



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Rossmann Drogeriemarkts in Barßel - Vorabexemplar -

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Köln, den 31.05.2023

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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 im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: GMA eigenes Foto



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

Niederlassung Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 0221 / 989438-0 / Fax 0221 / 989438-19
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im April 2023 erteilte die Gruben-Raming GmbH & Co. KG der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag, die Ansiedlung einer Filiale des Drogeriemarkts Rossmann am Standort Am Krumme Kamp 1 - 11 in Barßel zu bewerten.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch das Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Barßel und in den Umlandgemeinden 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 Mai 2023 wurde der für dieses Vorhaben relevante Wettbewerb in Barßel und im Umland erfasst. Die Grundlage zur Einstufung des zentralen Versorgungsbereichs in Barßel bildet das Einzelhandelskonzept von 2022.

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 31.05.2023
KST KOF

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage	5
2. Rechtsrahmen	6
3. Definitionen, ausgewählte Marktdaten und Sortimente des Vorhabens	7
4. Makrostandort Barßel	9
5. Mikrostandort	11
II. Relevante Angebotssituation	13
1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme	13
2. Angebotssituation im periodischen Bedarf	13
3. Angebotssituation bei Bekleidung und Schuhen	14
III. Bewertung der raumordnerischen Ziele	16
1. Konzentrationsgebot	16
2. Integrationsgebot	16
3. Kongruenzgebot	16
3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens	16
3.2 Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	18
3.3 Umsatzprognose	18
3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes	20
4. Beeinträchtungsverbot	20
4.1 Wettbewerbliche Wirkungen	21
4.2 Bewertung des Beeinträchtungsverbot	22

I. Grundlagen

1. Ausgangslage

Seit langem werden die Filialen von Aldi, Edeka, Schuh Mann und Kik sowie von weiteren Fachgeschäften an einem Verbundstandort an der Friesoyther Straße / Am Krumme Kamp betrieben. Nun soll ergänzend ein Rossmann Drogeriemarkt mit ca. 725 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden, hierfür soll die bestehende Ladeneinheit von Kik geteilt und durch einen Anbau im rückwärtigen Bereich erweitert werden. Die Verkaufsfläche von Kik wird sich durch den Anbau von derzeit ca. 580 m² auf dann ca. 741 m² erhöhen. Der Edeka-Markt ist bereits im Jahr 2016 auf 1.942 m² (inkl. Konzessionäre) erweitert worden.

Die Immobilie liegt im Geltungsbereich des qualifizierten Bebauungsplans Nr. 81, welcher ein sonstiges Sondergebiet (SO) nach § 11 BauNVO festsetzt. Zulässig sind Verbrauchermärkte mit einer Verkaufsfläche bis max. 1.540 m² VK, Lebensmitteldiscountmärkte bis max. 1.110 m², Textildiscounter bis max. 660 m² und sonstige Einzelhandelsbetriebe bis max. 620 m². Die Überschreitung der Verkaufsfläche um 442,5 m² für Edeka wurde in 2016 durch eine Befreiung von den Festsetzungen des Bebauungsplans genehmigt.¹ Mit ca. 1.942 m² Verkaufsfläche liegt der erweiterte Edeka-Markt² ca. 40 m² unterhalb der zulässigen Größe (Summe: 1.540 m² + 442,5 m² = 1.982,5 m²).

Zur Ansiedlung eines Drogeriemarkts und zur Erweiterung des Textildiscounters ist eine Änderung des Bebauungsplans erforderlich. Da es sich um eine Einzelhandelsagglomeration und damit um ein Einzelhandelsgroßprojekt handelt, sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen zu untersuchen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Fragen zu beantworten bzw. folgende Punkte zu bearbeiten:

- Bewertung der Grundvoraussetzungen zur Planung
 - Bewertung des Sortimentscharakters des Ansiedlungsvorhabens
 - Bewertung des Makrostandortes Barßel und des Mikrostandortes Am Krumme Kamp
- Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebiets sowie Berechnung des sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenzials
- Darstellung und Bewertung der wesentlichen projektrelevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum
- Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen
 - Berechnung der Umsatzprognose und Umsatzherkunft auf Grundlage des Marktanteilkonzeptes
 - Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
 - Bewertung möglicher städtebaulicher oder versorgungsstruktureller Auswirkungen.

¹ Befreiungsbescheid des Landkreises Cloppenburg (Kreisbauamt) vom 14.02.2016

² Inkl. Eingangsbereich, Vorkassenzzone und Konzessionäre; Angaben der Firma Edeka, Mai 2023

2. Rechtsrahmen

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

- „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 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 Gemeinde oder in anderen Gemeinden, 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 Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was lt. Rechtsprechung bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.⁴
2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die **Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar**. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen

³ Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786), die durch Artikel 3 des Gesetzes vom 4. Januar 2023 (BGBl. 2023 I Nr. 6) geändert worden ist.

⁴ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

3. Definitionen, ausgewählte Marktdaten und Sortimente des Vorhabens

Als **Verkaufsfläche** (VK) 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.⁵ Keine Verkaufsflächen sind Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.

Drogeriemärkte und **Textildiscounter** sind zunächst dem Betriebstyp Fachmarkt zuzuordnen:

*„Ein **Fachmarkt** ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich die Fachmärkte als Drogeriemarkt, Baumarkt, Tapetenmarkt etc.“⁶*

Es ist anzumerken, dass – abweichend von der Definition des EHI – die Verkaufsfläche von Fachmärkten auch unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit liegen kann. Der geplante Drogeriemarkt wird sich in der vorliegenden Planung tendenziell unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche bewegen. Für die Einordnung eines Vorhabens als Fachmarkt kommt es jedoch nicht primär auf das Überschreiten der Verkaufsflächengröße von 800 m² an, sondern vielmehr auf das Vorhandensein der sonstigen in der EHI-Definition genannten Merkmale.

Wie keine andere Branche im deutschen Einzelhandel hat die Drogeriebranche mit der Insolvenz des langjährigen Marktführers Schlecker 2012 eine Zäsur erfahren, die bis heute nachwirkt. So ist insbesondere in ländlichen Gebieten ein deutlich ausgedünntes Standortnetz vorzufinden, welches dazu führt, dass in vielen kleineren und mittleren Kommunen aktuell kein qualifiziertes Angebot vorhanden ist. Seitdem ist ein starker Expansionsdrang der verbliebenen Wettbewerber zu beobachten, welcher sich jedoch auf Städte über 10.000 Einwohner konzentriert.

