



KÖNIGLICHES LÖBTEIL MÜNCHEN AUF DER STÜTZEN

VERTRÄGLICHKEITSUNTERSUCHUNG ZUR ANSIEDLUNG EINES FACHMARKTZENTRUMS IM ORTSTEIL MENNIGHÜFFEN IN DER STADT LÖHNE - AKTUALISIERUNG

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck

Tel.: 0451-38968-0
Fax: 0451-38968-28
E-Mail: cima.luebeck@cima.de
Internet: www.cima.de

Bearbeitung:
Dipl.-Ing. Stadtplanung Beatrix Rehwinkel
rehwinkel@cima.de
Projektleitung:
Dipl.-Geogr. Martin Kremming
kremming@cima.de



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

Lübeck, 15. März 2012



© CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Dieser Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Er ist dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Es wurden ggf. Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

INHALT

1	AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG	6	6	VORSTELLUNG DES PLANVORHABENS	47
2	AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN	8	6.1	Struktur des Planvorhabens – Stand März 2012	47
			6.2	Herkunft des Vorhabenumsatzes	53
3	PLANERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE RAHMENDATEN	12	7	ÖKONOMISCHE WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS FÜR DIE STADT LÖHNE UND DIE ZENTREN IM UNTERSUCHUNGSGEBIET	56
3.1	Zentralörtliche Bedeutung	12	7.1	Ökonomische Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur in der Stadt Löhne – nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	58
3.2	Makrostandort Stadt Löhne	13	7.2	Qualitative wirkungsanalytische Betrachtung Sortiment Möbel, Gartenmöbel – Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in Löhne	60
3.3	Sozioökonomische Rahmendaten	14	7.3	Regionale Betrachtung der ökonomischen Auswirkungen des Planvorhabens– nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	62
4	MARKTANALYTISCHE RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL IN DER STADT LÖHNE UND IM UNTERSUCHUNGSGEBIET	16	8	RECHTLICHE UND RAUMORDNERISCHE VORGABEN UND DEREN BEWERTUNG	71
4.1	Kaufkraftniveau in der Region Löhne	16	9	ABSCHLIESSENDE BEWERTUNG UND EMPFEHLUNGEN	74
4.2	Abgrenzung des Untersuchungsgebietes	17	10	METHODIK	76
4.3	Vorhabenrelevante Nachfragesituation in der Stadt Löhne	18	10.1	Analyse der Angebotsseite	76
4.4	Vorhabenrelevante Angebotssituation in der Stadt Löhne	19	10.2	Analyse der Nachfrageseite	79
4.5	Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet	30			
4.5.1	Gemeinde Hiddenhausen	32			
4.5.2	Stadt Bünde	33			
4.5.3	Gemeinde Kirchlegern	34			
4.5.4	Gemeinde Hüllhorst	36			
4.5.5	Stadt Bad Oeynhausen	38			
4.5.6	Stadt Vlotho	39			
4.5.7	Stadt Herford	40			
5	EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT LÖHNE	43			

ABBILDUNGEN

Abb. 1:	Übersicht: Lage des Planvorhabenstandortes	9	Abb. 23:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Werster Straße	28
Abb. 2:	Lageplan des Planvorhabens (Stand 2011)	10	Abb. 24:	Wettbewerber in Löhne	29
Abb. 3:	Blick auf Planvorhabenstandort aus südöstlicher Richtung	11	Abb. 25:	Lage der untersuchten Mittel- und Grundzentren im regionalen Untersuchungsgebiet	31
Abb. 4:	Blick auf Planvorhabenstandort aus nordöstlicher Richtung	11	Abb. 26:	Abgrenzung Ortszentrum Eilshausen	32
Abb. 5:	Stadt Löhne im LEP Nordrhein-Westfalen	12	Abb. 22:	Wettbewerber in Hiddenhausen	32
Abb. 6:	Die Lage der Stadt Löhne im Raum	13	Abb. 27:	Abgrenzung Innenstadt Bünde	33
Abb. 7:	Bevölkerungs-, Beschäftigten- und Arbeitslosenentwicklungen	14	Abb. 28:	Wettbewerber in Bünde	34
Abb. 8:	Beschäftigtenentwicklung	14	Abb. 29:	Abgrenzung Hauptzentrum Kirchlegern	34
Abb. 9:	Kaufkraftkennziffern der Zentren in der Region in Prozent (für das Jahr 2010, Deutschland = 100%)	16	Abb. 30:	Wettbewerber in Kirchlegern	35
Abb. 10:	Regionales Untersuchungsgebiet des Planvorhaben	17	Abb. 31:	Abgrenzung Ortszentrum Hüllhorst	36
Abb. 11:	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial in der Stadt Löhne – alle Sortimente des Planvorhabens (inkl. Möbel)	18	Abb. 32:	Wettbewerber in Hüllhorst	37
Abb. 12:	Vorhabenrelevante Angebotssituation in der Stadt Löhne (nur nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente)*	19	Abb. 33:	Abgrenzung Innenstadt Bad Oeynhausen	38
Abb. 13:	Branchenspezifische Einzelhandelszentralitäten für die Stadt Löhne (vorhabenrelevant)	21	Abb. 34:	Wettbewerber in Bad Oeynhausen	39
Abb. 14:	Abgrenzung Ortsteilzentrum Lübbecke Straße	23	Abb. 35:	Abgrenzung Innenstadt Vlotho	39
Abb. 15:	Wettbewerb OTZ Lübbecke Straße	24	Abb. 36:	Wettbewerber in Vlotho	40
Abb. 16:	Abgrenzung Ortsteilzentrum Königstraße	25	Abb. 37:	Abgrenzung Innenstadt Herford	40
Abb. 17:	Abgrenzung Ortsteilzentrum Mennighüffen	25	Abb. 38:	Wettbewerber in Herford	42
Abb. 18:	Wettbewerber in Mennighüffen	26	Abb. 39:	Ortsteilzentrum Mennighüffen	43
Abb. 19:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Koblenzer Straße	26	Abb. 40:	Sortimentsliste nach dem Einzelhandelskonzept der Stadt Löhne	44
Abb. 20:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Weihestraße / Nordbahnstraße	27	Abb. 41:	Sortimentsstruktur des Vorhabens entsprechend der „Löhner Liste“	45
Abb. 21:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Königstraße / Brunnenstraße	27	Abb. 42:	Sortimentsstruktur des Gesamtvorhabens	49
Abb. 22:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Löhne-Ort	28	Abb. 43:	Sortimentsstruktur des geplanten Lebensmittelvollsortimenters	50
			Abb. 44:	Sortimentsstruktur des geplanten Lebensmitteldiscounters	50
			Abb. 45:	Sortimentsstruktur des geplanten Drogeriefachmarktes	51
	CIMA Beratung + Management GmbH 2012				4

Abb. 46: Sortimentsstruktur des geplanten Textilfachmarktes 1	51	Abb. 63: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat (%)	67
Abb. 47: Sortimentsstruktur des geplanten Textilfachmarktes 2	51	Abb. 64: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Gardinen, Heimtextilien (%)	68
Abb. 48: Sortimentsstruktur des geplanten Schuhfachmarktes	51	Abb. 65: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Zoobedarf (%)	68
Abb. 49: Sortimentsstruktur des geplanten Haushaltswarendiscounters	52	Abb. 66: Gegenüberstellung Umsatz des Vorhabens mit dem Nachfragepotenzial des Ortsteils Mennighüffen sowie der Stadt Löhne insgesamt	72
Abb. 50: Sortimentsstruktur des geplanten Elektrofachmarktes	52	Abb. 67: Die 33 CIMA-Branchen	76
Abb. 51: Sortimentsstruktur des geplanten Einrichtungsfachmarktes	52	Abb. 68: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen	78
Abb. 52: Umsatzherkunft des Planvorhabens – nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente lt. „Löhner Liste“	54		
Abb. 53: Vorhabenrelevante maximale Umsatzumverteilungen des Planvorhabens innerhalb der Stadt Löhne – nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	58		
Abb. 54: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens über alle Sortimente (%)	62		
Abb. 55: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren (%)	63		
Abb. 56: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (%)	64		
Abb. 57: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe übriger periodischer Bedarf (%)	64		
Abb. 58: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Bekleidung, Wäsche (%)	65		
Abb. 59: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Schuhe, Lederwaren (%)	65		
Abb. 60: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Bücher, Schreibwaren (%)	66		
Abb. 61: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien (%)	66		
Abb. 62: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Spielwaren (%)	67		

1 AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG

Auftrag

- Vor dem Hintergrund veränderter Vorhabenrahmendaten erfolgte eine Aktualisierung des von der CIMA im März 2011 erstellten kommunalen und regionalen Verträglichkeitsgutachtens zur Ansiedlung eines Fachmarktzentrums an der Lübbecker Straße im Löhner Ortsteil Mennighüffen. Abweichend bzw. ergänzend zum Vorhabendesign in 2011 ist zusätzlich die Neuansiedlung eines Einrichtungsfachmarktes (Typ Das Depot) mit rd. 700 qm Verkaufsfläche (VKF) sowie eines Elektro- / Unterhaltungselektronik-Fachmarktes mit einer VKF von rd. 2.000 qm geplant. Der Untersuchung aus 2011 lag die Verlagerung und Erweiterung (um rd. 450 qm VKF) des derzeit schon in Mennighüffen agierenden Expert Elektro- / Unterhaltungselektronik-Fachmarktes zum Vorhabenstandort zugrunde.

Auftraggeber

- Stadt Löhne

Analysezeitraum

- Februar bis März 2012

Untersuchungsdesign

- Überarbeitung der Analyse und Aussagen der Studie aus 2011 für die Sortimente, für die sich Veränderungen ergeben haben (vgl. Kap. 2); Bewertung des Gesamtvorhabens.
- Nacherhebung im Sortiment Möbel. Möbel werden als Randsortiment (< 150 qm VKF) des Einrichtungsfachmarktes angeboten.

- Darstellung und Untersuchung der neu einbezogenen Fachmärkte nach Einzelsortimenten; Darstellung des modifizierten Gesamtvorhabens.
- Die Abgrenzung des Einzugsgebietes, wie im Bericht in 2011 dargestellt, hat aus marktanalytischer Sicht auch für das modifizierte Planvorhaben Bestand, weshalb im Folgenden darauf Bezug genommen wird.
- Darlegung der Umsatzherkunft des Planvorhabens.
- Dokumentation der warengruppenspezifischen kommunalen und regionalen Umsatzverlagerungen (Verträglichkeitsberechnung) und damit Untersuchung der ökonomischen Auswirkungen auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet für die gemäß Löhner Liste sowie gemäß Landesplanung nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des modifizierten Gesamtvorhabens. Übernahme der Ergebnisse aus 2011 für unveränderte Sortimente (unveränderte VKF), aktualisierte Ermittlung der Umsatzumverlagerungen für Sortimente, für die sich gegenüber 2011 Veränderungen (veränderte VKF) ergeben. Für das nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Möbel-Randsortiment des neu geplanten Einrichtungsmarktes erfolgt eine qualitative Beurteilung.
- Darstellung und Beurteilung der zu erwartenden ökonomischen Auswirkungen des modifizierten Planvorhabens auf die bestehenden Angebotsstrukturen innerhalb des Einzugsgebietes für dessen nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente.
- Besatzempfehlungen.
- Beurteilung des modifizierten Planvorhabens hinsichtlich der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit.
- Prüfung der Verträglichkeit des Vorhabens mit den Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms (LEPro) NRW



Methodische Grundsätze

- Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Planvorhabens geht die CIMA von einem „Worst-Case-Ansatz“ aus. Das bedeutet, dass bei den Berechnungen die maximal zu erwartenden Verdrängungswirkungen dargestellt werden.
- Gemäß Absprache mit dem Auftraggeber werden mit Ausnahme des Sortiments Möbel bezüglich der Leistungsdaten des vorhabenrelevanten Einzelhandels in Löhne sowie im restlichen Untersuchungsgebiet die Erhebung der CIMA aus September / Oktober 2010 zugrunde gelegt. Wie ebenfalls mit dem Auftraggeber abgestimmt, wird hinsichtlich der Nachfragesituation der Datenkranz aus dem Bericht von 2011 herangezogen.

2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

In der Stadt Löhne wird im Ortsteil Mennighüffen aktuell die Ansiedlung eines Fachmarktzentrums mit unterschiedlichen Fachmärkten aus dem periodischen und aperiodischen Bedarfsbereich einschließlich eines Lebensmittelvollsortimenters und eines Lebensmitteldiscounters diskutiert. Weiterer Bestandteil des Vorhabenlayouts ist - wie in Kap. 1 dargelegt - die Neuansiedlung eines Elektro- / Unterhaltungselektronik-Fachmarktes mit einer VKF von rd. 2.000 qm anstelle der ursprünglich vorgesehenen Verlagerung und Erweiterung (um rd. 450 qm VKF) des derzeit schon in Mennighüffen agierenden Expert Elektro- / Unterhaltungselektronik-Fachmarktes. Ebenfalls neu gegenüber dem Altkonzept ist eine Ansiedlung eines Einrichtungs-Fachmarktes mit rd. 700 qm VKF projektiert.

Unverändert gegenüber dem in 2011 untersuchten Projektstand ist die geplante Realisierung folgender weiterer Fachmärkte: ein Drogeriemarkt, zwei Textilfachmärkte, ein Schuhfachmarkt sowie ein Haushaltswarendiscounter.

Zum Stand 2011 waren insgesamt 4.500 qm neue bzw. untersuchungsrelevante Verkaufsfläche – d. h. unter Bereinigung der Bestandsverkaufsflächen des Edeka Marktes und von Expert Döring – vorgesehen. Aktuell sind, wiederum bereinigt um die Bestands-VKF des Edeka Marktes, 6.750 qm neue Verkaufsfläche geplant, wodurch sich gegenüber 2011 eine Zunahme von 2.250 qm ergibt.

Im Vergleich zum Prüfungsansatz aus 2011 bietet sich bezogen auf die zu untersuchenden Sortimente folgendes Bild:

- Lebensmittel und Reformwaren → Situation wie in 2011
- Gesundheit und Körperpflege → +30 qm
(Randsortiment Einrichtungs-FM)
- Übriger periodischer Bedarf → +5 qm VKF
(Randsortiment Einrichtungs-FM)
- Bekleidung, Wäsche → Situation wie in 2011
- Schuhe, Lederwaren → Situation wie in 2011
- Bücher, Schreibwaren → +20 qm
(Randsortiment Einrichtungs-FM)
- Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien → + 1.550 qm (450 qm Erw./Verlg. Expert Döring wurden schon in 2011 geprüft); VKF **nun neu** am Standort 2.000 qm)
- Spielwaren → Situation wie in 2011
- Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat → + 420 qm
(Hauptsortiment Einrichtungs-FM)
- Möbel → 140 qm, neues Sortiment gegenüber 2011 (Randsortiment Einrichtungs-FM)
- Gardinen, Heimtextilien → +85 qm
(Nebensortiment Einrichtungs-FM)
- Zoobedarf → Situation wie in 2011

Die aus den Verkaufsflächenzuwächsen resultierenden Umsatzzuwächse betreffen bis auf das Sortiment Möbel zentrenrelevante Sortimente gemäß der Löhner Sortimentsliste.

Der Vorhabenstandort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage (vgl. auch Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Löhne; GMA 2008) direkt an der Lübbecker Straße im nördlichen Stadtgebiet von Löhne. Weiterhin liegt der angedachte Standort komplett im als Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzten Ortsteilzentrum Mennighüffen¹.

Abb. 1: Übersicht: Lage des Planvorhabenstandortes



Kartengrundlage: Google Earth Pro 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Die Vorhabenfläche liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplanes Nr. 144 der Stadt Löhne "Ortskern Mennighüffen", der zum Ziel die Steuerung der baulichen Entwicklung im Plangebiet unter besonderer Berücksichtigung der Funktion des Ortskernbereiches als Versorgungszentrum für Einzelhandel und Dienstleistungen hat.

¹ Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzept für die Stadt Löhne; GMA; Köln, Oktober 2008

Weiterhin ist der Vorhabenstandort aufgrund seiner Nähe zur Autobahnanchlussstelle Löhne (BAB 30) sowie über die Lübbecker Straße (L 773) sehr gut für Kunden aus dem Umland, sowie für Bewohner des nördlichen Stadtgebietes und der nördlich an Löhne grenzenden Gemeinden mit dem Pkw erreichbar. Zusätzlich ist der Standort aktuell über die entlang der Lübbecker Straße verkehrende Buslinie 615 ins regionale ÖPNV-Netz eingebunden. In fußläufiger Entfernung zum Vorhabenstandort befinden sich zwei ÖPNV-Haltepunkte (Kirche und Ulenburger Weg).

Die folgende Abbildung des Lageplans entspricht dem Bericht aus 2011. In ihm fehlt die Darstellung des geplanten Einrichtungs-Fachmarktes. Er verdeutlicht aber weiterhin wesentliche Elemente des Planvorhabens wie u. a. die Erschließung und interne Organisation.

Abb. 2: Lageplan des Planvorhabens (Stand 2011)



Quelle: Profila GmbH & Co KG
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 3: Blick auf Planvorhabenstandort aus südöstlicher Richtung



Foto: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 4: Blick auf Planvorhabenstandort aus nordöstlicher Richtung



Foto: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

3 PLANERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE RAHMENDATEN

3.1 Zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Löhne nimmt als Mittelzentrum die raumordnerische Funktion wahr, die Bevölkerung in der Stadt und im mittelzentralen Verflechtungsbereich mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs auf wirtschaftlichem, sozialem und kulturellem Gebiet zu versorgen.

Relevante, z.T. konkurrierende Orte sind:

Oberzentrum

- Bielefeld
- Osnabrück (NDS)

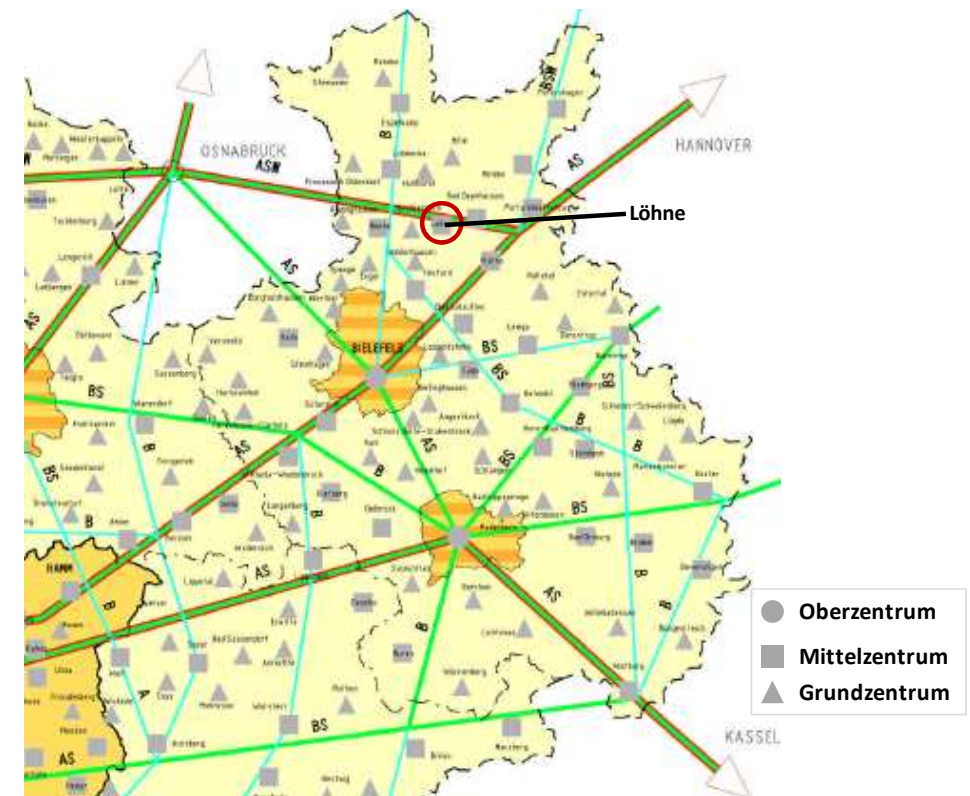
Mittelzentren

- Bad Oeynhausen
- Herford
- Bünde
- Lübbecke
- Vlotho
- Minden
- Porta Westfalica

