

Gutachten
zur 1. Änderung
des Bebauungsplanes 4B
– Fachmarktzentrum Wümmepark, Waldweg 1-5, –
Neufassung des Gutachtens November 2007

April 2008

Standort-, Handels-, Immobilienberatung
Wolfgang Schanz
Königsberger Straße 8
29649 Wietendorf
Tel.: 05196 524
Fax: 05196 9994
E-Mail: wschanz@gmx.de

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1.	Vorbemerkung 3
1.1	Der Verfasser 3
1.2	Der Auftrag 3
1.3	Methodik des Gutachtens 4
2.	Der Wümmepark 5
2.1	Lage 5
2.2	Flächenaufteilung 7
2.3	Anbieter Jawoll 9
3.	Situation Rotenburg 9
3.1	Allgemeine Betrachtung 9
3.2	Verkehrssituation 11
3.3	Einzugsbereich Einzelhandel 12
4.	Einzelhandelssituation Rotenburg 14
4.1	Einzelhandel in der Innenstadt 15
4.2	Einzelhandelssituation Harburger Straße 18
4.3	Wichtige Einzelhandelszentren im Umland 19
5	Bewertung der untersuchten Sortimente und Branchen 21
5.1	Sortiment Bekleidung 21
5.1.1	Situation des Einzelhandels in Rotenburg 21
5.1.2	Umsatzkapazität 23
5.1.3	Kaufvolumen 24
5.1.4	Versorgungsgrad 26
5.1.5	Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen 27
5.2	Sortiment Drogeriemarkt 28
5.2.1	Situation des Einzelhandels in Rotenburg 28
5.2.2	Umsatzkapazität 29
5.2.3	Kaufvolumen 30
5.2.4	Versorgungsgrad 32
5.2.5	Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen 33
5.3	Sortiment Tiernahrung, -bedarf 34
5.3.1	Situation des Einzelhandels in Rotenburg 34
5.3.2	Umsatzkapazität 35
5.3.3	Kaufvolumen 36
5.3.4	Versorgungsgrad 38
5.3.5	Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen 39
5.4	Apotheken 40
6	Fazit 42
	Anhang 43

1. Vorbemerkung

1.1 Der Verfasser

Der Autor ist seit über 30 Jahren in der Bewertung von Standortfragen im Einzelhandel tätig. Für Investoren und Eigentümer von Einzelhandelsimmobilien werden Analysen zur Standortqualität und zum Branchenmix erstellt. Einzelhandelsbetreiber sind Auftraggeber für Analysen bezüglich des Ansiedlungsbegehrens an diversen Standorten. In der Zusammenarbeit mit Banken werden Einzelhandelsobjekte bewertet. Für Städte und Gemeinden werden Gutachten mit verschiedener Aufgabenstellung erarbeitet.

Im Rahmen der Bewertung von Einzelhandelsanalysen und -gutachten arbeitet der Unterzeichner eng mit Herrn Prof. Dr. Michael Lerchenmüller zusammen. Herr Prof. Dr. Lerchenmüller ist an der Fachhochschule Nürtingen für den Zweig Betriebswirtschaft Handel zuständig.

Die Grundlagedaten (Einzugsbereich, Marktanteile, Raumleistungen und Ausgabenbeträge) wurden im Vorwege mit dem Geschäftsführer der IHK Stade, Herrn Dipl. Volkswirt Jürgen Lutz, besprochen und abgestimmt.

1.2 Der Auftrag

Im Dezember 2006 hat der Betreiber Marktkauf beschlossen den Baumarkt im Wümmepark aufzugeben und Anfang 2007 zu schließen. Zuvor hat der Mieter versucht, einen Baumarktbetreiber als Nachmieter zu finden. Dieses ist nicht gelungen. Es kann festgestellt werden, dass das Objekt als Baumarkt nicht mehr betrieben werden kann. Um ein attraktives Einkaufszentrum an diesem Standort zu erhalten, war die Belegung der freiwerdenden Flächen mit leistungsstarken Einzelhandelsbetrieben notwendig. Dies konnte erfolgreich realisiert werden.

Die Eigentümer des Fachmarktzentrums Wümmepark, Waldweg 1-5 in Rotenburg (Wümme), die Wümmepark GmbH & Co. KG, haben im März 2007 den Antrag auf Änderung der Festsetzung des derzeit rechtsgültigen Bebauungsplanes-Nr. 4B der Stadt Rotenburg (Wümme) gestellt. Im Juni 2007 ist der Aufstellungsbeschluss erfolgt.

Die Neufassung wurde notwendig, da der Eigentümer eine Veränderung in der Planung vorgenommen hat. Bezüglich der Betrachtung hat die IHK Stade angeregt den Rahmen enger zu fassen und insbesondere bezüglich des Einzugsbereichs eine Korrektur vorzunehmen. Es sollen nur die Orte mit

einfließen, die noch gut messbare Marktanteile für Rotenburg haben. Auf den Einzugsbereich mit Streuumsätzen soll verzichtet werden.

Die nachfolgende Untersuchung wurde beauftragt, um eine Abwägung möglicher ökonomischer und städtebaulicher Auswirkungen, die im Rahmen einer raumordnungspolitischen Beurteilung notwendig ist, vorzunehmen. Zur Beurteilung wesentlicher Beeinträchtigung vorhandener Einzelhandelsstrukturen erfolgt eine Untersuchung der Sortimente, die von der 1. Änderung des Bebauungsplanes 4B der Stadt Rotenburg (Wümme) und einer Ausweisung zusätzlicher Sortimente im Fachmarktzentrum Wümmepark betroffen sind.

Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die nachfolgende Untersuchung kein Entwicklungskonzept für Rotenburg und die Innenstadt beinhaltet.

Dieses wurde nicht beauftragt.

Es galt im folgenden Gutachten die Sortimente Bekleidung, Drogerie, Tiernahrung, -bedarf und Apotheke einer näheren Betrachtung zu unterziehen.

Zu berücksichtigen war der Einzelhandel im Zentrum von Rotenburg. Es sollte aufgezeigt werden, ob derart negative Einflüsse durch die Neugestaltung des Wümmeparks entstehen, die den Einzelhandel im Zentrum nachhaltig deutlich schädigen.

1.3 Methodik des Gutachtens

Es wurde die Bewertung der zentralörtlichen Bedeutung der Stadt Rotenburg vorgenommen. Die Verkehrssituation wurde einer Bewertung unterzogen.

Der relevante Einzelhandel in Rotenburg wurde besichtigt und in seiner Verkaufsfläche eingeschätzt. Die Betriebe im Zentrum wurden aufgelistet. Wichtige Wettbewerbszentren wurden einbezogen.

Unter Berücksichtigung der Faktoren wurde für Rotenburg ein Einzugsbereich ermittelt, der erfasst werden kann.

Die Kaufkraft für die untersuchten Sortimente wurde auf der Basis der Erhebungen des Statistischen Bundesamtes ermittelt und mit den Einwohnern zum Kaufvolumen hochgerechnet.

Für die Sortimente wurden Marktanteile für jede einzelne Gemeinde des Einzugsbereichs festgelegt. Diese Marktanteile geben das für Rotenburg erzielbare Kaufvolumen wieder.

Für die Ermittlung der Einzelhandelskapazitäten dienten die erhobenen Verkaufsflächen in Rotenburg und im Wümmepark in den untersuchten Sortimenten und branchenspezifischen Raumleistungen.

In einem weiteren Schritt wurde durch Gegenüberstellung der Kaufvolumina und der Einzelhandelskapazitäten der Versorgungsgrad bestimmt.

Das innenstadtrelevante Sortiment/Branche Bekleidung wurde einer weiteren Betrachtung unterzogen. Die Sortimente Drogerie, Tiernahrung, -bedarf und Apotheke sind nur bedingt innenstadtrelevant und haben auch Nahversorgungsfunktion. Dies ergibt sich auch aus der Häufigkeit der Nachfrage¹. Aber auch diese Sortimente wurden einer näheren Betrachtung unterzogen. Es wurden die zu erwartenden Umsatzverteilungen der Innenstadt zum Wümmepark ermittelt.

2. Der Wümmepark

2.1. Lage

Der Wümmepark ist ein Einkaufszentrum im Norden von Rotenburg. Er liegt im Kreuzungsbereich Harburger Straße (B 75), Waldweg. Die Verkehrsanbindung erfolgt über den Waldweg.

Das EKZ befindet sich rd. 1.500 Meter vom Zentrum entfernt. Der Standort kann als integriert mit guter Verkehrsanbindung charakterisiert werden.

Die Standortlage ist für Rotenburg als positiv einzustufen. In vergleichbaren Städten sind derartige Zentren oftmals in weit von der Innenstadt entfernt gelegenen Gewerbegebieten anzutreffen.

¹ Siehe CIMA Gutachten Rotenburg Juni 2006 und Bergische Liste, BBE Köln

Der Stadtplanauszug zeigt die Lage des Wümmepark



2.2 Flächenaufteilung

In der folgenden Tabelle ist die Flächennutzung des Wümmepark wiedergegeben:

Bauteil 1	Branche	Verkaufs- fläche in m ²	Lage
Fa. Takko	Textilfachmarkt	628	EG
Fa. Intersport	Sportfachmarkt	392	EG
Leerstand		98	EG
Leerstand		247	OG
Bauteil 2			
Fa. Deichmann	Schuhfachmarkt	359	EG
Fa. Aldi	Lebensmitteldiscounter	935	EG
kleine Mall	Mall mit Backshop und Metzger	98	EG
Hol Ab	Getränkefachmarkt	422	EG
Shops 3 Stck.	Sonnenstudio/Handyshop/ Leerstand	190	EG
Imbiss	Imbiss	31	EG
Bauteil 3			
			EG
Fa. Futterhaus	Tierfutter und -zubehör	569	EG
Fa. Expert Megaland	Elektronikfachmarkt	1.205	EG
Fa. Jawoll	Sonderpostenmarkt	2.675	EG+OG+ Außen- fläche
Matratzenconcord	Matratzenfachmarkt	419	EG
Fa. Rossmann	Drogeriefachmarkt	464	EG
Apotheke	Apotheke		EG+OG

Insgesamt umfasst der Wümmepark rd. 9.270 m² Verkaufsfläche in 19 Geschäften. Drei Flächen sind zurzeit nicht vermietet.

Dem Wümmepark steht ein großzügiger Kundenparkplatz mit 339 Stellplätzen zur Verfügung.

Der folgende Lageplan zeigt die Aufteilung des Wümmepark:



2.3 Anbieter Jawoll

Die Firma Jawoll wird im Wümmepark einen Sonderpostenmarkt betreiben. Sonderpostenmärkte sind eine besondere Form des Einzelhandels. Über vielfältige Einkaufskanäle werden Waren u.a. aus Sortimentsbereinigungen, Verpackungsumstellungen, Überproduktionen, Konkursmassen eingekauft und im Sonderpostenmarkt angeboten. Das Sortiment unterliegt daher in weiten Teilen einem ständigen Wechsel.

Sonderpostenmärkte sind in Deutschland mit unterschiedlichen Sortimentsschwerpunkten anzutreffen. Die Firma Jawoll hat ihren Schwerpunkt in den Bereichen Pflanzen und Dünger, Camping, Garten und Kleinmöbel und Heimwerkerbedarf/Haushaltswaren. Diese Sortimentsgruppen haben einen Anteil von ca. 50 % am Gesamtsortiment.