Die Branche verzeichnete in den vergangenen Jahren starke Zuwächse; zwischen 2013 - 2021 hat sich die Zahl der Drogeriemärkte auf ca. 5.005 bzw. um + 30 % erhöht.⁷ Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren über den Lebensmitteleinzelhandel, Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt.

Ein Blick auf die Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen zeigt, dass ca. 45,3 % des Umsatzes auf Drogeriemärkte entfällt, ca. 33,1 % auf den Lebensmitteleinzelhandel bzw. ca. 21,6 % auf sonstige Vertriebslinien (vgl. Abbildung 1). Die Drogeriemärkte konnten ihren

⁵ Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2019, Köln 2019, S. 399.

⁶ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022, Seite 374.

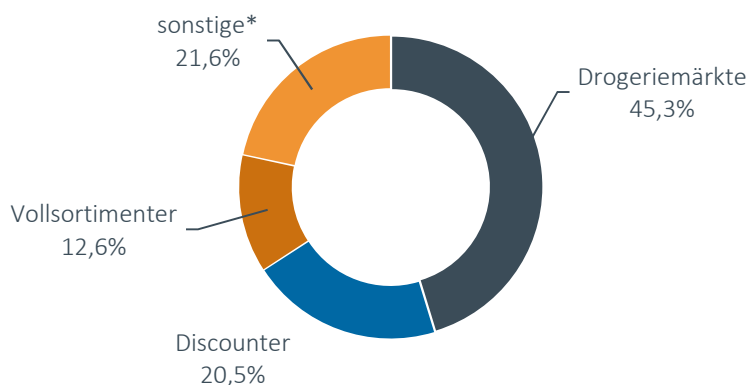
⁷ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022, S. 121.

Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren weiter ausbauen. Während dm, ROSSMANN und Müller weiter kräftig expandieren und so im Wettbewerb stärker werden, verlieren die Lebensmittel-vollsortimenter Marktanteile. Etwas besser haben sich die Lebensmitteldiscounter am Markt positioniert, die zuletzt ihre Marktanteile wieder leicht ausbauen konnten.

Bei Drogeriemärkten treten in Deutschland zwei Typen auf. Zum einen gibt es Drogeriemärkte bis ca. 800 m² VK (Betreiber dm, Rossmann Budnikowsky), die etwa 80 % ihres Gesamtumsatzes mit dem Drogeriewaren-Kernsortiment und ca. 20 % mit Randsortimenten erzielen. Als Filialisten bieten die Anbieter standardisierte Sortimente an, deren Artikel in allen Filialen des Vertriebsgebiets erhältlich sind. Der Betreiber Müller dagegen profiliert sich durch seine i. d. R. großflächigen Drogeriemärkte mit mehreren Sortimentsschwerpunkten, welche nach Art eines Kleinkaufhaus zusätzlich zum Drogeriewaren-Kernsortiment noch umfangreiche Fachsortimente von Multimedia, Schreib- und Spielwaren sowie Haushaltswaren / Geschenkartikeln führen.

Zum **Kernsortiment** eines Drogeriemarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte. Alle in Deutschland agierenden Drogeriemärkte verkaufen auch Lebensmittel (Süßwaren, Babykost), Tiernahrung, Gesundheitsortimente und Foto-waren in unterschiedlichem Umfang. In Abhängigkeit vom Betreiber wird das Kernsortiment durch Randsortimente ergänzt, darunter z. B. Getränke, Tabakwaren, Hauswäsche, Kinder- und Babybekleidung, Unterwäsche, Strumpfwaren, Kurzwaren, Elektroartikel, Schmuck, Uhren, Brillen, Schreib- und Spielwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Dekorationsartikel usw.

Abbildung 1: Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform



*sonstige Vertriebslinien u. a. Parfümerien, Apotheken, Kauf- und Warenhäuser. Quelle: Statista 2018; GMA-Darstellung 2023

Der Betreiber dm ist weiterhin Marktführer unter den deutschen Drogeriemärkten (vgl. Tabelle 1). Der Wettbewerbsdruck unter den verbliebenen Drogeriemarktfilialisten hält weiter an und auch der Lebensmitteleinzelhandel hat das Drogeriegeschäft als Wachstumsfeld auserkoren. Die Handelsgruppen Edeka und Budnikowsky agieren seit 2017 gemeinsam um in neue Absatzgebiete zu expandieren.⁸

⁸ Lebensmittelzeitung (LZ) Ausgabe 3 vom 18. Januar 2019, S. 4.

Drogeriemärkte in einer Dimensionierung von 600 bis 800 m² VK benötigen (je nach Betreiber) ein **Einzugsgebiet von ca. 10.000 bis 20.000 Einwohnern**. Als Standorte kommen neben 1-a und 1-b Innenstadtlagen und Einkaufszentren auch Fachmarktstandorte in verkehrsgünstigen Lagen in Frage.

Tabelle 1: Die größten Drogeriemarkunternehmen in Deutschland

Daten	dm	ROSSMANN	Müller	BUDNI-KOWSKY
Filialen	2.069	2.232	572	187
Umsatz in Mrd. € (brutto)	9,0	7,9	3,1	0,5
durchschnittliche Filialgröße in m ²	631	603	1.318	526
Flächenproduktivität* in Euro/m ²	6.855	5.822	3.888	5.370
Artikelzahl	12.500	21.400	bis 190.000	25.000

*: brutto, inkl. Online-Umsätze

GMA-Zusammenstellung 2023 auf Grundlage unterschiedlicher Quellen

Bei dem geplanten Drogeriefachmarkt mit ca. 725 m² Verkaufsfläche in Barßel handelt es sich demnach um einem klassischen Drogeriemarkt, welcher überwiegend Drogeriewaren anbietet und Randsortimente in deutlich untergeordneter Größenordnung führt.

Das **KiK-Sortiment** umfasst außer Bekleidung noch im untergeordneten Umfang Haushaltswaren, Geschenkartikel, Heimtextilien, Spiel- und Schreibwaren, Accessoires, Drogerie und Parfümerie, Lederwaren Süßwaren und Heimtierbedarf. KiK gehört zu den Fachdiscountern, die generell als ein klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb definiert werden.

Hinsichtlich des Wettbewerbs konkurrieren diese Märkte mit ähnlichen strukturierten Betrieben und in Teilen auch mit den Randsortimentsabteilungen von bspw. Lebensmitteldiscountern, die vergleichbare Produkte in ähnlichen Preiskategorien anbieten. Weiterhin siedeln sie sich meist im Umfeld anderer Einzelhandelsbetriebe an und nutzen deren Kundenfrequenz. Demnach gelten sie als sog. Frequenznutzer, nicht als Frequenzbringer, da sie in der Regel auch keine eigenständige überörtliche Bedeutung entfalten.

