. 6)

Die zur Überplanung und Neustrukturierung vorgesehenen Grundstücke liegen zentral zwischen der Haupt- und Mühlenstraße. Die Hauptstraße bildet die innerörtliche Hauptdurchgangsachse;

die Mühlenstraße erschließt ein Wohngebiet. Das Standortumfeld in der Hauptstraße wird durch eine Mischnutzung aus Einzelhandel, Dienstleistern, medizinische Praxen und Gastronomie geprägt. So sind im nahen Umfeld u.a. der großflächige Markant Supermarkt, das großflächige Cekakaufhaus, ein Schuhhaus, Apotheke angesiedelt. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurde der Standortbereich von Aldi als zentraler Versorgungsbereich eingestuft. Der Standortbereich ist städtebaulich integriert, das Integrationsgebot ist erfüllt.

Foto 1: Blick von der Mühlenstraße aus

Foto 2: Bestandsimmobilien

GMA 2019

3. Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot unterscheidet zwischen zentralörtlicher Einstufung und nach den Kernsortimenten eines Vorhabens, also zwischen periodischen und aperiodischen Sortimenten:

> „In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine **periodischen Sortimente** den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“
>
> „In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine **aperiodischen Sortimente** den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral).“
>
> „Eine 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.“

3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit **regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten** Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus

denen eine gleichmäßige Einkaufsorientierung zum Vorhaben zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen. Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Projektkonzeption (Sortiments- und Anbieterstruktur, Dimensionierung) und daraus zu erwartende Anziehungskraft des Vorhabens
- Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Dörpen bzw. in umliegenden Städten und Gemeinden.

Unter Berücksichtigung der o. g. Abgrenzungskriterien lässt sich für das Vorhaben im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

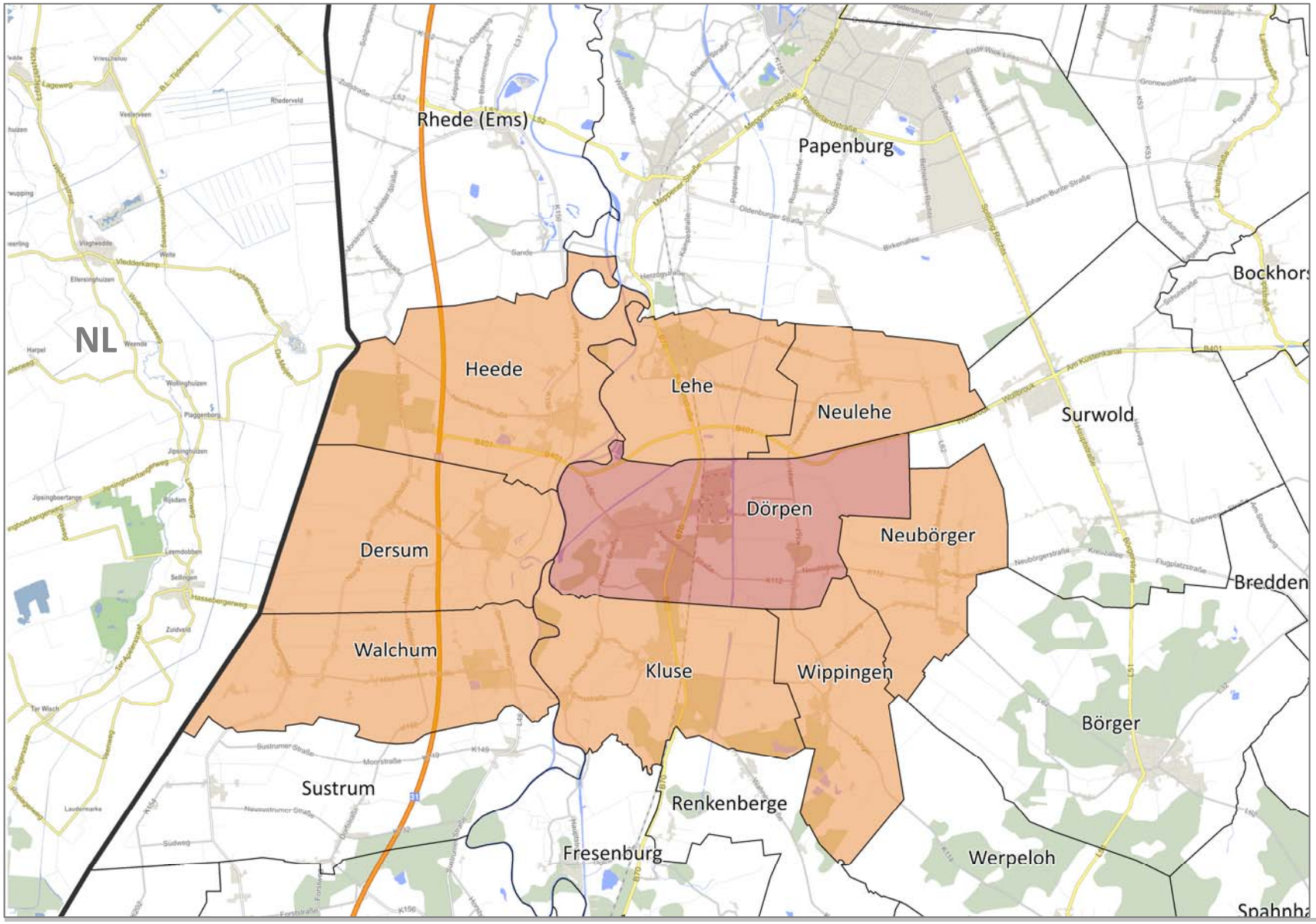
Zone I:	Dörpen	ca.	5.300 Einwohner
Zone II:	Dersum, Heede, Kluse, Lehe, Neubörger, Neulehe, Walchum, Wippingen	ca.	11.470 Einwohner
gesamt		**ca.**	**16.770 Einwohner**[10]