Allgemein gültiges statistisches Material über diese Branche liegt nicht vor. So gibt es keine Durchschnittswerte für den Umsatz je m² Verkaufsfläche. Aus eigenen Erhebungen kann ein Umsatz von € 1.500 je m² Verkaufsfläche zum Ansatz gebracht werden. Damit liegt die Umsatzerwartung je m² unter der von Baumärkten (€ 1.923). Hier zeigt sich, wie wichtig die günstige Beschaffung der Ware ist, um einen Sonderpostenmarkt erfolgreich führen zu können.

Im Rahmen der Umsatzkapazität für den Wümmepark wurde der sortimentspezifische Umsatz im Sonderpostenmarkt ermittelt und der jeweiligen Branche (Textil, Drogerie, Tiernahrung) zugeordnet.

3. Situation Rotenburg

3.1 Allgemeine Betrachtung

Rotenburg ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises und verfügt über rd. 22.130² Einwohner und einer Fläche von rd. 99 km². Damit ist Rotenburg größte Stadt im Landkreis und wird seiner Zentralitätsaufgabe gerecht.

Raumordnerisch ist Rotenburg als Mittelzentrum ausgewiesen. Dieser Funktion wird die Stadt durch die zentralen Einrichtungen (Kreissitz, Schulen, Krankenhäuser, Kulturelle- sowie Freizeiteinrichtungen usw.) und den ausgeprägten Einzelhandel auch im aperiodischen Bedarfsbereich gerecht.

² Landkreis Rotenburg Bevölkerungsfortschreibung 31.12.2006

Im Landkreis sind noch die Städte Zeven und Bremervörde als Mittelzentrum ausgewiesen. Die Ausstattung von Bremervörde und Zeven mit den für die Raumordnung wichtigen Kriterien ist geringer als die von Rotenburg. Die raumordnerische Bedeutung beider Städte ist geringer einzustufen als die der Stadt Rotenburg.

Von besonderer Bedeutung sind die Oberzentren Bremen, Hamburg und Hannover. Das Oberzentrum Bremen ist rd. 45 Kilometer von Rotenburg entfernt. In rd. 85 Kilometer Entfernung befindet sich das Oberzentrum Hamburg. Die niedersächsische Landeshauptstadt Hannover ist rd. 100 Kilometer von Rotenburg entfernt.

Für die Entwicklung einer Stadt ist die Veränderung der Bevölkerung ein wichtiger Punkt. In der Bundesrepublik wird insgesamt ein Verlust an Bevölkerung erwartet. Für Rotenburg wird eine andere Entwicklung prognostiziert.

Bevölkerungsentwicklung³

Region	Einwohner 2006	Einwohner 2016	Zuwachs
Rotenburg/Wümme	22.128	22.710	2,6 %
Rotenburg Landkreis	164.958	168.714	2,3 %
Land Niedersachsen	7.982.685	8.037.617	0,7 %

Entgegen des zu erwartenden Einwohnerrückgangs in der Bundesrepublik, können der Landkreis und die Stadt Rotenburg von einem Zuwachs an Einwohnern ausgehen. Die Tabelle zeigt, dass die Stadt einen Zuwachs von 2,6 % erwarten kann und damit auch über dem Zuwachs von Niedersachsen mit 0,7 % liegt. Daraus kann insgesamt eine gute Aussicht für die Entwicklung in der Zukunft prognostiziert werden.

Durch die nahen Zentren Bremen und Hamburg hat der Landkreis Rotenburg mehr Berufsauspendler als –einpendler. Das Statistische Landesamt hat für den Landkreis Rotenburg einen Wert zwischen 5-10% Auspendler⁴. Dieser Wert liegt im Durchschnitt ähnlich gelagerter Landkreise zu Oberzentren.

³ Statistisches Landesamt Niedersachsen

⁴ Dpa RegioData 0058 / Statistisches Landesamt Niedersachsen

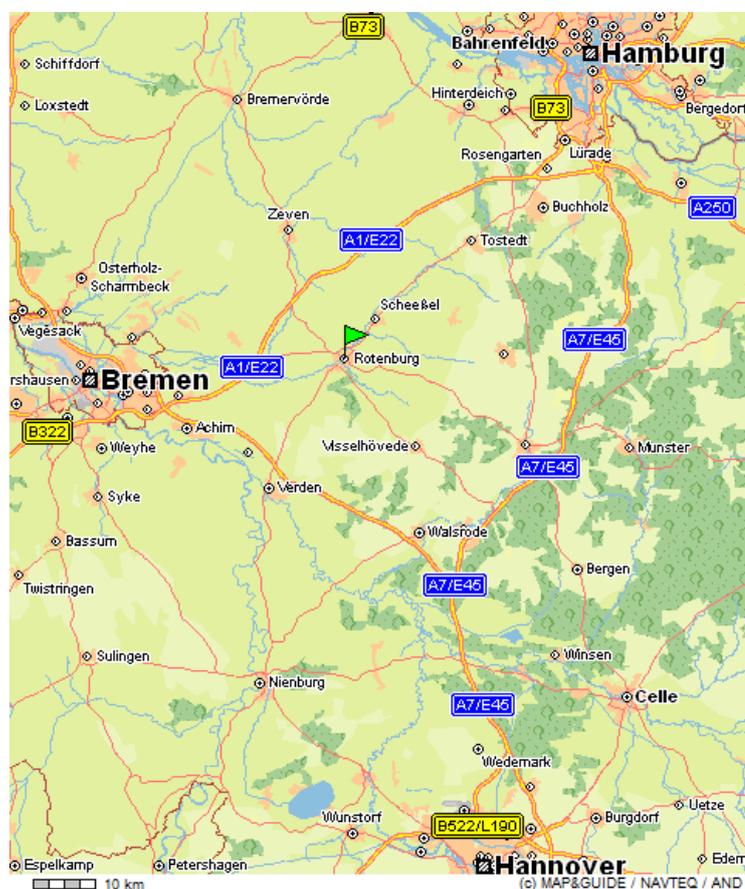
3.2 Verkehrssituation

Über 4 Bundesstraßen ist Rotenburg mit dem Umland verbunden. Es handelt sich um die B 71, B 75, B 215 und B 440. Diese gut ausgebauten Straßen verbinden das Umland sehr gut mit Rotenburg. An die Autobahn A1 ist Rotenburg durch die B 75 in rd. 15 Kilometern und über die B 215 in rd. 20 Kilometern an die Autobahn A27 angebunden. Für den Individualverkehr sind in Rotenburg gute Bedingungen vorhanden.

Der Bahnhof Rotenburg bindet die Stadt optimal an das Schienennetz an. In nur 20 Minuten kann der Hauptbahnhof Bremen erreicht werden. Hier besteht die Umsteigemöglichkeit in die schnellen IC/ICE Züge. Mit dem Zug kann Hamburg in unter einer Stunde Fahrzeit erreicht werden. Eine Bahnreise nach Hannover dauert 1:30 Stunde.

Die Lage der Stadt Rotenburg und die gute Verkehrsanbindung zeigen, dass Rotenburg ein attraktives Mittelzentrum mit einer guten Ausstrahlung in das Umland ist.

Umlandkarte Rotenburg und Oberzentren



3.3 Einzugsbereich Einzelhandel

Die Funktion von Rotenburg als Mittelzentrum und Kreisstadt ist für die Ausdehnung des Einzugsbereichs Einzelhandel von Bedeutung. Eine Stadt wie Rotenburg verfügt in der Regel über zwei unterschiedlich große Einzugsbereiche des Einzelhandels. Ein Einzugsbereich mit geringerer Ausdehnung ist für Sortimente, der periodischen Bedarfsdeckung, vorhanden. Diesen Bereich decken hauptsächlich die Anbieter der Lebensmittelbranche (z. B. Lebensmittelgeschäfte, Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und Lebensmittel-Discounter), sowie Drogeriemärkte ab.

Ein Einzugsbereich mit größerer Ausdehnung kann u. a. für die Einzelhandelsbranchen Textilien, Schuhe, Elektro/Elektronik, Bau- und Heimwerkerbedarf und Möbel sowie dem Kfz Handel abgegrenzt werden. Der Einzugsbereich von Möbelhäusern erstreckt sich bis zu 2 Stunden Fahrzeit. Für den Kauf von Pkw werden noch größere Fahrzeiten in Kauf genommen.

Für die Bestimmung des Einzugsbereichs von Rotenburg sind die angebotenen Sortimente, die Anzahl der Anbieter und ihre Attraktivität von Bedeutung. Darüber hinaus ist die Entfernung, die Wettbewerbssituation in den Nachbarzentren und die Landkreisgrenze zu berücksichtigen.

Der in der Rotenburger Innenstadt und entlang der Harburger Straße dort ansässige Einzelhandel ist von besonderer Bedeutung für die Ausdehnung des Einzugsbereichs.

Unter den vorgenannten Kriterien kann für Rotenburg ein Einzugsbereich festgelegt werden, der weit über die Grenzen der Stadt hinausgeht. Neben der Stadt Rotenburg umfasst der Einzugsbereich die Gemeinde Scheeßel, die Samtgemeinde Bothel, Teile der Samtgemeinde Fintel, und die Samtgemeinde Sottrum.

Es sind Zuflüsse aus Orten außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs vorhanden. Sie sind aber eher als gering einzustufen. Sie bleiben daher unberücksichtigt.

Die Stadt Rotenburg mit 22.128 Einwohnern bildet den Kern des erfassbaren Einzugsbereichs.

Das zum Einzugsbereich gehörende Umland verfügt über 39.730 Einwohner.

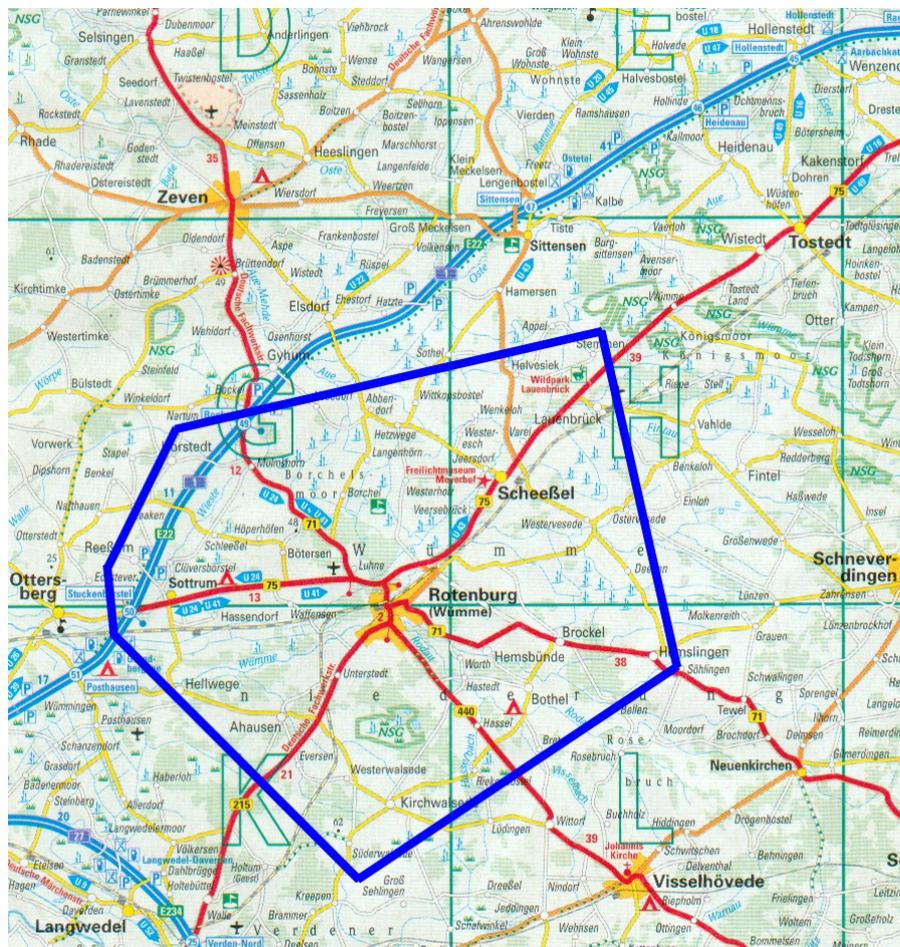
Insgesamt erfasst die Stadt einen Einzugsbereich mit 61.858 Einwohnern.