4. Makrostandort Barßel

In der Gemeinde Barßel leben aktuell 13.830 Einwohner.⁹ Die Gemeinde wird aus dem Kernort (ca. 2.450 Einwohner) und 12 Gemeindeteilen gebildet, welche größtenteils vom Kernort räumlich abgesetzt sind. Zu den größeren Gemeindeteilen mit jeweils über 2.000 Einwohnern zählen Elisabethfehn, Barßelermoor und Harkebrügge.

Nach Angaben des Statistischen Landesamtes leben in Barßel 13.503 Einwohner. Um die Einwohnerentwicklung der letzten Jahre im Vergleich zu anderen Kommunen einordnen zu können, werden die Daten des Statistischen Landesamtes verwendet. In den letzten fünf Jahren konnte Barßel über 600 Einwohner hinzugewinnen, die Wachstumsrate lag etwas unter dem Niveau im Landkreis Cloppenburg, aber deutlich über dem Vergleichswert in Niedersachsen.

⁹ Quelle: Angaben der Gemeinde Barßel, Bestandsstatistik, Stichtag 24.04.2023.

Die Zunahme¹⁰ im Zeitraum 2017 – 2022 resultierte aus einem Wanderungsgewinn (+517 Einwohner), während mehr Sterbefälle als Geburten zu verzeichnen waren (- 87 Einwohner).

Tabelle 2: Einwohnerveränderung der Gemeinde Barßel im Vergleich

Daten	Einwohner		Veränderung 2017 / 2022	
	30.06.2017	30.06.2022	abs.	in %
Barßel	12.880	13.503	623	4,8
Bösel	7.844	8.731	887	11,3
Cappeln (Oldg.)	7.989	8.745	756	9,5
Cloppenburg	34.454	36.778	2.324	6,7
Emstek	12.021	12.501	480	4,0
Essen (Oldg)	8.890	9.102	212	2,4
Friesoythe	22.220	22.961	741	3,3
Garrel	14.792	15.687	895	6,1
Lastrup	6.943	7.563	620	8,9
Lindern (Oldg.)	4.779	5.101	322	6,7
Löningen	13.303	13.801	498	3,7
Molbergen	8.576	9.453	877	10,2
Saterland	13.542	14.347	805	5,9
LK Cloppenburg	168.233	178.273	10.040	6,0
Niedersachsen	7.962.523	8.114.837	152.314	1,9

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen.

Die positive Einwohnerentwicklung dürfte sich auch in den nächsten Jahren fortsetzen, zumal verschiedene große Wohngebiete in Elisabethfehn und Barßelermoor geplant sind. Nach Berechnungen der Verwaltung können etwa ca. 500 zusätzliche Einwohner in den nächsten Jahren erwartet werden, was einem Kaufkraftvolumen von ca. 1,5 Mio. € für periodische Sortimente entspräche.

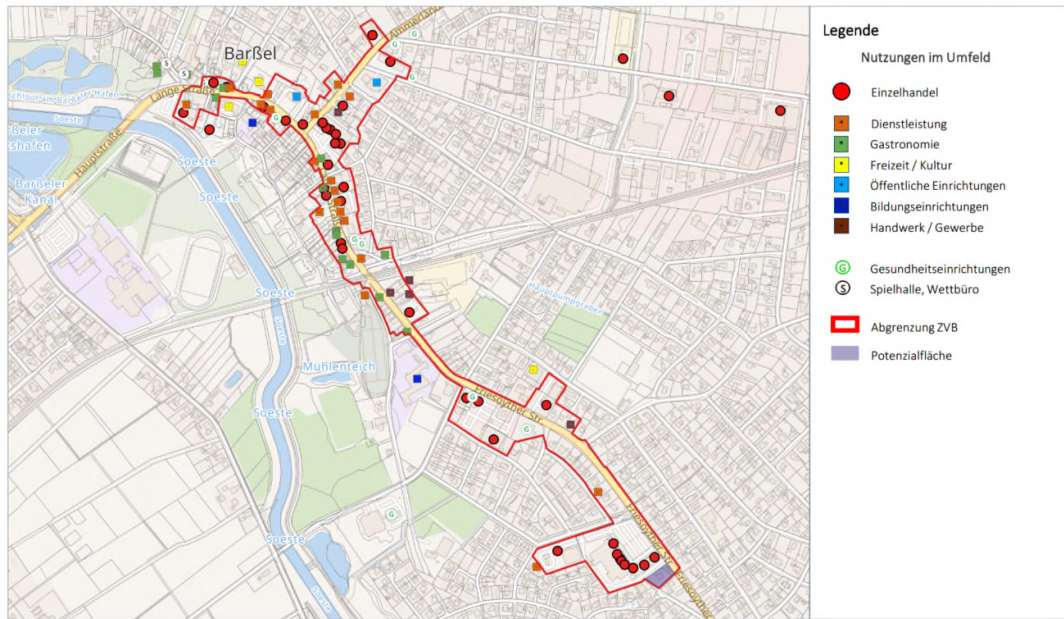
Im vergangenen Jahr waren in Barßel **3.592 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** (ohne Freiberufler, Beamte) am Arbeitsort registriert.¹¹ In Relation zur Einwohnerzahl entfielen 270 Beschäftigte auf 1.000 Einwohner. Die geringe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort zeigt sich in einer hohen Auspendlerzahl, den 2.088 Einpendlern standen 3.698 Auspendler gegenüber (Saldo: - 1.610 Beschäftigte). Der hohe Auspendleranteil ist insofern für den Einkaufsstandort Barßel von Bedeutung, da Einkäufe oftmals auf der Fahrt von und zu der Arbeit erledigt werden.

Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes 2022 wurde die Ortsmitte als **zentraler Versorgungsbereich** ausgewiesen. Der Planstandort befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, auch die Erweiterungsfläche ist bereits als Potenzialfläche dargestellt.

¹⁰ Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen.

¹¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2021.

Abbildung 2: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Barßel



Quelle: © OpenMapTiles © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2022

5. Mikrostandort

Bei dem Standort handelt es sich um einen Verbundstandort, welcher an der Hauptdurchgangsachse Friesoyther Straße liegt. Die Zufahrt erfolgt über die Erschließungsstraße Am Krumme Kamp, welche die benachbarten Wohngebiete an die Friesoyther Straße anbindet. Das L-förmige Fachmarktzentrum umfasst die Magnetbetriebe Edeka Eilers und Aldi, Schuh Mann und Kik. Das Angebot wird ergänzt durch eine Bäckerei und ein Blumengeschäft in der Vorkassenzone von Edeka, einen Handyladen und ein Sanitätshaus.