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für das Vorhaben wird wie folgt begründet:

- **Zone I** bezieht sich auf die Gemeinde Dörpen, wobei hier die höchste Marktdurchdringung des Vorhabens zu erwarten ist.
- **Zone II** des Einzugsgebietes wird durch die Mitgliedsgemeinde der SG Dörpen gebildet. Der seit langem ansässige Aldi-Discounter übernimmt für die SG Dörpen eine maßgebliche Versorgungsfunktion. Aufgrund der hohen Filialdichte von Netto-Marken-Discount wird diese Filiale primär auf Kunden aus der SG Dörpen ausgerichtet sein.

10 Quelle: Angaben der Stadtverwaltung Dörpen, Stand: 01.04.2019.

Karte 4: Das voraussichtliche Einzugsgebiet des Vorhabens



Legende

- Zone I
- Zone II

Quelle: Kartengrundlage GfKGeomarketing, GMA-Bearbeitung 2019

Eine weitere Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes ist wegen der spezifischen Wettbewerbssituation im Umland nicht zu erwarten. Die nächst gelegenen Grundzentren Lathen und Sögel verfügen über eigene leistungsfähige Versorgungsangebote. Auch die geplante Ansiedlung des Dänischen Bettenlagers wird nicht zu einer räumlichen Ausdehnung des Einzugsgebietes beitragen. So ist das Filialnetz des Dänischen Bettenlagers mit den Filialen in Meppen, Haren (Ems) und Papenburg bereits sehr dicht. Für Verbraucher aus Lathen bietet das Dänische Bettenlager in Haren (Ems) im direkten Verbund zu einem sehr stark frequentierten Edeka-Markt einen attraktiven Einkaufsstandort. Jedoch sind aufgrund der täglichen Pendlerbewegungen Umsätze mit Verbrauchern aus dem Umland zu erwarten, was in Form von Streuumsätzen berücksichtigt wird.

3.2 Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.035.[11]

Bezogen auf das konkrete Vorhaben betragen die Pro-Kopf-Ausgaben:

Tabelle 6: Relevante Pro-Kopf-Ausgabebeträge

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben in €
periodische Sortimente[1]	2.859
Sortimente des Sonderpostenmarktes	435
Möbel	395

1 Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften, Tiernahrung

GMA-Zusammenstellung 2019

Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Jahr 2018 in Dörpen bei 89,4 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (100,0 = Bundesdurchschnitt). Auch in allen Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen lag ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau[12] vor. Auf die beiden Zonen des Einzugsgebietes bzw. auf die unterschiedlichen Sortimente verteilt sich das Kaufkraftvolumen wie in Tabelle 6 dargestellt.

