



# Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Supermarktes in Barßel, Ortsteil Harkebrügge

---

**Auftraggeber:** Gemeinde Barßel

**Projektleitung:** Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Köln, am 18.12.2019

---

## **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: [office.koeln@gma.biz](mailto:office.koeln@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

## **Vorbemerkung**

Im Oktober 2019 erteilte die Gemeinde Barßel der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln den Auftrag, die Ansiedlung eines kleinen Supermarktes im Ortsteil Harkebrügge zu überprüfen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Niedersächsischen Landesamtes für Statistik (LSN), der MB Research, der Edeka Minden sowie der Auftraggeberin zur Verfügung. Zudem wurden im November 2019 eine Standortbesichtigung vorgenommen und die relevanten Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet von Barßel aufgenommen.

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

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Köln, den 18.12.2019  
KST-aw grc

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen</b>	<b>5</b>
1. Aufgabenstellung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Definitionen	6
<b>II. Standortbeschreibung und Standortbewertung</b>	<b>9</b>
1. Makrostandort Barßel	9
2. Mikrostandort	12
<b>III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft</b>	<b>16</b>
1. Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets des Vorhabens	16
2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale	17
<b>IV. Projektrelevante Angebotssituation</b>	<b>18</b>
1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Barßel	18
2. Angebotssituation in Friesoythe	19
<b>V. Auswirkungsanalyse</b>	<b>21</b>
1. Umsatzermittlung des Gesamtvorhabens	21
2. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	21
<b>VI. Abschließende Bewertung des Vorhabens</b>	<b>23</b>

## **I. Grundlagen**

### **1. Aufgabenstellung**

Im Ortsteil Harkebrügge ist die Ansiedlung eines Supermarktes mit einer Verkaufsfläche von knapp 800 m<sup>2</sup> zzgl. einer Bäckereifiliale von 23 m<sup>2</sup> auf einem unbebauten Grundstück in der Dorfstraße geplant. Der Bäckereifiliale ist ein gastronomischer Bereich von ca. 34 m<sup>2</sup> angegliedert. Als Betreiber ist Edeka vorgesehen. Mit dieser Ansiedlung soll die Versorgungsstruktur in Harkebrügge verbessert werden. Der kleine nah & gut-Markt wird nach Realisierung von Edeka nicht mehr weitergeführt.<sup>1</sup>

Im Frühjahr dieses Jahres wurde der Aufstellungsbeschluss für einen neuen Bebauungsplan gefasst, welcher ein Sondergebiet Einzelhandel für den Vorhabenstandort vorsieht.

Die vorliegende Analyse legt dar, welche städtebaulichen Auswirkungen infolge des Vorhabens zu erwarten sind. Somit muss geprüft werden, ob das Vorhaben wesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Barßel auslösen wird.

### **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:<sup>2</sup>

- „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,
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 Umwelt-einwirkungen 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.

---

<sup>1</sup> Angaben von Edeka.

<sup>2</sup> Baunutzungsverordnung (BauNVO), neugefasst am 21.11.2017 (BGBl. IS.3787)

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 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> 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. Definitionen

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.<sup>3</sup> Keine Verkaufsflächen sind Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

Als **Betriebstypen** im Lebensmitteleinzelhandel werden unterschieden:<sup>4</sup>

#### **Supermarkt:**

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel<sup>5</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

#### **Großer Supermarkt** [früher Verbrauchermarkt genannt, Anm. GMA]:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel<sup>6</sup> führt.

#### **SB-Warenhaus:**

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

#### **Discounter:**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufs-

<sup>3</sup> Definition gemäß EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2018, Köln 2018, S. 383.

<sup>4</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, Seite 397.

<sup>5</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>6</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

fläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, 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.

**LEH-Fachgeschäft:**

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

**Convenience Store:**

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

**Kleines Lebensmittelgeschäft:**

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu trennen. **Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“)** umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektro Großgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) differenziert<sup>7</sup>.

Die Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Mittel mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Durchschnitt lediglich ca. 2.100 Artikel vor. Mit einem Basis-Sortiment von ca. 1.500 Artikeln gehört Lidl zu den sortimentsseitig konzentrierteren Anbietern. Neben dem relativ schmalen Sortiment heben sich Lebensmitteldiscounter im Vergleich zu Vollsortimentern insbesondere durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie und einen hohen Anteil an Eigenmarken ab.

<sup>7</sup> vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2018, S. 383.

Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
<b>Food</b> (Nahrungs- und Genussmittel)	1.755	76	8.995	76	15.730	63
<b>Nonfood I</b> („Nearfood“) (Lebensmittelnah Sortimente; u. a. Drogeriewaren, Körper- pflege, Tiernahrung)	265	12	2.030	17	4.825	19
<b>Nonfood II</b> (Nichtlebensmittelsortimente; u. a. Textilien, Zeitungen / Zeit- schriften, Elektrowaren, Garten- bedarf, Pflanzen) Aktionswaren	275	12	805	7	4.450	18
<b>Sortimente insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>11.830</b>	<b>100</b>	<b>25.005</b>	<b>100</b>

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. Aus: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2018, S. 92

Außerdem werden bei Discountern wöchentlich wechselnde Aktionswaren angeboten, die zum einen aus dem Foodbereich stammen (z. B. Lebensmittelspezialitäten) und zum anderen aus dem Nonfood II-Segment (z. B. Textilien, Schuhe, Heimwerker-/Gartenbedarf, Haushaltswaren, Elektrokleingeräte). Auch bei Discountern liegt der **Umsatzschwerpunkt jedoch klar bei Nahrungs- und Genussmitteln**.