Tabelle Einwohner/Einzugsbereich

Bevölkerungsfortschreibung 31.12.2006 ⁵		Einwohner
Rotenburg		22.128
Scheeßel		12.877
SG Bothel		
	Bothel	2.482
	Brockel	1.274
	Hemsbünde	1.273
	Hemslingen	1.540
	Kirchwalsede	1.271
	Westerwalsede	795
Summe		8.635
zu SG Fintel		
	Helvesiek	839
	Lauenbrück	2.163
	Stemmen	904
Summe		3.906
SG Sottrum		
	Ahausen	1.849
	Bötersen	1.083
	Hassendorf	1.142
	Hellwege	1.107
	Horstesdt	1.332
	Reeßum	1.759
	Sottrum	6.040
Summe		14.312
Zusammenfassung		
Rotenburg		22.128
Summe Umland		39.730
Gesamt		61.858

⁵ Landkreis Rotenburg

Karte Einzugsbereich



4. Einzelhandelsituation Rotenburg

Für die Einzelhandelszentralität einer Stadt sind attraktive Verkaufsflächen und ein guter Branchenmix notwendig. Hierzu gehören in der Regel das Angebot in der Innenstadt sowie auch Märkte außerhalb des Zentrums. Bezogen auf Rotenburg sind neben den Anbietern in der Innenstadt die attraktiven Einzelhandelsgeschäfte entlang der Harburger Straße und der Mühlenstraße/Verdener Straße von besonderer Bedeutung.

Die Harburger Straße beginnt direkt an der Fußgängerzone und hat somit noch eine gewisse Verbindung zum Zentrum. Vorteilhaft ist, dass nicht wie in Nachbarzentren (z.B. Walsrode (ca. 2,5 Km), Soltau (ca. 3,0 Km)), weit von der Innenstadt entfernte Einzelhandelszentren entstanden sind.

In Soltau und Walsrode sind solche Zentren am Stadtrand in Gewerbegebieten entstanden und haben die Innenstädte nachhaltig beeinflusst.

4.1 Einzelhandel in der Innenstadt

Der Einzelhandel im Zentrum der Stadt Rotenburg ist überwiegend an der „Große Straße“ angesiedelt. Er beginnt im oberen Bereich am „Am neuen Markt“ und endet am „Am Pferdemarkt“. Einige Geschäfte befinden sich in den abzweigenden Straßen und der parallel zur Große Straße verlaufenden Goethestraße. Die „Große Straße“ ist im oberen Bereich Einbahnstraße, im mittleren Teil verkehrsberuhigt und im unteren Teil bis zu „Am Pferdemarkt“ Fußgängerbereich.

Der Verfasser hat eine Besichtigung der Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt vorgenommen. Sie wurden lokalisiert und die Verkaufsfläche wurde eingeschätzt. Um sich einen Eindruck über die Zentralitätsbedeutung des Zentrums als Ganzes zu verschaffen, hat sich der Verfasser nicht auf die im Auftrag enthaltenen Sortimente beschränkt, sondern eine umfassende Besichtigung vorgenommen. Eine vollständige Wiedergabe aller Einzelhandelsanbieter wurde allerdings nicht vorgenommen.

Die folgende Tabelle und Karte gibt das Besichtigungsergebnis des Zentrums wieder.

Lfd. Nr.	Anbieter	Verkaufsfläche (geschätzt)
1	Geschenkartikel, Porzellan, Glas	150
2	Jeansshop, Bekleidung	150
3	Takko, Bekleidung	270
4	Fashion Magic, Bekleidung	30
5	Sport 2000 Lehmann, Sportartikel	350
6	Quickschuh, Schuhe	350
7	Oxzy Jeansshop, Bekleidung	40
8	Teespeicher, Teegeschäft	30
9	Staas, Parfümerie	20
10	Floradies, Wohnambiente, Geschenke	350
11	Kamman, Bekleidung	800
12	Arko, Kaffee	40
13	Indigo, Bekleidung	150
14	vom Fass, Weine, Öl	60
15	Löwenapotheke	

Lfd. Nr.	Anbieter	Verkaufsfläche (geschätzt)
16	Becker, Bekleidung	400
17	Vögele, Bekleidung	1.000
18	Wissmach, Bekleidung	80
19	Ihr Platz, Drogeriemarkt	300
20	Röhrs, Spielwaren	400
21	Bruns, Weine, Spirituosen	20
22	Schloo, Bücher, Schreibwaren	220
23	Rohde, Sanitätshaus	150
24	Karlstedt, Glas, Porzellan	280
25	Tabak, Zeitschriften	20
26	Trax, Bekleidung	700
27	Markt Apotheke	
28	Schlecker, Drogeriemarkt	180
29	Mode bei Rena, Bekleidung	50
30	Asia Mode, Bekleidung	70
31	Rahsmann, Parfümerie	60
32	Sonnen Apotheke	
33	Rossmann, Drogeriemarkt	220
34	Buchhandel	280
35	Haus der Geschenke	50
36	Ernstings Family, Bekleidung	100
37	Street one, Bekleidung	70
38	Baumeister, Bekleidung	350
39	Kinderhaus Ehlen, Bekleidung	120
40	Kloppenburg, Drogeriemarkt	450
41	Tabak, Zeitschriften	25
42	R+U, Schuhe	120
43	Herbig, Leder- Korbwaren	80
44	ABC Schuhe	120
45	Mühlenapotheke	
46	Sonja, Bekleidung	20
47	CJ Müller, Bücher	60
48	Betten Mink, Heimtextilien	120
49	Bimbo, Zoohandlung	180
50	Pfeiffer, Bekleidung	35
51	Elkes Sonderposten (Schwerpunkt Hausrat, Raumausstattung)	650
52	Alte-Apotheke	
Summe		9.770

Karte Einzelhandel Innenstadt



Im Zentrum von Rotenburg wurden 47 Einzelhandelsbetriebe mit rd. 9.800 m² Verkaufsfläche erfasst. Betrachtet man die Vielfalt der Branchen, so ist erkennbar, dass Rotenburg über eine attraktive Innenstadt verfügt.

In der für ein Zentrum wichtigen Branche, -Bekleidung-, sind 18 Betriebe mit rd. 4.435 m² Verkaufsfläche vorhanden. Dieses Angebot schafft der Attraktivität des Zentrums eine gute Grundlage. Es sind auch größere Anbieter aus dem Bereich Bekleidung vorhanden, die ein umfangreiches Angebot führen. Besonders zu nennen sind hier die Bekleidungsgeschäfte Kamman und Vögele.

Bei der Betrachtung der Flächenstruktur insgesamt, fällt auf, dass nur wenige Verkaufsflächen größer als 500 m² sind. Im Mittel verfügen die Anbieter über durchschnittlich rd. 94 m². Es besteht eine Entwicklungsmöglichkeit für den Einzelhandel in der Innenstadt, besonders für größere Verkaufsflächen. Ob hieran konzeptionell gearbeitet wird ist dem Verfasser nicht bekannt und ist nicht Aufgabe der Untersuchung.

Das Drogeriemarktsortiment wird von vier Anbietern repräsentiert. Es handelt sich um die bekannten Filialisten „Ihr Platz“, „Kloppenburg“, „Rossmann“ und „Schlecker“. Für die vorhandene Attraktivität der Innenstadt spricht auch, dass Rossmann diesen eher kleinen Standort auch nach der Neuansiedlung im Wümmepark weiter betreiben will, obwohl es sich für Rossmann üblicher Weise um eine viel zu kleine Verkaufsfläche handelt.

Ein weiterer Punkt, der die hohe Attraktivität wiedergibt, sind die Spezialgeschäfte. Hier sollen nur „vom Fass“ (Weine, Öl) und „Teespeicher“ (Teefachgeschäft) genannt werden.

Ob die Geschäfte der Innenstadt alle Möglichkeiten der Bündelung ihrer Kräfte nutzen ist nicht bekannt und kann eher als fraglich eingestuft werden. Hierzu wären Konzepte zum Auftritt notwendig. Einer der wichtigsten Punkte sind ausreichend lange und gleiche Öffnungszeiten aller Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt.

Zum Einzelhandelsangebot in der Innenstadt kann festgestellt werden, dass es sich um ein für Rotenburg attraktives Zentrum handelt, das noch Entwicklungspotential hat.

4.2 Einzelhandelssituation Harburger Straße

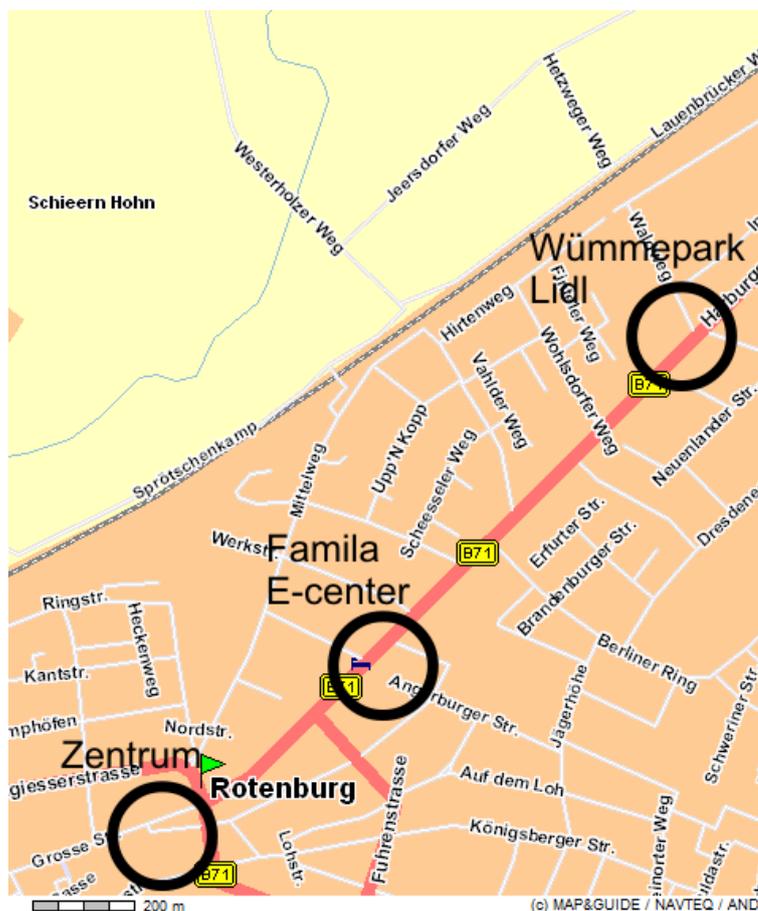
Die Harburger Straße beginnt am oberen Ende der „Große Straße“ und führt diese fort. In der Harburger Straße sind zwei Einzelhandelsbereiche, die erwähnenswert sind.