Die Konzeption des Eigentümers sieht die Umstrukturierung der bisherigen Kik-Mietung vor, die durch einen Anbau im hinteren Bereich erweitert und zweigeteilt werden soll.



Planstandort, derzeit belegt durch Kik



Edeka, Am Krumme Kamp



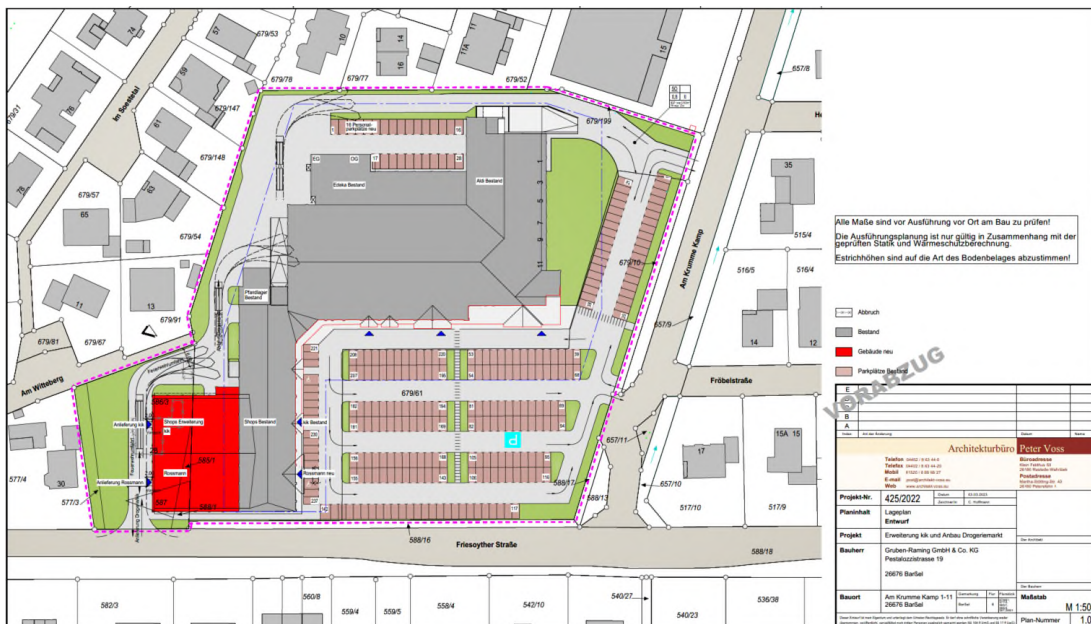
Zufahrt von Am Krumme Kamp

Bushaltestelle Am Krumme Kamp, Friesoyther Straße

GMA-Fotos Mai 2023

Die fußläufige und Fahrraderreichbarkeit aus umliegenden Wohngebieten ist durch straßenbegleitende Fuß- und Radwege gewährleistet. Eine ÖPNV-Anbindung wird unweit des Planstandorts durch die Bushaltestelle „Am Krumme Kamp“ im Kreuzungsbereich mit der Friesoyther Straße hergestellt, so dass die Erreichbarkeit auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen sichergestellt ist.

Abbildung 3: Lageplan



Quelle: Fa. Gruben-Raming GmbH & Co. KG, Barßel

II. Relevante Angebotssituation

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Im Mai 2023 wurden die für das Vorhaben relevanten Wettbewerber in Barßel, Apen und Saterland erhoben. Hierzu zählen Betriebe, welche Sortimente des periodischen Bedarfs (Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Nahversorger, Bäcker, Fleischer, Fachgeschäfte, Apotheken) führen, sowie Bekleidungs- und Schuhanbieter. Die Bestandsaufnahme bezog sich auf die zentralen Versorgungsbereiche Ortsmitte Barßel, Augustfehn (Apen) und Ramsloh (Saterland) sowie auf die Lebensmittelbetriebe bzw. relevanten Wettbewerber in den angrenzenden Stadtquartieren.

2. Angebotssituation im periodischen Bedarf

In der **Ortsmitte Barßel** sind neben den Anbietern Edeka und Aldi am Planstandort auch Filialen von Lidl, Netto Marken-Discount und dem Supermarkt K+K ansässig, ergänzt durch Getränke Hoffmann, eine Apotheke, Kioske und Betriebe des Lebensmittelhandwerks (vier Bäckereien, eine Fleischerei) und eine Tankstelle. Der bereits in 2016 erweiterte Edeka-Markt stellt mit ca. 1.942 m² (inkl. Konzessionäre) den größten Magnetbetrieb in der Ortsmitte dar. Ein Drogeriemarkt ist seit der Schließung von Ihr Platz (vormals Lange Straße 31) nicht mehr vorhanden, das Angebot wird nur über die Randsortimente der Supermärkte und Discounter abgebildet. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf beträgt ca. 6.590 m², auf der ein Umsatz von ca. 27 – 28 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte, davon ca. 2,3 Mio. € im Bereich Drogeriewaren.

An **sonstigen Standorten in Barßel** sind jeweils ein kleinerer Supermarkt und ergänzende, kleinteilige Anbieter (v. a. Lebensmittelhandwerk, Floristik, Tankstellenshops) in Elisabethfehn (Markant) und Harkenbrügge (Edeka) vorhanden, welche überwiegend der Nahversorgung vor Ort dienen und das Hauptzentrum von Barßel entlasten. Auch hier werden Drogeriewaren primär über die Randsortimente der Supermärkte angeboten. Die Verkaufsfläche an diesen Standorten beläuft sich in der Summe auf ca. 1.930 m². Der Umsatz im periodischen Bedarf dürfte bei ca. 9 – 10 Mio. € liegen, davon ca. 0,8 Mio. € bei Drogeriewaren.

Im **zentralen Versorgungsbereich Augustfehn** in Apen, welcher sich im Bereich Mühlenstraße, Hauptstraße und Stahlwerkstraße befindet, stellen Edeka, Aldi und Lidl die strukturprägenden Magnetbetriebe dar, außerdem ist ein Rossmann Drogeriemarkt vorhanden. Das Angebot wird ergänzt durch Lebensmittelhandwerk, Tabakwaren, Floristik, ein kleines Fachgeschäft für Tiernahrung und eine Apotheke. Auch hier ist auf einen Tankstellenshop hinzuweisen. Der bestehende Rossmann Drogeriemarkt ist sehr leistungsfähig, zumal das Zentrum Augustfehn auch Kunden aus Barßel anspricht. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf beträgt ca. 4.870 m², auf der ein Umsatz von ca. 24 - 25 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte. Davon entfallen ca. 5,0 Mio. € auf den Bereich Drogeriewaren.