11 Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken; einschl. der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk.

12 Deersum: 96,4; Heede: 90,0; Kluse: 97,0; Lehe: 98,6; Neubörger: 89,0; Neulehe: 89,2; Walchum: 95,6; Wippingen: 91,2.

Tabelle 7: Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens

Sortiment	Zone I Dörpen	Zone II Mitgliedsgemeinden	Summe
	Kaufkraft in Mio. €		
periodische Sortimente[1]	13,5	30,6	44,1
Sonderposten	2,3	4,7	7,0
Möbel	1,9	4,2	6,1
gesamt	**17,7**	**39,5**	**57,2**

1 Nahrungs- / Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften, Tiernahrung

GMA-Berechnungen 06 / 2019; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

3.3 Umsatzprognose

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung der vorgesehenen Nutzungen wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.[13] Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß die Nutzungen in der Lage sind, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden. Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistungen lässt sich anhand des Marktanteilkonzeptes ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft der Nutzungen ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes generierten Umsätzen und dem jeweiligen Gesamtumsatz der Nutzungen.

Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden.

- Für die beiden **Lebensmitteldiscounter** wird ein Umsatz von **ca. 10,5 Mio. €** prognostiziert, davon ca. 6,2 Mio. € für die Aldi-Filiale und ca. 4,3 Mio. € für die Netto-Filiale. Diese Umsätze liegen deutlich über den mittleren Umsätzen pro Filiale von Aldi-Nord (rd. 4,7 Mio. €) und von Netto Marken-Discount (rd. 3,2 Mio. €). Damit handelt es sich um eine worst-case-Betrachtung. Für die Bäckerei-Filiale wird ein Umsatz von rd. 0,3 Mio. € (ohne Umsatz in der Gastronomie) prognostiziert.

13 In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. Unter anderem sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

- Für den Sonderpostenmarkt T€Di leitet sich ein Umsatz von ca. 0,9 Mio. € ab, welcher ebenfalls im Sinne einer worst-case-Betrachtung über dem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 0,5 – 0,6 Mio. € liegt.
- Bei Aldi und T€Di werden die Bestandsumsätze bei der späteren Ermittlung der Umsatzumverteilungen berücksichtigt.
- Bei **Möbeln** wird ein Umsatz von **rd. 1,5 Mio. €** abgeleitet, welcher ebenfalls über dem durchschnittlichen Filialumsatz von ca. 1,0 Mio. € liegt.

Tabelle 8: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

	Zone I			Zone II			Streu-umsatz	Umsatz Kern-sortiment	Umsatz Randsorti-mente	Umsatz gesamt
	Kaufkraft	Marktanteil	Umsatz	Kaufkraft	Marktanteil	Umsatz				
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Aldi	**13,5**	12	1,6	**30,6**	10	3,1	0,5	5,2	1,0	6,2
Netto		8	1,1		7,5	2,3	0,5	3,9	0,4	4,3
Bäcker		1	0,1		0,5	0,2	0,05	0,3	0,0	0,3
Summe		**21**	**2,8**		**18**	**5,5**	**1,1**	**9,4**	**1,4**	**10,8**
T€Di	2,3	15	0,3	4,7	10	0,5	0,1	0,9	-	0,9
Dänisches Bettenlager	1,9	20	0,4	4,2	18	0,7	0,2	1,3	0,2	1,5

GMA-Berechnungen 2019; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

3.4 Umsatzherkunft

Basierend auf den aus der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben wird das Kongruenzgebot wie folgt bewertet:

- Das Einzugsgebiet der Vorhaben bleibt auf das Grundzentrum Dörpen begrenzt. Ein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet wird nicht erschlossen, was insbesondere auf die Wettbewerbsstrukturen im Umland und die regionalen Einkaufsverflechtungen zurückzuführen ist. Bei der Umsatzprognose werden Streuumsätze u. a. durch Berufspendler berücksichtigt.
- Für die Betriebe mit periodischen und aperiodischen Sortimenten ist als Kongruenzraum die Samtgemeinde Dörpen ausschlaggebend. Bei all diesen Betrieben wird das Kongruenzgebot eingehalten.
- Der im LROP genannte Schwellenwert (mind. 70 % Umsatzanteil aus dem regionalplanerisch definierten Kongruenzraum) wird in allen Sortimenten nicht unterschritten. **Das Kongruenzgebot wird eingehalten.**

Tabelle 9: Umsatzherkunft der geplanten Nutzungen

Sortiment	Umsatz in Mio. €	Umsatz aus der SG Dörpen	
		in Mio. €	in %
Aldi	6,2	4,7	76
Netto Marken-Discount	4,3	3,4	79
Bäcker	0,3	0,29	85
T€Di	0,9	0,8	89
Möbel	1,5	1,8	74

GMA-Berechnungen 2019; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

4. Beeinträchtigungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Entwicklung, die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 8)

Für die Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes werden städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen in Dörpen und im Umland ermittelt.

4.1 Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Der über das Marktanteilkonzept errechnete Umsatz der Vorhaben wird gegenüber Wettbewerbslagen im Untersuchungsraum umverteilt. Bei der Bewertung der Umsatzumverteilungen wird zwischen Wettbewerbswirkungen und möglichen städtebaulichen Beeinträchtigungen unterschieden. Wettbewerbliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in deren Leistungsfähigkeit führen, **ein Konkurrenzschutz des bestehenden Einzelhandels ist nicht begründbar**. Entscheidend ist, ob sich die Ansiedlung, Erweiterung oder Umstrukturierung eines Vorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung auswirkt. Zur Ableitung möglicher städtebaulicher Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Orientierungswert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. Im Einzelfall sind jedoch auch Kriterien, wie die konkrete städtebauliche Situation möglicherweise betroffener zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen. Bei Umverteilungsquoten von unter 10 % können allerdings auch städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten, wenn z. B. ein Magnetbetrieb eines zentralen Versorgungsbereichs so stark geschwächt wird, dass daraus eine Betriebsaufgabe resultiert. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen. **Rein wettbewerbliche Auswirkungen sind nicht als Begründung zur Beschränkung von Verkaufsflächen heranzuziehen, es ist vielmehr auf potenzielle städtebauliche Auswirkungen abzustellen**.

4.2 Umsatzumverteilung der Lebensmittelmärkte

Da Aldi seit Langem am Vorhabenstandort mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² ansässig ist, wird der Bestandsumsatz (ca. 4,8 Mio. €) weiterhin gebunden werden, d.h. für die Vorhaben mit periodischem Kernsortiment (Aldi, Netto Marken-Discount, Bäcker) wird ein Umsatzzuwachs von

4,6 Mio. € ermittelt. Die daraus folgenden **Kaufkraftbewegungen** und **Umverteilungen** lassen sich der nachfolgenden Tabelle entnehmen:

Tabelle 10: Prognose der Umsatzumverteilung durch die Vorhaben mit periodischem Kernsortiment

Umverteilung	in Mio. €	in %
Kaufkraftbindung der bestehenden Filiale	**4,8**	
Umverteilungen ggü. Betrieben im ZVB Dörpen	3,4	15 – 16
Umverteilungen ggü. Betrieben in den Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen	1,2	5 – 6
Umsatz gesamt	**9,4**	**15 – 16**

GMA-Berechnungen 2019; ca.-Werte gerundet

5. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der Wettbewerbssituation und den Umsatzumverteilungen wird das Vorhaben mit Blick auf das Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewertet:

- Bei **periodischen Sortimenten** würden im Zuge der Umsetzung des Vorhabens Umsatzumverteilung von ca. 15 – 16 % in Dörpen ausgelöst werden. Diese betreffen in erster Linie strukturprägende Wettbewerber in der Ortsmitte (Edeka, Markant, Lidl, Rossmann). Auch wenn die Umsatzumverteilung über dem Schwellenwert von 10 % liegt, heißt dies nicht, dass tatsächlich funktionsstörende Auswirkungen daraus resultieren.