Der erste Bereich ist durch die beiden großflächigen Lebensmittelanbieter E-Center und Famila gekennzeichnet. Diese beiden großflächigen Verbrauchermärkte verfügen durch ihre Größe, das breite Sortiment und die attraktive Werbe- und Preispolitik über ein ausgedehntes Einzugsgebiet, das über die Grenzen der Stadt Rotenburg hinausgeht. Weitere Anbieter wie z.B. „Dänisches Bettenlager“ sind zusätzlich vorhanden.

Dieser Einzelhandelsschwerpunkt befindet sich nur rd. 500 Meter vom Ende der „Große Straße“ entfernt. Die nahe Verbindung zur Innenstadt ist förderlich für die Gesamtattraktivität des Einzelhandels in Rotenburg.

Als zweiter Bereich ist der Wümmepark und der gegenüber liegende Lidl zu nennen. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt nur rd. 1.500 Meter. Auch hier ist aufgrund der relativ geringen Entfernung eine gewisse Beziehung zur Innenstadt vorhanden.

Stadtplanauszug Harburger Straße / Zentrum



Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Einzelhandelsattraktivität von Rotenburg neben der Innenstadt auch durch die Einzelhandelsschwerpunkte in der Harburger Straße charakterisiert wird.

Der Einzelhandelsbereich Mühlenstraße/Verdener Straße mit u.a. Aldi, Penny, Lidl, EDEKA, Kik usw. wurde nicht näher betrachtet, da er für den Auftrag nicht von Bedeutung ist.

4.3 Wichtige Einzelhandelszentren im Umland

Die drei Oberzentren Bremen, Hamburg und Hannover verfügen über Innenstädte mit ausgeprägtem Einzelhandel. Hier sind die klassischen Kauf- und Warenhäuser sowie viele Fachgeschäfte vorhanden.

Wichtig für die Wettbewerbsbeziehungen von Rotenburg sind aber zwei Shopping-Center.

Bei dem „Dodenhof“ in Posthausen handelt es sich um ein Shopping-Center, das über viele Jahre gewachsen ist. Hier sind in mehreren Gebäuden weit über 50.000 m² Verkaufsfläche vorhanden. Es wird in einem Ortsteil des Grundzentrums Ottersberg ein Großstadtangebot präsentiert. Dem Shopping-Center Dodenhof ist ein großer Kundenstellplatz zugeordnet. Es handelt sich um einen Wettbewerber, der großen Einfluss auf den Einzelhandel in Rotenburg ausübt. Nach allgemeinen Grundsätzen der Raumordnung dürfte „Dodenhof“ an dem Standort Posthausen nicht angesiedelt sein. Erstaunlich ist, dass sich ein weiterer Neubau mit einem Elektronikfachmarkt im Bau befindet. Dadurch wird sich die Sogwirkung weiter erhöhen.

Ein weiteres Shopping-Center, das große Auswirkungen auf den Einzelhandel in Rotenburg hat, ist der Weserpark in Bremen. Der Weserpark ist ein überdachtes Shopping-Center mit über 50.000 m² Verkaufsfläche in 155 Geschäften. Für die Kunden stehen über 4.000 kostenlose Stellplätze zur Verfügung.

Jedes der beiden Shopping-Center hat Verkaufsflächen, die Rotenburgs Einzelhandelsflächen um ein vielfaches übersteigen. Über die Autobahn A1 sind die Einkaufsstandorte in rd. 20 Minuten mit dem PKW zu erreichen.

Um gegen diese beiden Wettbewerber bestehen zu können ist es erforderlich, dass in Rotenburg insgesamt ein gutes Einzelhandelsangebot gegeben ist.

Übersichtskarte Dodenhof / Weserpark



5. Bewertung der untersuchten Sortimente und Branchen

Die Situation der untersuchten Sortimente in Rotenburg wurde ermittelt. Es wurden Umsatzkapazitäten des Einzelhandels mit den Kaufvolumina der Einwohner des Einzugsbereichs gegenübergestellt.

5.1 Sortiment Bekleidung

5.1.1 Situation des Einzelhandels in Rotenburg

Das Sortiment Bekleidung ist durch seinen hohen Grad an Zentrenrelevanz gekennzeichnet. Die meisten Anbieter aus diesem Sortimentsbereich sind in der Regel im Zentrum der Städte anzutreffen. In Rotenburg sind diese Anbieter fast ausschließlich im Zentrum angesiedelt. Lediglich der Kik Textilmarkt befindet sich außerhalb der Zentralität in Rotenburg Süd. Darüber

hinaus sind im Umfeld des Kik, Discounter und ein Verbrauchermarkt anzutreffen. Hier hat ein Textilfachmarkt die vorhandene Zentralität.

Das zeigt die allgemeine Entwicklung, dass auch für dieses Sortiment Einzelhandelsformen bestehen, die eher in verkehrsorientierten Lagen und Fachmarktzentren anzutreffen sind.

Zum Zeitpunkt der Besichtigung waren in Rotenburg 18 Einzelhandelsgeschäfte mit dem Hauptsortiment Bekleidung ansässig. Über die größte Verkaufsfläche verfügt das Vögele Bekleidungsgeschäft mit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche. Mit Verkaufsflächen über 400 m² sind zwei weitere Betriebe im Zentrum anzutreffen. Die anderen 15 Anbieter verfügen über Verkaufsflächen, die teilweise deutlich unter 400 m² liegen. Hier handelt es sich zum Teil um Spezialanbieter, die als attraktiv eingestuft werden können. Stellvertretend sollen hier nur die Filialisten, „Erstings Family“, „Wissmach“ und „Street one“ genannt werden.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Bedeutung des Bekleidungseinzelhandels im Zentrum von Rotenburg positiv im Vergleich zu ähnlichen Mittelzentren liegt. Eine deutlich höhere zentrale Bedeutung wäre nur durch ein weiteres großflächiges Bekleidungshaus im Zentrum zu erreichen.

Betrachtet man das Angebot im Zentrum von Rotenburg, so sind hier zusammengefasst rd. 4.435 m² Verkaufsfläche im Sortiment Bekleidung vorhanden. Die Bekleidungsabteilung des Wettbewerbers Dodenhof ist nur um rd. 50% größer. Das Angebot in Rotenburg durch ihre Quantität eine Alternative zu Dodenhof. Durch eine besonders kundenorientierte Betreuung der Geschäfte besteht, die Möglichkeit eine sehr hohe Kundenbindung zu erreichen.

Außerhalb befindet sich lediglich der Kik-Markt sowie die Nebensortimente Bekleidung in den Lebensmittelbetrieben. Daraus ergibt sich für Rotenburg eine hohe Konzentration der Einzelhandelsfläche im Sortiment Bekleidung im Zentrum der Stadt.

Das Sortiment Bekleidung zeigt in Rotenburg folgendes Bild:

Flächenaufteilung Einzelhandel Rotenburg Sortiment Bekleidung		ohne Wümmepark	mit Wümmepark
Lage	Fläche in m ²	Anteil an Verkaufsfläche	
Innenstadt	4.435	85,5%	75,4%
Außenlagen (Kik, Lebensmittelbetriebe)	750	24,5%	12,7%
Summe	5.185	100%	88,1%
Wümmepark	700		11,9%
Gesamtsumme	5.885		100%

Die Konzentration der Einzelhandelsfläche Bekleidung spiegelt sich in den ermittelten Verkaufsflächen wieder. So sind zum gegenwärtigen Zeitpunkt über 85 % der Verkaufsfläche in der Innenstadt von Rotenburg angesiedelt. Durch die zusätzlich geplante Verkaufsfläche im Wümmepark verringert sich der Flächenanteil der Innenstadt um rd. 10 % auf rd. 75 % der Verkaufsfläche.

Die Bekleidungsfläche im Wümmepark hat mit rd. 700 m² Verkaufsfläche einen Flächenanteil von rd. 12 %. Wichtig für die Bewertung ist auch die Qualität der Einzelhandelsfläche. Im Wümmepark handelt es sich um Bekleidungsflächen des geplanten Sonderpostenmarktes und um einen Textilfachmarkt (Takko).

Im Sonderpostenmarkt wird kein festes Textilsortiment geführt. Das Angebot ist abhängig von der Möglichkeit Sonderposten einzukaufen. Es sind überwiegend Auslistungen und Vorjahresartikel. Eine führende Kompetenz in diesem Sortiment kann nicht erfolgen.

Der Takko Bekleidungsfachmarkt ist von seiner Sortiments- und Preispolitik im unteren Segment angesiedelt. Es wird in großem Umfang modische Ware angeboten, die nur in der jeweiligen Saison getragen wird. Die Sortimentspolitik richtet sich überwiegend an Jugendliche und junge Erwachsene.

5.1.2 Umsatzkapazität

Neben den Verkaufsflächen ist der Umsatz, den ein Einzelhandelsgeschäft erzielen kann, ein wichtiger Bestandteil der Beurteilung. Um diese Größe zu errechnen ist der Umsatz je m² Verkaufsfläche zu ermitteln. Die Umsatzleistung des Einzelhandels wird von der HDE Hauptgemeinschaft des Einzelhandels veröffentlicht.

Für das Sortiment Bekleidung wird ein Wert von € 3.413⁶ je m² angegeben. Hierin sind Betriebe von ländlicher Struktur bis hin zu zentralen Lagen in den Oberzentren enthalten. Da zur Spannweite keine gesicherten Erkenntnisse vorliegen, wurde keine Korrektur vorgenommen. Es kann aber vermutet werden, dass die erzielbare Raumleistung in Rotenburg unter dem Durchschnitt liegt.

Aus der Verkaufsfläche und dem Umsatz je m² lässt sich die Umsatzkapazität der Stadt Rotenburg errechnen. Die folgende Tabelle gibt das Ergebnis wieder.

Umsatzkapazität Einzelhandel Rotenburg Sortiment Bekleidung		ohne Wümmepark	mit Wümmepark
Lage	Umsatz tsd. €	Anteil an Umsatz	
Innenstadt	15.136,7	85,5%	75,4%
Außenlagen (Kik, Lebensmittelbetriebe)	2.559,8	24,5%	12,7%
Summe	17.696,4	100%	88,1%
Wümmepark	2.389,1		11,9%
Gesamtsumme	20.085,5		100%

Unter der Voraussetzung durchschnittlicher Umsatzleistungen können die Einzelhandelsanbieter in Rotenburg einen Umsatz von € 20,1 Mio. binden. Der größte Anteil mit über 85 % wird zurzeit von den Anbietern der Innenstadt repräsentiert.

Hier zeigt sich die Dominanz der Innenstadt im Sortiment Bekleidung. Auch nach der Realisierung der geplanten Verkaufsflächen hat die Innenstadt mit über 75 % einen hohen Anteil.