Der **zentrale Versorgungsbereich Ramsloh** in der Gemeinde Saterland ist durch die Lebensmitteldiscounter Aldi, Netto Marken-Discount und Lidl und den Markant Supermarkt geprägt. Der Getränkemarkt Getränke-Star, eine Apotheke, Bäckereien, ein Kiosk und ein Tankstellenshop runden das Angebot ab. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf liegt bei ca. 4.960 m², der Umsatz dürfte bei ca. 21 - 22 Mio. € liegen, davon ca. 2,3 Mio. € bei Drogeriewaren.

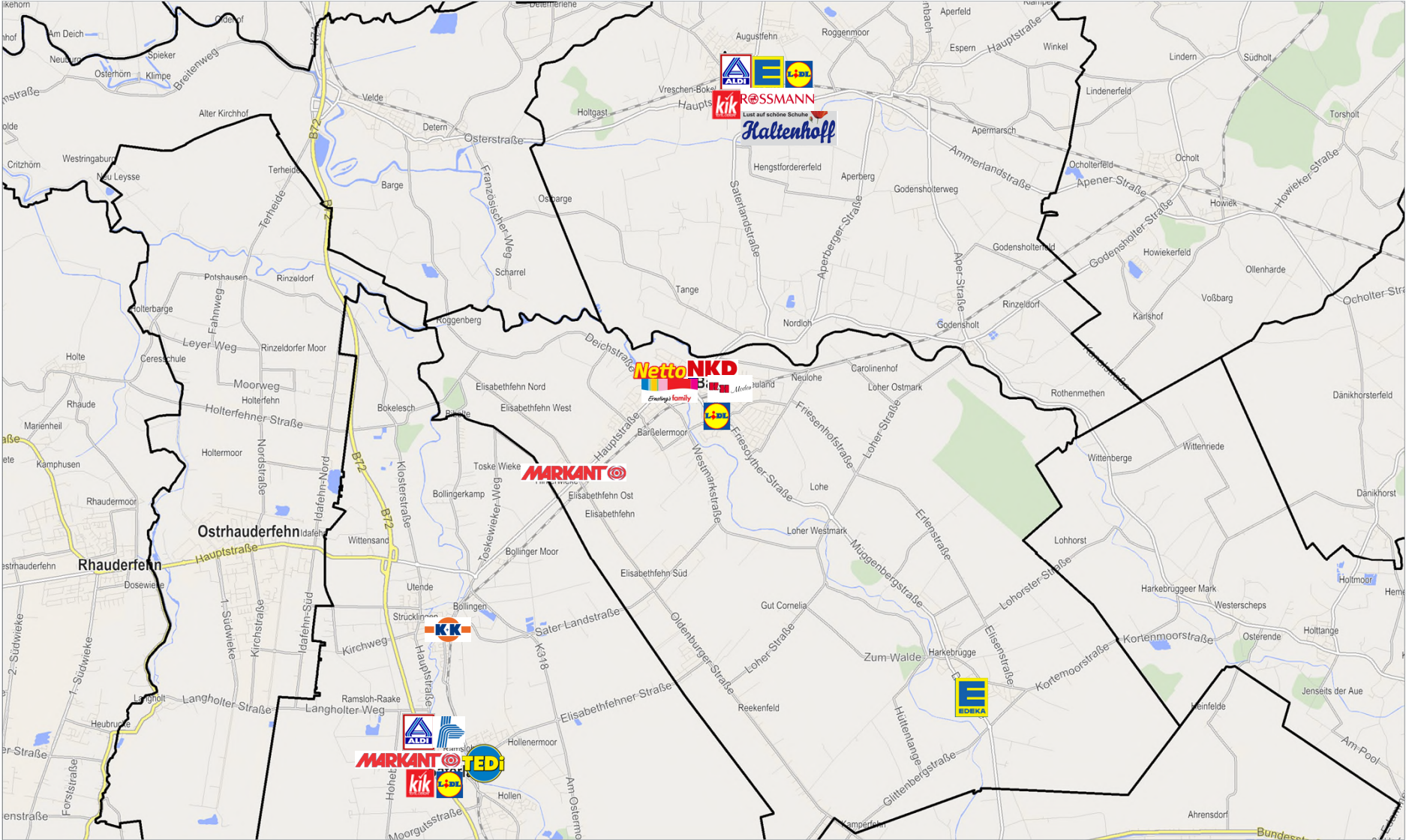
An **sonstigen Standorten im Untersuchungsraum** ist insbesondere auf K+K in Strücklingen (Gemeinde Saterland) hinzuweisen, hier sind außerdem zwei Bäckereien und zwei Fleischereien ansässig. In Ramsloh ist außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs eine größere Blumenhandlung anzutreffen. Die Verkaufsfläche an diesen Standorten beläuft sich in der Summe auf ca. 1.560 m². Der Umsatz im periodischen Bedarf dürfte bei ca. 4 - 5 Mio. € liegen, davon ca. 0,3 Mio. € bei Drogeriewaren.

3. Angebotssituation bei Bekleidung und Schuhen

In der **Ortsmitte Barßel** sind neben Kik und Schuh Mann (am Planstandort) auch Ernstings family und NKD vertreten, der Schwerpunkt liegt im niedrigpreisigen Segment. Nördlich der Ortsmitte, an der **Ammerländer Straße**, ist mit H&H Moden auf knapp über 800 m² Verkaufsfläche der größte Modeanbieter im Untersuchungsraum vorhanden, welcher eher dem mittelpreisigen Preis- und Markengenre zuzuordnen ist.

Im **ZVB Ramsloh** sind eine Damenboutique und eine Filiale von Kik ansässig, eine weitere Filiale von Kik befindet sich im ZVB Augustfehn. **Schuhgeschäfte** sind im Untersuchungsraum hingegen nicht zu finden.

Karte 1: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2023

III. Bewertung der raumordnerischen Ziele

1. Konzentrationsgebot

Zunächst ist das Konzentrationsgebot zu prüfen.