Grundzentren

- Hüllhorst
- Kirchlengern
- Hiddenhausen

Abb. 5: Stadt Löhne im LEP Nordrhein-Westfalen

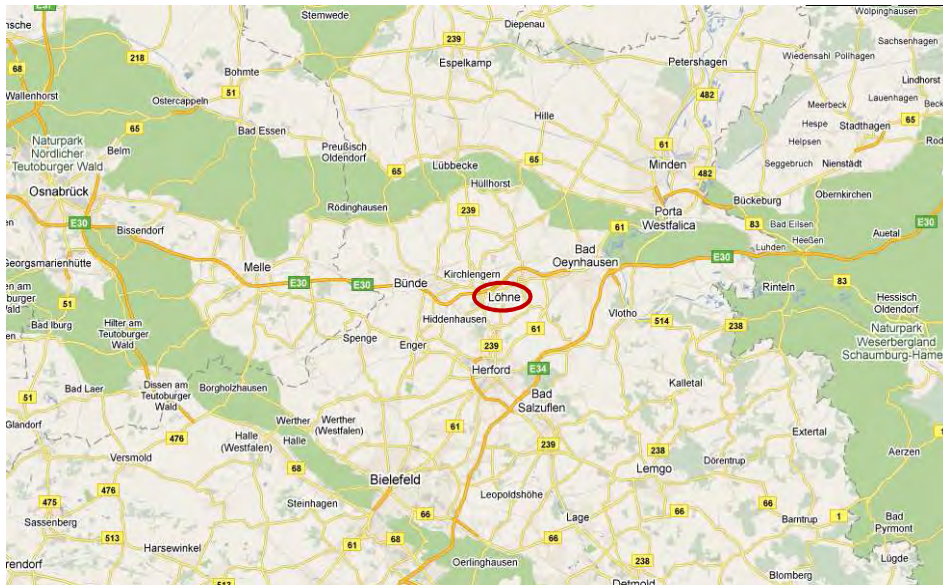


Quelle: Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

3.2 Makrostandort Stadt Löhne

Abb. 6: Die Lage der Stadt Löhne im Raum



Quelle: Google Maps 2010
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

- Die Stadt Löhne, die erst im Jahr 1969 durch Zusammenschluss der fünf Gemeinden Gohfeld, Löhne-Ort, Mennighüffen, Obernbeck und Ulenburg entstand, liegt im nordöstlichen Teil des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen, nahe der Landesgrenze zu Niedersachsen.
- Mit rund 41.000 Einwohnern ist Löhne die drittgrößte Stadt im zum Regierungsbezirk Detmold gehörenden Landkreis Herford.
- Im Osten ist die Stadt Löhne in einigen Bereichen unmittelbar mit ihrer Nachbargemeinde Bad Oeynhausen verbunden. Die Stadtgrenze verläuft dort innerhalb des bebauten Siedlungszusammenhangs.
- Löhne liegt ca. 25 km nordöstlich von Bielefeld und 50 km östlich von Osnabrück. Die Entfernung zur östlich gelegenen niedersächsischen Landeshauptstadt Hannover beträgt rund 80 km.
- Verkehrlich ist Löhne über drei Anschlussstellen an die Autobahn A 30 (Amsterdam - Osnabrück - Bad Oeynhausen) angeschlossen, die das Stadtgebiet von West nach Ost durchquert. In Bad Oeynhausen ist die A 30 zudem mit der A 2 (Ruhrgebiet - Hannover - Berlin) verbunden. Die Bundesstraßen B 61 und B 239 verbinden Löhne mit Bielefeld, Minden sowie dem Naturpark Teutoburger Wald.
- Die Stadt Löhne ist Knotenpunkt mehrerer Eisenbahnstrecken und bietet eine sehr gute Anbindung an den Regionalverkehr. Im Stundentakt bestehen Direktverbindungen in Richtung Minden - Hannover und Bielefeld - Düsseldorf. Mindestens zweistündlich verkehren Züge nach Osnabrück sowie Hameln - Hildesheim. In Minden und Bielefeld bestehen Anschlüsse an das Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn.
- In der Stadt Löhne sind fünf große Küchenmöbelhersteller (Nolte, SieMatic, Bauformat, Geba und Nieburg) ansässig, weshalb sich die Stadt seit dem Jahr 2005 „Weltstadt der Küchen“ nennt. Ansonsten ist die Wirtschaft der Stadt eher mittelständisch geprägt.

3.3 Sozioökonomische Rahmendaten

Abb. 7: Bevölkerungs-, Beschäftigten- und Arbeitslosenentwicklungen

Indikatoren		Stadt Löhne	Kreis Herford	Nordrhein- Westfalen
Bevölkerungs- entwicklung	31.12.2004	41.656	254.938	18.075.352
	31.12.2005	41.541	254.507	18.058.105
	31.12.2006	41.311	253.751	18.028.745
	31.12.2007	41.031	252.949	17.996.621
	31.12.2008	40.708	251.567	17.933.064
	31.12.2009	40.313	250.247	17.872.763
+/- in % 2004-2009		-3,2	-1,8	-1,1
Quelle: Information und Technik Nordrhein-Westfalen; Stand: 11.11.2010				
sozialversicherungs- pflichtig	30.06.2004	12.895	83.473	5.631.485
	30.06.2005	12.606	83.243	5.556.270
	30.06.2006	12.302	82.049	5.560.958
	30.06.2007	12.352	84.184	5.665.640
	30.06.2008	12.388	83.992	5.798.424
	30.06.2009	12.013	82.391	5.766.861
+/- in % 2004-2009		-6,8	-1,2	2,4
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand 11.11.2010				
Arbeitslosenquote im Jahres- durchschnitt (*Löhne: Absolute Zahlen)	2005	2.071*	10,2	12,0
	2006	2.001*	9,3	11,4
	2007	1.531*	7,3	9,5
	2008	1.368*	6,4	8,5
	2009	1.001*	7,6	8,9
+/- in % 2005-2009		-51,6	-25,5	-25,8

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 11.11.2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 8: Beschäftigtenentwicklung

Indikatoren		Stadt Löhne	Kreis Herford	Nordrhein- Westfalen
Einpender	30.06.2004	7.742	26.299	291.796
Auspendler	30.06.2004	8.747	27.941	191.511
Saldo		-1.005	-1.642	100.285
Einpender	30.06.2005	7.672	27.293	291.549
Auspendler	30.06.2005	8.764	27.992	195.454
Saldo		-1.092	-699	96.095
Einpender	30.06.2006	7.567	26.556	300.755
Auspendler	30.06.2006	8.967	28.887	206.690
Saldo		-1.400	-2.331	94.065
Einpender	30.06.2007	7.626	27.941	309.673
Auspendler	30.06.2007	9.253	29.839	219.636
Saldo		-1.627	-1.898	90.037
Einpender	30.06.2008	7.687	27.905	327.753
Auspendler	30.06.2008	9.540	31.403	231.798
Saldo		-1.853	-3.498	95.955
Einpender	30.06.2009	7.453	27.464	328.153
Auspendler	30.06.2009	9.378	31.487	236.537
Saldo		-1.925	-4.023	91.616

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit; Stand: 11.11.2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

- In den letzten Jahren verzeichnete die Stadt Löhne einen leichten Bevölkerungsrückgang von insgesamt 3,2 % im Vergleich zum Jahr 2004. Diese Entwicklung ist damit ein wenig stärker ausgeprägt als jene von Kreis und Bundesland, bei denen die Verluste im gleichen Zeitraum 1,8 bzw. 1,1 % betrugen.
- Die Zahl der in Löhne sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist seit dem Jahr 2004 um mehr als 700 Personen gefallen, was einer Abnahme von 6,8 % entspricht. Dieser Verlust ist deutlich höher als der des Kreises Herford (1,2 %). In Nordrhein-Westfalen fand dagegen sogar ein leichter Anstieg um 2,4 % statt.
- Die Arbeitslosigkeit in der Stadt Löhne hat sich in den letzten Jahren stetig verringert. Zwischen 2005 und 2009 konnte die Arbeitslosenquote mehr als halbiert werden, wodurch zuletzt nur noch ca. 1.000 Menschen ohne Arbeit waren. Die Entwicklung verlief damit sehr viel positiver als im Kreis Herford und im Bundesland Nordrhein-Westfalen. Hier hat sich die Quote nur um etwa ein Viertel verringert, wobei im Kreis Herford 2009 im Vergleich zum Vorjahr sogar wieder ein leichter Anstieg der Arbeitslosigkeit um 1,2 % zu verzeichnen war.
- Der Pendlersaldo, d.h. der positive oder negative Überschuss der Einpendler gegenüber den Auspendlern, hat sich im Betrachtungszeitraum von 2004 zu 2009 deutlich erhöht und liegt nun bei 1.925 Personen zu Gunsten der Auspendler. Dabei ist nicht nur die Zahl der Auspendler gestiegen, sondern auch die Zahl der Einpendler um knapp 300 gefallen. Dies ähnelt der Entwicklung des Kreises Herford, wo jedoch kein Rückgang der Einpendler erfolgte, sondern nur die Zahl der Auspendler sehr stark zunahm.

Fazit:

Die Bevölkerungsentwicklung in Löhne ist als negativ zu bewerten, da die Stadt in den letzten fünf Jahren deutlich an Einwohnern und damit auch an Kaufkraft verloren hat. Diese Entwicklung ist jedoch nicht nur auf die Stadt Löhne beschränkt, sondern findet im Kreis Herford und im Bundesland Nordrhein-Westfalen in einer ähnlichen Weise statt.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowie der Pendlersaldo vermitteln als Indikatoren für die städtische Wirtschaftsentwicklung ebenfalls einen negativen Eindruck. Durch die Verringerung von Beschäftigten und Einpendlern ist der Stadt Löhne zuletzt potentielle Kaufkraft verloren gegangen, wodurch sich das Nachfragevolumen für den Einzelhandel verringert.

Bei der wirtschaftlichen Entwicklung ist zu beachten, dass sich Löhne deutlich negativer als der umliegende Kreis entwickelt hat. Lediglich die Verringerung der Arbeitslosenquote um mehr als 50 % seit 2005 ist sehr viel positiver als im Kreis und im Bundesland. Für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt kann dies als positives Signal gedeutet werden.

In der Gesamtschau der sozioökonomischen Eckdaten muss für die Stadt Löhne allerdings eine negative Entwicklung konstatiert werden, welche sich in den nächsten Jahren möglicherweise weiter fortsetzen wird. Die Stadt Löhne muss diesem Negativtrend aktiv entgegenwirken. Es sollte der Versuch unternommen werden, durch gezielte, zukunftsorientierte Bemühungen und Maßnahmen Einwohnerwachstum zu erzeugen bzw. den Einwohnerabfluss zu stoppen, um auch in Zukunft die Nachfrageplattform für den Einzelhandel nachhaltig zu sichern. Eine mögliche und äußerst wichtige Komponente ist hierbei die Optimierung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes in den abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des Löhner Stadtgebietes.

4 MARKTANALYTISCHE RAHMENDATEN ZUM EINZELHANDEL IN DER STADT LÖHNE UND IM UNTERSUCHUNGSGEBIET

4.1 Kaufkraftniveau in der Region Löhne

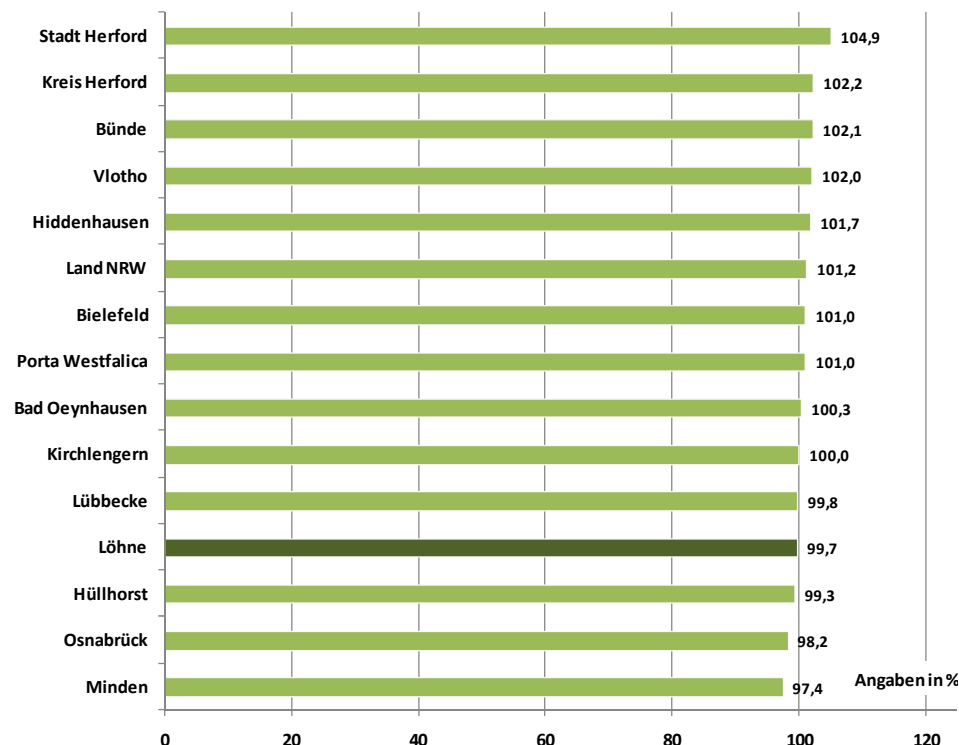
Das Kaufkraftniveau einer Region ist in erster Linie abhängig vom Einkommen der Bevölkerung, von Einnahmen aus der Landwirtschaft sowie von Transferleistungen, die wiederum Folge der Wirtschaftskraft und -struktur einer Region und Kommune sind.

Die Stadt Löhne liegt mit einer Kaufkraftkennziffer von 99,7 % im Jahr 2010 nur knapp unter dem bundesweiten Durchschnitt (100 %). Mit diesem leicht unterdurchschnittlichen Wert unterscheidet sich die Stadt deutlich von den anderen Städten und Gemeinden der Region, wie die regionale Betrachtung des Kaufkraftniveaus in Abb. 9 zeigt. Den Spitzenplatz in der Region nimmt die südlich an Löhne angrenzende Stadt Herford mit einem Wert von 104,9 % ein. Die beiden ebenfalls an das Stadtgebiet von Löhne grenzenden Gemeinden Vlotho und Hiddenhausen weisen mit 102,0 % bzw. 101,7 % einen deutlich positiveren Wert auf. Auffallend ist auch, dass der Kreis Herford mit einer Kaufkraftkennziffer von 102,2 % deutlich über dem Niveau der Stadt Löhne liegt.

Hinter Löhne liegen in dieser regionalen Betrachtung nur noch die Gemeinde Hüllhorst sowie die beiden Großstädte Osnabrück und Minden, das mit einem Wert von 97,4 % das „Schlusslicht“ ist.

Im Vergleich zum Jahr 2005 verzeichnete die Stadt Löhne einen signifikanten Rückgang der Kaufkraftkennziffer um 4,4 Prozentpunkte.

Abb. 9: Kaufkraftkennziffern der Zentren in der Region in Prozent (für das Jahr 2010, Deutschland = 100%)



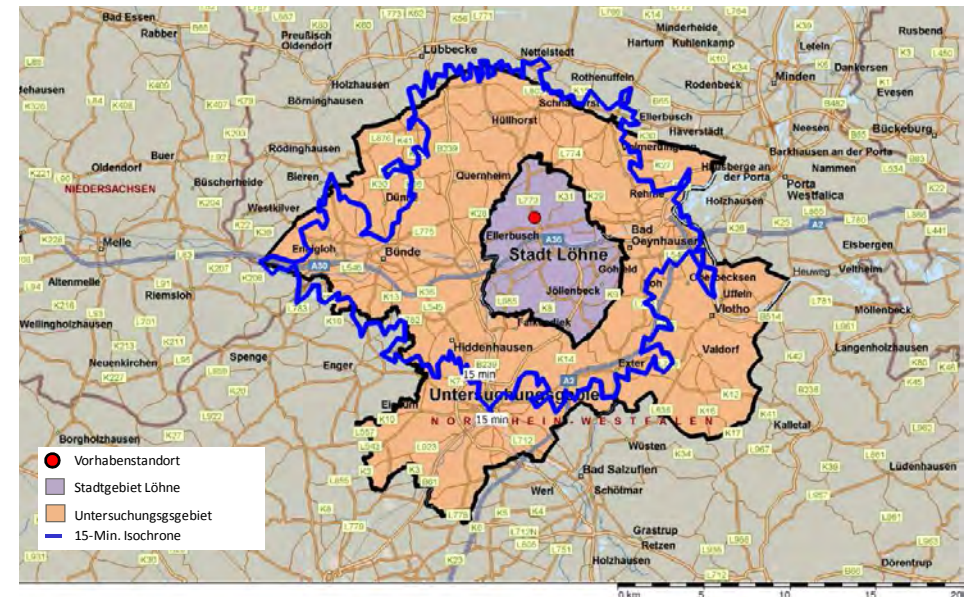
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010; MB Research 2010
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

4.2 Abgrenzung des Untersuchungsgebietes

Das vorliegende Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung eines Fachmarktzentrums im Ortsteil Mennighüffen in der Stadt Löhne soll die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen, die durch das Planvorhaben innerhalb der Kommune und im Untersuchungsgebiet des Vorhabens verursacht werden, darstellen. Als Grundlage für die Abgrenzung des Untersuchungsgebietes wurde zunächst ein Fahrzeitradius von 15-Minuten um den Planstandort definiert, der dann anhand weiterer Faktoren, wie Nähe zu Konkurrenzstandorten und räumliche bzw. verkehrliche Erreichbarkeiten, modifiziert wurde. Neben dem gesamten Stadtgebiet von Löhne (mit den Ortsteilen Löhne-Ort, Löhne-Bhf., Gohfeld, Mennighüffen, Obernbeck und Ulenburg) umfasst das ausgewiesene Untersuchungsgebiet noch folgende im Kreis Herford liegenden Städte und Gemeinden:

- Stadt Bad Oeynhausen
- Stadt Vlotho
- Stadt Herford
- Gemeinde Hiddenhausen
- Gemeinde Kirchlengern
- Stadt Bünde
- Gemeinde Hüllhorst

Abb. 10: Regionales Untersuchungsgebiet des Planvorhaben



Quelle: MS Map Point 2006

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

4.3 Vorhabenrelevante Nachfragesituation in der Stadt Löhne

Die Nachfragesituation in der Stadt Löhne wurde auf Grundlage der Einwohnerstatistiken der Stadt, der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer für Löhne aus dem Jahr 2010 und des statistischen Ausgabesatzes für das Jahr 2010 ermittelt.

Die Berechnung des Nachfragepotenzials² in Löhne erfolgt auf der Basis der Einwohnerzahl der Stadt (40.313 EW, Stand: 31.12.2009³) und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (99,7 %)⁴ für das Jahr 2010. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.288,00 € für das Jahr 2010 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Stadt Löhne mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wurde.

Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Stadt Löhne entspricht 5.272,12 € im Jahr 2010. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt der statistische Ausgabesatz pro Kopf der Stadt leicht unter dem Bundesdurchschnitt, der 100 % entspricht.

Insgesamt betrachtet beläuft sich das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial in der Stadt Löhne auf rd. 184,1 Mio. € inklusive des nun zu berücksichtigenden Sortiments Möbel. Davon entfallen ca. 116,9 Mio. € auf den periodischen Bedarf. Im vorhabenrelevanten aperiodischen Bedarf ergibt sich ein Nachfragepotenzial von 67,2 Mio. € (inkl. Möbel).

Abb. 11: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial in der Stadt Löhne – alle Sortimente des Planvorhabens (inkl. Möbel)

CIMA Warengruppen	Nachfragepotenzial in Mio. € (40.313 Einwohner)
Periodischer Bedarf gesamt	116,9
Lebensmittel, Reformwaren	81,0
Gesundheit und Körperpflege	32,8
übriger periodischer Bedarf	3,1
Aperiodischer Bedarf gesamt	67,2
Bekleidung, Wäsche	19,3
Schuhe, Lederwaren	5,3
Bücher, Schreibwaren	5,3
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	16,4
Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	2,0
Spielwaren	3,4
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	10,7
Möbel, Gartenmöbel	3,3
Gardinen, Heimtextilien	1,4
Zoobedarf	1,4
SUMME	184,1

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

² Die Ausgaben (in €) der Einwohner Löhnes, die in den Einzelhandel fließen (statistischer Wert).

³ Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen 2010

⁴ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2010

4.4 Vorhabenrelevante Angebotssituation in der Stadt Löhne

Gemäß Abstimmung mit dem Auftraggeber wird sich für die hiermit vorgelegte aktualisierte Verträglichkeitsanalyse auf die Aufnahme und Beurteilung der Angebotssituation wie im Bericht 2011 dargelegt bezogen. Für das gegenüber der Situation in 2011 als Randsortiment (< 150 qm VKF) neu hinzugekommene Möbelangebot hat die CIMA im Februar 2012 in einer Begehung den Stellenwert dieses Angebots in den Zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsgebiet überprüft sowie Hauptwettbewerbsstandorte außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche begangen. Die Auswirkungen dieses nicht zentrenrelevanten Sortiments auf den Wettbewerb im Untersuchungsgebiet werden im Folgenden qualitativ und nicht quantitativ näher beschrieben.

Bei der Betrachtung der Angebotssituation in der Stadt Löhne muss beachtet werden, dass geplante Einzelhandelsvorhaben innerhalb des Ortsteilzentrums Lübbecke Straße sowohl in die folgende Darstellung der Betriebs- und Branchenstruktur als auch in die ökonomische Wirkungsprognose (Kap. 7.1) einbezogen werden. Berücksichtigt werden die Vorhaben, die sich bereits in Bau befinden, und solche Planvorhaben, für die bereits Baurecht geschaffen wurde bzw. die sich gerade im Prozess der Baurechtsschaffung befinden.