Da Lebensmitteldiscounter standardisierte, auch im Vergleich zwischen den Unternehmen praktisch austauschbare Sortimente aus wenigen, schnelldrehenden Produkten des Grundbedarfs haben und die Produkte generell einen niedrigen Warenwert (= Preis je Artikel) aufweisen, entwickeln diese Märkte nur **kurze räumliche Absatzreichweiten**. Hierbei ist die in Deutschland sehr hohe Dichte an Lebensmitteldiscountern zu berücksichtigen. Die Absatzradien, insbesondere von kleineren Einheiten, bewegen sich nur im Bereich weniger Kilometer bzw. innerhalb von höchstens 5 – 8 Minuten Pkw-Fahrzeit.

Bereits seit vielen Jahren stellen Discounter bei den deutschen Verbrauchern den **beliebtesten Betriebstyp unter den Lebensmittelmärkten** dar. Aktuell liegt ihr Marktanteil im Lebensmittel Einzelhandel (ohne Drogeriemärkte) bei ca. 45 – 46 %. Damit konnten Discounter ihre Marktposition im 10-Jahres-Vergleich nicht nur behaupten sondern sogar noch leicht ausbauen (2007: 43 – 44 %)<sup>8</sup>. Für Neubauten und Modernisierungen von Filialen werden seitens der Betreiber Verkaufsflächen zwischen ca. 1.000 und 1.500 m<sup>2</sup> als marktgerecht angesehen.

<sup>8</sup> Quelle: EHI handel aktuell 2018, 2008.



## II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

### 1. Makrostandort Barßel

Der Gemeinde Barßel ist die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums zugewiesen und übernimmt die Aufgabe, die Einzelhandelsausstattung für den täglichen Bedarf zu sichern und auszubauen. Die Gemeinde setzt sich aus dem Kernort mit ca. 2.450 Einwohnern und 12 Ortsteilen zusammen, welche größtenteils vom Kernort räumlich abgesetzt sind. Zu den größeren Ortsteilen zählen Elisabethfehn (ca. 3.100 Einwohner), Barßelermoor (ca. 2.400 Einwohner) und Harkebrügge (ca. 2.170 Einwohner). Bezeichnend für die Gemeinde ist eine deutliche Einwohnerzunahme in den letzten Jahren, wenngleich einzelne kleinere Ortsteile auch Einwohnerrückgänge verbuchten. Der Ortsteil Harkebrügge konnte eine Zunahme um 82 Personen verzeichnen.

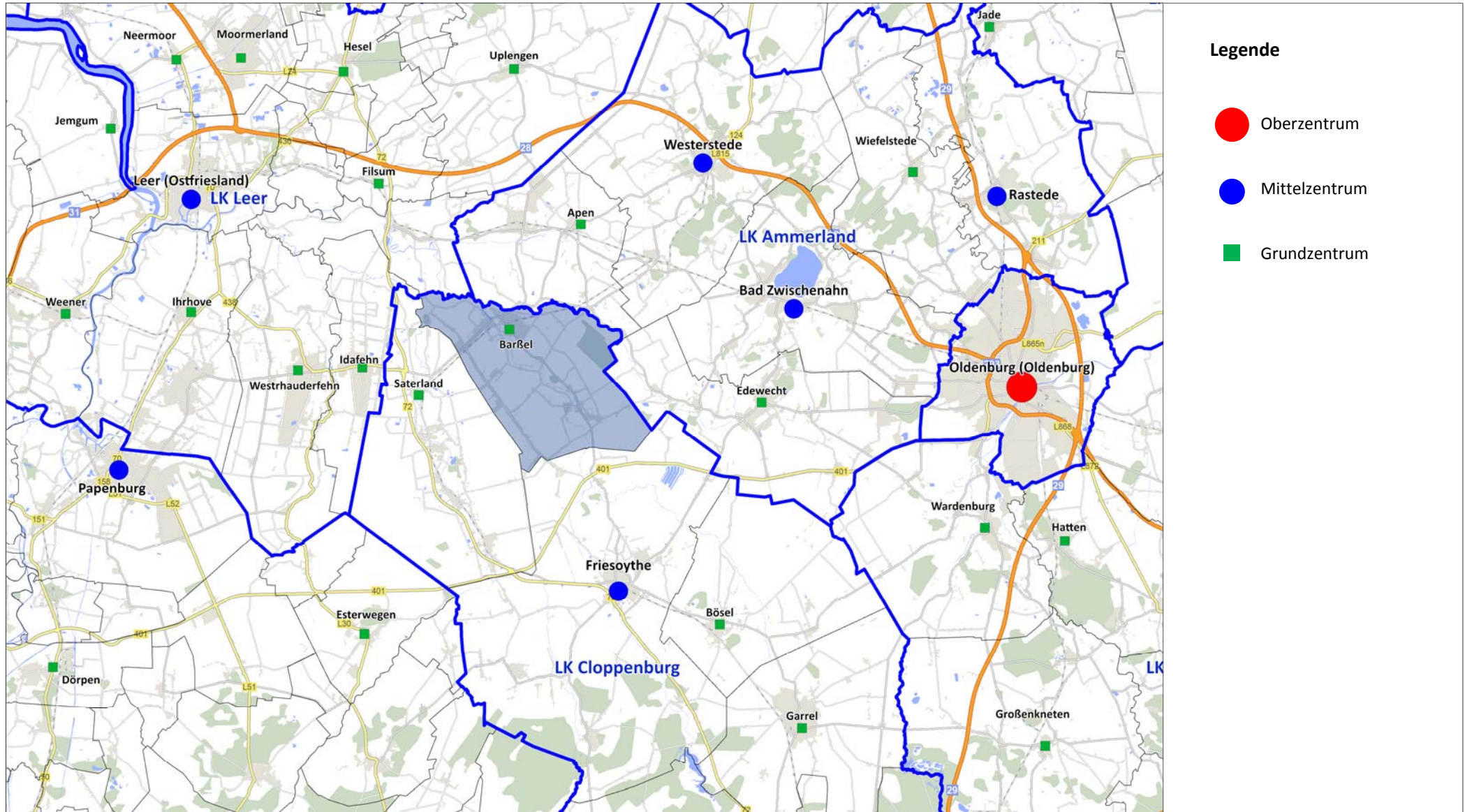
**Tabelle 2: Einwohnerveränderung in der Gemeinde Barßel nach Ortsteilen**