5.1.3 Kaufvolumen

Um die vorgenannte Umsatzkapazität einer weiteren Bewertung zu unterziehen, ist die Ermittlung des Kaufvolumens notwendig. Grundlage für die Ermittlung des Kaufvolumens ist der pro Kopf Ausgabenbetrag der Bevölkerung. Die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben werden vom Statistischen Bundesamt in Wiesbaden⁷ erhoben und veröffentlicht.

Der durchschnittliche Ausgabenbetrag unterliegt regionalen Schwankungen, die sich in erster Linie aus unterschiedlichen Einkommensstrukturen ergeben.

⁶ HDE Zahlenspiegel 2006, Seite 27

⁷ 2.10 Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken Jahr 2006

Ermittelt werden die Kaufkraftkennziffern von der GfK⁸. Für die Stadt Rotenburg ist ein Wert von 99,7 % ermittelt worden. Für den Landkreis liegt der Wert mit 100,3 % etwas darüber. Die geringe Abweichung vom Durchschnitt macht eine Korrektur der durchschnittlichen Ausgabenbeträge nicht nötig, so dass im Folgenden die Durchschnittswerte zum Ansatz gebracht wurden.

Für das Sortiment Bekleidung wird ein Ausgabenbetrag von € 692 pro Person und Jahr zum Ansatz gebracht. Dieser Ausgabenbetrag wird mit den Einwohnern im Einzugsbereich in Beziehung gebracht und ergibt das Kaufvolumen, das der Rotenburger Einzelhandel ansprechen kann.

Das ermittelte Kaufvolumen unterliegt allerdings noch Schwankungen. Zum Einen sind Zuflüsse von Käufer, die außerhalb des Einzugsbereichs leben vorhanden und zum Andern ergeben sich Abflüsse dadurch, dass Einwohner des Einzugsbereichs ihren Bedarf außerhalb abdecken.

Im Falle von Rotenburg ist saldiert ein Kaufvolumenabfluss vorhanden, sodass das in Rotenburg gebundene Kaufvolumen (der Marktanteil) unter dem gesamten ermittelten Kaufvolumen liegt.

Der Gutachter hat für die Stadt Rotenburg und für jede Gemeinde des abgegrenzten Einzugsbereichs einen Marktanteil für die Stadt Rotenburg ermittelt und damit das Kaufvolumen errechnet, das in der Stadt gebunden werden kann.

Die folgende Tabelle zeigt das gesamte Kaufvolumen und das Kaufvolumen, das in Rotenburg gebunden werden kann.

	Einwohner	Kaufvolumen in tsd. €	Marktanteil für Rotenburg	Kaufvolumen Rotenburg
Rotenburg	22.128	15.312,6	80 %	12.250,1
Umland	39.730	27.493,2	28 %	7.698,1
Gesamt	61.858	42.805,7	46,6 %	19.948,2

Die Einwohner der Stadt Rotenburg repräsentieren ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 15,3. Von diesem Kaufvolumen kann der Einzelhandel der Stadt 80 % binden. Die restlichen 20 % beinhalten die Kaufkraftabflüsse zu den bereits angesprochenen Zentren. Von den Einwohnern der Stadt kann in Rotenburg ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 12,3 gebunden werden.

Für das Umland wurden für jede Gemeinde innerhalb des Einzugsbereiches Marktanteile ermittelt, die in der Stadt Rotenburg gebunden werden können. Hier sind neben des örtlichen Angebots, die Entfernung zu Rotenburg, sowie

⁸ GfK Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung, Nürnberg

zu benachbarten Zentralorten und Zentren, als Grundlage zur Ermittlung des Marktanteils für Rotenburg einzubeziehen. Als Summe der Einzelbetrachtung ergibt sich ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 7,7, das der Rotenburger Einzelhandel binden kann. Dieses Kaufvolumen ergibt einen Marktanteil von rd. 28 % für den Einzelhandel der Stadt Rotenburg.

5.1.4 Versorgungsgrad

Das Kaufvolumen zeigt die Umsatzgröße, die durch die Einwohner im Einzugsbereich und den Ausgabenbetrag für das Sortiment Bekleidung ermittelt wurde. Durch die Bewertung des Kaufvolumens mit den differenzierten Marktanteilen für den Einzelhandel der Stadt Rotenburg errechnet sich das Kaufvolumen, das in Rotenburg gebunden werden kann. Die Umsatzkapazität gibt das Marktvolumen des Einzelhandels in Rotenburg für das Sortiment Bekleidung wieder.

Der Versorgungsgrad ist die Gegenüberstellung von Umsatzkapazität des Rotenburger Einzelhandels und des Kaufvolumens, das in der Stadt gebunden werden kann.

Die folgende Tabelle zeigt das Ergebnis für Rotenburg im Sortimentsbereich Bekleidung:

	in tsd. €
Kaufvolumen Rotenburg	19.948,2
Umsatzkapazität Rotenburg	20.085,5
Differenz	-137,3

Rein rechnerisch ergibt sich eine Überdeckung von € 137.300. Das heißt, dass der Rotenburger Einzelhandel über mehr Umsatzkapazität verfügt, als Kaufvolumen zu seiner Abdeckung zur Verfügung stehen. Dieser Wert ist sehr gering und liegt unter einem Prozent und damit innerhalb der Schwankungsbreiten, die sich bei Schätzungen ergeben können.

Die Betrachtung lässt für Rotenburg im Bereich Bekleidung auch nach Realisierung der geplanten Verkaufsflächen im Wümmepark ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Kaufvolumen und Umsatzkapazität erkennen.

Bezogen auf die Gesamtlage des Einzelhandels in Rotenburg ist die Realisierung der Einzelhandelsfläche Bekleidung im Wümmepark als vertretbar einzustufen.

5.1.5 Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen

Zentrenrelevante Sortimente sind typischerweise prägend für das Einzelhandelsangebot in Innenstädten, Ortskernen und Stadtteilzentren. Eine allgemeine gesetzliche Definition dieses Begriffs gibt es nicht.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind,

- dass sie typischerweise viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch haben und somit auch von kleinteiligen Fachgeschäften gewinnbringend angeboten werden können,
- häufig mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt und
- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.

Das Sortiment Bekleidung gehört zu den zentrenrelevanten Sortimenten⁹ und ist dieser Betrachtung zu unterziehen.

Zur Abwägung möglicher ökonomischer und städtebaulicher Auswirkungen einer Einzelhandelsplanung (außerhalb von Kerngebieten) wird in der Rechtssprechung und Literatur stets auf den Aspekt der „wesentlichen Beeinträchtigung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen“ hingewiesen, die im Rahmen raumordnungspolitischer Stellungnahmen von Relevanz sind.

Nach Ansicht des OVG Koblenz sind wesentliche Auswirkungen bei einer Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen von mehr als 10 % des gesamten innenstadtrelevanten Einzelhandels anzunehmen.¹⁰

Das Sortiment Bekleidung soll im Wümmepark auf einer Verkaufsfläche von rd. 700 m² angesiedelt werden. Das bedeutet für Rotenburg eine Flächenerhöhung von 13,5 %. Bezogen auf die zukünftige Verkaufsfläche von rd. 5.885 m² verfügt der Wümmepark über einen Flächenanteil von 11,9 %.

Die Gegenüberstellung von Umsatzkapazität und Kaufvolumen zeigt ein ausgeglichenes Ergebnis. Die geplanten Anbieter Takko und das Teilsortiment Jawoll sind überwiegend Wettbewerber zu Kik und den Bekleidungsflächen der Lebensmittelanbieter. Diese befinden sich in Rotenburg nicht im Zentrum sondern in den Außenlagen.

Negative Auswirkungen auf den Umsatz der bestehenden Bekleidungsanbieter im Zentrum von Rotenburg sind nicht auszuschließen. Das ausgeglichene Ergebnis zwischen Kaufkraft und Umsatzkapazität, sowie

⁹ BBE Unternehmensberatung, Köln, „Bergische Liste“

¹⁰ Beschluss vom 08.01.1999 – 8 B 12650/97-, NVwZ 1999 -435-438, Urteil vom 25.04.2001 – 8 A 11441/00 -, NvwZ-RR 2001 -638-642

die geplante Angebotsstruktur werden durch die Ausweitung der Verkaufsfläche Bekleidung bei den Anbietern der Innenstadt nur geringe Umsatzverluste, wenn überhaupt, bewirken.

Der Umsatzverlust der Bekleidungsgeschäfte in der Innenstadt wird voraussichtlich maximal 5 % betragen. Erfahrungsgemäß können die meisten Anbieter diesen Umsatzrückgang innerhalb von 1 bis 2 Jahren kompensieren und dann gute Umsatzzuwächse erreichen.

Die Umsatzverteilung zu Lasten des Einzelhandels in der Innenstadt wird durch die Ansiedlung im Wümmepark deutlich unter dem als allgemein bedenklich eingestuften Wert von 10 % liegen.

Einer Genehmigung der geplanten Verkaufsfläche Bekleidung im Wümmepark steht aus der Sicht des Gutachters nichts entgegen.

5.2 Sortiment Drogeriemarkt

5.2.1 Situation des Einzelhandels in Rotenburg

Drogeriemärkte sind als Anbieter einzustufen, die überwiegend Nahversorgungsfunktion haben. Aus diesem Grund hat die CIMA Stadtmarketing, Lübeck in ihrem Gutachten zum Nahversorgungskonzept für Rotenburg aus Juni 2006 diesen Bereich mit erfasst.

Im Allgemeinen befinden sich Drogeriemärkte sowohl in diversen Versorgungslagen (z.B. Nahversorgungslagen, Fachmarktzentren), als auch in zentralen Bereichen. In den Zentren sind Drogeriemärkte stärker repräsentiert als in den Versorgungslagen.

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei der Betrachtung des Drogeriemarktbereichs in Rotenburg. Zum Zeitpunkt der Besichtigung waren im Zentrum von Rotenburg 6 Drogeriemärkte und Parfümerien ansässig.

Die Firma Rossmann hat die Drogeriemarktkette Kloppenburg übernommen. Rossmann und der Markt Kloppenburg befinden sich im Zentrum in direkter Nähe zueinander. Die Rossmannfiliale ist mit rd. 220 m² Verkaufsfläche zu klein für die Ausrichtung von Rossmann. Es kann angenommen werden, dass diese Filiale geschlossen wird und der Kloppenburg Markt mit rd. 450 m² Verkaufsfläche in einen Rossmann Drogeriemarkt umgewandelt wird. Dass die Firma Rossmann beide Märkte langfristig weiterbetreibt hält der Gutachter für eher unwahrscheinlich.

Im Gutachten wird die Rossmannfläche nicht mehr berücksichtigt. Es sind daher in der Innenstadt 5 Drogeriemärkte und Parfümerien vorhanden, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 1.010 m² verfügen.

Außerhalb der Innenstadt wird das Drogeriemarktsortiment als Teilsortiment der Lebensmittelanbieter (z.B. E-Center, Famila) angeboten.