Die nachfolgend aufgeführten Planungen werden innerhalb des vorliegenden Verträglichkeitsgutachtens berücksichtigt:

- Auf der sog. Investorenwiese (Bünder Straße, Höhe Bahnhof):
 - ein Lebensmitteldiscounter mit 1.100 qm Verkaufsfläche
 - ein Drogeriefachmarkt mit 600 qm Verkaufsfläche
 - zwei Textilfachmärkte mit insgesamt 1.000 qm Verkaufsfläche
- Auf dem Eckgrundstück Bünder Straße / Schützenstraße:
 - ein Lebensmitteldiscounter mit 800 qm Verkaufsfläche

Die CIMA nimmt eine prozentuale Sortimentsaufteilung für die jeweiligen Einzelhandelsbetriebe vor. Dabei orientiert sich die CIMA an den Ergebnissen aus ähnlich gelagerten Analysen sowie an den im Untersuchungsgebiet befindlichen Einzelhandelsbetrieben.

Abb. 12: Vorhabenrelevante Angebotssituation in der Stadt Löhne (nur nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente)*

CIMA Warengruppe	Anzahl Betriebe (Kernsortiment)	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf insgesamt	94	23.140	98,7
Lebensmittel, Reformwaren	73	18.555	81,4
Gesundheits- und Körperpflege	8	3.620	14,4
übriger periodischer Bedarf	13	965	2,9
aperiodischer Bedarf insgesamt	66	28.610	72,2
Bekleidung, Wäsche	17	9.500	21,2
Schuhe, Ledewaren	6	2.595	7,0
Bücher, Schreibwaren	5	1.115	4,9
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	11	4.630	20,7
Spielwaren	3	1.640	3,2
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	5	3.570	5,5
Gardinen, Heimtextilien	10	2.935	5,9
Zoobedarf	9	2.625	3,9
Summe	160	51.750	170,9

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Anmerkung: *Übersicht beinhaltet in Bau befindliche Einzelhandelsbetriebe sowie in konkreter Planung befindliche Vorhaben, ohne Umsätze Möbel (nicht zentrenrelevant lt. „Löhner Liste“), Rundungsdifferenzen möglich

Bei der Analyse der Betriebs- und Branchenstruktur des Einzelhandels in Löhne ist die CIMA zu folgenden Ergebnissen gekommen (vgl. Abb. 12):

- Die Stadt Löhne verfügt über eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche (ohne Möbel) von insgesamt 51.750 qm.



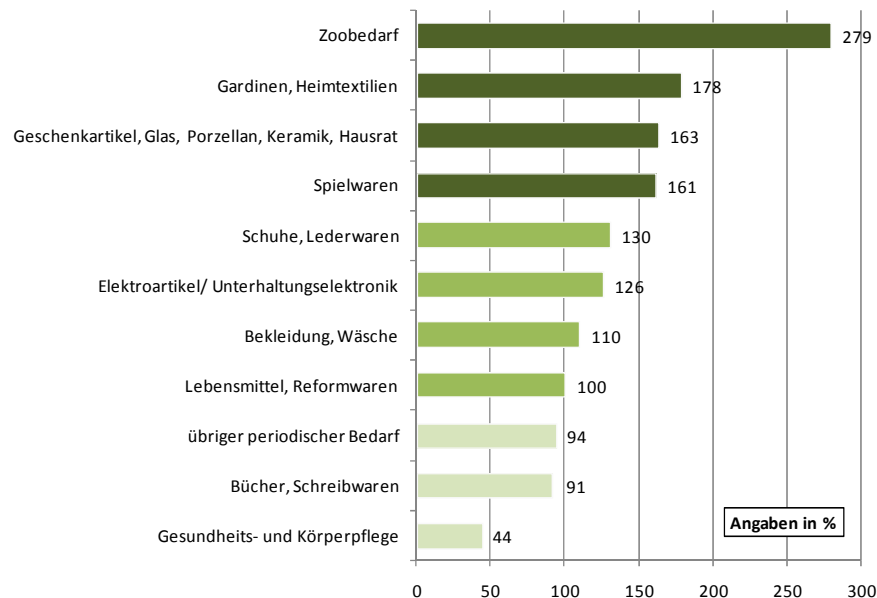
- Es wurden in der Stadt Löhne insgesamt 160 Einzelhandelsbetriebe (ohne Möbel) mit vorhabenrelevanten nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten als Hauptsortiment erfasst.
- Der von der CIMA errechnete Einzelhandelsumsatz in den vorhabenrelevanten Sortimentsgruppen liegt bei insgesamt 170,9 Mio. € (brutto p. a.) - ohne Möbel. Davon entfallen rd. 98,7 Mio. € auf den vorhabenrelevanten periodischen Bedarf und weitere rd. 72,2 Mio. € auf den vorhabenrelevanten aperiodischen Bedarf.

Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

Dabei zeigen sich, wie der folgenden Abbildung zu entnehmen ist, deutliche Unterschiede in den vorhabenrelevanten nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen.

Abb. 13: Branchenspezifische Einzelhandelszentralitäten für die Stadt Löhne (vorhabenrelevant)



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Bei dieser Betrachtung sind die im Planvorhaben verkaufsflächendominierenden Branchen Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik; Lebensmittel, Reformwaren; Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat; Bekleidung, Wäsche; Gesundheit und Körperpflege sowie Schuhe, Lederwaren von besonderer Bedeutung.

Dabei ergibt sich folgendes Bild:

- In den Warengruppen Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat und Schuhe, Lederwaren werden mit Werten von 163 % bzw. 130 % für ein Mittelzentrum angemessene Werte erreicht. Schuhe, Lederwaren werden im Ortsteilzentrum Mennighüffen, in dem auch der Vorhabenstandort liegt, bisher gar nicht angeboten. Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat werden dort bisher lediglich als Randsortimente auf untergeordneten Flächen vorgehalten.
- Der Warenbereich Elektrogeräte/ Unterhaltungselektronik erreicht demnach eine Zentralität von 126 %. Dieser für ein Mittelzentrum unterdurchschnittliche Wert weist auf ein leichtes Angebotsdefizit innerhalb dieser Branche hin.
- In der Branche Bekleidung, Wäsche kann eine Zentralität von 110 % erzielt werden. Dies ist für ein Mittelzentrum ein sehr unterdurchschnittlicher Wert und kann als Indiz für sowohl quantitative als auch qualitative Ansiedlungspotenziale innerhalb des Stadtgebietes von Löhne gedeutet werden.
- Im Sortimentsbereich Lebensmittel, Reformwaren wird ersichtlich, dass Löhne mit einer Einzelhandelszentralität von nur 100 % über eine unterdurchschnittliche Versorgungsstruktur verfügt und seiner zentralörtlichen Versorgungsaufgabe nicht gerecht werden kann. Noch deutlicher wird dies in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege in der lediglich eine sehr unterdurchschnittliche Einzelhandelszentralität von 44 % erreicht wird.

Anhand der dargelegten Daten wird deutlich, dass in Löhne vor allem in den vorhabenrelevanten Warengruppen Gesundheit und Körperpflege sowie Lebensmittel, Reformwaren Potenziale für die Verbesserung der Versorgungssituation sowohl für die eigene Bevölkerung als auch für die Bewohner im Löhne zugeteilten mittelzentralen Verflechtungsbereich vorliegen.

Auch im wichtigen zentrenrelevanten Leitsortiment Bekleidung, Wäsche sowie in der Warengruppe Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik sind, wie die für ein Mittelzentrum unterdurchschnittlichen Zentralitätswerte verdeutlichen, noch Ansiedlungspotenziale vorhanden.

In den beiden ebenfalls zentrenrelevanten Branchen Schuhe, Lederwaren und Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat werden für ein Mittelzentrum angemessene Zentralitätswerte erreicht. Allerdings werden diese beiden, für einen funktionierenden Zentralen Versorgungsbereich bedeutenden Branchen im Ortsteilzentrum Mennighüffen aktuell gar nicht oder nur als Randsortimente auf untergeordneten Flächen vorgehalten, so dass auch hier speziell in Mennighüffen noch Ansiedlungspotenzial zu sehen ist.

Die CIMA wird in den nachfolgenden Berechnungen und Bewertungen eine Untersuchung der vorhabenrelevanten Sortimente vornehmen. Dabei wird untersucht, ob die geplanten neuen Nahversorgungsbetriebe und die ergänzenden Fachmärkte für die Einzelhandelsstrukturen innerhalb der im Einzelhandelskonzept der Stadt Löhne festgesetzten Zentralen Versorgungsbereiche und im ausgewiesenen regionalen Untersuchungsgebiet als verträglich zu bewerten sind.

Bei der Abwägung ist von Bedeutung, inwieweit die bestehenden Wettbewerber im Untersuchungsgebiet des Vorhabenstandortes durch Frequenzverluste und Umsatzverdrängungseffekte betroffen sind und negative städtebauliche Effekte zu erwarten sein könnten.

Die Beschreibung der Einzelhandelssituation in der Stadt Löhne bezieht sich auf die vorhabenrelevanten Sortimente. Hierfür wurden 2010 für alle nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des Planvorhabens die relevanten Betriebe erfasst; d. h. auch Randsortimentsverkaufsflächen von Anbietern mit anderen Sortimentsschwerpunkten fließen in den Datenkranz ein. Wie schon weiter oben erwähnt, wird im Rahmen dieser aktualisierten Verträglichkeitsanalyse für das Sortiment Möbel überprüft, inwiefern es die Zentralen Versorgungsbereiche von Löhne prägt (Erhebung 2012). Bei den folgenden Beschreibungen der Einzelhandelssituation handelt es sich nicht um eine vollständige Dokumentation des vorhabenrelevanten Angebotes, es werden vielmehr die wesentlichen Wettbewerbsstrukturen herausgearbeitet.

Die Stadt Löhne ist in fünf Stadtteile gegliedert, verfügt jedoch aufgrund ihrer Entstehungsgeschichte (Zusammenschluss ehemals selbstständiger Landgemeinden im Jahr 1969) nicht über eine typische Innenstadt. Dementsprechend verteilt sich der Einzelhandel auf verschiedene Bereiche der Stadt.

Im aktuellen Einzelhandelskonzept der Stadt Löhne werden innerhalb des Stadtgebietes insgesamt acht Zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt, die in Ortsteilzentren und Nahversorgungszentren differenziert sind. Diese werden in Bezug auf ihren Einzelhandelsbesatz kurz charakterisiert:

- OTZ Lübbecke Straße
- OTZ Königstraße
- OTZ Mennighüffen
- NVZ Koblenzer Straße
- NVZ Weihestraße/ Nordbahnstraße
- NVZ Königstraße/ Brunnenstraße
- NVZ Löhne-Ort
- NVZ Werster Straße

Ortsteilzentrum Lübbecke Straße

Abb. 14: Abgrenzung Ortsteilzentrum Lübbecke Straße



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Der Zentrale Versorgungsbereich umfasst im Wesentlichen die Bünde Straße sowie die von ihr abzweigende Lübbecke Straße, welche als Einkaufsbereich verkehrsberuhigt wurde. Im Süden wird das Ortsteilzentrum durch die Bahntrasse begrenzt. Das Angebot konzentriert sich auf zentrenrelevante Waren, die zumeist in kleinflächigen Fachgeschäften angeboten werden. Der überwiegende Teil der Fachgeschäfte ist der Warengruppe Bekleidung, Wäsche zuzuordnen. Darüber hinaus werden, teilweise im Randsortiment, weiterhin Heimtextilien, Elektroartikel/Unterhaltungselektronik sowie Lederwaren angeboten.

Einen Lebensmittel- oder Drogeriemarkt zur Nahversorgung gibt es dort bisher allerdings nicht. Der übrige periodische Bedarf (Blumen, Zeitschriften etc.) werden zum einen von einem Blumenfachgeschäft und zum anderen auf sehr geringen Flächen im Randsortiment der bestehen Betriebe angeboten. Das Bekleidungshaus Strunk sowie der Anbieter Möhle verfügen als einzige Betriebe über Ladenflächen von mehr als 300 qm. Das Angebot von Möhle Sitz- und Schlafkultur (> 600 qm VKF) ist im Segment Möbel auf hochwertige Betten und Matratzen sowie Sitzmöbel für gesundes Sitzen spezialisiert. Der kleine Anbieter Möbel & Ambiente (< 250 qm VKF) agiert im mittleren Angebotsgenre.

Abb. 15: Wettbewerb OTZ Lübbecker Straße



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH
2010 und 2012

Neben diesen bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben wurden in der ökonomischen Wirkungsanalyse **zum Stand 2011** die konkreten **Planungen** der folgenden Einzelhandelsbetriebe berücksichtigt:

- ein Lebensmitteldiscounter mit 1.100qm Verkaufsfläche (zwischenzeitlich realisiert),
- ein Drogeriefachmarkt mit 600 qm Verkaufsfläche (zwischenzeitlich realisiert),
- zwei Textilfachmärkte mit ca. 1.000 qm Verkaufsfläche.

Diese Betriebe sollen auf der sog. „Investorenwiese“, welche sich innerhalb des Ortsteilzentrums Lübbecker Straße befindet, angesiedelt werden bzw. sind zwischenzeitlich dort ansässig. Die Stadt Löhne versucht mit diesen Einzelhandelsvorhaben die Entwicklung der Löhner Innenstadt zu forcieren.

Weiterhin wird in der ökonomischen Wirkungsanalyse die Planung eines Lebensmitteldiscounters mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 qm einbezogen. Dieser Planstandort liegt im westlichen Bereich des Ortsteilzentrums Lübbecker Straße (Bünder Straße / Ecke Schützenstraße).

Ortsteilzentrum Königstraße

Abb. 16: Abgrenzung Ortsteilzentrum Königstraße

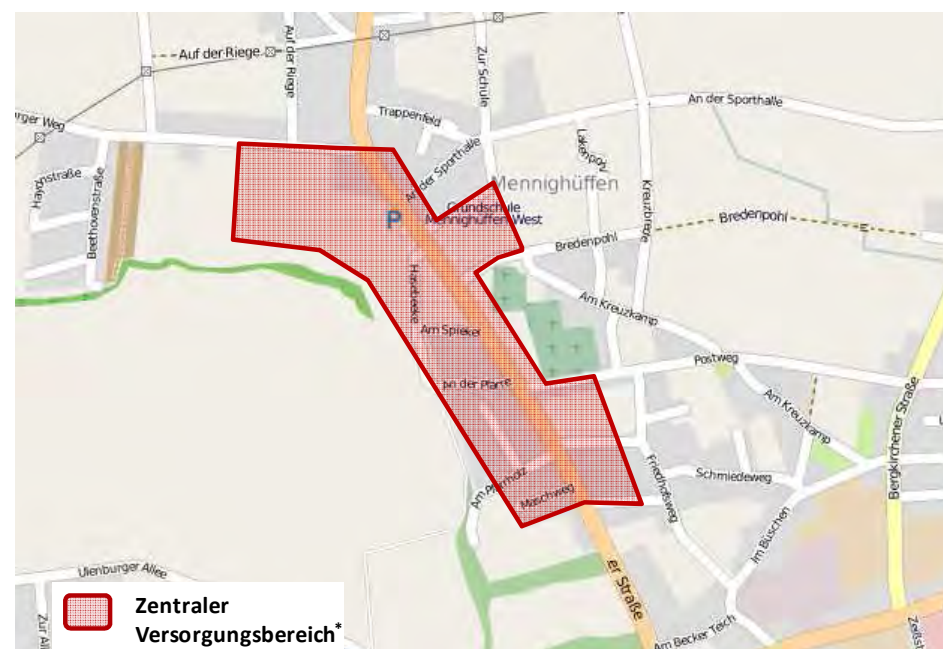


* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008
Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Das Ortsteilzentrum Königstraße befindet sich in direkter Nähe des Ortsteilzentrums Lübbecke Straße, südlich der Bahnlinie. Der größte Einzelhandelsbetrieb ist Spiel + Freizeit Tegtmeier mit dem Hauptsortiment Spielwaren. Hinzu kommen u.a. die Buchhandlung Schmidt, ART creativ (Bastelbedarf), ein Floristikfachgeschäft sowie eine Filiale der Drogeriekette Schlecker. Ein nennenswertes Angebot im Segment Möbel liegt nicht vor.

Ortsteilzentrum Mennighüffen

Abb. 17: Abgrenzung Ortsteilzentrum Mennighüffen



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008
Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Der Stadtteil Mennighüffen wird durch einen Lebensmittelvollsortimenter geprägt und versorgt, der bei Realisierung des Planvorhabens an gleicher Stelle moderner und mit einer um 700 qm größeren Verkaufsfläche von dann insgesamt 1.800 qm weiter ein wichtiger Bestandteil dieses Ortsteilzentrums darstellen wird. Zusätzlich bietet der Lebensmittelmarkt AKTAS Waren des periodischen Bedarfs an. Zwei Bäckereien, ein Blumenfachgeschäft sowie die Drogerie Schlecker runden das Angebot in diesem Segment ab

Im Bereich des aperiodischen Bedarfs gibt es mehrere Geschäfte mit den Sortimenten Bekleidung, Wäsche und Heimtextilien, Handarbeitsbedarf. Des Weiteren existiert in Mennighüffen mit dem Elektrofachmarkt Expert Döring sowie den Fachgeschäften Fründ und Elektro Altendorf ein umfangreiches Angebot im Bereich Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien. Am südlichen Ende des OTZ agiert Betten Johansmeier (< 300 qm VKF) mit einem auf Betten ausgerichteten und damit stark spezialisiertem Möbelangebot.

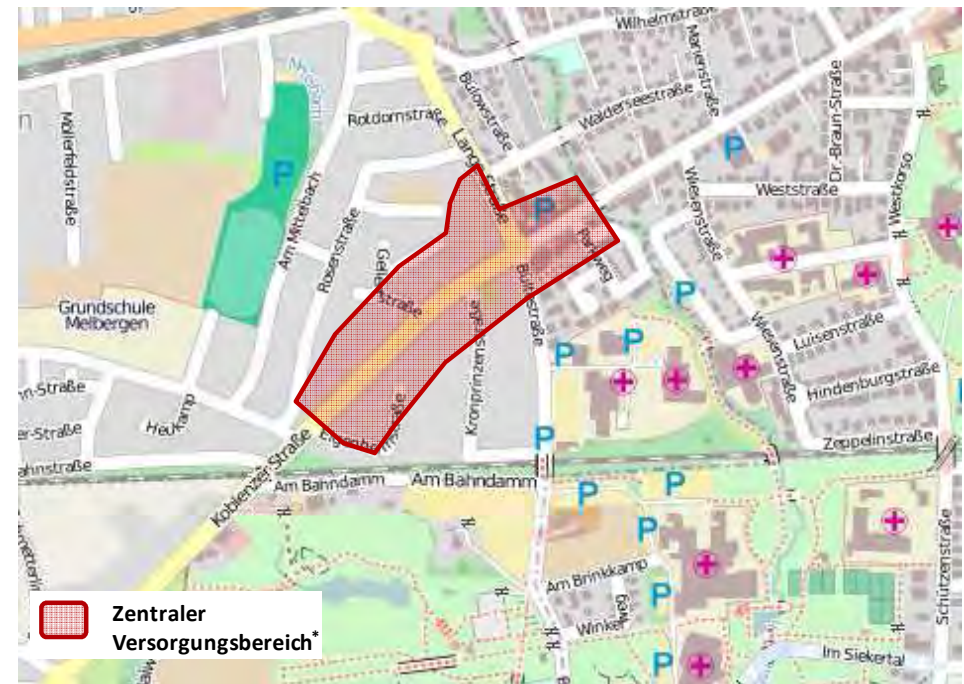
Abb. 18: Wettbewerber in Mennighüffen



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010 und 2012

Nahversorgungszentrum Koblenzer Straße

Abb. 19: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Koblenzer Straße



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Im Zentralen Versorgungsbereich entlang der Koblenzer Straße sind, was den vorhabenrelevanten Sortimentsbereich angeht, lediglich ein WEZ-Markt mit angeschlossenem Getränke-Markt, eine Lotto-Toto-Annahmestelle mit Waren aus dem übrigen periodischen Bedarf sowie das Bettenhaus von Gosewehr (< 350 qm VKF) mit seinem stark spezialisierten Möbelangebot angesiedelt.

Nahversorgungszentrum Weihestraße / Nordbahnstraße

Abb. 20: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Weihestraße / Nordbahnstraße



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008
Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Im diesem als Nahversorgungszentrum definierten Zentralen Versorgungsbereich im Stadtteil Gohfeld sind ein Discounter, ein Drogeriemarkt sowie ein Blumenfachgeschäft angesiedelt. Abgerundet wird das vorhabenrelevante Angebot durch einen Fachmarkt für Zoobedarf sowie ein Elektrofachgeschäft. Ein nennenswertes Angebot im Segment Möbel liegt nicht vor.