Daten	Einwohner		Veränderung 2014 / 2019	
	31.12.2014	27.11.2019	abs.	in %
Barßel	2.392	2.451	59	2,5
Barßelermoor	2.186	2.425	239	10,9
Carolinenhof	52	51	-1	-1,9
Elisabethfehn	3.067	3.120	53	1,7
Harkebrügge	2.091	2.173	82	3,9
Lohe	152	147	-5	-3,3
Loher Ostmark	60	56	-4	-6,7
Loher Westmark	103	86	-17	-16,5
Neuland	1.949	1.992	43	2,2
Neulohe	33	28	-5	-15,2
Osterhausen	16	14	-2	-12,5
Reekenfeld	586	599	13	2,2
Roggenberg	27	29	2	7,4
<b>Summe</b>	<b>12.714</b>	<b>13.171</b>	<b>457</b>	<b>3,6</b>

Quelle: Verwaltung Gemeinde Barßel

Im Vergleich zur sehr hohen Wachstumsrate im Landkreis Cloppenburg fiel das Wachstum in Barßel etwas geringer aus.

### Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



**Tabelle 3: Einwohnerveränderung von Barßel im Vergleich**

Daten	Einwohner		Veränderung 2014 / 2019	
	30.06.2014	30.06.2019	abs.	in %
Barßel	12.517	13.020	503	4,0
Bösel	7.536	8.124	588	7,8
Cappeln (Oldg)	7.121	8.280	1.159	16,3
Cloppenburg	33.115	35.175	2.060	6,2
Emstek	11.653	12.211	558	4,8
Essen (Oldg)	8.547	9.164	617	7,2
Friesoythe	21.585	22.413	828	3,8
Garrel	14.340	15.140	800	5,6
Lastrup	6.733	6.973	240	3,6
Lindern (Oldg)	4.672	4.864	192	4,1
Löningen	13.066	13.479	413	3,2
Molbergen	8.402	8.884	482	5,7
Saterland	13.094	13.725	631	4,8
<b>LK Cloppenburg</b>	<b>162.381</b>	<b>171.452</b>	<b>9.071</b>	<b>5,6</b>
<b>Niedersachsen</b>	<b>7.813.217</b>	<b>7.990.991</b>	<b>177.774</b>	<b>2,3</b>

Quelle: LSKN

Das Einwohnerwachstum der letzten Jahre in Barßel resultiert aus einem Wanderungsgewinn (+ 592 Personen), während die natürliche Bevölkerungsbilanz negativ ausfiel (- 151 Personen)<sup>9</sup>:

/// Geburten: 607 Sterbefälle: 758

/// Zuzüge: 4.277 Fortzüge: 3.685.

Für die Zukunft ist von einer positiven Einwohnerentwicklung durch Wanderungsgewinne auszugehen, zumal weitere Wohngebiete ausgewiesen werden bzw. bereits sind. Dies betrifft u.a. das Wohngebiet in Harkebrügge in Nähe zum geplanten Edeka-Markt (B-Plan Nr. 58) mit ca. 66 Bauplätzen. Geht man von einer durchschnittlichen Belegung von etwa 2,5 Wohneinheiten pro Baugrundstück aus, so entspricht dies etwa 160 – 170 Einwohnern. Aufgrund der hohen Wanderungsgewinne ist davon auszugehen, dass es sich um Zuzüge handeln wird.

In Barßel waren im vergangenen Jahr 3.500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte<sup>10</sup> registriert. In Relation zur Einwohnerzahl entspricht dies 270 Beschäftigten je 1.000 Einwohner. Der Beschäftigtenbesatz liegt damit deutlich unter dem Niveau im Landkreis Cloppenburg (388 Beschäftigte

<sup>9</sup> Zeitraum 2014 – 2018.

<sup>10</sup> Quelle: Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort, Stichtag: 30.06.2018, Bundesagentur für Arbeit.

je 1.000 Einwohner), d. h. Barßel ist eher ein Wohn- als ein Arbeitsplatzstandort. Dies zeigt sich auch in einem negativen Pendlersaldo (Einpendler: 1.997, Auspendler: 3.389).

Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich im Kernort auf die Ortsmitte. Im Rahmen einer Vor-Ort-Aufnahme wurden die Einzelhandelsbetriebe sowie sämtliche Nutzungen entlang der Langen Straße und angrenzender Straßenzüge aufgenommen. Aufgrund der faktischen Prägung findet sich die höchste Nutzungsdichte aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kreditinstituten, medizinischen Praxen und öffentlichen Einrichtungen (Rathaus, Kirche) zwischen der Filiale von Netto Marken-Discount bis hin zur Bahnlinie. Größter zusammenhängender Standort ist der Verbundstandort des K+K-Supermarktes mit Bäckereifiliale, einem Optiker, ernsting's family sowie dem Sonderpostenmarkt TEDi. Ferner sind im zentralen Versorgungsbereich Apotheken, Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer) sowie ein weiterer Optiker vertreten.

Der zentrale Versorgungsbereich ist bereits lang ausgedehnt, so dass das Fahrradgeschäft und das Modehaus in der Ammerländer Straße nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich gerechnet werden können. Zudem findet sich hier vielfach Wohnbebauung. Bedingt durch den Verlauf der Bahnlinie ergibt sich eine Zäsur, so dass die weiteren Standortbereiche von Lidl bzw. der Verbundstandort von Edeka und Aldi ebenfalls nicht zum zentralen Versorgungsbereich gerechnet werden können.

Weitere Einzelhandelsstandorte bestehen in der Friesoyther Straße und Am Krumme Kamp:

- /// Friesoyther Straße: Lidl-Discounter im Verbund mit dem Getränkemarkt Hoffmann
- /// Am Krumme Kamp: Verbundstandort des Aldi-Discounters mit Edeka (Bäcker, Blumen-geschäft in der Konzessionärszone), KIK-Discounter, Fachgeschäft für Schreibwaren.

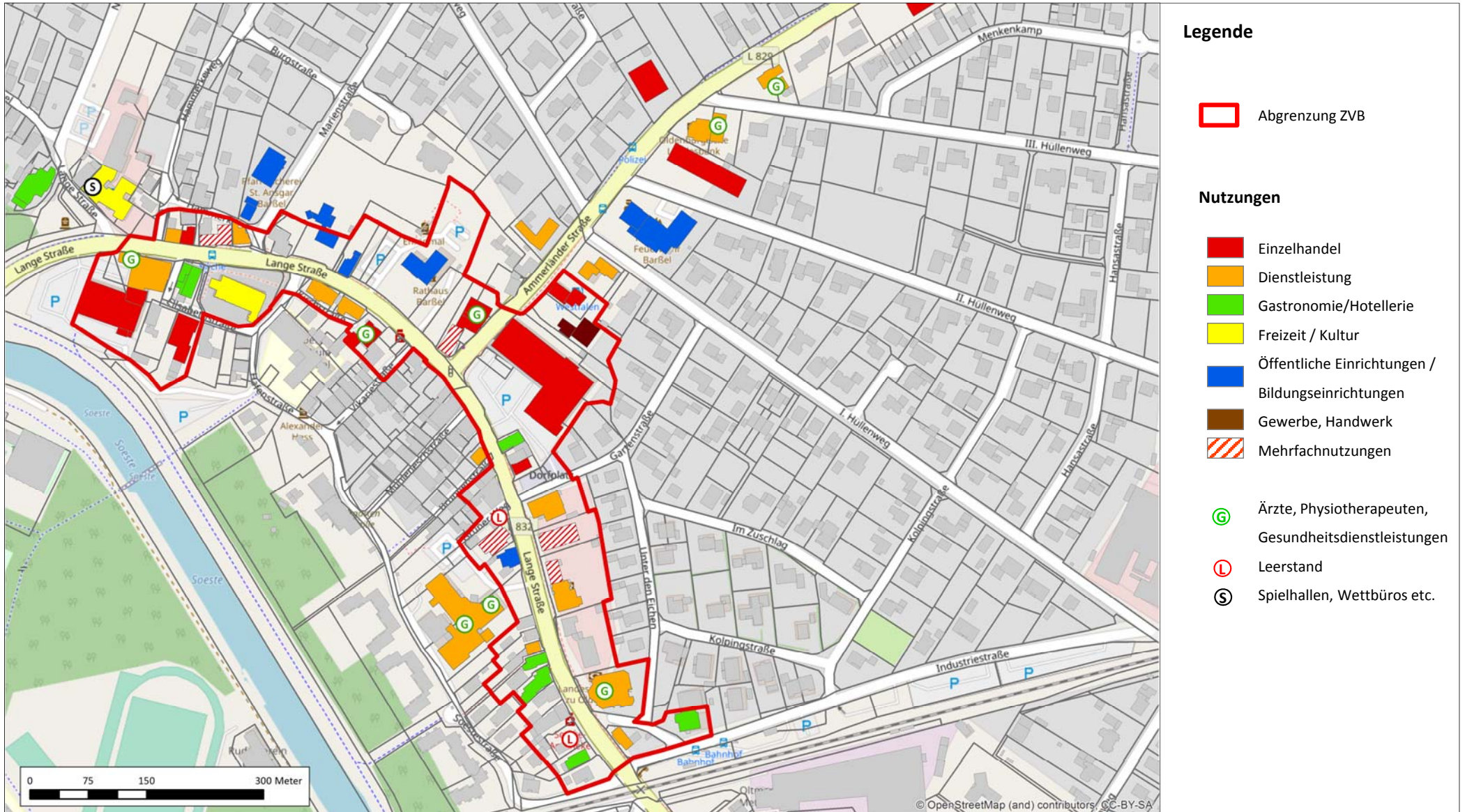
Darüber hinaus ist im Ortsteil Elisabethfehn ein Markant-Supermarkt mit Bäckereifiliale und in direkter Nähe eines Blumenfachgeschäftes hervorzuheben.