Das Sortiment Drogeriemarkt zeigt in Rotenburg folgendes Bild:

Flächenaufteilung Einzelhandel Rotenburg Sortiment Drogeriemarkt		ohne Wümmepark	mit Wümmepark
Lage	Fläche in m ²	Anteil an Verkaufsfläche	
Innenstadt	1.010	54,3%	41,7%
Außenlagen (Lebensmittelbetriebe)	850	45,7%	35,1%
Summe	1.860	100%	76,8%
Wümmepark	563		23,2%
Gesamtsumme	2423		100%

Die Betrachtung der Flächenverteilung zeigt, dass die Innenstadt in diesem Segment nicht die hohe Bedeutung wie bei Bekleidung hat. Der zurzeit rd. 54 % ige Anteil ergibt sich aus der Funktion als Nahversorgungssortiment.

Allerdings kann festgestellt werden, dass außerhalb der Innenstadt das Drogeriemarktsortiment nur als Teilsortiment angeboten wird. Ein Drogeriefachmarkt fehlt.

Auch nach Realisierung des Drogeriemarktes im Wümmepark beträgt der Flächenanteil der Innenstadt noch rd. 42 % und ist als hoch einzustufen.

5.2.2 Umsatzkapazität

Neben den Verkaufsflächen ist der Umsatz, den ein Einzelhandelsgeschäft erzielen kann ein wichtiger Bestandteil der Beurteilung. Um diese Größe zu errechnen ist der Umsatz je m² Verkaufsfläche zu ermitteln. Für Drogeriemärkte, Parfümerien und die Teilsortimente der Lebensmittelbetriebe sind von verschiedenen Institutionen stark abweichende Umsätze je m² Verkaufsfläche ermittelt.

Von der CIMA GmbH, Lübeck wurde in einer Stellungnahme vom 03.12.2007 zum Gutachten aus November 2007 eine durchschnittliche Raumleistung von über € 3.000 als Wert angegeben. Der Gutachter vertritt die Auffassung, dass ein Umsatz von € 3.000 je m² Verkaufsfläche im Falle Rotenburg angesetzt werden kann.

Aus der Verkaufsfläche und dem Umsatz je m² lässt sich die Umsatzkapazität der Stadt Rotenburg errechnen. Die folgende Tabelle gibt das Ergebnis wieder.

Umsatzkapazität Einzelhandel Rotenburg Sortiment Drogeriemarkt		ohne Wümmepark	mit Wümmepark
Lage	Umsatz tsd. €	Anteil an Umsatz	
Innenstadt	3030,0	54,3%	41,7%
Außenlagen (Lebensmittelbetriebe)	2.550,0	45,7%	35,1%
Summe	5.580,0	100%	76,8%
Wümmepark	1.689,0		23,2%
Gesamtsumme	7.269,0		100%

Unter Berücksichtigung der angesetzten Umsatzleistungen können die Einzelhandelsanbieter in Rotenburg einen Umsatz von €7,3 Mio. binden. Der Umsatzanteil der Innenstadt von zurzeit 54 % ist als relativ hoch einzustufen, da dieser Bereich auch Nahversorgungsfunktion hat.

Auch nach Realisierung der geplanten Verkaufsflächen hat die Innenstadt mit 42 % einen hohen Umsatzanteil. Gegebenenfalls ist Potential für eine weitere Entwicklung im Drogeriemarktbereich vorhanden.

5.2.3 Kaufvolumen

Um die vorgenannte Umsatzkapazität einer weiteren Bewertung zu unterziehen, ist die Ermittlung des Kaufvolumens notwendig. Grundlage für die Ermittlung des Kaufvolumens ist der pro Kopf Ausgabenbetrag der Bevölkerung. Die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben werden vom Statistischen Bundesamt in Wiesbaden¹¹ erhoben und veröffentlicht.

Der durchschnittliche Ausgabenbetrag unterliegt regionalen Schwankungen, die sich in erster Linie aus unterschiedlichen Einkommensstrukturen ergeben. Ermittelt werden die Kaufkraftkennziffern von der GfK¹². Für die Stadt Rotenburg ist ein Wert von 99,7 % ermittelt worden. Für den Landkreis liegt der Wert mit 100,3 % etwas darüber. Die geringe Abweichung vom Durchschnitt macht eine Korrektur der durchschnittlichen Ausgabenbeträge nicht nötig, sodass im Folgenden die Durchschnittswerte zum Ansatz gebracht wurden.

¹¹ 2.10 Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken Jahr 2006

¹² GfK Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung, Nürnberg

Für das Sortiment Drogerie/Parfümerie wird ein Ausgabenbetrag von € 310 pro Person und Jahr zum Ansatz gebracht. Dieser Ausgabenbetrag wird mit den Einwohnern im Einzugsbereich in Beziehung gebracht und ergibt das Kaufvolumen, das der Rotenburger Einzelhandel ansprechen kann.

Das ermittelte Kaufvolumen unterliegt allerdings noch Schwankungen. Zum Einen sind Zuflüsse von Käufer, die außerhalb des Einzugsbereichs leben vorhanden und zum Andern ergeben sich Abflüsse dadurch, dass Einwohner des Einzugsbereichs ihren Bedarf außerhalb abdecken.

Im Falle von Rotenburg ist saldiert ein Kaufvolumenabfluss vorhanden, sodass das in Rotenburg gebundene Kaufvolumen (der Marktanteil) unter dem gesamten ermittelten Kaufvolumen liegt.

Der Gutachter hat für die Stadt Rotenburg und für jede Gemeinde des abgegrenzten Einzugsbereichs einen Marktanteil für die Stadt Rotenburg ermittelt und damit das Kaufvolumen errechnet, dass in der Stadt gebunden werden kann. Da es sich bei dem Drogeriemarktsortiment auch um Nahversorgungssortimente handelt hat der Gutachter einige weit entfernt liegende Gemeinden nicht mehr zum Einzugsbereich gerechnet. Es handelt sich um die Gemeinden Horstedt, Reesum und Stemmen mit zusammen 3.823 Einwohnern.

Die folgende Tabelle zeigt das gesamte Kaufvolumen und das Kaufvolumen, das in Rotenburg gebunden werden kann.

	Einwohner	Kaufvolumen in tsd. €	Marktanteil für Rotenburg	Kaufvolumen Rotenburg
Rotenburg	22.128	6.859,7	90 %	6.173,7
Umland	35.925	11.136,8	17 %	1.893,3
Gesamt	58.053	17.996,4	44,8 %	8.067,0

Die Einwohner der Stadt Rotenburg repräsentieren ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 6,9. Von diesem Kaufvolumen kann der Einzelhandel der Stadt einen hohen Teil binden. Im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten hat der Drogeriemarktbereich überwiegend Nahversorgungsfunktion. Es wird ein Kaufvolumenabfluss von 10 % berücksichtigt. Von den Einwohnern der Stadt kann in Rotenburg ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 6,2 gebunden werden. Das entspricht 90 % des gesamten Kaufvolumens der Einwohner Rotenburgs.

Für das Umland wurden für jede Gemeinde innerhalb des Einzugsbereiches Marktanteile ermittelt, die in der Stadt Rotenburg gebunden werden können. Hier sind neben des örtlichen Angebots, die Entfernung zu Rotenburg, sowie zu benachbarten Zentralorten und Zentren, als Grundlage zur Ermittlung des

Marktanteils für Rotenburg einzubeziehen. Als Summe der Einzelbetrachtung ergibt sich ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 1,9, das der Rotenburger Einzelhandel binden kann. Dieses Kaufvolumen ergibt einen Marktanteil von rd. 17 % für den Einzelhandel der Stadt Rotenburg.

5.2.4 Versorgungsgrad

Das Kaufvolumen zeigt die Umsatzgröße, die durch die Einwohner im Einzugsbereich und den Ausgabenbetrag für das Sortiment Drogeriemarkt ermittelt wurde. Durch die Bewertung des Kaufvolumens mit den differenzierten Marktanteilen für den Einzelhandel der Stadt Rotenburg errechnet sich das Kaufvolumen, das in Rotenburg gebunden werden kann. Die Umsatzkapazität gibt das Marktvolumen des Einzelhandels in Rotenburg für das Sortiment Drogeriemarkt wieder.

Der Versorgungsgrad ist die Gegenüberstellung von Umsatzkapazität des Rotenburger Einzelhandels und des Kaufvolumens, das in der Stadt gebunden werden kann.

Die folgende Tabelle zeigt das Ergebnis für Rotenburg im Bereich Drogeriemarkt:

	in tsd. €
Kaufvolumen Rotenburg	8.067,0
Umsatzkapazität Rotenburg	7.269,0
Differenz	798,0

Der Rotenburger Einzelhandel verfügt über eine Umsatzkapazität, die unter dem erfassbaren Kaufvolumen liegt. Das Kaufvolumen übersteigt die Umsatzkapazität um € 0,8 Mio. Es handelt sich damit um rd. 11 % der Umsatzkapazität.

Ein Wert um die 10 % ist als gering einzustufen und zeigt eine ausgeglichene Situation zwischen Kaufvolumen und Umsatzkapazität.

In ihrem Gutachten zum Nahversorgungskonzept Rotenburg hat die CIMA GmbH, Lübeck empfohlen die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Rotenburg Ost zu prüfen¹³. Der Wümmepark liegt in dem von der CIMA abgegrenzten Bereich Rotenburg-Ost.

¹³ Nahversorgungskonzept für die Stadt Rotenburg (Wümme), CIMA Stadtmarketing, Gesellschaft für gewerbliches und kommunales Marketing mbH, Büro Lübeck, 14.06.2006

Die Betrachtung ergibt für Rotenburg im Bereich Drogeriemarkt auch nach Realisierung der geplanten Verkaufsflächen im Wümmepark ein Kaufvolumen das höher als die Umsatzkapazität ist.

Bezogen auf die Gesamtlage des Einzelhandels in Rotenburg und die Aussagen der CIMA ist die Realisierung der Einzelhandelsfläche Drogeriemarkt im Wümmepark als wünschenswert einzustufen.

5.2.5 Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen

Zentrenrelevante Sortimente sind typischerweise prägend für das Einzelhandelsangebot in Innenstädten, Ortskernen und Stadtteilzentren. Eine allgemeine gesetzliche Definition dieses Begriffs gibt es nicht.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind,

- dass sie typischerweise viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch haben und somit auch von kleinteiligen Fachgeschäften gewinnbringend angeboten werden können,
- häufig mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt und
- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.

Das Sortiment Drogerie gehört zu den Sortimenten, die überwiegend Nahversorgungsfunktion haben¹⁴ und muss dieser Betrachtung nicht unterzogen werden.

Zur Abwägung möglicher ökonomischer und städtebaulicher Auswirkungen einer Einzelhandelsplanung (außerhalb von Kerngebieten) wird in der Rechtssprechung und Literatur stets auf den Aspekt der „wesentlichen Beeinträchtigung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen“ hingewiesen, die im Rahmen raumordnungspolitischer Stellungnahmen von Relevanz sind.

Nach Ansicht des OVG Koblenz sind wesentliche Auswirkungen bei einer Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen von mehr als 10 % des gesamten innenstadtrelevanten Einzelhandels anzunehmen.¹⁵

Das Sortiment Drogeriemarkt soll im Wümmepark auf einer Verkaufsfläche von rd. 560 m² angesiedelt werden.