Nahversorgungszentrum Königstraße / Brunnenstraße

Abb. 21: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Königstraße / Brunnenstraße



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008
Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Im Nahversorgungszentrum Königstraße / Brunnenstraße werden vorhabenrelevante Sortimente sowohl in einem Lebensmittelvollsortimenter sowie in einem Lebensmitteldiscounter angeboten. Vervollständigt wird das vorhabenrelevante Angebot durch einen Fachmarkt für Zoobedarf und einen Drogeriefachmarkt. Ein nennenswertes Angebot im Segment Möbel liegt nicht vor.

Nahversorgungszentrum Löhne-Ort

Abb. 22: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Löhne-Ort



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008
Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Im Nahversorgungszentrum Löhne-Ort beschränkt sich das vorhabenrelevante Angebot auf zwei kleine Bäckereien, einen Getränkemarkt und ein Fachgeschäft für Angelsport, welches als Randsortiment auch Waren aus dem Bereich Zoobedarf führt. Ein maßgebliches Angebot im Segment Möbel ist nicht ansässig.

Nahversorgungszentrum Werster Straße

Abb. 23: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Werster Straße



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2008
Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Im Zentralen Versorgungsbereich entlang der Werster Straße ist ein Discounter, ein Drogeriefachmarkt und ein Fachgeschäft für Heimtextilien angesiedelt. Abgerundet wird das vorhabenrelevante Angebot von einem Blumenfachgeschäft, das auch Artikel aus der Warengruppe Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik anbietet und zwei Bäckereien. Auch hier liegt kein nennenswertes Angebot im Segment Möbel vor.

Sonstige Lagen in Löhne

Östlich des Ortsteilzentrums Lübbecke Straße befindet sich das Löhne-Einkaufszentrum, in dem Aldi, Deichmann, Ernsting's Family, Hammer, KIK, Schlecker und TEDI angesiedelt sind. Ihm gegenüber liegt der Bekleidungsfachmarkt Bruno Kleine mit dem darin integrierten Schuhpark.

Ferner finden sich im Löhner Stadtteil Obernbeck der Verbrauchermarkt Edeka sowie der Lebensmittelvollsortimenter Markant an der Herforder Straße in Löhne-Ort.

Erwähnenswert sind zudem zwei SB-Warenhäuser in Obernbeck (Marktkauf) und Gohfeld (Ratio Einkaufszentrum), deren Angebot jeweils durch einen Baumarkt, der viele vorhabenrelevante Sortimente im Randsortiment anbietet, ergänzt wird.

Großflächige Anbieter im Segment Möbel agieren in Löhne ausschließlich außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche. Zu nennen sind u. a. die Anbieter Sonderposten Möbelland, Kindermöbel-Markt, Tedox (großes Möbelrandsortiment) – jeweils im Bereich bzw. Umfeld der dezentralen Agglomeration „S Gewerbegebiet Oeynhausener Straße“ – sowie Trend Möbel (dezentrale Agglomeration „S Albert-Schweitzer –Straße“). Sie stellen klar den verkaufsflächenseitigen Angebotsschwerpunkt dar. Das Angebot an der Oeynhausener Straße agiert im unteren Preissegment, der Anbieter Trend Möbel im mittleren bis unteren mittleren Genre.

Abb. 24: Wettbewerber in Löhne



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010 und 2012

4.5 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Zusätzlich zu den Berechnungen der zu erwartenden Auswirkungen durch das geplante Vorhaben auf die unterschiedlichen Einzelhandelslagen in der Stadt Löhne wurden für die regionale Verträglichkeitsprüfung ausgewählte Ortszentren im ausgewiesenen Untersuchungsgebiet genau analysiert.

Für die Ermittlung der Auswirkungen des Planvorhabens im Untersuchungsgebiet ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation im Umfeld des Vorhabenstandortes in Löhne-Mennighüffen erforderlich. Die Attraktivität der konkurrierenden Einkaufslagen wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen des CIMA-Teams abgeschätzt. In diesem Zusammenhang wurden auch detaillierte Einschätzungen zur verkehrlichen Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes und der Wettbewerbsstandorte gewonnen.

Die Auswahl der geprüften Zentren im Untersuchungsgebiet erfolgte nach der Wahrscheinlichkeit der Betroffenheit vom geplanten Vorhaben und den vorhandenen Strukturen innerhalb der Orte. Erfolgt der Nachweis der Verträglichkeit für diese ausgewählten Grund- und Mittelzentren, kann daraus auch auf die Verträglichkeit für andere Zentren im Untersuchungsgebiet geschlossen werden.

Wie weiter oben schon erläutert, wird sich hinsichtlich der Darstellung des Wettbewerbs vereinbarungsgemäß auf die Erhebungsdaten aus 2010 bezogen. Auch hier wird für das Sortiment Möbel überprüft (Nacherhebung 2/2012), inwiefern es die Zentralen Versorgungsbereiche im regionalen Untersuchungsgebiet prägt.

Mittelzentren im Untersuchungsgebiet

- Stadt Bad Oeynhausen
- Stadt Bünde
- Stadt Herford
- Stadt Vlotho

Grundzentren im Untersuchungsgebiet

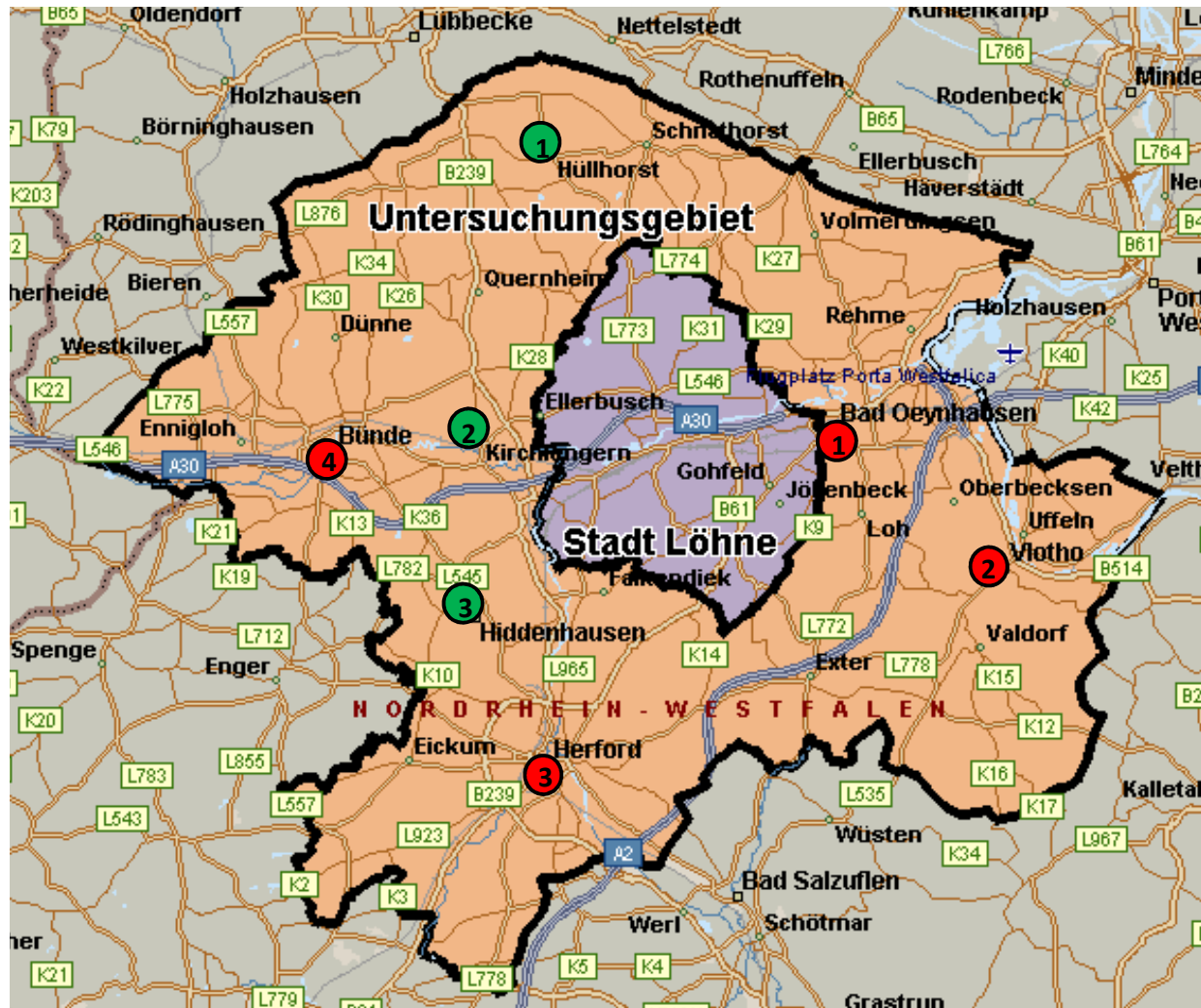
- Gemeinde Hiddenhausen
- Gemeinde Hüllhorst
- Gemeinde Kirchlingern

In der Analysephase wurden die vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestände in den Innenstädten bzw. Ortszentren der oben genannten Grund- und Mittelzentren im regionalen Untersuchungsgebiet erhoben und auf mögliche Umsatzumverteilungswirkungen durch das geplante Vorhaben untersucht. Die betroffenen Zentren werden im Folgenden kurz beschrieben.

Die vorgelegte Untersuchung bezieht sich lediglich auf den vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestand der Innenstädte bzw. Ortszentren und sonstigen Lagen mit vorhabenrelevantem Besatz.

Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht die Lage der untersuchten Mittel- und Grundzentren im ausgewiesenen regionalen Untersuchungsgebiet des Planvorhabens:

Abb. 25: Lage der untersuchten Mittel- und Grundzentren im regionalen Untersuchungsgebiet



Untersuchte Mittelzentren

1. Bad Oeynhausen
2. Vlotho
3. Herford
4. Bünde

Untersuchte Grundzentren

1. Hüllhorst
2. Kirchlingern
3. Hiddenhausen

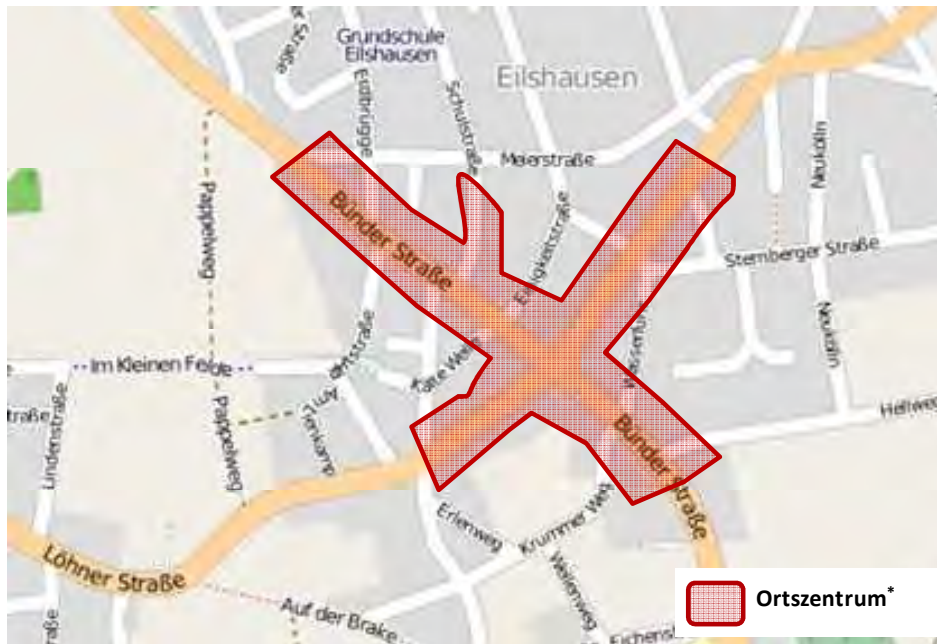
Kartengrundlage: MS MapPoint 2006

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

CIMA Beratung + Management GmbH 2012

4.5.1 Gemeinde Hiddenhausen

Abb. 26: Abgrenzung Ortszentrum Eilshausen



* Abgrenzung Zentrum nach vor-Ort-Begehung

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Ortszentrum Eilshausen

Der Zentrale Versorgungsbereich der Gemeinde Hiddenhausen befindet sich im Ortsteil Eilshausen, wo Edeka Neukauf, die Tiefkühlinsel Postenland, zwei Bäckereien sowie ein Floristikgeschäft Waren des periodischen Bedarfs anbieten. Ergänzt wird der Einzelhandelsbestand durch eine Ernsting's Family-Filiale sowie einige kleinflächige Geschäfte, die verschiedenen Sortimentskategorien im aperiodischen Bedarfsbereich zuzuordnen sind.

CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Sonstige Lagen in Hiddenhausen

An der Stadtteilgrenze von Eilshausen und Lippinghausen existiert im Bereich Bündler Straße/ Rathausstraße eine Fachmarktagglomeration, bestehend aus den Discontnern Lidl und Penny, dem Getränkemarkt Löschdepot sowie dem Textilmarkt KIK. Das qualitätsvolle Möbelhaus Ottensmeyer Wohn Design bietet neben seinem Möbelkernsortiment zudem Waren der Branche Heimtextilien als Randsortiment an.

Die Stadtteile Schweicheln-Bermbeck, Sundern und Oetinghauser Heide verfügen zudem jeweils über eigene Nahversorgungszentren mit ergänzenden Einzelhandelsangeboten.

Abb. 26: Wettbewerber in Hiddenhausen



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010 und 2012

4.5.2 Stadt Bünde

Abb. 27: Abgrenzung Innenstadt Bünde



* Abgrenzung Innenstadt nach vor-Ort-Begehung

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Innenstadt

Die Bunder Innenstadt verfügt über ein vielfältiges Einzelhandelsangebot, welches vorrangig zentrenrelevante Sortimente umfasst. Besonders ausgeprägt ist hier (entlang der Fußgängerzone) der Bekleidungssektor mit den Magnetbetrieben „C&A“ sowie dem „Bunder Modehaus“. Neben verschiedenen kleinflä-

chigen Geschäften sind auch größere Filialisten wie Esprit, New Yorker, Deichmann, Nanu Nana, Weltbild und Rossmann sowie die Warenhauskette Woolworth angesiedelt. Entlang der Bahnhofstraße werden zudem verstärkt Waren der Branchen Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat sowie Schreibwaren angeboten. Ebenfalls in der Innenstadt ansässig ist das Möbelhaus Lange (< 700 qm VKF).

Sonstige Lagen in Bünde

Entlang der Straße Wasserbreite (nördlich der Innenstadt) befinden sich zwei Fachmarkttagglomerationen mit vorrangig zentrenrelevanten Angeboten. Hier sind sowohl Reno, KIK, Expert, TEDI, dm und Penny, als auch Takko, Schuhpark Fascies, Matratzen Concord sowie ein Dänisches Bettenlager (Hauptsortiment Möbel) angesiedelt. Ein Marktkauf SB-Warenhaus sowie eine Filiale des Sonderpostenabieters Thomas Phillips befinden sich - ebenso wie der deutlich unterdurchschnittlich großflächige Anbieter Kiko Möbel - ebenfalls in Nähe der Innenstadt.

Das übrige Angebot in Bünde dient zum größten Teil der Nahversorgung des Stadtgebiets. Insgesamt existieren neun Lebensmittelvollsortimenter und acht Lebensmitteldiscounter, die zumeist durch weitere kleinere Einzelhandelsbetriebe ergänzt werden.

Abb. 28: Wettbewerber in Bünde



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010 und 2012

4.5.3 Gemeinde Kirchlingern

Abb. 29: Abgrenzung Hauptzentrum Kirchlingern



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK der GMA aus dem Jahr 2009

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Hauptzentrum Kirchlingern

Im Hauptzentrum Kirchlingern werden unterschiedliche Sortimentsgruppen angeboten, wobei Waren des periodischen Bedarfs den flächenmäßig größten Teil einnehmen. Relevante Wettbewerber sind hier vor allem der Vollsortimenter Minipreis sowie der Discounter Penny. Neben einer Filiale des Sonderpostenhändlers TEDI runden mehrere kleinflächige Geschäfte das Angebot des Zentrums ab, deren Warengruppen dem aperiodischen Bedarf zuzuordnen

sind. Dabei sind die Branchen Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren und Spielwaren vorherrschend.

Nebenzentrum Stift Quernheim

Im Ortsteil Stift Quernheim befindet sich das gleichnamige Nahversorgungszentrum mit einer erst kürzlich neu eröffneten Edeka Neukauf-Filiale. Das dortige Angebot wird durch weitere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe ergänzt.

Sonstige Lagen in Kirchlegern

Im Nordosten des Hauptortes befindet sich im Bereich Mindener Straße / In der Mark ein kleines Fachmarktzentrum, bestehend aus Edeka Neukauf, Aldi, Deichmann, KIK und Ernstings's Family, die allesamt vorhabenrelevante Sortimente anbieten. Im nördlichen Teil der Lübbecke Straße befindet sich zudem eine Filiale des Einrichtungshauses Möbel Heinrich, welches auf einer nicht unerheblichen Fläche vor allem die Branchen Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat, Gardinen, Heimtextilien sowie Elektroartikel (weiße Ware) als Randsortimente anbietet. Mit über 20.000 qm (Eigenwerbung) ist Möbel Heinrich ein Möbelanbieter mit starker Ausstrahlung.

Abb. 30: Wettbewerber in Kirchlegern



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

4.5.4 Gemeinde Hüllhorst

Abb. 31: Abgrenzung Ortszentrum Hüllhorst



* Abgrenzung Ortszentrum nach vor-Ort-Begehung

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Ortszentrum

Das vorhabenrelevante Einzelhandelsangebot im Ortszentrum entlang der Hauptstraße umfasst nur wenige Betriebe. Im nördlichen Teil befinden sich der Vollsortimenter WEZ und der Textilmarkt KIK, wohingegen im südlichen Bereich der Discounter Penny sowie der Getränkemarkt Löschdepot angesiedelt sind. Ergänzt wird das Angebot durch mehrere kleinflächige Geschäfte. Maßgeblicher Wettbewerb im Segment Möbel ist nicht ansässig.

Sonstige Lagen in Hüllhorst

Im Südosten des Hauptortes befindet sich ein Nahversorgungsschwerpunkt mit den Discountern Aldi und Netto. Hinzu kommt der Sonderpostenmarkt Preistwister im naheliegenden Gewerbegebiet.

Die Einwohner des Ortsteils Schnathorst werden durch den Lebensmittelanbieter NP und die Drogerie Schlecker mit Waren des periodischen Bedarfs versorgt. Bäckereien, Fleischer und Blumenfachgeschäfte ergänzen das Angebot. Im aperiodischen Bedarfsbereich ist das Elektro- und Hausratsfachgeschäft Traue zu nennen.

Der Ortsteil Tengern verfügt dagegen nur über ein sehr begrenztes Einzelhandelsangebot, allerdings befindet sich dort ein solitär gelegener Fabrikverkauf der Bekleidungskette Jeans Fritz.

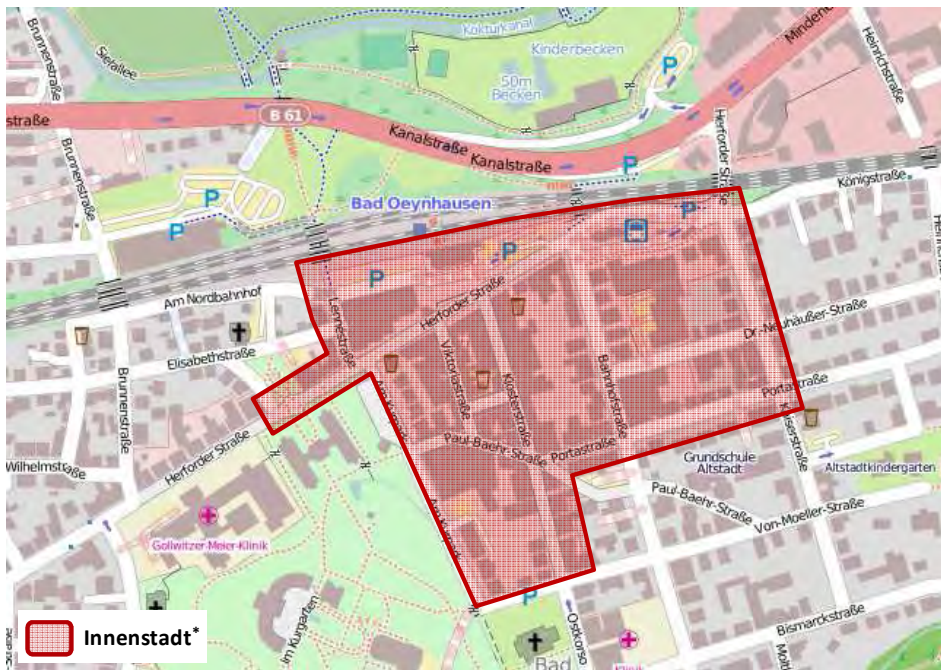
Abb. 32: Wettbewerber in Hüllhorst



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

4.5.5 Stadt Bad Oeynhausen

Abb. 33: Abgrenzung Innenstadt Bad Oeynhausen



* Abgrenzung ZV in Anlehnung an das EHK von Junker und Kruse aus dem Jahr 2008

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Innenstadt

In der Bad Oeynhausener Innenstadt werden größtenteils zentrenrelevante Sortimente angeboten. Magnetbetrieb ist dabei das Bekleidungskaufhaus Hagemeyer. Daneben finden sich eine Vielzahl weiterer kleinflächiger Anbieter, welche zumeist ebenfalls dem Textil- bzw. Bekleidungssektor zuzuordnen sind. Für Waren des periodischen Bedarfsbereichs stehen vor allem mehrere Drogerien sowie Bäckereien zur Verfügung. Einen Verbrauchermarkt gibt es dagegen nicht. Ein nennenswertes Angebot im Segment Möbel liegt nicht vor.