## **2. Mikrostandort**

Für den Supermarkt ist ein unbebautes Grundstück in Harkebrügge an der Hauptdurchgangsstraße „Dorfstraße“ vorgesehen.

Harkebrügge selbst besteht aus einem historisch gewachsenen Kern entlang der Dorfstraße bis etwa zur Kirche und verschiedenen Wohngebieten östlich der Dorfstraße, u. a. Kettelerstraße, Schüttenberg, Kornblumenweg, Rosenweg, Am Karlsberg. Zwischen diesen beiden Bereichen erstrecken sich landwirtschaftliche Flächen. Auf einem Teilbereich dieser Flächen ist der Edeka-Standort vorgesehen, welcher direkt an das dortige Wohngebiet angrenzen wird. Perspektivisch ist vorgesehen, im nördlichen Bereich des geplanten Supermarktes weitere Wohnbebauung zu entwickeln.

**Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte**



In unmittelbarer Nähe zum Vorhaben befinden sich ein Fachgeschäft für Blumen, eine inhabergeführte Metzgerei sowie der nah & gut-Markt Am Karlsberg in Ecklage zur Dorfstraße.

Auf der westlichen Seite der Dorfstraße ist das Neubaugebiet geplant, so dass die lange Siedlungsstruktur etwas verdichtet wird.

**Foto 1:** gegenüberliegende Wohnhäuser

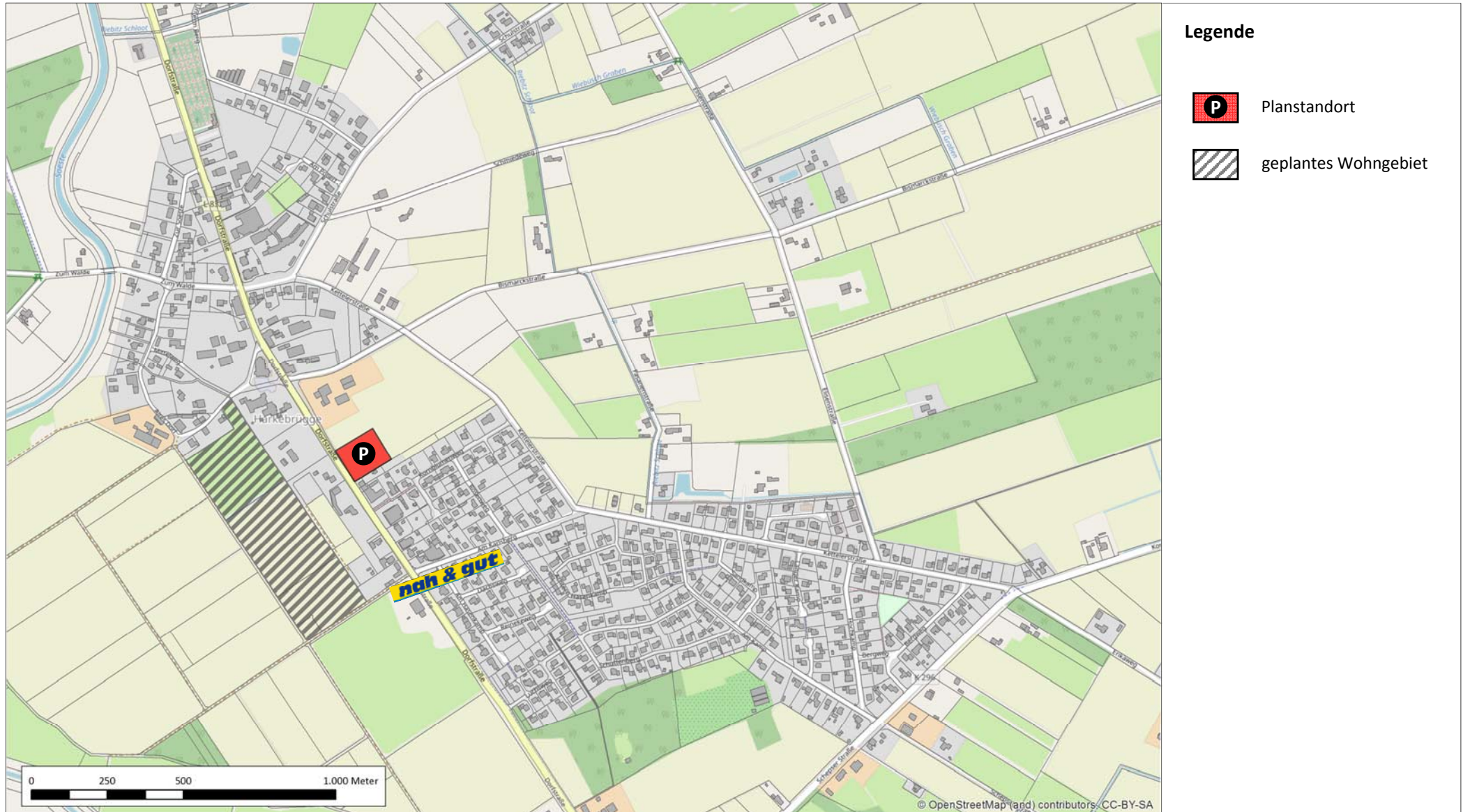


**Foto 2:** landwirtschaftliche Fläche entlang der Dorfstraße



GMA-Aufnahmen 2019

### Karte 3: geplanter Standort in Harkebrügge



### **III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft**

#### **1. Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets des Vorhabens**

Die Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebiets stellt die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und die Kaufkraft für den Lebensmitteldiscounter dar. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen. Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens mit ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wurden in erster Linie folgende Punkte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Größe, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// Erreichbarkeit des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation in Barßel (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungsstarker Lebensmittelmärkte)
- /// Filialnetz des Betreibers
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte.<sup>114</sup>)