- Bezeichnend für diesen zentralen Versorgungsbereich ist, dass sämtliche Supermärkte, Discounter und Rossmann hier als Magnetbetriebe ansässig sind. Selbst wenn einer dieser Magnetbetriebe wegen der zu hohen Umsatzrückgänge schließen würde, wäre die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt. Dies hängt damit zusammen, dass mit einem Netto Marken-Discount ein weiterer Magnetbetrieb angesiedelt werden würde. Dennoch ist darauf hinzuweisen, dass unter den Magnetbetrieben der Markant Supermarkt, welcher in etwa auf Höhe des Vorhabenstandortes liegt, zu den eher schwächer frequentierten Betrieben gehört.

- Bezogen auf Aldi und Netto Marken-Discount liegt der Umsatz im **aperiodischen Randsortiment** bei ca. 0,2 – 0,3 Mio. € und verteilt sich auf eine Vielzahl von Betrieben, so alle Lebensmittelmärkte, Rossmann, Ceka, Kik Textildiscount.

- Hinsichtlich der T€Di Filiale ist zu berücksichtigen, dass diese Filiale auch seit langer Zeit am Standort ansässigist. Der zu erwartende Mehrumsatz liegt bei etwa 0,2 Mio. €, welcher sich ebenfalls auf die o. g. Betriebe in Dörpen verteilen wird.

- Zu beachten ist, dass es sich bei den ermittelten Umsätzen um relativ hohe Umsätze handelt. Sowohl die beiden Discounter als auch T€Di und eingeschränkt auch das Dänische Bettenlager (Randsortiment: Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Wohnaccessoires) überschneiden sich in ihren Sortimenten. Insofern werden diese Betriebe nicht die prognostizierte Umsatzgröße (worst-case-Betrachtung) erreichen, sondern gegenseitig abschwächen.

- Im Sortiment **Möbel ist in Dörpen** beziehen sich die Umsatzumverteilungen auf das Möbelhaus in Gewerbegebietslage, wobei eine Betriebsschließung nicht zu erwarten ist. Weitere Umsatzrückgänge gehen zu Lasten der Standorte in Papenburg, Meppen und Haren (Ems) mit entsprechenden Angeboten bzw. mit jeweils einer Filiale des Dänischen Bettenlagers. Auch hier werden keine Umsatzumverteilungen ausgelöst, welche die Funktionsfähigkeit der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche gefährden würden. Da das zentrenrelevante Randsortiment auch beim Dänischen Bettenlager begrenzt wird und damit nur eine sehr kleine Fläche einnimmt, sind keine Umsatzrückgänge im zentralen Versorgungsbereich von Dörpen mit negativen Folgewirkungen zu erwarten. Etwaige Umsatzrückgänge zu Lasten des Dänischen Bettenlagers in Haren (Ems) werden keine negativen städtebaulichen Folgen nach sich ziehen, da der dortige Standort nicht Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“ ist.

Das Beeinträchtigungsverbot wird für die Nutzungskomponenten eingehalten.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Dörpen und zentralörtliche Struktur	12
Karte 2:	Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	13
Karte 3:	Wesentliche Wettbewerber im periodischen Bedarf in Dörpen und in den Mitgliedsgemeinden	17
Karte 4:	Das voraussichtliche Einzugsgebiet des Vorhabens	21

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Projektkonzeption und Flächenbilanz der Discounter und Fachmärkte	6
Tabelle 2:	Einwohnerveränderung innerhalb der SG Dörpen	10
Tabelle 3:	Einwohnerveränderung der SG Dörpen im Vergleich	11
Tabelle 4:	Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in der Kernstadt	14
Tabelle 5:	Strukturprägende Wettbewerber in den Mitgliedsgemeinden der SG Dörpen mit periodischen Kernsortiment	15
Tabelle 6:	Relevante Pro-Kopf-Ausgabebeträge	22
Tabelle 7:	Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens	23
Tabelle 8:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	25
Tabelle 9:	Umsatzherkunft der geplanten Nutzungen	26
Tabelle 10:	Prognose der Umsatzumverteilung durch die Vorhaben mit periodischem Kernsortiment	28