¹⁴ BBE Unternehmensberatung, Köln, „Bergische Liste“

¹⁵ Beschluss vom 08.01.1999 – 8 B 12650/97-, NVwZ 1999 -435-438, Urteil vom 25.04.2001 – 8 A 11441/00 -, NvwZ-RR 2001 -638-642

Die Gegenüberstellung von Umsatzkapazität und Kaufvolumen zeigt auch nach Realisierung der geplanten Flächen ein Kaufvolumen für Rotenburg, das über der Umsatzkapazität liegt.

Negative Auswirkungen auf den Umsatz der bestehenden Anbieter im Zentrum von Rotenburg können nicht gänzlich ausgeschlossen werden. Durch die zu erwartende Schließung des Rossmann Marktes in der Innenstadt, sind die Auswirkungen auf die anderen Anbieter im Zentrum äußerst gering.

Einer Genehmigung der geplanten Verkaufsfläche Drogeriemarkt im Wümmepark steht aus der Sicht des Gutachters nichts entgegen.

5.3 Sortiment Tiernahrung, -bedarf

5.3.1 Situation des Einzelhandels in Rotenburg

Das Sortiment Tiernahrung, -bedarf wird im Allgemeinen in Zoofachmärkten und als Teilsortiment in den Vertriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Auch in einigen Baumärkten (Praktiker) wird Tiernahrung angeboten.

Zoofachmärkte sind überwiegend in Nahversorgungslagen und Fachmarktzentren angesiedelt. In zentralen Bereichen von Städten sind sie nur selten vertreten. Der Kunde erwartet beim Einkaufen von Tiernahrung, -bedarf eine günstige Parksituation mit ausreichend Stellplätzen am Objekt.

Das Sortiment Tiernahrung wird in die nahversorgungsrelevanten Sortimente eingeordnet und gehört nicht zu den zentrenrelevanten Sortimenten. Bei Zoofachmärkten ist ausschließlich dem Sortimentsteil zoologischer Bedarf und lebende Tiere eine gewisse Zentrenrelevanz zuzuordnen¹⁶.

In Rotenburg wird das Angebotsbild im Sortimentsbereich Tiernahrung, -bedarf durch Einzelhandelsflächen überwiegend außerhalb der Innenstadt geprägt. An der Harburger Straße ist ein Zoofachgeschäft vorhanden. Bei der restlichen Verkaufsfläche außerhalb der Innenstadt handelt es sich um Teilsortimente der Lebensmittelanbieter.

In der Innenstadt befindet sich lediglich ein Tierfachgeschäft (Hund und Katze), das nur ein Teilsortiment Tiernahrung, -Bedarf als gutes Fachgeschäft abdeckt. Der Gutachter hat anonym als Kunde das Geschäft besucht und mit der Inhaberin (?) in ein intensives Gespräch. Er konnte

¹⁶ BBE Unternehmensberatung, Köln, „Bergische Liste“

feststellen, dass hier eine hohe Beratungskompetenz und Freundlichkeit gegenüber Kunden geboten wird. Es ist daher davon auszugehen, dass hier ein hoher Anteil an Stammkundschaft vorhanden ist.

Das Sortiment Tiernahrung, -bedarf zeigt in Rotenburg folgendes Bild:

Flächenaufteilung Einzelhandel Rotenburg Sortiment Tiernahrung, -bedarf		ohne Wümmepark	mit Wümmepark
Lage	Fläche in m ²	Anteil an Verkaufsfläche	
Innenstadt	180	26,5%	14,2%
Außenlagen (Lebensmittelbetriebe)	500	73,5%	39,5%
Summe	680	100%	53,7%
Wümmepark	586		46,3%
Gesamtsumme	1.266		100%

Die Betrachtung der Flächenverteilung zeigt, dass die Innenstadt in diesem Segment geringe Bedeutung hat. Der zurzeit rd. 27 % ige Anteil ergibt sich aus der Funktion als Nahversorgungssortiment.

Der größte Teil der Verkaufsfläche mit 73,5 % Anteil an der Gesamtfläche befindet sich außerhalb der Innenstadt. Im Allgemeinen ist nur in diesen Standortlagen das Erfordernis, günstig gelegener Stellplätzen in ausreichender Anzahl zu gewährleisten.

Dominierend wird zukünftig das Angebot im Wümmepark sein. Hier soll der in Rotenburg fehlende Tierfachmarkt mit rd. 500 m² Verkaufsfläche etabliert werden.

5.3.2 Umsatzkapazität

Neben den Verkaufsflächen ist der Umsatz, den ein Einzelhandelsgeschäft erzielen kann ein wichtiger Bestandteil der Beurteilung. Um diese Größe zu errechnen ist der Umsatz je m² Verkaufsfläche zu ermitteln. Für den Tiernahrung, -bedarf Einzelhandel und die Teilsortimente der Lebensmittelbetriebe sind von verschiedenen Institutionen stark abweichende Umsätze je m² Verkaufsfläche ermittelt.

Der Gutachter hat die Umsatzleistung des Einzelhandels, die von der HDE Hauptgemeinschaft des Einzelhandels veröffentlicht wird, als Grundlage zum Ansatz gebracht.

Für den Einzelhandel mit Tiernahrung, -bedarf wird ein Wert von € 2.279¹⁷ je m² angegeben. Hierin sind Betriebe von ländlicher Struktur bis hin zu zentralen Lagen in den Oberzentren enthalten. Da zur Spannweite keine gesicherten Erkenntnisse vorliegen wurde keine Korrektur vorgenommen. Es kann aber vermutet werden, dass die erzielbare Raumleistung in Rotenburg unter dem Durchschnitt liegt.

Aus der Verkaufsfläche und dem Umsatz je m² lässt sich die Umsatzkapazität der Stadt Rotenburg errechnen. Die folgende Tabelle gibt das Ergebnis wieder.

Umsatzkapazität Einzelhandel Rotenburg Sortiment Tiernahrung, -bedarf		ohne Wümmepark	mit Wümmepark
Lage	Umsatz tsd. €	Anteil an Umsatz	
Innenstadt	410,2	26,5%	14,2%
Außenlagen (Lebensmittelbetriebe)	1.139,5	73,5%	39,5%
Summe	1.549,7	100%	53,7%
Wümmepark	1.335,5		46,3%
Gesamtsumme	2.885,2		100%

Unter Berücksichtigung der angesetzten Umsatzleistungen können die Einzelhandelsanbieter in Rotenburg einen Umsatz von € 2,9 Mio. binden.

Auch nach Realisierung der geplanten Verkaufsflächen, befindet sich der dominierende Anbieter im Wümmepark. Von den Anforderungen der Branche an das Stellplatzangebot sind hier gute Voraussetzungen vorhanden, die den Betreiber des zukünftigen Zoofachmarktes zu seiner Entscheidung geführt hat.

5.3.3 Kaufvolumen

Um die vorgenannte Umsatzkapazität einer weiteren Bewertung zu unterziehen, ist die Ermittlung des Kaufvolumens notwendig. Grundlage für die Ermittlung des Kaufvolumens ist der pro Kopf Ausgabenbetrag der Bevölkerung. Die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben werden vom Statistischen Bundesamt in Wiesbaden¹⁸ erhoben und veröffentlicht.

Der durchschnittliche Ausgabenbetrag unterliegt regionalen Schwankungen, die sich in erster Linie aus unterschiedlichen Einkommensstrukturen ergeben.

¹⁷ HDE Zahlenspiegel 2006, Seite 27

¹⁸ 2.10 Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken Jahr 2006

Ermittelt werden die Kaufkraftkennziffern von der GfK¹⁹. Für die Stadt Rotenburg ist ein Wert von 99,7 % ermittelt worden. Für den Landkreis liegt der Wert mit 100,3 % etwas darüber. Die geringe Abweichung vom Durchschnitt macht eine Korrektur der durchschnittlichen Ausgabenbeträge nicht nötig, sodass im Folgenden die Durchschnittswerte zum Ansatz gebracht wurden.

Für das Sortiment Tiernahrung, -bedarf wird ein Ausgabenbetrag von € 46 pro Person und Jahr zum Ansatz gebracht. Dieser Ausgabenbetrag wird mit den Einwohnern im Einzugsbereich in Beziehung gebracht und ergibt das Kaufvolumen, das der Rotenburger Einzelhandel ansprechen kann.

Das ermittelte Kaufvolumen unterliegt allerdings noch Schwankungen. Zum einen sind Zuflüsse von Käufer, die außerhalb des Einzugsbereichs leben vorhanden und zum andern ergeben sich Abflüsse dadurch, dass Einwohner des Einzugsbereichs ihren Bedarf außerhalb abdecken.

Im Falle von Rotenburg ist saldiert ein Kaufvolumenabfluss vorhanden, sodass das in Rotenburg gebundene Kaufvolumen (der Marktanteil) unter dem gesamten ermittelten Kaufvolumen liegt.

Der Gutachter hat für die Stadt Rotenburg und für jede Gemeinde des abgegrenzten Einzugsbereichs einen Marktanteil für die Stadt Rotenburg ermittelt und damit das Kaufvolumen errechnet, das in der Stadt gebunden werden kann. Da es sich bei dem Sortiment Tiernahrung, -bedarf auch um Nahversorgungssortimente handelt, hat der Gutachter einige weit entfernt liegende Gemeinden nicht mehr zum Einzugsbereich gerechnet. Es handelt sich um die Gemeinden Horstedt, Reeßum und Stemmen mit zusammen 3.823 Einwohnern.

Die folgende Tabelle zeigt das gesamte Kaufvolumen und das Kaufvolumen, das in Rotenburg gebunden werden kann.

	Einwohner	Kaufvolumen in tsd. €	Marktanteil für Rotenburg	Kaufvolumen Rotenburg
Rotenburg	22.128	1.017,9	90 %	916,1
Umland	35.925	1.652,6	31 %	512,3
Gesamt	58.053	2.670,4	53,5 %	1.428,4

Die Einwohner der Stadt Rotenburg repräsentieren ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 1,0. Von diesem Kaufvolumen kann der Einzelhandel der Stadt einen hohen Teil binden. Im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten hat der Bereich Tiernahrung, -bedarf überwiegend Nahversorgungsfunktion. Es wird ein Kaufvolumenabfluss von 10 % berücksichtigt. Von den Einwohnern

¹⁹ GfK Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung, Nürnberg

der Stadt kann in Rotenburg ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 0,9 gebunden werden. Das entspricht 90 % des gesamten Kaufvolumens der Einwohner Rotenburgs.

Für das Umland wurden für jede Gemeinde innerhalb des Einzugsbereiches Marktanteile ermittelt, die in der Stadt Rotenburg gebunden werden können. Hier sind neben des örtlichen Angebots, die Entfernung zu Rotenburg, sowie zu benachbarten Zentralorten und Zentren, als Grundlage zur Ermittlung des Marktanteils für Rotenburg einzubeziehen. Als Summe der Einzelbetrachtung ergibt sich ein Kaufvolumen von rd. Mio. € 0,5, das der Rotenburger Einzelhandel binden kann. Dieses Kaufvolumen ergibt einen Marktanteil von rd. 31 % für den Einzelhandel der Stadt Rotenburg.

5.3.4 Versorgungsgrad

Das Kaufvolumen zeigt die Umsatzgröße, die durch die Einwohner im Einzugsbereich und den Ausgabenbetrag für das Sortiment Tiernahrung, -bedarf ermittelt wurde. Durch die Bewertung des Kaufvolumens, mit den differenzierten Marktanteilen für den Einzelhandel der Stadt Rotenburg, errechnet sich das Kaufvolumen, das in Rotenburg gebunden werden kann. Die Umsatzkapazität gibt das Marktvolumen des Einzelhandels in Rotenburg für das Sortiment Tiernahrung, -bedarf wieder.