Aufgrund der angestrebten Größe des Supermarktes handelt es sich um einen sog. Nahversorger, welcher schwerpunktmäßig auf die ortsansässige Wohnbevölkerung bzw. angrenzende kleinere Ortsteile der Gemeinde Barßel ausgerichtet ist. Das Einzugsgebiet beschränkt sich auf Harkebrügge und die kleinen nahe gelegenen Ortsteile Lohe, Loher Westmark und Reekenfeld mit ca. 3.000 Einwohner.

Weitere Nachfrageverflechtungen, bedingt durch Pendler, Touristen, werden in Form von Streuumsätzen berücksichtigt.

---

<sup>11</sup> Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.



## 2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ländereinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

**ca. 6.035 €.**<sup>12</sup>

Bezogen auf das Vorhaben, dessen Kernsortiment auf den periodischen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften, Tiernahrung) entfällt, beträgt die Pro-Kopf-Ausgabe

**ca. 2.859 €.**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist das lokale Kaufkraftniveau<sup>13</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Barßel bei 82,3 (Bundesdurchschnitt = 100,0) und ist damit unterdurchschnittlich. Im periodischen Bedarf ist im Einzugsgebiet des Vorhabens ein Kaufkraftvolumen von ca. 7,1 Mio. € p. a. vorhanden.

---

<sup>12</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>13</sup> Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

## IV. Projektrelevante Angebotssituation

### 1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Barbel

In Barbel sind folgende strukturprägende Anbieter im zentralen Versorgungsbereich vorhanden:

- /// **K+K** (Supermarkt), ca. 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Verbundlage mit Bäckerei, TEDi, ernsting's family, Optiker, exponierter Standort in der Ortsmitte
- /// **Netto Marken-Discount** (Lebensmitteldiscounter), ca. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, stark frequentiert.

Neben Netto und K+K wird das Angebot im periodischen Bedarf in der Ortsmitte durch Bäckerei-Filialen, zwei Apotheken sowie eine Fleischerei ergänzt. Insgesamt liegt im zentralen Versorgungsbereich in Betrieben mit periodischem Kernsortiment eine Verkaufsfläche von ca. 2.350 m<sup>2</sup> vor. Auf dieser Verkaufsfläche wird ein Umsatz von ca. 9 – 10 Mio. € im periodischen Bedarf erzielt.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind ein Supermarkt und zwei Lebensmittel-Discounter angebotsbestimmend:

- /// **Edeka** (Supermarkt), ca. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Verbundlage, stark frequentierter Vollsortimenter mit Bäckerei-Filiale inkl. kleiner Gastronomie in der Vorkassenzone
- /// **Aldi** (Lebensmitteldiscounter), ca. 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Verbundlage mit Edeka, sehr leistungsfähig
- /// **Lidl** (Lebensmitteldiscounter), ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Verbund mit Getränkemarkt Hoffmann.

Neben den Großflächen (Lidl, Edeka, Aldi) sind ein Getränkemarkt (ca. 350 m<sup>2</sup> VK), die Fachabteilung für Obst, Gemüse einer Gärtnerei (ca. 200 m<sup>2</sup> VK) in der Ammerländer Straße sowie die Konzeptionäre im Edeka-Markt zu nennen. Insgesamt liegt eine Verkaufsfläche von ca. 4.740 m<sup>2</sup> vor, der Umsatz wird mit ca. 19 – 20 Mio. € p. a. beziffert.