Einkaufszentrum Werre-Park

Das nordöstlich der Innenstadt an der Mindener Straße (B 61) gelegene Einkaufszentrum Werre-Park stellt mit rund 30.000 qm Verkaufsfläche einen für die Stadt Bad Oeynhausen bedeutenden Einzelhandelsstandort mit regionaler Strahlkraft dar. Ein Großteil des Angebots umfasst dabei vorhabenrelevante Sortimente. Magnetbetriebe sind ein E-Center, Praktiker, Saturn, C&A, Teddy Toys, H&M sowie Thalia. Hinzu kommen weitere überregional vertretene Anbieter wie New Yorker, Ernsting's Family, Mister & Lady, Takko, Schuh Kay, Gerry Weber, K&K, Deichmann, Ihr Platz sowie dm.

Nahversorgungszentrum Eidinghausen

Die Versorgung mit Lebensmitteln wird in Eidinghausen durch den Vollsortimenter WEZ sowie zwei Bäckereien garantiert. Darüberhinaus ist der Drogeriefachmarkt Schlecker im Nahversorgungszentrum Eidinghausen angesiedelt. Des Weiteren gibt es zwei Elektrofachgeschäfte sowie jeweils einen Anbieter für Floristik und Schreib- und Tabakwaren.

Nahversorgungszentrum Südstadt

Im Nahversorgungszentrum an der Detmolder Straße befinden sich ausschließlich kleinflächige Fachgeschäfte, die vorrangig Waren aus dem aperiodischen Bedarfsbereich anbieten. Darüber hinaus existieren noch mehrere Bäckereien, eine Fleischerei sowie ein Feinkostgeschäft, jedoch kein Verbrauchermarkt.

Sonstige Lagen in Bad Oeynhausen

In der Mindener Straße sind der Lebensmittelvollsortimenter WEZ, der Discounter Aldi sowie KIK und Fressnapf angesiedelt. Hinzu kommt das Porzellan- und Hausratsfachgeschäft Lingemann. An der Stadtgrenze zu Löhne befindet sich zudem eine Filiale des Sonderpostenmarkts Thomas Philipps.

Im Ortsteil Eidinghausen existiert das Fachmarktzentrum Werrestraße mit den Anbietern Lidl, Aldi, Rossmann, Ernsting's Family, Dänisches Bettenlager (u. a. Möbel), einem Getränkemarkt sowie einem Bürocenter. Weitere Standorte in Bad Oeynhausen und den zugehörigen Ortsteilen dienen in erster Linie der Nahversorgung.

Abb. 34: Wettbewerber in Bad Oeynhausen



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

CIMA Beratung + Management GmbH 2012

4.5.6 Stadt Vlotho

Abb. 35: Abgrenzung Innenstadt Vlotho



* Abgrenzung Zentrum nach vor-Ort-Begehung

Kartengrundlage: OpenStreetMap 2010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Innenstadt

Der Zentrale Versorgungsbereich von Vlotho umfasst den Straßenzug Herforder Straße - Lange Straße sowie Teile der Klosterstraße. Das Angebot hier konzentriert sich auf den aperiodischen Bedarfsbereich. Größte Anbieter sind TEDI und als Magnetbetrieb fungiert das Bekleidungshaus Finkhäuser, während das

Fachmarktzentrum Meyrastraße

Sonstige Lagen in Vlotho

Abb. 36: Wettbewerber in Vlotho



CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 37: Abgrenzung Innenstadt Herford



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Der wesentliche Teil des Einzelhandelsbesatzes in der Herforder Innenstadt befindet sich im Bereich der Fußgängerzone Höckerstraße - Gehrenberg - Alter Markt - Bäckerstraße. Zum Großteil werden dort zentrenrelevante Sortimente

angeboten, wobei der Schwerpunkt im Bereich Bekleidung, Wäsche liegt. Magnetbetriebe sind das Modekaufhaus Klingenthal sowie H&M, Saturn und die Mayersche Buchhandlung. Neben inhabergeführten Geschäften sind auch Filialisten wie Görtz, New Yorker, Douglas oder WMF in der Herforder Innenstadt vertreten. Für die Nahversorgung steht neben einem Bio-Markt sowie den Drogerien Rossmann, Ihr Platz und Schlecker auch der Vollsortimenter Rewe zur Verfügung. Außer Matratzen Concord (< 500 qm VKF) führt kein Anbieter in der Herforder Innenstadt Möbel als Hauptsortiment.

Nahversorgungszentrum Engerstraße

Das Nahversorgungszentrum umfasst neben der Engerstraße auch die von ihr abzweigende Straße Westring. Schwerpunkt des dortigen Angebots ist der periodische Bedarfsbereich mit den Discounter Aldi, Lidl und Penny. Ergänzt wird dies durch vier Bäckereien, eine Fleischerei sowie einen Getränkemarkt. Im Kreuzungsbereich Engerstraße / Westring ist zudem der Bekleidungsfachmarkt Takko angesiedelt.

Nahversorgungszentrum Mindener Straße

Im Zentralen Versorgungsbereich, der sich rund um den Kreuzungsbereich Mindener Straße / Walgertiststraße erstreckt, sind die Discounter Aldi und Lidl angesiedelt. Weitere größere Einzelhandelsbetriebe sind das Blumen-, Floristik- und Dekorationsfachgeschäft Pennings sowie das Elektrofachgeschäft EP: Unger.

Nahversorgungszentrum Salzufler Straße

Der Zentrale Versorgungsbereich an der Salzufler Straße besteht vorrangig aus einem E-Center mit separatem Getränkemarkt, einer Filiale des Siemes Schuh Centers sowie einer Bäckerei.

Nahversorgungszentrum Elverdissen

Im Nahversorgungszentrum entlang der Elverdisser Straße sind mit NP und Edeka Neukauf zwei größere Lebensmittelanbieter mit jeweils integrierten Bäckerei-Filialen angesiedelt. Hinzu kommen eine Tankstelle und ein Kiosk.

Sonstige Lagen in Herford

Nahe der Innenstadt sind Kaufland, E Center Wehrmann sowie ein Marktkauf SB-Warenhaus mit zugehörigem Fach- und Getränkemarkt angesiedelt. Im restlichen Stadtgebiet existieren mit NP, Aldi, Netto, Penny, Markant, Edeka sowie Kaufland eine Vielzahl weiterer Lebensmittelanbieter.

Eine Besonderheit Herfords sind drei großflächige Fabrikverkaufsläden von im Stadtgebiet ansässigen Bekleidungsunternehmen. In den Fachmärkten Hammer, Toom Baumarkt, Tedox (auch Möbel), Dänisches Bettenlager und SB-Möbel Boss (v. a. Möbel) werden zudem verschiedene vorhaben- (zentren-)relevante Branchen als teils großflächige Randsortimente angeboten. Weitere großflächige Anbieter im Segment Möbel sind Böger Wohnwelt und Exclusive Markenmöbel High Lights.

Abb. 38: Wettbewerber in Herford



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2010 und 2012

5 EINZELHANDELSKONZEPT DER STADT LÖHNE

Im Jahr 2008 wurde das Einzelhandelskonzept für die Stadt Löhne durch die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) fortgeschrieben. Hiernach wurde innerhalb des Ortsteils Mennighüffen das gleichnamige Ortsteilzentrum als Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt (vgl. Abb. 39).

Demnach liegt der Standort des hier geprüften Vorhabens innerhalb des als Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzten Ortsteilzentrum Mennighüffen.

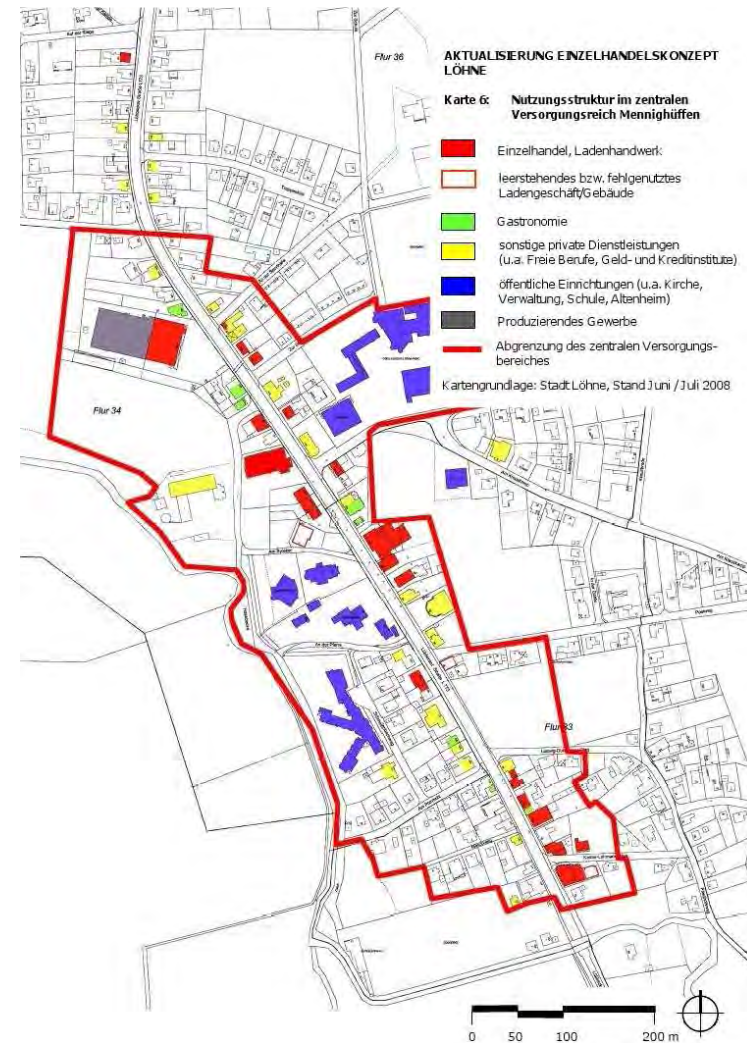
Der Zentrale Versorgungsbereich Mennighüffen nimmt sowohl für den Ortsteil Mennighüffen als auch für das angrenzende Umland eine tragende Versorgungsfunktion ein. Diese Funktion soll nicht nur gesichert sondern zukünftig auch noch weiter ausgebaut und entwickelt werden.

Zu den Zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere auch zum Ortsteilzentrum Mennighüffen, wird in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Löhne (GMA 2008) Folgendes gesagt:

- „Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sollen grundsätzlich auf die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche gelenkt werden, um optimale Verbundeffekte zu generieren und das bestehende Geschäfts- und Dienstleistungsangebot damit zu sichern.“
- „Entwicklungsschwerpunkte sollen dabei die zentralen Versorgungsbereiche Lübbecke Straße (Löhne-Bahnhof) und Mennighüffen sein.“

Die für die Beurteilung der Sortimentsstruktur des Planvorhabens maßgebliche „Löhner Liste“ ist auf der folgenden Seite dargestellt.

Abb. 39: Ortsteilzentrum Mennighüffen



Quelle: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH 2008
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 40: Sortimentsliste nach dem Einzelhandelskonzept der Stadt Löhne

Warengruppe	zentren- /nahversorgungs- relevante* Einzelhandelssortimente	nicht zentren- /nahversorgungs- relevante Einzelhandelssortimente
kurzfristiger Bedarf		
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel, Reformwaren Getränke, Tabakwaren Brot, Backwaren Fleisch-, Wurstwaren	
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie- /Reinigungsartikel Kosmetikartikel pharmazeutische Artikel Sanitätswaren	
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	Blumen / Zimmerpflanzen Tiere / zoologischer Bedarf Tierfutter	Freilandpflanzen Sämereien / Düngemittel / landwirtschaftlicher Bedarf
mittelfristiger Bedarf		
Bücher, P B S, Schreibwaren	Bücher Zeitschriften Papier- / Schreibwaren Spielwaren Bastelbedarf	Bürobedarf / Organisationsartikel (mit überwiegend gewerblicher Ausrichtung)**
Bekleidung, Schuhe, Sport	Bekleidung Wäsche / Miederwaren Kurzwaren / Handarbeitsartikel Schuhe Lederwaren Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel	Sportgroßgeräte
langfristiger Bedarf		
Elektrowaren	Elektrokleingeräte Elektrozubehör Leuchten/Lampen Unterhaltungselektronik („braune Ware“) Ton-/Bildträger Telefone / Telefonzubehör Computer	Elektrogroßgeräte („weiße Ware“)
Hausrat, Möbel, Einrichtungen	Glas / Porzellan / Keramik (GPK) Geschenkartikel Haushaltswaren Kunst / Kunstgewerbe Teppiche Spiegel Heimtextilien / Bettwaren / Raumausstattungsartikel	Möbel Büromöbel Küchen Farben / Tapeten Bodenbeläge / Teppichböden

Warengruppe	zentren- /nahversorgungs- relevante* Einzelhandelssortimente	nicht zentren- /nahversorgungs- relevante Einzelhandelssortimente
Sonstiger Einzelhandel	Fotoartikel Optikartikel Hörgeräte Uhren / Schmuck Babyartikel Musikalien	Bau- und Heimwerkerbedarf Gartenbedarf / -möbel Baustoffe Werkzeuge / Maschinen Sanitärartikel (inkl. Installationsbedarf, Badeinrichtungen) Kamine Markisen Campingartikel / Zelte / Campingwagen Fahrrad- / Motorradbedarf Autozubehör / Reifen / Kraftfahrzeuge
* nahversorgungsrelevante Sortimente sind kursiv gedruckt		
** einem Betrieb wird eine überwiegend gewerbliche Ausrichtung zugeschrieben, wenn dieser mehr als die Hälfte (> 50 %) seines Umsatzes mit gewerblichen Kunden erzielt.		

Quelle: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH 2008

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

In Anlehnung an die „Löhner Liste“ ergibt sich folgende wirkungsanalytisch relevante – für den Edeka Markt ist nur der Verkaufsflächen- und Umsatzzuwachs berücksichtigt - Aufteilung der Sortimentsstruktur für das Planvorhaben zum Stand März 2012:

Abb. 41: Sortimentsstruktur des Vorhabens entsprechend der „Löhner Liste“

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
nahversorgungsrelevante Sortimente	2.220	32,9	10,1
Lebensmittel, Reformwaren	1.455	21,6	7,2
Gesundheit und Körperpflege	675	10,0	2,7
übriger periodischer Bedarf	50	0,7	0,2
Zoobedarf	40	0,6	0,1
zentrenrelevante Sortimente	4.390	65,0	15,0
Bekleidung, Wäsche	705	10,4	1,6
Schuhe, Lederwaren	400	5,9	0,7
Bücher, Schreibwaren	90	1,3	0,3
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	2.050	30,4	10,2
Spielwaren	55	0,8	0,1
Geschenkartikel , Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	945	14,0	1,6
Gardinen, Heimtextilien	145	2,1	0,3
nicht zentrenrelevante Sortimente	140	2,1	0,2
Möbel, Gartenmöbel	140	2,1	0,2
Einzelhandel insgesamt	6.750	100,0	25,2

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Die Planungen sehen vor, im zu entwickelnden Fachmarktzentrum - bis auf das geringe (140 qm VKF, rd. 0,2 Mio. € p. a.) Randsortiment des Einrichtungsfachmarktes (Typ Das Depot) - ausschließlich zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß „Löhner Liste“ anzusiedeln.

Die Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die die Stadt Löhne derzeit übernimmt, wird im Einzelhandelskonzept der Stadt als wichtiges Ziel herausgestellt. Um das zu erreichen wird im Einzelhandelskonzept die Empfehlung gegeben, die Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in den Ortsteilzentren Lübbecke Straße und Mennighüffen zu priorisieren.

Das Vorhaben entspricht diesbezüglich den Zielen und Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Löhne.

Darüber hinaus dürfen gemäß Einzelhandelskonzept sowie lt. §11 Abs. 3 BauNVO von geplanten Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Stadtgebietes sowie auf die Zentralen Versorgungsbereiche der Nachbarkommunen ausgehen. Die Auswirkungen müssen im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung nachgewiesen werden.

In diesem Gutachten wird abgewogen, in wie weit der bestehende Einzelhandel in der Stadt selbst und im regionalen Untersuchungsgebiet von Frequenzverlusten und Umsatzumverteilungen betroffen wäre und negative städtebauliche Effekte zu erwarten sind (vgl. Kap. 7).

Fazit

Das Vorhaben entspricht hinsichtlich der qualitativen Merkmale den Zielen und Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Löhne aus dem Jahr 2008. Das geplante Fachmarktzentrum liegt innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs Ortsteilzentrum Mennighüffen und kann somit, aus Sicht der CIMA, erheblich zur Funktionssicherung sowie zu einer Stärkung und Weiterentwicklung dieses Ortsteilzentrums beitragen.

Der Planstandort ist entsprechend dem Einzelhandelskonzept der Stadt Löhne für die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel grundsätzlich sehr gut geeignet und als Entwicklungsschwerpunkt innerhalb des Stadtgebietes benannt.

In Kapitel 7 wird sich im Rahmen einer quantitativen Betrachtung (Ableitung der modellhaft durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungsquoten) mit der Zentrenverträglichkeit des Vorhabens auseinandergesetzt.

6 VORSTELLUNG DES PLANVORHABENS

Im Ortsteil Mennighüffen in der Stadt Löhne wird derzeit die Ansiedlung eines Fachmarktzentrums diskutiert. Der Vorhabenstandort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage an der Lübbecker Straße (vgl. auch Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Löhne, GMA, 2008). Der Planstandort liegt ferner im Zentralen Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Mennighüffen, der in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Löhne (GMA, 2008) ausgewiesen wurde.

Es muss davon ausgegangen werden, dass als Folge der geplanten Ansiedlung des Fachmarktzentrums Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt Löhne und im Umland zu erwarten sind. Aus diesem Grund werden nachfolgend die Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit § 34 Abs. 3 BauGB auf den Einzelhandel in der Stadt Löhne und im darüber hinausreichenden Untersuchungsgebiet des Vorhabens dargestellt und bewertet.

Zur Berechnung der Umsätze sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der örtlichen Wettbewerbssituation in der Stadt Löhne und in der Region orientieren sowie auf Grundlage der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten entsprechender Betriebstypen und vergleichbarer Verkaufsflächendimensionierungen im Bundesdurchschnitt ermittelt worden sind.

6.1 Struktur des Planvorhabens – Stand März 2012

Folgende acht neue Einzelhandelsbetriebe bzw. Fachmärkte sieht die aktuelle Planung vor:

- **Lebensmittelvollsortimenter** mit 1.800 qm Verkaufsfläche (wie 2011 Erweiterung des Bestandsmarktes),
- **Lebensmitteldiscounter** mit **1.000 qm** Verkaufsfläche (wie 2011),
- **Drogeriefachmarkt** mit **750 qm** Verkaufsfläche (wie 2011),
- **Textilfachmarkt 1** mit **500 qm** Verkaufsfläche (wie 2011),
- **Textilfachmarkt 2** mit **250 qm** Verkaufsflächen (wie 2011),
- **Schuhfachmarkt** mit **400 qm** Verkaufsfläche (wie 2011),
- **Haushaltswarendiscounter** mit **450 qm** Verkaufsfläche (wie 2011),
- **Elektrofachmarkt** mit **2.000 qm** Verkaufsfläche (neu gegenüber 2011),
- **Einrichtungsfachmarkt** mit **700 qm** Verkaufsfläche (neu gegenüber 2011),.

Derzeit befindet sich am Vorhabenstandort bereits ein Lebensmittelvollsortimenter. Dieser soll aus betriebswirtschaftlicher und immobilienwirtschaftlicher Sicht neu aufgestellt und dabei von derzeit rund 1.100 qm auf 1.800 qm Verkaufsfläche erweitert werden.