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP 2017, 2.3.04)

In Barßel ist ein Grundzentrum ausgewiesen, der Standort des Vorhabens ist Bestandteil des zentralen Siedlungsgebietes. **Das Konzentrationsgebot wird durch das Vorhaben eingehalten.**

2. Integrationsgebot

Zur Bewertung des Integrationsgebotes ist zu klären, wie der Standortbereich des Vorhabens einzuordnen ist. Da das Kernsortiment von Rossmann zentrenrelevant ist, ist das Integrationsgebot für Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment anzuwenden:

„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 Nr. 5, Sätze 1 und 2)“

Da der Standort des Vorhabens in städtebaulich integrierter Lage im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte liegt, wird **das Integrationsgebot erfüllt.**

3. Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot betrifft das Einzugsgebiet eines Einzelhandelsbetriebs.

„In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 – 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“

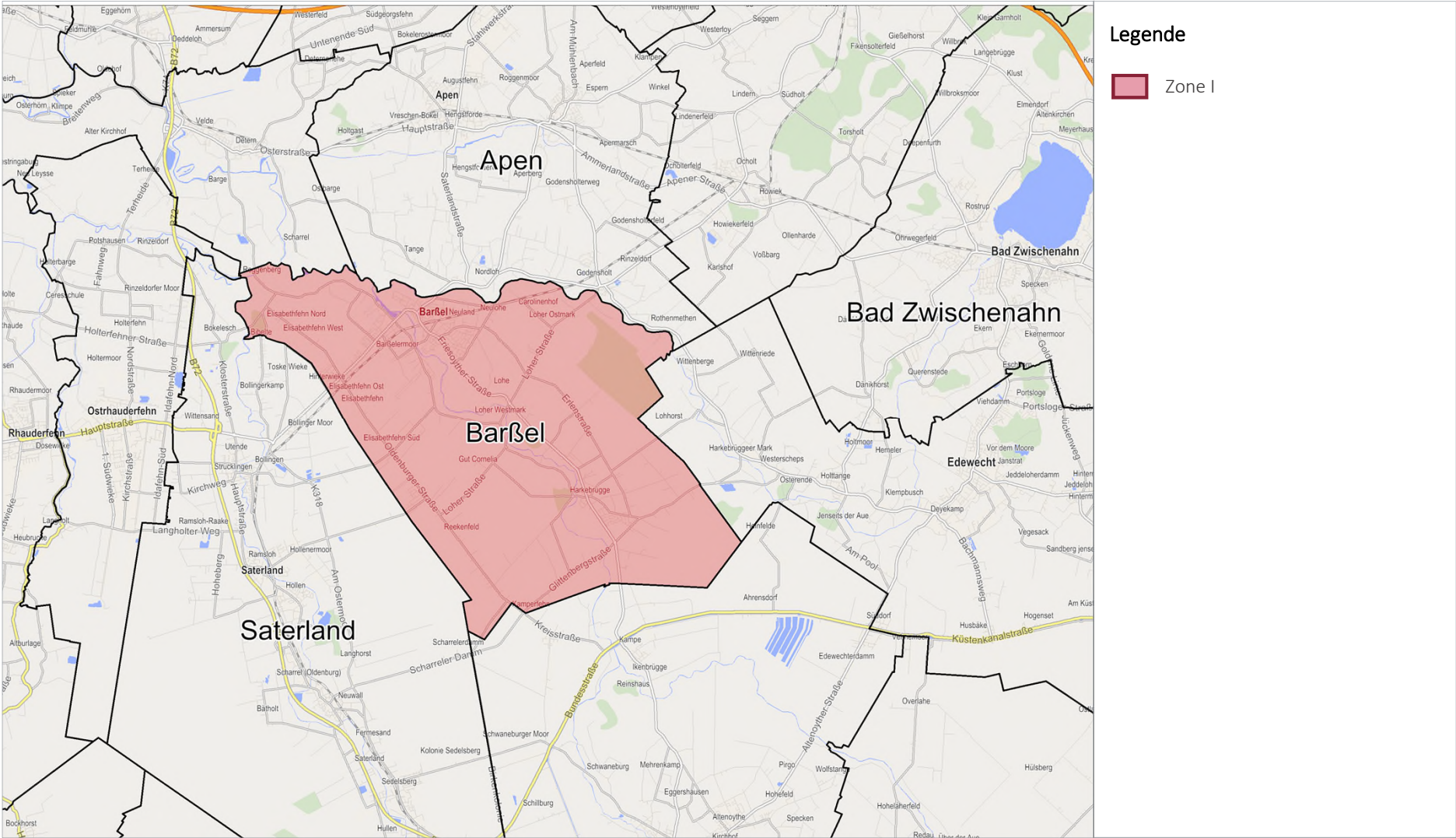
„Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.“

Der grundzentrale Verflechtungsbereich eines Zentralen Ortes ist das jeweilige Gemeinde- oder das Samtgemeindegebiet, daher bezieht sich der grundzentrale Kongruenzraum auf Barßel selbst mit ca. 13.830 Einwohnern.

3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens

Als Einzugsgebiet wird ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit **regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten** Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Mit zunehmender Entfernung des Standortes ist i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung auszugehen.

Karte 2: Das voraussichtliche Einzugsgebiet des Vorhabens



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2023

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden folgende Kriterien herangezogen:

- // verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- // Projektkonzeption (Sortimente, Anbieter, Größe) und daraus zu erwartende Anziehungskraft
- // Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und in angrenzenden Bereichen
- // nächstgelegene Filialen des Drogeriemarkts Rossmann.

Die nächstgelegene Filiale von Rossmann ist in Augustfehn in einer Entfernung von ca. 8 km bzw. ca. 10 Pkw-Fahrminuten vorhanden. Eine weitere Filiale befindet sich in Ostrhauderfehn, allerdings bereits in ca. 14 km bzw. ca. 20 Pkw-Fahrminuten.

Da Barßel direkt von anderen Grundzentren umgeben ist, die über eigenständige Nahversorgungsstrukturen im periodischen Bedarf verfügen, beschränkt sich das Einzugsgebiet auf die Gemeinde Barßel selbst:

- // **Zone I:** Barßel ca. 13.830 Einwohner.

Die Kundenzuführungseffekte von außerhalb des Einzugsgebietes werden im Rahmen von Streukundeneffekten abgebildet.

3.2 Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen (GMA-Kaufkraftwerte) beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft p. a. einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. € 6.760. Unterteilt man den gesamten Bedarfsgüterbereich nach Sortimenten, dann betragen die Pro-Kopf-Ausgaben für

- // Periodischer Bedarf ca. 3.498 €,
- // davon Drogeriemärkte ca. 450 €
- // Bekleidung, Wäsche ca. 481 €
- // Schuhe, Lederwaren ca. 133 €
- // Telekommunikationsgeräte ca. 163 €

Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Jahr 2022 in Barßel bei 85,2 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (100,0 = Bundesdurchschnitt).