Der Versorgungsgrad ist die Gegenüberstellung von Umsatzkapazität des Rotenburger Einzelhandels und des Kaufvolumens, das in der Stadt gebunden werden kann.

Die folgende Tabelle zeigt das Ergebnis für Rotenburg im Bereich Tiernahrung, -bedarf:

	in tsd. €
Kaufvolumen Rotenburg	1.428,4
Umsatzkapazität Rotenburg	2.885,2
Differenz	-1.456,8

Der Rotenburger Einzelhandel verfügt über eine Umsatzkapazität, die über dem erfassbaren Kaufvolumen liegt. Das Kaufvolumen deckt nur rd. die Hälfte der Umsatzkapazität ab.

Rein rechnerisch ist bereits heute die Umsatzkapazität nicht durch Kaufvolumen abgedeckt.

Von der Angebotsstruktur fehlt in Rotenburg ein Tierfachmarkt mit den geplanten rd. 500 m² Verkaufsfläche.

5.3.5 Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen

Zentrenrelevante Sortimente sind typischerweise prägend für das Einzelhandelsangebot in Innenstädten, Ortskernen und Stadtteilzentren. Eine allgemeine gesetzliche Definition dieses Begriffs gibt es nicht.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind,

- dass sie typischerweise viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch haben und somit auch von kleinteiligen Fachgeschäften gewinnbringend angeboten werden können,
- häufig mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt und
- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.

Das Sortiment Tiernahrung gehört zu den Sortimenten die überwiegend Nahversorgungsfunktion haben²⁰ und muss dieser Betrachtung nicht unterzogen werden. Lediglich der Sortimentsteil Tierbedarf ist zentrenrelevant.

Zur Abwägung möglicher ökonomischer und städtebaulicher Auswirkungen einer Einzelhandelsplanung (außerhalb von Kerngebieten) wird in der Rechtssprechung und Literatur stets auf den Aspekt der „wesentlichen Beeinträchtigung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen“ hingewiesen, die im Rahmen raumordnungspolitischer Stellungnahmen von Relevanz sind.

Nach Ansicht des OVG Koblenz sind wesentliche Auswirkungen bei einer Umsatzverteilung zu Lasten bestehender Einzelhandelsstrukturen von mehr als 10 % des gesamten innenstadtrelevanten Einzelhandels anzunehmen.²¹

Der Zoofachmarkt soll im Wümmepark auf einer Verkaufsfläche von rd. 500 m² angesiedelt werden.

Die Betrachtung von Kaufvolumen und Umsatzkapazität zeigt, dass die Umsatzkapazität das Kaufvolumen deutlich übersteigt. Zum Einen kann vermutet werden, dass der Einzelhandel keine durchschnittlichen Raumleistungen erreicht und zum Anderen ein höheres Kaufvolumen gebunden werden kann.

²⁰ BBE Unternehmensberatung, Köln, „Bergische Liste“

²¹ Beschluss vom 08.01.1999 – 8 B 12650/97-, NVwZ 1999 -435-438, Urteil vom 25.04.2001 – 8 A 11441/00 -, NvwZ-RR 2001 -638-642

Es gibt gesicherte Erkenntnisse, dass ein neuer Anbieter seinen Umsatz nicht ausschließlich durch Umsatzverluste der vorhandenen Anbieter am Ort erreichen kann. Der Zoofachmarkt wird nur rd. 30 % seines Umsatzes durch Verlagerung des vorhandenen Einzelhandels erzielen können.

Die Umsatzkapazität von rd. € 1,3 Mio entspricht 93,5 % des in Rotenburg generierbaren Kaufvolumens. Ein derart hoher Marktanteil ist von einem Markt nicht erzielbar.

Es kann vermutet werden, dass durch die Ansiedlung des Zoofachmarktes das Kaufvolumen für Rotenburg steigt.

Es soll allerdings nicht verschwiegen werden, dass auch Umsatzverluste bei den bestehenden Betrieben zu erwarten sind. In erster Linie werden diese bei den Anbietern in den Außenlagen zu verzeichnen sein, da der neue Markt überwiegend mit diesen im Wettbewerb steht.

Das Zoofachgeschäft in der Innenstadt hat bereits heute die Wettbewerber in den Außenlagen mit guter Parkplatzsituation. Durch den neuen Markt wird sich für diesen Anbieter kaum etwas ändern.

Das Geschäft führt ausschließlich ein Teilsortiment für Hunde und Katzen.

Sehr positiv ist die Leistung gegenüber dem Kunden, die hier geboten wird. Diese Leistung kann ein Filialbetrieb nicht bieten. Trotzdem ist zu befürchten, dass auch dieses Geschäft Umsatz einbüßen wird. Der Verlust kann nur grob geschätzt werden. Der Gutachter vermutet, dass er rd. 8-15% betragen wird.

Eine Genehmigung des Zoofachmarktes kann aus der Sicht des Gutachters empfohlen werden, da der überwiegende Umsatz eines Zoofachmarktes nicht zentrenrelevant ist. Die Auswirkungen auf den vorhandenen Zoofachmarkt im Zentrum dürften überschaubar sein.

5.4 Apotheken

Apotheken sind eine Sonderform des Einzelhandels. Mit rezeptpflichtigen Medikamenten, sowie rezeptfreien Arzneien und Selbstmedikation, werden im Durchschnitt 92 % des Umsatzes²² einer Apotheke erzielt.

In diesem Bereich herrscht kein Preiswettbewerb. Bei der Branche der Apotheken kann festgestellt werden, dass die Persönlichkeit des Inhabers und die Kompetenz des Personals wichtige Punkte für den Erfolg einer Apotheke sind.

²² Kapp, Montabaur

Apotheken haben neben der Zentrenrelevanz auch eine Nahversorgungsfunktion²³, da sie auch zu den kurzfristig nach gefragten Sortimenten gehören.

In Rotenburg Ost ist keine Apotheke angesiedelt.

Die geplante Apotheke übernimmt hier die Nahversorgungsfunktion und dient zur Abrundung des Angebotes im Wümmepark.

In Rotenburg sind derzeit 8 Apotheken vorhanden. Die geplante Apotheke im Wümmepark wird das ausgeglichene Bild in dieser Branche nicht negativ beeinflussen.

Es ist davon auszugehen, dass die vorhandenen Apotheken auch zukünftig Bestand haben werden. Die Entwicklungsmöglichkeit von Apotheken unterliegt zum überwiegenden Teil der Veränderung der Gesundheitsreform der Bundesregierung.

Die Ansiedlung neuer Apotheken erfolgt im Regelfall durch Unterstützung der Apothekerkammer.

Die Realisierung der Apotheke im Wümmepark kann befürwortet werden.

²³ CIMA Gutachten 2006 Seite 64

6. Fazit

Nachdem der Baumarkt im Wümmepark geschlossen wurde, hat dieser Standort an Attraktivität verloren. Unter dem Aspekt der Gesamtattraktivität des Rotenburger Einzelhandels ist eine Wiederbelebung der Fläche notwendig.

Der Wümmepark soll ein Branchenmix erhalten, der ein attraktives Fachzentrum darstellt.

Besonders vor dem Hintergrund der nahen Shopping-Center Dodenhof und Weserpark ist ein in Rotenburg insgesamt attraktiver Einzelhandel erforderlich.

Mögliche, aber eher geringe, negative Faktoren bezüglich einzelner Anbieter im Zentrum werden durch die Erhöhung der Zentralitätswirkung Rotenburgs überkompensiert.

Die Einzelhändler im Zentrum haben die Möglichkeit ihren Auftritt zu verbessern und können möglichen negativen Einflüssen entgegenwirken.

Wietzendorf, April 2008

Standort-, Handels-, Immobilienberatung
Wolfgang Schanz
Königsberger Straße 8
29649 Wietzendorf

Anhang

Definitionen²⁴

Selbstbedienung

Selbstbedienung heißt, dass der Kunde freien Zugang zur Ware hat und diese selbst den Warenträgern entnimmt.

Lebensmittel-SB-Laden

Ein Lebensmittel-SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 200 qm Verkaufsfläche, das Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet.

Lebensmittel-SB-Markt

Ein Lebensmittel-SB-Markt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit 200 bis 400 qm Verkaufsfläche, das auch Frischwaren sowie integrierte Non-Food in Selbstbedienung führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm, das Lebensmittel einschließlich Frischwaren führt und in dem der Anteil der für Non-Food vorgesehenen Fläche nicht über 25 Prozent liegt.

Lebensmittel-Discountmarkt

Ein Lebensmittel-Discountmarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.

Non-Food-Discountmarkt

Ein Non-Food-Discountmarkt ist ein Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel aus dem Hartwaren- und/oder Textilbereich konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik

²⁴ EHI Handel aktuell, Glossar

anspricht.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 1.500 qm Verkaufsfläche, das überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs anbietet.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 5.000 qm Verkaufsfläche, das seinen Standort außerhalb von Innenstädten hat und überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie ein umfangreiches Sortiment an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz-, mittel- und teilweise auch langfristigen Bedarfs anbietet.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltwaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein Einzelhandelsfachgeschäft auf größerer Fläche mit einem breiten, tiefen branchenbetonten Angebot.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet.

Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiges Fachgeschäft, das 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.

Factory Outlet

Factory Outlet ist ein mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktvertrieb insbesondere Ware zweiter Wahl, Überbestände und Retouren seines Produktionsprogrammes oder seines Zukaufssortimentes vorrangig in Selbstbedienung an fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten absetzt.

Galerien und Passagen

Galerien und Passagen sind bauliche Einheiten in Citylagen, in denen vorwiegend mittlere und kleine Handels-, Gastronomie- und sonstige Dienstleistungsbetriebe angesiedelt sind, deren Sortiment und Einrichtung gehobenen Ansprüchen gerecht werden.

Bei einer Passage handelt es sich um eine für Fußgänger geschaffene Verbindung von zwei Verkehrszonen; bei einer Galerie liegen die Betriebe gewöhnlich auf zwei oder mehr Verkaufsebenen.

Shopping-Center

Shopping-Center sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken. Sie sind charakterisiert durch:

- räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe,
- eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus/Kaufhaus/SB-Warenhaus),
- ein großzügig bemessenes Angebot an PKW-Stellplätzen,
- zentrales Management bzw. Verwaltung,
- gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z. B. Werbung)

und verfügen im Allgemeinen über eine Einzelhandelsgeschäftsfläche von

mindestens 10.000 qm. Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und/oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shopping-Centers betrachtet.

Außer den vom Einzelhandel belegten Geschäftsflächen verfügt ein Einkaufszentrum über weitere von gewerblichen Nutzern angemietete Flächen:

Zu unterscheiden ist dabei insbesondere zwischen Flächen:

- für gastronomische Einrichtungen,
- für Dienstleistungsbetriebe aller Art (Bank, Reisebüro, Kino, Fitness-Studio u. a.).

Die Gesamtfläche eines Shopping-Centers umfasst neben Geschäftsfläche die allgemeine Verkehrsfläche, die Fläche der Centerverwaltung und die Sanitärräume.