Im Vorfeld der Untersuchung möchte die CIMA noch darauf hinweisen, dass als Grundlage für die folgende Verträglichkeitsuntersuchung das Planvorhaben als

Gesamtes betrachtet wird. Für den sich am Vorhabenstandort neu aufstellenden Lebensmittelvollsortimenter werden lediglich die Auswirkungen der Erweiterungsflächen berücksichtigt, da nur der hierdurch bewirkte Umsatzzuwachs Umsatzzumlenkungen auslöst. Hierzu hat das Oberverwaltungsgericht für Nordrhein-Westfalen⁵ in seinem Urteil vom 06.11.2008 Folgendes gesagt:

„...Bei der Prognoseentscheidung ist nämlich von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen, die nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt wird. Dieser Betrieb hat sich bereits am Markt etabliert und ist Bestandteil des Einzelhandelsangebotes. Bei der Beurteilung ist daher der gegenwärtige Betrieb in der vorhandenen Größe mit seinen möglicherweise bereits bestehenden Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich mit dem Zustand zu vergleichen, der (prognostiziert) nach Umsetzung der geplanten Erweiterung bestehen wird. ...“

Demzufolge gehen die folgenden Verkaufsflächen in die Verträglichkeitsuntersuchung ein:

- **Lebensmittelvollsortimenter** mit **700 qm** Verkaufsflächenzuwachs,
- **Lebensmitteldiscounter** mit **1.000 qm** Verkaufsfläche,
- **Drogeriefachmarkt** mit **750 qm** Verkaufsfläche,
- **Textilfachmarkt 1** mit **500 qm** Verkaufsfläche,
- **Textilfachmarkt 2** mit **250 qm** Verkaufsflächen,
- **Schuhfachmarkt** mit **400 qm** Verkaufsfläche,
- **Haushaltswarendiscounter** mit **450 qm** Verkaufsfläche,
- **Elektrofachmarkt** mit **2.000 qm** Verkaufsfläche,
- **Einrichtungsfachmarkt** mit **700 qm** Verkaufsfläche.

Daraus ergibt sich eine wirkungsanalytisch zu prüfende **Gesamtverkaufsfläche von 6.750 qm.**

⁵ vgl. Oberverwaltungsgericht NRW; Urteil vom 06.11.2008; Aktenzeichen: 10 A 1414/07

Hinsichtlich der Sortimentsstruktur bietet sich folgendes Bild:

Abb. 42: Sortimentsstruktur des Gesamtvorhabens

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in m ²	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
Vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	2.180	32,3	10,1
Lebensmittel, Reformwaren	1.455	21,6	7,2
Gesundheit und Körperpflege	675	10,0	2,7
übriger periodischer Bedarf	50	0,0	0,2
Vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	4.570	67,7	15,2
Bekleidung, Wäsche	705	10,4	1,6
Schuhe, Lederwaren	400	5,9	0,7
Bücher, Schreibwaren	90	1,3	0,3
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	2.050	30,4	10,2
Spielwaren	55	0,8	0,1
Geschenkartikel , Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	945	14,0	1,6
Möbel, Gartenmöbel	140	2,1	0,2
Gardinen, Heimtextilien	145	2,1	0,3
Zoobedarf	40	0,6	0,1
Einzelhandel insgesamt	6.750	100,0	25,2

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Die CIMA prognostiziert für das Planvorhaben „Fachmarktzentrum“ einen Einzelhandelsumsatz (brutto), der

insgesamt bei rd. 25,2 Mio. € im Jahr liegen dürfte.

Hiervon entfallen auf den **periodischen Bedarf**

rd. 10,1 Mio. €

und auf den **aperiodischen Bedarfsbereich**

rd. 15,2 Mio. €.

In den folgenden Abbildungen wird die Struktur der geplanten Fachmärkte hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächendimensionierung detailliert dargelegt:

Abb. 43: Sortimentsstruktur des geplanten Lebensmittelvollsortimenters

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	630	90,0	2,6
Lebensmittel, Reformwaren	550	78,6	2,3
Gesundheit und Körperpflege	50	7,1	0,2
übriger periodischer Bedarf	30	4,3	0,1
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	70	10,0	0,2
Bücher, Schreibwaren	10	1,4	0,0
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	50	7,1	0,1
Zoobedarf	10	1,4	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	700	100	2,8

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010
Hinweis: nur zusätzliche Verkaufsfläche berücksichtigt

Abb. 44: Sortimentsstruktur des geplanten Lebensmitteldiscounters

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	910	91,0	5,0
Lebensmittel, Reformwaren	860	86,0	4,7
Gesundheit und Körperpflege	50	5,0	0,2
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	90	9,0	0,4
Bekleidung, Wäsche	30	3,0	0,2
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	30	3,0	0,1
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	30	3,0	0,2
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	1.000	100	5,3

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010



Abb. 45: Sortimentsstruktur des geplanten Drogeriefachmarktes

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	560	74,7	2,22
Lebensmittel, Reformwaren	25	3,3	0,08
Gesundheit und Körperpflege	520	69,3	2,08
übriger periodischer Bedarf	15	2,0	0,07
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	190	25,3	0,48
Bücher, Schreibwaren	30	4,0	0,14
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	20	2,7	0,09
Spielwaren	30	4,0	0,06
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	80	10,7	0,15
Zoobedarf	30	4,0	0,05
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	750	100	2,70

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 46: Sortimentsstruktur des geplanten Textilfachmarktes 1

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	0	0,0	0,0
-	-	-	-
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	500	100,0	0,9
Bekleidung, Wäsche	420	84,0	0,76
Spielwaren	25	5,0	0,05
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	25	5,0	0,03
Gardinen, Heimtextilien	30	6,0	0,05
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	500	100	0,9

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 47: Sortimentsstruktur des geplanten Textilfachmarktes 2

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	0	0	0,0
-	-	-	-
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	250	100	0,7
Bekleidung, Wäsche	225	90	0,7
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	25	10	0,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	250	100	0,7

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 48: Sortimentsstruktur des geplanten Schuhfachmarktes

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	0	0	0,0
-	-	-	-
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	400	100	0,7
Schuhe, Lederwaren	400	100	0,7
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	400	100	0,7

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 49: Sortimentsstruktur des geplanten Haushaltswarendiscounters

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	45	10,0	0,2
Lebensmittel, Reformwaren	20	4,4	0,1
Gesundheit und Körperpflege	25	5,6	0,1
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	405	90,0	0,5
Bekleidung, Wäsche	30	6,7	0,1
Bücher, Schreibwaren	30	6,7	0,1
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	315	70,0	0,3
Gardinen, Heimtextilien	30	6,7	0,1
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	450	100	0,7

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 50: Sortimentsstruktur des geplanten Elektrofachmarktes

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	0	0	0,0
-	-	-	-
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	2.000	100	10,0
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	2.000	100	10,0
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	2.000	100	10,0

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 51: Sortimentsstruktur des geplanten Einrichtungsfachmarktes

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in m ²	Verkaufs- fläche in %	Umsatz in Mio. €
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	35	5,0	0,1
Gesundheit und Körperpflege	30	4,3	0,1
übriger periodischer Bedarf	5	0,7	0,0
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	665	95,0	1,3
Bücher, Schreibwaren	20	2,9	0,1
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	420	60,0	0,9
Möbel	140	20,0	0,2
Gardinen, Heimtextilien	85	12,1	0,2
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	700	100,0	1,4

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Wie Abb. 51 zeigt, handelt es sich bei dem geplanten Einrichtungsfachmarkt um einen Betriebstyp, der vorrangig auf das Angebot von Wohnaccessoires und nur geringfügig auf das Angebot von Möbeln ausgerichtet ist (Typ Das Depot).

6.2 Herkunft des Vorhabenumsatzes

Vorbemerkungen zur Berechnung der Umsatzherkunft

Für die Ermittlung des Untersuchungsgebietes des Vorhabens ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation erforderlich. Anhand der Attraktivität der konkurrierenden Einkaufslagen bzw. Wettbewerber im Stadtgebiet und in der Region wird ermittelt, woher das Vorhaben seinen Umsatz vorrangig generiert. Dafür kann die CIMA auf umfangreiche Analysen in der Stadt bzw. der Region zurückgreifen, die durch „Vor-Ort“-Recherchen des CIMA-Teams ergänzt wurde.

Wichtige Informationen über die Bindungsquoten beziehen wir aus Echtzahlen der Anbieter, die wir i.d.R. aus ähnlich gelagerten Analysen, aus der direkten Betriebsberatung der relevanten Märkte und aus den offiziellen Veröffentlichungen beziehen. Diese Erkenntnisse werden dann an die regionale Situation angepasst. Insbesondere die Lage, Entfernung und Größe der Wettbewerber ist dabei von großer Relevanz.

Die Abgrenzung des Untersuchungsgebietes kann auf Basis dieser Recherchen mittels des ökonometrischen HUFF-Simulationsmodells⁶ schlussendlich ermittelt, sowie die Umsatzherkunft des Vorhabenumsatzes berechnet und in Prozent dargestellt werden.

Das HUFF-Modell, das sich in vielen Planverfahren auch als „gerichtsfest“ erwiesen hat, quantifiziert die dabei durch das Planvorhaben entstehenden Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum für den Einzelhandel. Das Verfahren basiert auf den Untersuchungen von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area").

⁶ Die CIMA GmbH interpretiert das HUFF-Modell als ein Denkmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird.

Einflussgrößen sind z.B.:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den Zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,
- Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes in Löhne sowie Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkten.

Bei der Bewertung des Vorhabens und der Berechnung der Umsatzverdrängungswirkung wird grundsätzlich von einem sog. „Worst-Case-Ansatz“ ausgegangen. Die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten entsprechen demnach der maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkung auf den vorhandenen Einzelhandel.

Im Folgenden wird die Umsatzherkunft des Planvorhabenumsatzes für die lt. „Löhner Liste“ nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des Vorhabens (insgesamt rd. 25,0 Mio. € p. a.) abgeleitet und kommentiert⁷. Für den geringen Randsortimentumsatz in Höhe von 0,2 Mio. € p. a. für das nicht zentrenrelevante Sortiment Möbel, Gartenmöbel erfolgt eine qualitativ ausgerichtete wirkungsanalytische Betrachtung.

⁷ Rundungsdifferenzen möglich.

Abb. 52: Umsatzherkunft des Planvorhabens – nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente lt. „Löhner Liste“

Umsatzherkunft durch Umverteilung in...	in Mio. €	in %
Stadt Löhne insgesamt	13,99	55,8
davon Löhne: OTZ Lübbecke Straße	0,86	3,4
davon Löhne: OTZ Mennighüffen	3,79	15,1
davon Löhne: OTZ Königstraße	0,22	0,9
davon Löhne: NVZ Königstraße / Brunnenstraße	0,78	3,1
davon Löhne: NVZ Koblenzer Straße	0,29	1,1
davon Löhne: NVZ Löhne-Ort	0,09	0,4
davon Löhne: NVZ Weihestraße / Nordbahnstraße	0,37	1,5
davon Löhne: NVZ Werster Straße	0,35	1,4
davon Löhne: sonstige Lagen	7,25	28,9
Regionales Einzugsgebiet insgesamt	10,04	40,0
davon Hiddenhausen: ZV Ortszentrum	0,04	0,2
davon Hiddenhausen: sonstige Lagen	0,24	0,9
davon Bünde: ZV Innenstadt	0,98	3,9
davon Bünde: sonstige Lagen	2,47	9,8
davon Kirchlegern: ZV Hauptzentrum	0,10	0,4
davon Kirchlegern: ZV Nebenzentrum	0,06	0,2
davon Kirchlegern: sonstige Lagen	0,38	1,5
davon Hüllhorst: ZV Ortszentrum	0,12	0,5
davon Hüllhorst: sonstige Lagen	0,45	1,8
davon Bad Oeynhausen: ZV Innenstadt	0,36	1,4
davon Bad Oeynhausen: NVZ Südstadt	0,01	0,1
davon Bad Oeynhausen: NVZ Eidinghausen	0,03	0,1
davon Bad Oeynhausen: Sonderstandort Werre-Park	2,88	11,5
davon Bad Oeynhausen: sonstige Lagen	0,88	3,5
davon Vlotho: ZV Innenstadt	0,02	0,1
davon Vlotho: FMZ Meyrastraße	0,04	0,2
davon Vlotho: sonstige Lagen	0,04	0,1
davon Herford: ZV Innenstadt	0,70	2,8
davon Herford: NVZ Mindener Straße	0,01	0,0
davon Herford: NVZ Engerstraße	0,01	0,0
davon Herford: NVZ Salzufler Straße	0,01	0,0
davon Herford: NVZ Elverdissen	0,01	0,0
davon Herford: sonstige Lagen	0,20	0,8
von Orten außerhalb des Untersuchungsgebietes	1,05	4,2
Gesamtsumme	25,08	100,0

Rundungsdifferenzen möglich

Nach unseren Erfahrungen und einer eingehenden Analyse des Wettbewerbsumfeldes im Stadtgebiet und dem regionalen Untersuchungsgebiet des Planvorhabens kommen wir zum Ergebnis, dass rund **13,99 Mio. Euro (knapp 56 % des Gesamtumsatzes des Planvorhabens)** durch Umverteilung innerhalb der Stadt Löhne generiert werden. Die Aufteilung der Umsatzherkunft auf die einzelnen Standorte innerhalb des Untersuchungsgebietes ist stark an dem dort vorhandenen Wettbewerb orientiert⁸.

Insgesamt **10,04 Mio. Euro (rd. 40 % des Gesamtumsatzes)** werden innerhalb des regionalen Untersuchungsgebietes umverteilt. Damit wird zukünftig zusätzliche Kaufkraft in Löhne gebunden, was sich zentralitätssteigernd auswirkt.

Rund 4 % der umverteilten Umsätze, ca. **1,05 Mio. Euro**, werden bei Anbietern an Orten außerhalb des Untersuchungsgebietes verdrängt.

Abkürzungsverzeichnis zu Abb. 52:

ZV: Zentraler Versorgungsbereich

OTZ: Ortsteilzentrum

NVZ: Nahversorgungszentrum

FMZ: Fachmarktzentrum

⁸ Es handelt sich hierbei um die Umsatzherkunft des Gesamtvorhabens; je nach Wettbewerbssituation kann die Umsatzherkunft der einzelnen Warengruppen stark variieren.

Fazit:

Knapp 56 % der prognostizierten Umsätze werden innerhalb des gesamten Stadtgebietes von Löhne umverteilt.

Rd. 40 % des prognostizierten Umsatzes des Planvorhabens werden von außerhalb des Stadtgebietes an den Vorhabenstandort umverlagert.

Das Planvorhaben bietet die Chance, verstärkt Kaufkraft von außerhalb Löhnes anzusprechen sowie bisher aus Löhne abfließende Kaufkraft teilweise rückzubinden. Die Attraktivität der Stadt Löhne als Einkaufsdestination wird maßgeblich gesteigert, die Löhner Position im regionalen Wettbewerb wird gestärkt.

7 ÖKONOMISCHE WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS FÜR DIE STADT LÖHNE UND DIE ZENTREN IM UNTERSUCHUNGSGEBIET

Nachfolgend wird der Umsatz des geplanten Vorhabens in den **zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten** den Umsätzen des diesbezüglich vorhabenrelevanten Einzelhandels in Löhne sowie im restlichen (regionalen) Untersuchungsgebiet gegenübergestellt und es werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungsquoten ermittelt. Die Ableitung erfolgt dabei differenziert nach Sortimentsbereichen und nach Einzelhandelsstandorten, unter besonderer Darlegung der Auswirkung auf die Zentralen Versorgungsbereiche.

Vorbemerkungen zur Umsatzumlenkungsquote

Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Umsatzumlenkungsquote, die in % ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine unzumutbare Auswirkung. Denn die Veränderung der bestehenden Wettbewerbslage allein ist baurechtlich irrelevant.⁹ Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die sog. „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung eines Ortzentrums, Unterversorgung der Bevölkerung).¹⁰

Bei der Beurteilung des Kaufkraftabzuges ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu

unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offen gelassen.¹¹

Das OVG Koblenz und das OVG Lüneburg haben unmittelbare Auswirkungen gewichtiger Art angenommen (=„Abstimmungsschwellenwert“), wenn ein Planvorhaben der Standortgemeinde zu Lasten der Nachbargemeinde eine Umsatzumverteilung von wenigstens 10 % erwarten lassen.^{12 13}

Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojektes in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.¹⁴

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojektes haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.¹⁵

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwertes“ ist ein Kaufkraftabfluss nach der obergerichtlichen Rechtsprechung zumeist erst dann, wenn die Umsatzumverteilung deutlich mehr als 10 % beträgt. Genannt wird – allerdings abhängig unter anderem vom maßgeblichen Sortiment – ein Mindestwert von

¹¹ BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BVerwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mülheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01, S. 15 UA

¹² Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, BauR 2002, 577 = NVwZ-RR 2001, 638; OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 309 = BRS 59, Nr. 70.

¹³ OVG Lüneburg, E. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01, BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 03, 76; B. v. 30.10.2000, 1 M 3407/00, NStN 2001, 159 = NdsRPfl. 2001, 277

¹⁴ Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

¹⁵ OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201; OVG Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01 BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76 = auch Internetseite des OVG Lüneburg www.dbovg.niedersachsen.de.

⁹ Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

¹⁰ OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6. 2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentRO)

etwa 20 bis 25 %.¹⁶ Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B 51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzabfluss von bis zu 20 % für vertretbar gehalten und die Berufung zum OVG zugelassen.

Neuere Rechtsprechungen gehen demnach davon aus, dass erst bei einer Umsatzumlenkung von etwa 20 % schädliche Auswirkungen zu erwarten sind.¹⁷

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

Zu betonen ist hierbei noch einmal die Zugrundelegung des „Worst-Case“-Ansatzes, d.h.

- der gravierendste anzunehmende Fall wird angenommen,
- positive Synergieeffekte werden nicht eingerechnet (reine Verdrängung).

Die CIMA wendet die folgenden Bewertungsmaßstäbe an:

In allen vorhabenrelevanten Branchen ist - bezogen auf die als schützenswert eingestuften Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Löhne und der benachbarten Orte – grundsätzlich eine Relevanzgrenze von 10 % Umsatzumverteilung als Bewertungsmaßstab zu setzen.

Je nach Situation vor Ort sind dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich, um gegebenenfalls den speziellen Gegebenheiten gerecht zu werden. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung.

In den folgenden Tabellen und Darstellungen wird nur der vorhabenbezogene, nahversorgungs- und zentrenrelevante, Einzelhandel betrachtet. Bis auf Möbel / Gartenmöbel fallen alle Sortimente in diese Kategorie.

¹⁶ OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, NVwZ-RR 2001, 638 = BauR 2002, 577; VGH München, Urteil vom 07.06.2000, 26 N 99.2961, NVwZ-RR 2001, 88 = BRS 63 Nr. 62.

¹⁷ vgl. Prof. Dr. Berkemann, Großflächiger Einzelhandel: Auswirkungen der Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts auf die kommunale Praxis, Hannover 2006.

7.1 Ökonomische Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur in der Stadt Löhne – nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente

Abb. 53: Vorhabenrelevante maximale Umsatzumverteilungen des Planvorhabens innerhalb der Stadt Löhne – nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente

	Stadt Löhne																										
	OTZ Lübbecker Straße			OTZ Mennighüffen			OTZ Königstraße			NVZ Königstraße /			NVZ Koblenzer Straße			NVZ Löhne-Ort			NVZ Weihestraße /			NVZ Werster Straße			sonstige Lagen		
	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %	Umsatz aktuell in Mio. €	Verdrängungsumsatz in Mio. €	in %
vorhabenrelevanter periodischer Bedarf	8,51	0,55	6,4	3,02	0,23	7,8	1,42	0,12	8,2	11,78	0,70	5,9	4,71	0,28	6,0	1,63	0,09	5,3	4,71	0,31	6,6	4,78	0,32	6,8	53,17	4,00	7,5
Lebensmittel, Reformwaren	6,12	0,40	6,5	2,42	0,17	7,1	0,44	0,03	6,6	9,96	0,56	5,6	4,03	0,24	5,9	1,63	0,09	5,3	3,63	0,22	6,1	3,73	0,23	6,2	45,01	3,37	7,5
Gesundheit und Körperpflege	2,25	0,14	6,0	0,49	0,05	9,2	0,78	0,07	8,5	1,76	0,13	7,4	0,43	0,03	6,2	0,00	**	**	0,88	0,07	8,1	0,90	0,07	8,3	6,46	0,58	9,0
übriger periodischer Bedarf	0,14	0,02	11,7	0,11	0,02	15,4	0,21	0,02	10,2	0,07	0,01	12,0	0,25	0,02	6,7	0,00	**	**	0,20	0,02	8,6	0,15	0,02	12,5	1,69	0,05	2,7
vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf	6,46	0,31	4,8	10,54	3,55	33,7	2,10	0,10	4,8	1,86	0,08	4,3	0,16	0,01	3,5	0,17	0,01	3,8	1,40	0,06	4,3	0,59	0,02	4,0	48,77	3,25	6,7
Bekleidung, Wäsche	3,59	0,11	3,2	1,36	0,07	4,9	0,00	**	**	0,12	**	**	0,03	**	**	0,00	**	**	0,12	**	**	0,15	**	**	15,84	0,49	3,1
Schuhe, Lederwaren	0,09	0,01	5,6	0,07	**	6,4	0,22	0,01	6,0	0,00	**	**	0,00	**	**	0,00	**	**	0,00	**	**	0,00	**	**	6,60	0,36	5,5
Bücher, Schreibwaren	0,58	0,04	6,3	0,36	0,03	7,4	1,14	0,06	5,3	0,09	**	**	0,07	**	**	0,00	**	**	0,14	0,01	4,5	0,00	**	**	2,42	0,07	3,0
Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	0,83	0,08	9,6	8,35	3,43	41,1	0,00	**	**	0,16	0,01	6,4	0,00	**	**	0,00	**	**	0,39	0,03	8,1	0,12	0,01	6,6	10,83	1,52	14,0
Spielwaren	0,03	**	0,0	0,00	**	**	0,60	0,02	3,0	0,00	**	**	0,00	**	**	0,00	**	**	0,00	**	**	0,00	**	**	2,55	0,06	2,4
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,20	0,01	7,3	0,06	**	**	0,12	0,01	6,9	0,08	**	**	0,03	**	**	0,00	**	**	0,11	**	**	0,10	**	**	4,77	0,64	13,3
Gardinen, Heimtextilien	1,03	0,06	5,5	0,33	0,02	5,6	0,00	**	**	0,80	0,04	5,0	0,00	**	**	0,00	**	**	0,00	**	**	0,18	0,01	3,2	3,53	0,11	3,0
Zoobedarf	0,11	**	0,0	0,02	**	4,8	0,02	**	**	0,62	0,02	2,9	0,03	**	**	0,17	0,01	3,8	0,65	0,01	2,0	0,05	**	**	2,24	0,01	0,3
vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt	14,97	0,86	5,7	13,55	3,79	27,9	3,53	0,22	6,1	13,64	0,78	5,7	4,87	0,29	5,9	1,80	0,09	5,2	6,11	0,37	6,1	5,36	0,35	6,5	101,94	7,25	7,1

** unterhalb der Nachweisgrenze

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Berechnungen nach HUFF 2012

Verdrängungswirkung im Stadtgebiet von Löhne

Es werden innerhalb des Stadtgebietes Umsatzumverteilungsquoten, bezogen auf die Zentralen Versorgungsbereiche, erreicht, die aus Sicht der CIMA einer detaillierten Abwägung bedürfen.