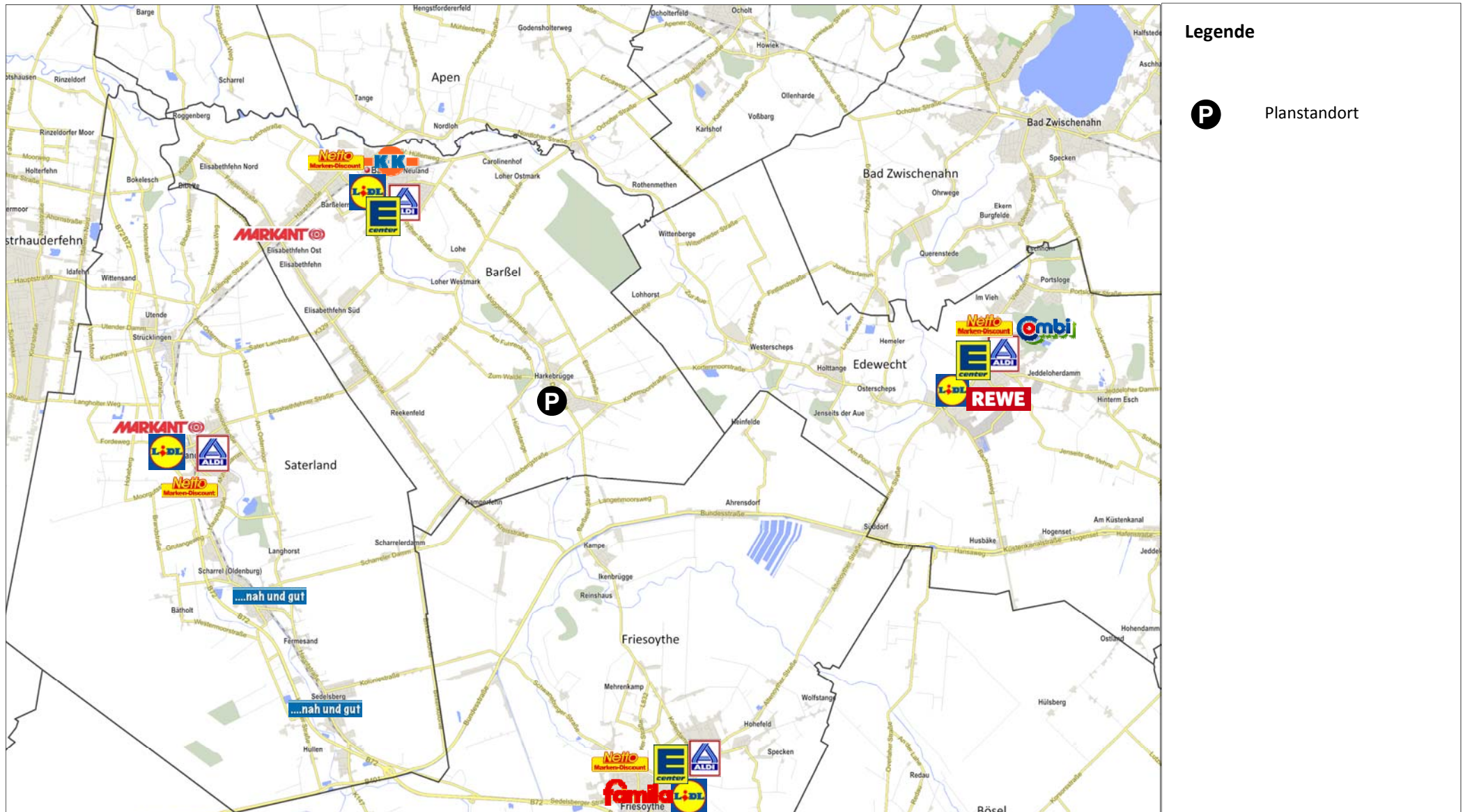
In **Elisabethfehn** ist ein Markant-Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 900 m<sup>2</sup> im Kreuzungsbereich Hauptstraße / Friesenstraße in direkter Nachbarschaft zu einem Blumenfachgeschäft ansässig. Zudem sind eine Bäckereifiliale, eine Fleischerei, ein weiteres Blumenfachgeschäft sowie ein Tankstellenshop in Elisabethfehn lokalisiert. Die Verkaufsfläche liegt insgesamt bei ca. 1.200 m<sup>2</sup>, auf welcher ein Umsatz von ca. 4 – 5 Mio. € p. a. erwirtschaftet wird.

## **2. Angebotssituation in Friesoythe**

Bezeichnend für das Mittelzentrum Friesoythe ist ein umfangreiches Angebot an großflächigen und sehr leistungsfähigen Formaten mit periodischen Kernsortimenten. Insbesondere sind die großen Supermärkte familia (ca. 3.000 m<sup>2</sup> VK) und E-Center (2.550 m<sup>2</sup> VK) hervorzuheben. Zusätzlich sind die leistungsstarken Discounter, Aldi, Lidl und Netto Marken-Discount hier ansässig. Auch die Drogeriemärkte sind mit einem Müller-Drogeriemarkt und einer Rossmann-Filiale stark vertreten. Der Umsatz dieser großflächigen Betriebe wird auf ca. 35 – 36 Mio. € im periodischen Bedarf geschätzt.

Bedingt durch die Nähe und dieser leistungsstarken Formate, welche in Barßel nicht vertreten sind, ergeben sich Kaufkraftabflüsse, insbesondere aus Harkebrügge, nach Friesoythe.

**Karte 5: Wettbewerb im Umland**



## V. Auswirkungsanalyse

Die potenzielle Umsatzleistung des Vorhabens wird anhand des **Marktanteilkonzepts** berechnet. Dieses stellt dem relevanten Angebot im Untersuchungsraum das für das Einzugsgebiet errechnete Nachfragevolumen (Kaufkraft) gegenüber. Allerdings lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen zu. Mit der Frage, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und welche Folgen die Erweiterung für die vorhandenen Wettbewerber hat, setzt sich dann die Betrachtung der Umsatzumverteilungen auseinander. Im Anschluss daran werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsbezogenen Wirkungen analysiert.

### 1. Umsatzermittlung des Gesamtvorhabens

Da der kleine nah & gut-Markt nur ein begrenztes Angebot aufweist und nach der Ansiedlung des Edeka-Supermarktes schließen wird, kann die geplante Edeka-Filiale einen hohen Marktanteil aus Harkebrügge generieren. Folgende Umsatzprognose lässt sich das Vorhaben mit ca. 799 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:<sup>14</sup>

**Tabelle 4: Umsatzerwartung im periodischen Bedarf**

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone I	7,1	30	2,1
Streuumsatz			1,0
<b>Insgesamt</b>			<b>3,1</b>

GMA-Berechnungen 2019

Bei einer Verkaufsfläche von ca. 799 m<sup>2</sup> führt Edeka kaum Nonfoodsortimente, diese machen nur einen sehr geringen Anteil von unter 0,1 Mio. € aus.