Das Kaufkraftvolumen beläuft sich in den periodischen Sortimenten auf ca. 41,2 Mio. € p. a.; davon ca. 5,3 Mio. € drogeriemarktrelevant. In den übrigen Sortimenten des Fachmarktstandorts entfallen ca. 5,7 Mio. € auf Bekleidung; ca. 1,6 Mio. € auf Schuhe und ca. 1,9 Mio. € auf Telekommunikationsgeräte / Mobilfunk.

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.¹² 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 des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes generierten Umsätzen und dem jeweiligen Gesamtumsatz des Vorhabens.

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.

Da derzeit in Barßel nur ein lückenhaftes Angebot bei Drogeriewaren vorhanden ist, sind mit 35 % relativ hohe Marktanteile für Rossmann zu erwarten. Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit und den vorhandenen Pendlerverflechtungen wird von einem erhöhten Streuumsatzanteil von 15 % ausgegangen.

Für den **Rossmann Drogeriemarkt** wird ein Umsatz von ca. 3,1 Mio. € prognostiziert, davon ca. 2,2 Mio. € mit Drogeriewaren. Ein weiterer Teil der Umsätze mit Randsortimenten entfällt auf den übrigen periodischen Bedarf (v. a. Lebensmittel).

Tabelle 3: Umsatzprognose für Rossmann Drogeriemarkt

Daten	Kaufkraft in Mio. € Drogerie	Marktanteil in %	Umsatz Drogerie in Mio. €	Umsatz Randsortimente in Mio. €	Umsatz Gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Einzugsgebiet (Barßel)	5,3	35	1,9	0,8	2,7	85
Streuumsätze			0,3	0,1	0,4	15
Gesamt			2,2	0,9	3,1	100

GMA-Berechnungen 05/2023, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Für den **Textildiscounter Kik** wird ein Umsatz von ca. 1,2 – 1,3 Mio. € prognostiziert, davon ca. 1,2 Mio. € im Bekleidungsbereich. Die Umsätze im Randsortiment liegen bei < 0,1 Mio. €.

Tabelle 4: Umsatzprognose für den Kik-Textildiscounter

Daten	Kaufkraft in Mio. € Bekleidung	Marktanteil in %	Umsatz Bekleidung in Mio. €	Umsatz Randsortimente in Mio. €	Umsatz Gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Einzugsgebiet (Barßel)	5,7	18	1,0	< 0,1	1,0 – 1,1	85
Streuumsätze			0,2	< 0,1	0,2	15
Gesamt			1,2	< 0,1	1,2 – 1,3	100

GMA-Berechnungen 05/2023, leichte Rundungsdifferenzen möglich

¹² 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.

Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten. Da es sich um eine Einzelhandelsagglomeration handelt, werden im Folgenden die wesentlichen Sortimente des Fachmarktzentrum hinsichtlich der Umsatzherkunft betrachtet.

Für den Edeka Vollsortimenter wird ein Umsatz von ca. 6,5 Mio. € angenommen, davon ca. 6,0 Mio. € im periodischen Bedarf. Für Aldi dürfte der Umsatz bei ca. 6,2 Mio. € liegen, davon ca. 5,3 Mio. € im periodischen Bedarf. Hinzu kommen der prognostizierte Umsatz von Rossmann (ca. 3,1 Mio. €, davon ca. 2,6 Mio. € im periodischen Bedarf) sowie Bäckerei, Blumen und Sanitätshaus mit ja ca. 0,3 Mio. €. In der Summe dürfte der Umsatz im periodischen Bedarf bei ca. 14,9 Mio. € liegen. Die Betriebe mit periodischen Kernsortimenten erwirtschaften zudem insg. ca. 1,8 Mio. € mit Randsortimenten. Alle Betriebe sprechen ein identisches Einzugsgebiet an, der Anteil der Streuumsätze wurde für alle Betriebe mit 15 % recht hoch angesetzt.

Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes für das Fachmarktzentrum

Sortiment	Einzugsgebiet			Streuumsätze in Mio. €	Randsortimente in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	davon aus dem Kongruenzraum in %
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €				
periodischer Bedarf	41,2	30 – 31	12,7	2,2	1,8	16,7	85,0
Bekleidung	5,7	18 – 19	1,0	0,2	< 0,1	1,3	85,0
Schuhe, Lederwaren	1,6	32 – 33	0,5	0,1	< 0,1	0,6	85,0
Telekommunikation, Mobilfunk	1,9	13 – 14	0,3	< 0,1	-	0,3	85,0
Insgesamt	50,4	28 – 29	14,5	2,6	1,9	18,6	85,0

GMA-Berechnungen 05/2023; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben wird das Kongruenzgebot für das Vorhaben wie folgt bewertet:

- / Die Ansiedlung von Rossmann und die geringfügige Erweiterung von Kik werden das Einzugsgebiet in räumlicher Hinsicht nicht vergrößern, was mit der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum zusammenhängt.
- / Für das Vorhaben ist als Kongruenzraum die Gemeinde Barbel ausschlaggebend. Lediglich 30 % des Vorhabenumsatzes dürfen von außerhalb generiert werden. Bei allen geplanten Einheiten wird der Umsatz fast ausschließlich mit Verbrauchern aus Barbel erzielt, sodass das Kongruenzgebot eingehalten wird. **Das Kongruenzgebot wird in allen Sortimenten eingehalten.**

4. Beeinträchtungsverbot

Das Beeinträchtungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune und in den benachbarten Zentralen Orten nicht beeinträchtigen darf:

„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 (Beeinträchtungsverbot).“ (LROP 2017, 2.3.08)

4.1 Wettbewerbliche Wirkungen

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 des Vorhabens 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.

Für den **Rossmann Drogeriemarkt** wird ein Umsatz von ca. 3,1 Mio. € prognostiziert, davon ca. 2,2 Mio. € im Drogeriebereich.

Da in Barßel derzeit kein Drogeriemarkt ansässig ist, werden die Umsatzrückgänge vor allem die Randsortimente der bestehenden Supermärkte und Discounter betreffen. Der nächstgelegene Drogeriemarktstandort in Augustfehn (Gemeinde Apen) dürfte hingegen von Kaufkraftrückholungseffekten betroffen sein, da dieser derzeit deutlich von aus Barßel abfließender Kaufkraft profitiert.