Periodischer Bedarf

In der Warengruppe **Lebensmittel, Reformwaren** sind innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche und des sonstigen Stadtgebietes Umverteilungsquoten zu erwarten, die unterhalb des Abwägungsschwellenwertes von 10 % liegen. Die höchsten Umsatzumverteilungsquoten werden mit 7,5 % im sonstigen Stadtgebiet erreicht. Bei den Zentralen Versorgungsbereichen werden die höchsten Umverteilungsquoten im Ortsteilzentrum Mennighüffen (7,1 %), im Ortsteilzentrum Königstraße (6,6 %) sowie im Ortsteilzentrum Lübbecke Straße (6,5 %) erwartet. Zum einen stehen die im sonstigen Stadtgebiet angesiedelten Einzelhandelsbetriebe nicht unter einem besonderen städtebaulichen Schutz. Zum anderen dient das Vorhaben der Sicherung und Entwicklung des Ortsteilzentrums Mennighüffen. Aus Sicht der CIMA ist in dieser Warengruppe somit nicht mit negativen Auswirkungen städtebaulicher Art zu rechnen.

Umverteilungsquoten, die an den 10 %-Abwägungsschwellenwert heranreichen, werden in der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** erwartet. Die höchste Umverteilungsquote (9,2 %) wird für das Ortsteilzentrum Mennighüffen unterstellt. Hier ist derzeit der Drogeriefachmarkt Schlecker angesiedelt. Es ist davon auszugehen, dass sich der Wettbewerbsdruck durch die Ansiedlung des Fachmarktzentrums, insbesondere durch die Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes, verschärft.

Die CIMA weist jedoch darauf hin, dass städtebauliche Verträglichkeit nicht gleichbedeutend mit Konkurrenzschutz ist. Es geht vielmehr darum, den Zentralen Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Mennighüffen in seinem Bestand zu sichern aber auch in seiner Entwicklung zu stärken. Die Ansiedlung des Fach-

marktzentrums trägt zu dieser Stärkung bei. Negative Auswirkungen städtebaulicher Art sind deshalb aus Gutachtersicht nicht zu erwarten.

Im Sortimentsbereich **übriger periodischer Bedarf** liegen die Umverteilungsquoten teilweise über dem Abwägungsschwellenwert von 10 %. Die höchsten Umsatzumverteilungsquoten werden im Ortsteil Mennighüffen (15,4 %), im Nahversorgungszentrum Werster Straße (12,5 %) sowie im Nahversorgungszentrum Königstraße / Brunnenstraße (12,0 %) erreicht. Zurückzuführen ist dies vor allem auf das begrenzte Angebot vor Ort. Desweiteren wird diese Warengruppe häufig nur im Randsortiment auf sehr kleiner Verkaufsfläche in den ansässigen Verbrauchermärkten angeboten. Hier trägt der übrige periodische Bedarf anteilig nur gering zum Gesamtumsatz bei. Aus Sicht der CIMA sind wesentliche negative Effekte nicht zu erwarten.

Aperiodischer Bedarf

Die mit Abstand höchste Umverteilungsquote (41,1 %) wird modellhaft im OTZ Mennighüffen in der Warengruppe **Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien** erreicht. Aus marktanalytischer Perspektive ist es wenig plausibel, dass an einem Standort wie dem OTZ Mennighüffen (Stichworte u. a.: Wettbewerb UE-/Elektro-Fachmärkte in den Umland Mittelzentren¹⁸, begrenztes Einwohnerpotenzial) zwei UE-/Elektro-Fachmärkte sowie zwei weitere, deutlich kleinere, Anbieter (Fründ, Elektro Altendorf) dauerhaft koexistieren können. Ein Marktaustritt des Anbieters Expert Döring ist mittelfristig nicht auszuschließen. Hiermit läge dann im Kern eine vergleichbare Situation wie für das in 2011 gutachterlich geprüfte Vorhabenlayout vor, das explizit eine Verlagerung und Erweiterung des Anbieters Expert Döring zum Vorhabenstandort und damit ein im ungünstigsten Fall längerfristiges Leerfallen des Altobjektes unterstellte.

¹⁸ Jeweils nur ein Markt: Saturn in Bad Oeynhausen (Werre Park), Expert in Bünde (sonstige Lagen), Saturn in Herford (Innenstadt). Außerhalb des Untersuchungsgebietes agiert in Lübbecke (Expert), Porta Westfalica (Media), Minden (Expert) Bad Salzuflen (Pro Markt) und Bielefeld (Media, Saturn) relevanter Wettbewerb.

Das Planvorhaben würde allerdings in der Gesamtschau auch bei einem Marktaustritt des Bestandsmarktes zu einer Stärkung des Angebots im Bereich Elektronik und Unterhaltungselektronik im OTZ Mennighüffen führen. Da das Planvorhaben insgesamt die Attraktivität des OTZ Mennighüffen deutlich stärkt, besteht eine gute Chance einer Nachvermietung des Altobjektes.

Die Umverteilungsquote für das OTZ Lübbecke Straße (9,6 %) rangiert im Bereich des Abwägungsschwellenwertes und verdeutlicht modellhaft eine wahrnehmbare Betroffenheit des dortigen Angebotes (v. a. zwei kleinen UE- / Elektroanbieter). Mit rd. 14 % ermittelt sich modellhaft für die sonstigen Löhner Lagen die stärkste Wettbewerbsbetroffenheit. Tangiert sind allerdings schwerpunktmäßig Umsätze mit Rand- und nicht mit Hauptsortimenten, so dass insgesamt betrachtet die Anbieter in diesem - nicht-zentralen - Lagebereich geringer betroffen sind.

In der Gesamtschau stellt sich das ursprünglich verfolgte Konzept einer Verlagerung und Erweiterung des Anbieters Expert Döring als marktanalytisch plausibler sowie auch als verträglicher dar.

Im Sortiment **Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** besteht wiederum die intensivste Wettbewerbsbeziehung zu den sonstigen Löhner Lagen (13,3 %), wobei schwerpunktmäßig Rand- und nicht Hauptsortimentsumsätze betroffen sind, wodurch sich diese Quote relativiert. Ansonsten rangieren die Umverteilungsquoten bei max. 7,3 % (OTZ Lübbecke Straße) und darunter und signalisieren keine gemäß städtebaulicher Kriterien maßgebliche Gefährdung Zentraler Versorgungsbereiche.

Für die weiteren gegenüber der Untersuchung in 2011 veränderten Sortimente – **Gardinen, Heimtextilien** und **Bücher, Schreibwaren**- ermitteln sich Werte von max. 7,4 % bzw. meist deutlich darunter. Aus Gutachtersicht sind wesentliche negative Auswirkungen städtebaulicher Art nicht zu erwarten.

Für die restlichen Sortimente des aperiodischen Bedarfs (**Bekleidung Wäsche; Schuhe, Lederwaren; Spielwaren** und **Zoobedarf**) liegen – da nicht von Verän-

derungen des Planvorhabens berührt - weiterhin die im Ausgangsbericht dargestellten Umverteilungsquoten vor. Bei Werten von max. 6,0 % und z. T. deutlich darunter sind aus Gutachtersicht keine wesentlichen negativen Auswirkungen städtebaulicher Art zu erwarten.

7.2 Qualitative wirkungsanalytische Betrachtung Sortiment Möbel, Gartenmöbel – Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in Löhne

Das Planvorhaben realisiert als Randsortiment des Einrichtungsfachmarkts auf einer geringen Fläche von rd. 140 qm modellhaft ca. 0,2 Mio. € p. a. Umsatz mit Möbeln / Gartenmöbeln. Es handelt sich um ein trendorientiertes, relativ breites und sehr wenig tiefes Angebot mit v. a. Kleinmöbeln bzw. „Solitärmöbeln“. Stellt man diese 0,2 Mio. € p. a. dem diesbezüglichen Nachfragevolumen der Löhner Bevölkerung in Höhe von 10,7 Mio. € p. a. gegenüber, ermittelt sich eine Relation von nur knapp 2 %, wodurch die schwache Wettbewerbsbrisanz dieses geringen Umsatzvolumens illustriert wird. Des Weiteren zählen Möbel / Gartenmöbel gemäß der „Löhner Liste nicht zu den zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. ihnen wird keine maßgebliche zentrenprägende Rolle zugeschrieben. Daneben zählen weder der Einzelhandelserlass NRW noch das LEPro NRW Möbel zu den zentrenrelevanten Sortimenten.

Wie weiter oben dargelegt, sind mit den Anbietern Möhle Sitz- und Schlafkultur sowie Möbel und Ambiente zwei unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit agierende Anbieter mit Möbeln als Hauptsortiment im OTZ Lübbecke Straße ansässig. Der deutlich größere Anbieter Möhle Sitz- und Schlafkultur präsentiert sich qualitativ und serviceorientiert und zeichnet sich aufgrund seiner ausgeprägten Spezialisierung auf Schlaf- (Betten, Matratzen) und

(Gesundheits-)Sitzmöbel nur durch eine geringe Wettbewerbsverschränkung mit dem Planvorhaben aus. Hohe Umsatzumverlagerungen von diesem Anbieter zum Vorhabenstandort sind nicht plausibel anzunehmen. Der deutlich kleinere Anbieter Möbel & Ambiente konkurriert vermutlich etwas stärker mit dem Planvorhaben; dies betrifft vermutlich an erster Stelle sein Randsortiment an Glas, Porzellan, Keramik und Wohnaccessoires und weniger sein Möbelangebot.

Die kleinen Anbieter Betten Johannsmeier (OTZ Mennighüffen) und Bettenhaus von Gosewehr (NVZ Koblenzer Straße) stehen ebenfalls aufgrund ihres Angebots nur in einer moderaten Wettbewerbsbeziehung zum Planvorhaben.

Fazit kommunale Betrachtung:

Die mit weitem Abstand höchste Umverteilungsquote (41,1 %) wird modellhaft im OTZ Mennighüffen in der Warengruppe Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien erreicht. Aus marktanalytischer Perspektive ist es wenig plausibel, dass an einem Standort wie dem OTZ Mennighüffen zwei UE-/Elektro-Fachmärkte sowie zwei weitere, allerdings deutlich kleinere, Anbieter dauerhaft koexistieren können. V. a. ein Marktaustritt des Anbieters Expert Döring ist mittelfristig wahrscheinlich. Hiermit läge im Kern eine vergleichbare Situation wie für das in 2011 gutachterlich geprüfte Vorhabenlayout vor, dass explizit eine Verlagerung und Erweiterung des Anbieters Expert Döring zum Vorhabenstandort und damit ein im ungünstigsten Fall längerfristiges Leerfallen des Altobjektes unterstellte. Das Planvorhaben würde allerdings in der Gesamtschau auch bei einem Marktaustritt des Bestandsmarktes zu einer Stärkung des Angebots im Bereich Elektronik und Unterhaltungselektronik im OTZ Mennighüffen führen. Da das Planvorhaben insgesamt die Attraktivität des OTZ Mennighüffen deutlich stärkt, besteht eine gute Chance einer Nachvermietung des Altobjektes.

Die Umverteilungsquote für das OTZ Lübbecke Straße (9,6 %) rangiert am Abwägungsschwellenwert und verdeutlicht modellhaft eine wahrnehmbare Betroffenheit des dortigen Angebotes. Mit rd. 14 % ermittelt sich modellhaft für die sonstigen Löhner Lagen die stärkste Wettbewerbsbetroffenheit. Tangiert sind allerdings schwerpunktmäßig Umsätze mit Rand- und nicht mit Hauptsortimenten, so dass insgesamt betrachtet die Anbieter in diesem - nicht-zentralen - Lagebereich geringer betroffen sind.

In der Gesamtschau stellt sich das ursprünglich verfolgte Konzept einer Verlagerung und Erweiterung des Anbieters Expert Döring als marktanalytisch plausibler sowie auch als verträglicher dar.

Für die Zentralen Versorgungsbereiche OTZ Lübbecke Straße, OTZ Mennighüffen, OTZ Königstraße, NVZ Königstraße / Brunnenstraße sowie NVZ Werster Straße wurden im Sortimentsbereich übriger periodischer Bedarf Umsatzumverteilungsquoten ermittelt, die über dem Abwägungsschwellenwert von 10 % liegen. Allerdings sind hier negative städtebauliche Effekte aus Gutachtersicht kaum zu erwarten, da Produkte dieser Warengruppe häufig nur im Randsortiment auf marginalen Verkaufsflächen mit einem geringen Anteil am Gesamtumsatz der jeweiligen betroffenen Betriebe angeboten wird.

Sowohl für die vorhabenrelevanten periodischen Warengruppen Lebensmittel, Reformwaren sowie Gesundheit und Körperpflege als auch für alle weiteren vorhabenrelevanten aperiodischen Bedarfsgruppen ermitteln sich modellhaft keine unverträglichen Verdrängungseffekte gegenüber Zentralen Versorgungsbereichen. Die Umsatzumverteilungen werden zwar Folgen für den bestehenden örtlichen Einzelhandel nach sich ziehen, aus Sicht der CIMA ist aber nicht mit wesentlichen negativen Auswirkungen städtebaulicher Art zu rechnen.

7.3 Regionale Betrachtung der ökonomischen Auswirkungen des Planvorhabens– nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente

Wie bereits dargelegt, geht die CIMA davon aus, dass rd.40 % des Gesamtvorhabenumsatzes (ca. 10,04 Mio. € Umsatz) modellhaft durch Umsatzumverteilung gegenüber Wettbewerb im regionalen Einzugsgebietes generiert wird, was die Frage nach den dortigen Verdrängungseffekten aufwirft.

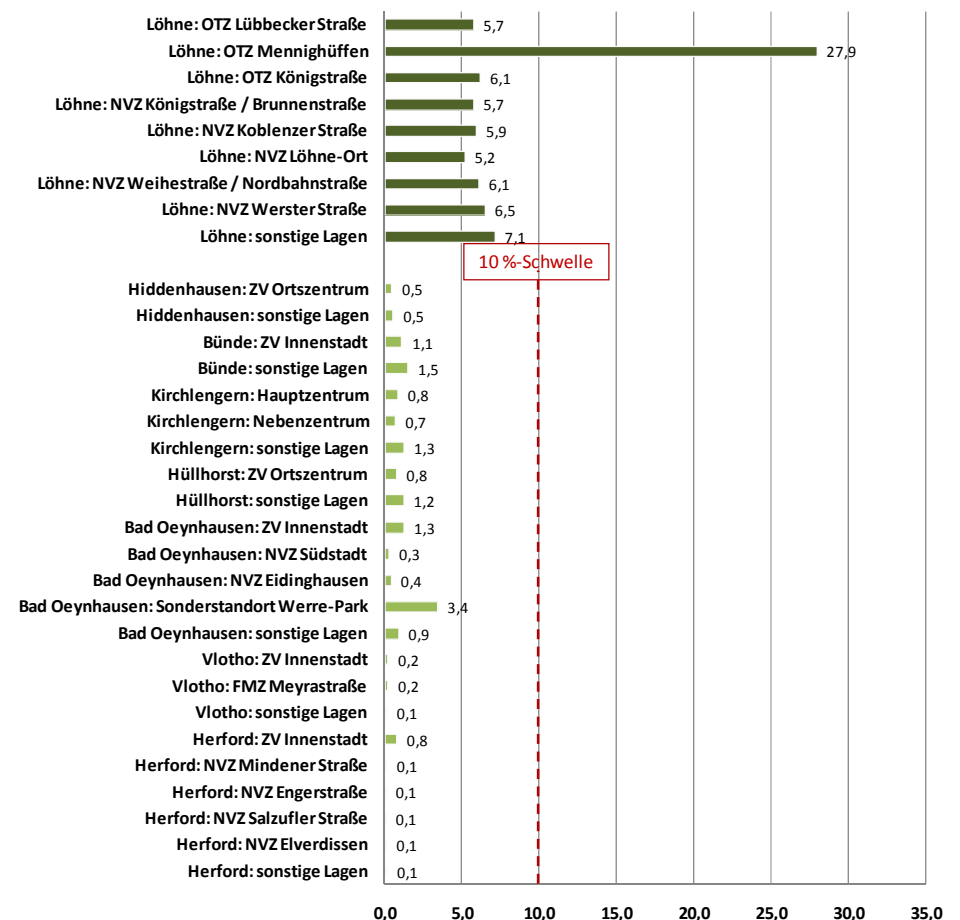
Wie bei der Darstellung für die Lagebereiche innerhalb der Stadt Löhne, handelt es sich auch hier um Umsatzumverteilungsquoten. Diese Quoten beziehen sich nicht auf die vorhandene Nachfrage, sondern drücken den prozentualen Umsatzrückgang nach Lagebereichen aus, der durch das Planvorhaben ausgelöst wird.

Ca. 4 % des Planvorhabenumsatzes (1,05 Mio. € p. a.) wird modellhaft durch Umsatzrückgang bei einer Vielzahl von Anbietern (diffuse Umverteilung) außerhalb des Untersuchungsgebietes generiert. Die hiermit verknüpften Umsatzumverteilungen sind als unproblematisch zu bewerten.

Die folgenden Abbildungen stellen die Umsatzumverteilungsquoten für die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente nach Lagebereichen dar.

Zur besseren Übersicht beinhalten die folgenden Abbildungen zusätzlich noch einen Vergleich zu den unterschiedlichen Einzelhandelslagen innerhalb der Stadt Löhne.

Abb. 54: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens über alle Sortimente (%)

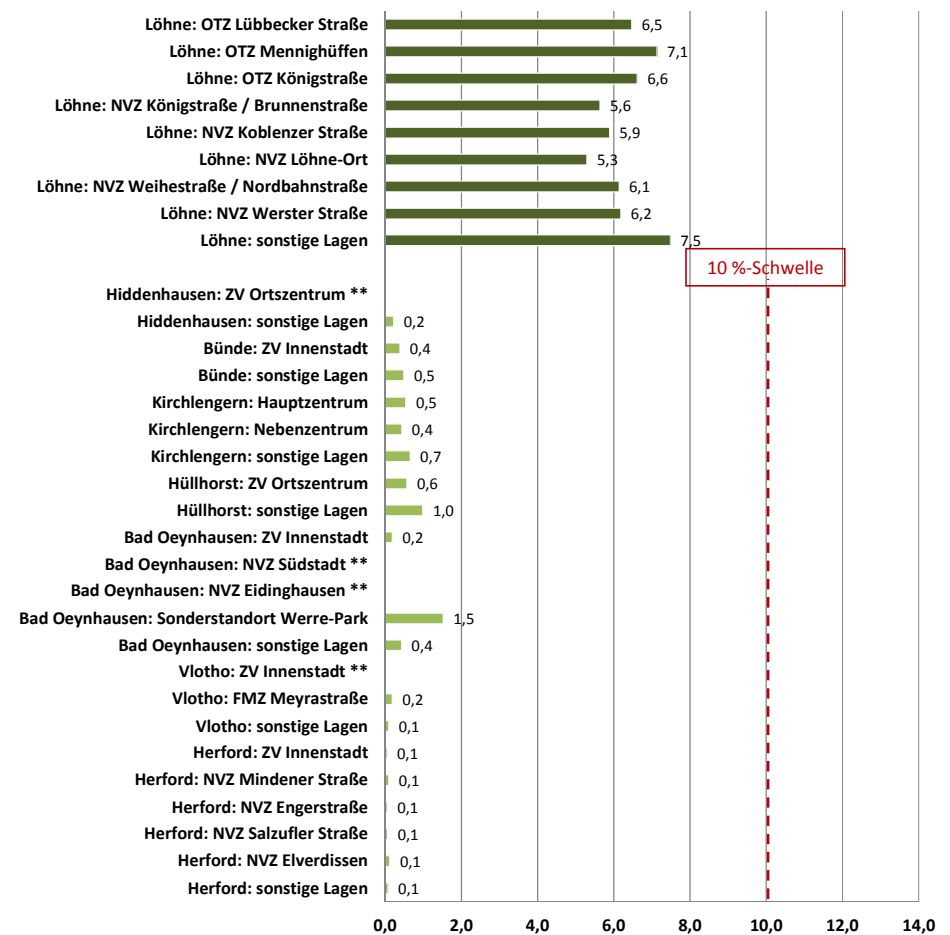


Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

In Abb. 54 wird deutlich, dass sich bei aggregierter Betrachtung aller untersuchter nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente keine Umsatzumlenkungsquoten > 10 % bezogen auf die untersuchten Lagebereiche der im regionalen Untersuchungsgebietes liegenden Mittel- und Grundzentren ergeben.