### 2. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Zur Beurteilung eventueller Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen infolge des Vorhabens sind die Umsatzumverteilungen zu betrachten, die das Vorhaben bei bestehenden Anbietern in städtebaulich besonders geschützten Versorgungslagen und auch an integrierten Standorten mit Nahversorgungsfunktion auslösen wird.

<sup>14</sup> Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

- / In Harkebrügge selbst werden das Blumengeschäft und die Metzgerei nicht von Umsatzrückgänge betroffen sein, da im geplanten Edeka-Markt keine Blumen geführt werden und keine Verkaufstheken für Fleisch- und Wurstwaren vorgesehen ist.
  
- / Bezogen auf die Betriebe im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte werden Umsatzumverteilungen in erster Linie zu Lasten der Netto-Filiale und des K+K Supermarktes gehen, wohingegen die Spezialanbieter und Betriebe des Lebensmittelhandwerks nicht betroffen sein werden. Die Umverteilung von ca. 5 – 6 % bedingt nicht die Aufgabe dieser Frequenzbringer, d.h. es resultieren daraus keine städtebaulich nachteiligen Wirkungen.
  
- / An weiteren Standorten in Barßel werden Umsatzrückgänge von ca. 1,8 – 1,9 Mio. € bzw. 9 – 10 % erwartet. Eine nachhaltige Beeinträchtigung dieser sehr leistungsstarken Betriebe (Edeka, Aldi, Lidl) und damit negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten.
  
- / In Elisabethfehn erreichen die Umsatzverluste nur einen sehr geringen Umfang von ca. 0,1 Mio. € bzw. 2 – 3 %, woraus keine nachteiligen Wirkungen resultieren.
  
- / Zu Lasten der großflächigen Betriebe in Friesoythe gehen ca. 0,6 – 0,7 Mio. €, was ebenfalls keine nachteiligen Auswirkungen nach sich ziehen wird.

**Zusammenfassend sind in Folge des geplanten Nahversorgers von Edeka keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten.** Die Leitbetriebe der Grundversorgung, das strukturelle Gefüge und auch die künftigen Entwicklungsmöglichkeiten der Gemeinde Barßel werden durch die Planungen von Edeka nicht gefährdet. Vielmehr dient das Vorhaben dazu, die Grundversorgung in Harkebrügge langfristig zu sichern.

**Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben**

	in Mio. €
▪ Umsatzumverteilung im zentraler Versorgungsbereich Barßel	0,4 -0,5
▪ Umsatzumverteilung an sonstigen Standorten in Barßel	1,8 – 1,9
▪ Umsatzumverteilung in Elisabethfehn	0,1
▪ Umsatzumverteilung in Friesoythe	0,6 – 0,7
▪ <b>Umsatz erweiterte Filiale</b>	<b>2,9 – 3,2</b>

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

## VI. Abschließende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen		
<b>Vorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Standort im Ortsteil Harkebrügge</li> <li>/// Edeka mit ca. 799 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zzgl. Bäckereifiliale</li> </ul>	
<b>Rechtsrahmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>	
<b>Rahmenbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// <b>Barßel:</b> Grundzentrum, ca. 13.020 Einwohner</li> <li>/// <b>Einzelhandelsstrukturen:</b> zentralen Versorgungsbereich mit den Magnetbetrieben K+K, Netto Marken-Discount, Lebensmittelhandwerk, Apotheken, Fachgeschäfte, Dienstleister, medizinische Praxen, öffentliche Einrichtungen, Gastronomie</li> </ul>	
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// <b>Einzugsgebiet</b> mit rd. 3.000 Einwohnern</li> <li>/// Kaufkraft im periodischen Bedarf von ca. 7,1 Mio. €</li> <li>///</li> </ul>	
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// <b>Gesamtumsatz:</b> ca. 3,1 Mio. € in periodischem Bedarf, zzgl. ca. 0,1 Mio. € in aperiodischem Bedarf.</li> </ul>	
<b>Umsatzumverteilung</b>		<b>in Mio. €</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Umsatzumverteilung im zentraler Versorgungsbereich Barßel</li> </ul>	0,4 -0,5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Umsatzumverteilung an sonstigen Standorten in Barßel</li> </ul>	1,8 – 1,9
	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Umsatzumverteilung in Elisabethfehn</li> </ul>	0,1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>/// Umsatzumverteilung in Friesoythe</li> </ul>	0,6 – 0,7
	<b>Umsatz</b>	<b>2,9 – 3,2</b>

GMA-Zusammenstellung 2019

**Fazit:** Keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen.

<b>Verzeichnisse</b>	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage von Barßel und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	10
Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	13
Karte 3: Geplanter Standort in Harkebrügge	15
Karte 4: Wesentliche Wettbewerber in Barßel und im Umland	20
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten	8
Tabelle 2: Einwohnerveränderung in der Gemeinde Barßel nach Ortsteilen	9
Tabelle 3: Einwohnerveränderung von Barßel im Vergleich	11
Tabelle 4: Umsatzerwartung im periodischen Bedarf	21
Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	22
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: gegenüberliegende Wohnhäuser	14
Foto 2: landwirtschaftliche Fläche entlang der Dorfstraße	14