Tabelle 6: Prognose der Umsatzumverteilung durch Rossmann, Drogeriewaren

Kaufkraftbindung / Umverteilung	in Mio. €	in %
Umverteilung ggü. Betrieben im ZVB Ortsmitte Barßel	0,8	33 – 34
Umverteilung ggü. Betrieben an sonstigen Standorten in Barßel	0,2	24 – 25
Umverteilung ggü. Betrieben im ZVB Augustfehn	0,8	14 – 15
Umverteilung ggü. Betrieben im ZVB Ramsloh	0,2	8 – 9
Umverteilung ggü. Betrieben an sonstigen Standorten	0,2	n. n.
Umsatz Vorhaben gesamt	2,2	

GMA-Berechnungen 2023; ca.-Werte gerundet

Für den **Textildiscounter Kik** ist von einem Umsatz von ca. 1,2 – 1,3 Mio. € auszugehen, davon ca. 1,2 Mio. im Kernsortiment Bekleidung. Der prognostizierte Mehrumsatz von ca. 0,2 Mio. € wird vor allem gegenüber den anderen Betrieben in Barßel (NKD, Ernstings family, H&H Moden) sowie den nächstgelegenen Kik-Filialen in Augustfehn und Ramsloh umverteilungswirksam.

Tabelle 7: Prognose der Umsatzumverteilung durch den Kik-Textildiscounter

Kaufkraftbindung / Umverteilung	in Mio. €	in %
Umverteilung ggü. Betrieben im ZVB Ortsmitte Barßel	0,1	4 – 5
Umverteilung ggü. Betrieben an sonstigen Standorten in Barßel	< 0,1	n. n.
Umverteilung ggü. Betrieben im ZVB Augustfehn	< 0,1	n. n.
Umverteilung ggü. Betrieben im ZVB Ramsloh	< 0,1	n. n.
Umverteilung ggü. Betrieben an sonstigen Standorten	-	-
Umsatz Vorhaben gesamt	0,2	

GMA-Berechnungen 2023; ca.-Werte gerundet

4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Um beurteilen zu können, ob aus den wettbewerblichen Auswirkungen auf die vorhandenen Betriebe städtebauliche Effekte entstehen können, wird der Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung als Hinweis herangezogen¹³. Dieser ist jedoch vor dem Hintergrund der örtlichen Gegebenheiten sowie möglicher Vorschädigungen der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche zu bewerten. Funktionsstörungen treten auf, wenn es infolge von Ladenleerständen zu einer Verringerung / Verschlechterung des Angebotes und der städtebaulichen Qualität kommt. Maßgeblich für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches sind Magnetbetriebe, von deren Kundenfrequenz umliegende kleinere Einzelhandelsbetriebe profitieren. Sofern Magnetbetriebe aufgrund von hohen Umsatzrückgängen durch ein neues Vorhaben geschlossen werden, können sich nachteilige Wirkungen auf das Umfeld ergeben.

Gegenüber der **Ortsmitte Barßel** sind im Drogeriewarenbereich Umsatzrückgänge um ca. 0,8 Mio. € zu erwarten, was rechnerisch ca. 33 – 34 % entspricht. Hiervon sind jedoch ausschließlich die Randsortimente von Lebensmittelmärkten betroffen, deren Kernsortiment durch das Vorhaben

¹³ Der 10 %-Schwellenwert geht auf eine empirische Langzeitstudie der GMA zum großflächigen Einzelhandel in Baden-Württemberg zurück, die dort u. a. im Auftrag der Industrie- und Handelskammern erstellt wurde.

kaum tangiert wird. Bezogen auf den gesamten periodischen Bedarf liegt der Umsatzrückgang bei ca. 2 – 3 %, was nicht zu betrieblichen Schädigungen führen wird.

An sonstigen **Standorten in Barßel** sind Umsatzrückgänge um ca. 0,2 Mio. € zu erwarten, was rechnerisch ca. 24 - 25 % entspricht. Auch hier sind jedoch ausschließlich die Randsortimente von Edeka und Marktant betroffen, im periodischen Bedarf insgesamt liegt der Umsatzrückgang bei ca. 2 %.

Im **ZVB Augustfehn** ist bei Drogeriewaren ein Umsatzrückgang um ca. 0,8 Mio. € zu erwarten, was ca. 14 – 15 % entspricht. Neben den Randsortimenten von Edeka, Lidl und Aldi wird hiervon der leistungsfähige Rossmann Drogeriemarkt betroffen sein, der derzeit verstärkt auch Kunden aus Barßel anspricht. Da es sich mit Rossmann um den gleichen Betreiber handelt, sind primär interne Umverteilungen zu erwarten, die neue Filiale in Barßel wird die bestehende Filiale entlasten und ergänzen. Bezogen auf den gesamten periodischen Bedarf liegen die Umsatzrückgänge bei ca. 3 %, eine Beeinträchtigung der übrigen Anbieter in dem nicht durch Vorschädigungen belasteten zentralen Versorgungsbereich ist somit auszuschließen.

Anbieter an **sonstigen Standorten** werden von Umsatzrückgängen um ca. 0,2 Mio. € betroffen sein, wobei sich diese auch auf weiter entfernte Standorte wie Ostrhauderfehn (u. a. Rossmann, Wreesmann, Müller etc.) erstrecken und auf einem nicht nachweisbaren Niveau liegen.

Im **Bekleidungsbereich** sind in Barßel in der Summe Umsatzrückgänge um ca. 0,1 Mio. € zu erwarten, hiervon werden insbesondere NKD und Ernstings family in der Ortsmitte betroffen sein. Mit ca. 4 – 5 % fallen die Umsatzrückgänge allerdings sehr niedrig aus. An den übrigen Kik-Standorten außerhalb des Einzugsgebiets liegen die Umsatzrückgänge im Bekleidungsbereich unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeit.

Im Zuge der Ansiedlung von Rossmann und Erweiterung von Kik sind keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf zentrale Orte, zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten. **Das Beeinträchtungsverbot wird erfüllt.**

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	15
Karte 2:	Das voraussichtliche Einzugsgebiet des Vorhabens	17

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Die größten Drogeriemarkunternehmen in Deutschland	9
Tabelle 2:	Einwohnerveränderung der Gemeinde Barßel im Vergleich	10
Tabelle 3:	Umsatzprognose für Rossmann Drogeriemarkt	19
Tabelle 4:	Umsatzprognose für den Kik-Textildiscounter	19
Tabelle 5:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes für das Fachmarktzentrum	20
Tabelle 6:	Prognose der Umsatzumverteilung durch Rossmann, Drogeriewaren	22
Tabelle 7:	Prognose der Umsatzumverteilung durch den Kik-Textildiscounter	22

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform	8
Abbildung 2:	Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Barßel	11
Abbildung 3:	Lageplan	12