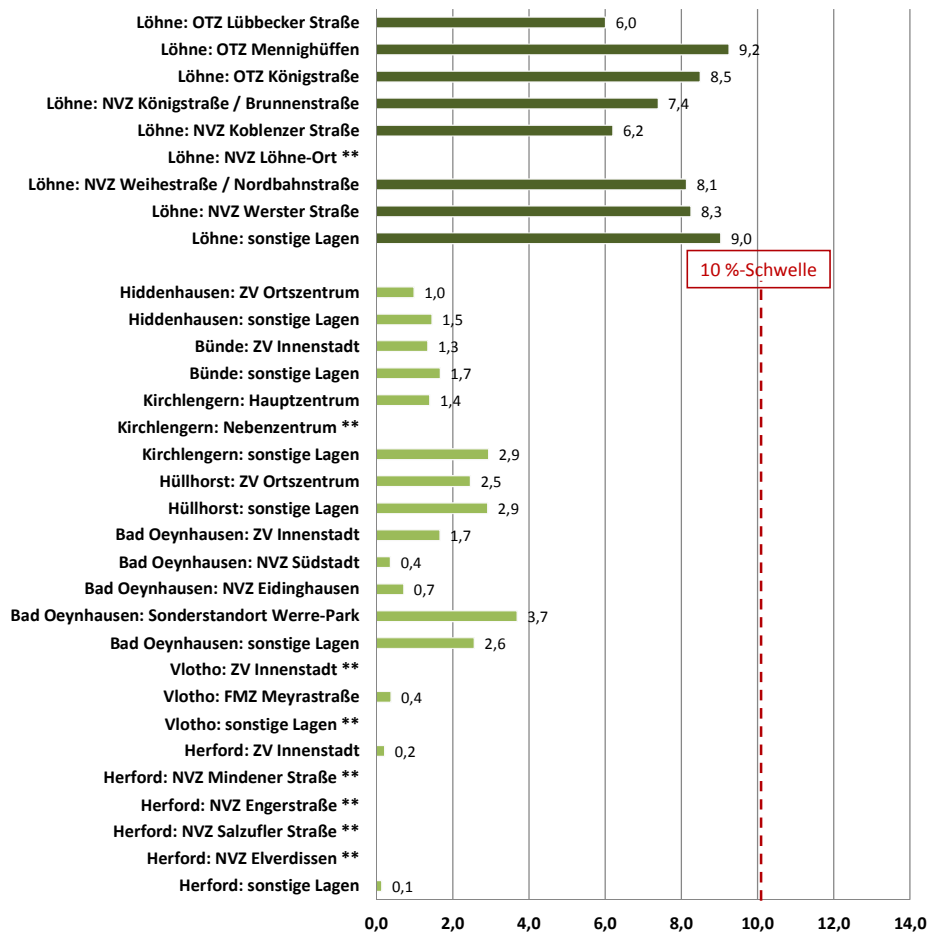
Um eine differenzierte Bewertung vornehmen zu können, ist eine branchennaue Aufschlüsselung der zu erwartenden Umverteilungseffekte notwendig; sie werden in den folgenden Abbildungen dargestellt.

Abb. 55: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren (%)



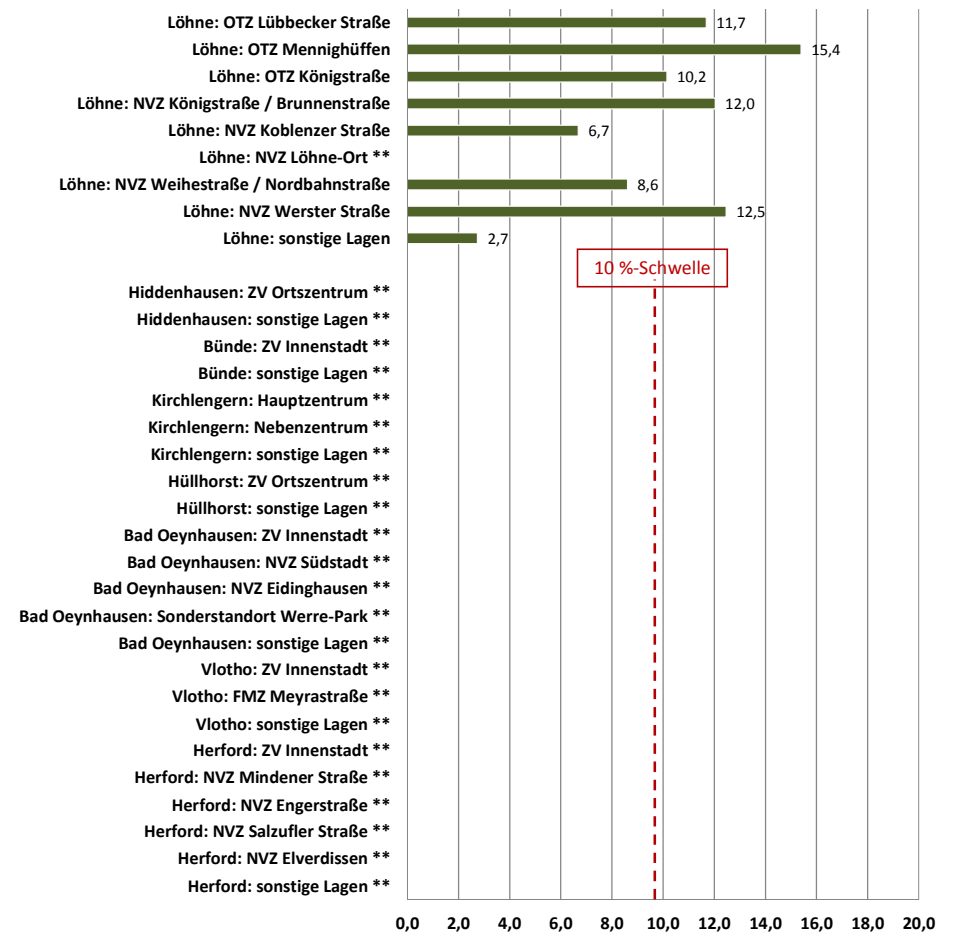
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 56: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (%)



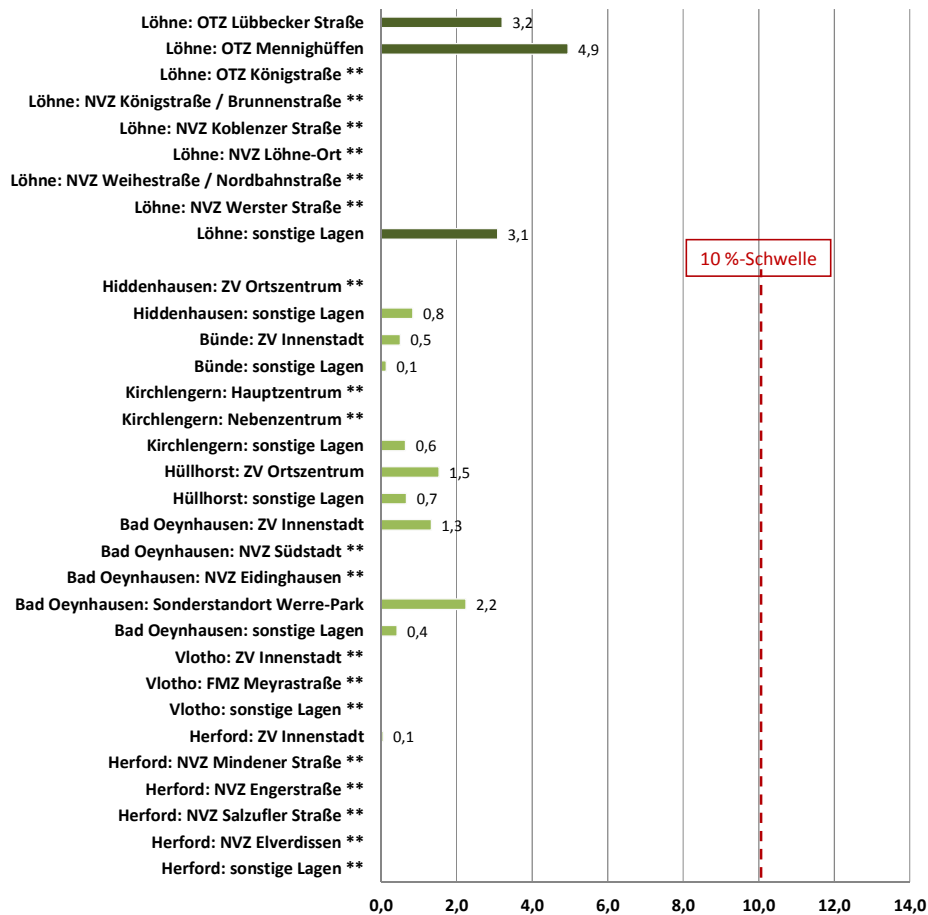
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 57: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe übriger periodischer Bedarf (%)



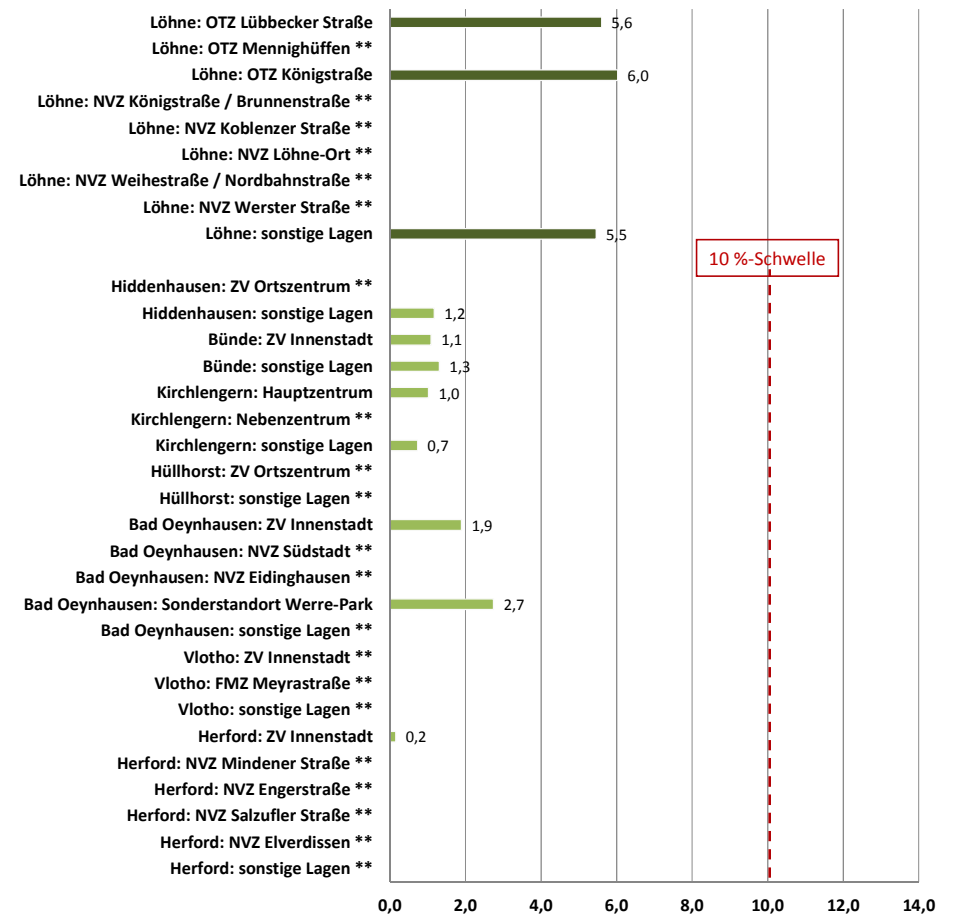
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 58: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Bekleidung, Wäsche (%)



** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 59: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Schuhe, Lederwaren (%)



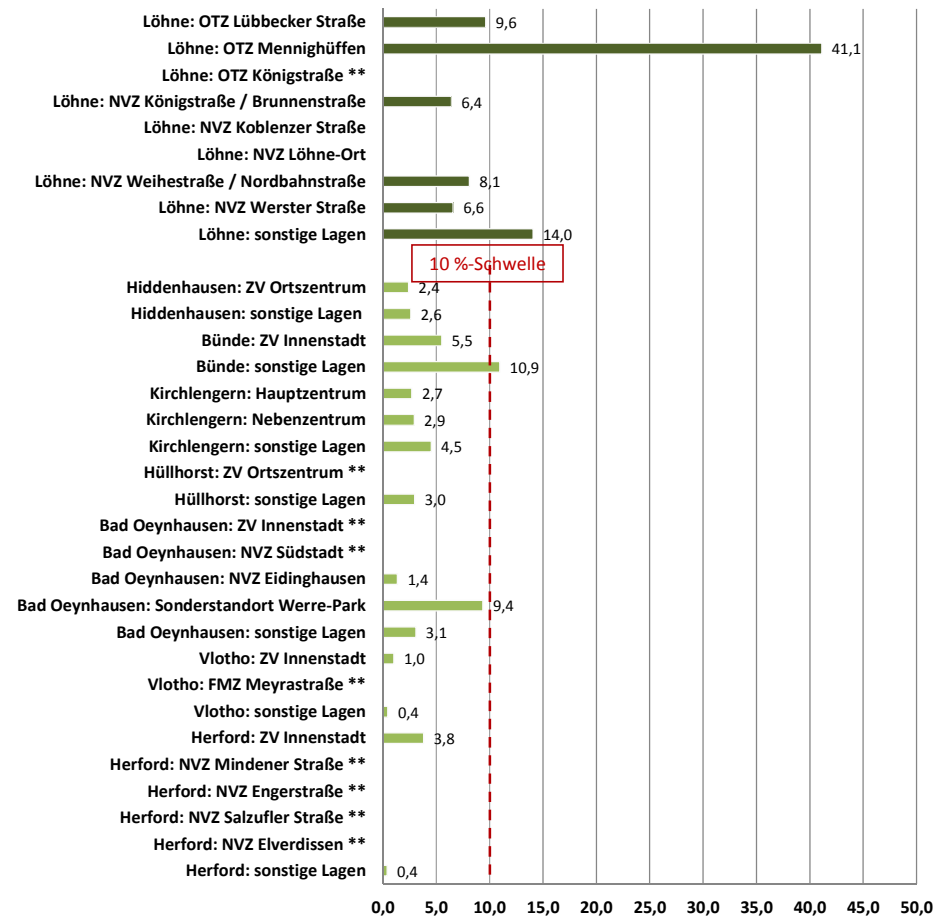
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 60: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Bücher, Schreibwaren (%)



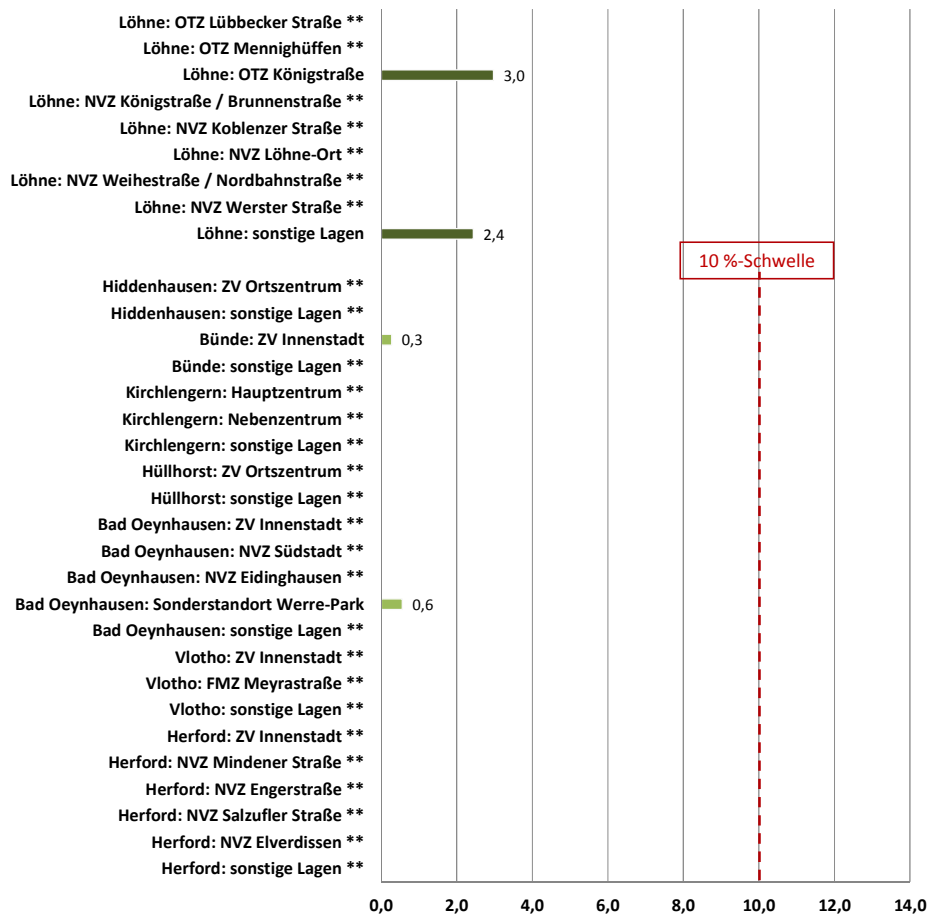
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 61: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien (%)



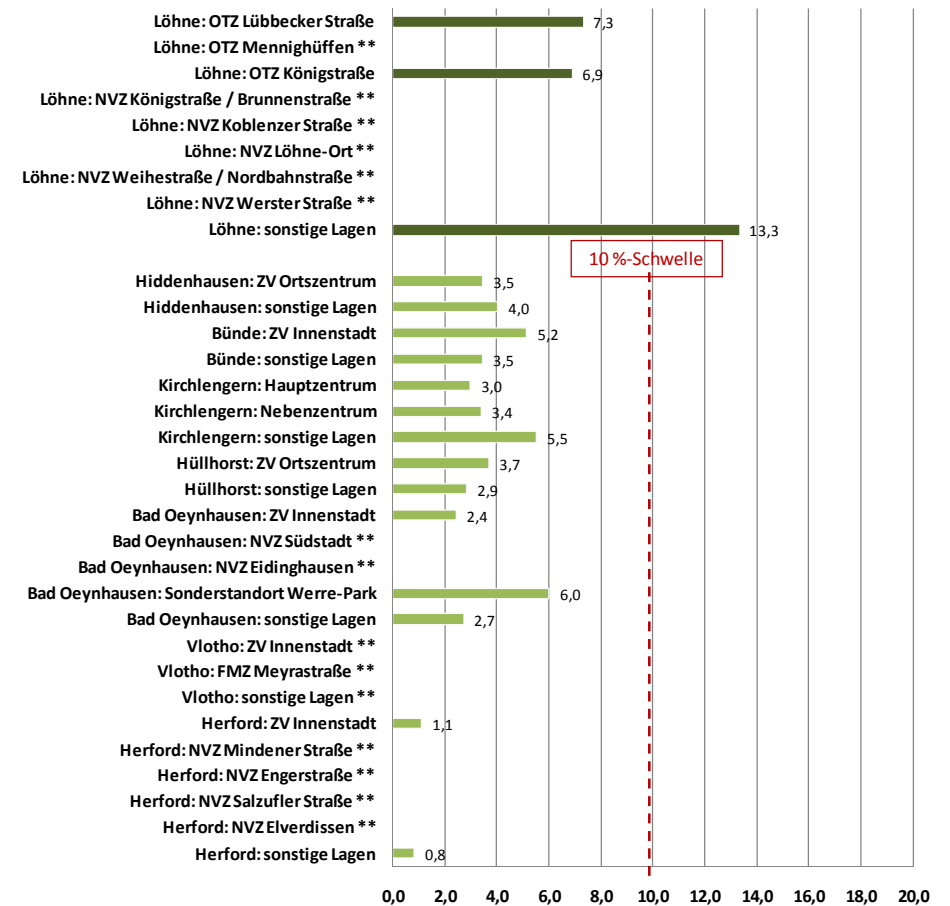
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 62: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Spielwaren (%)



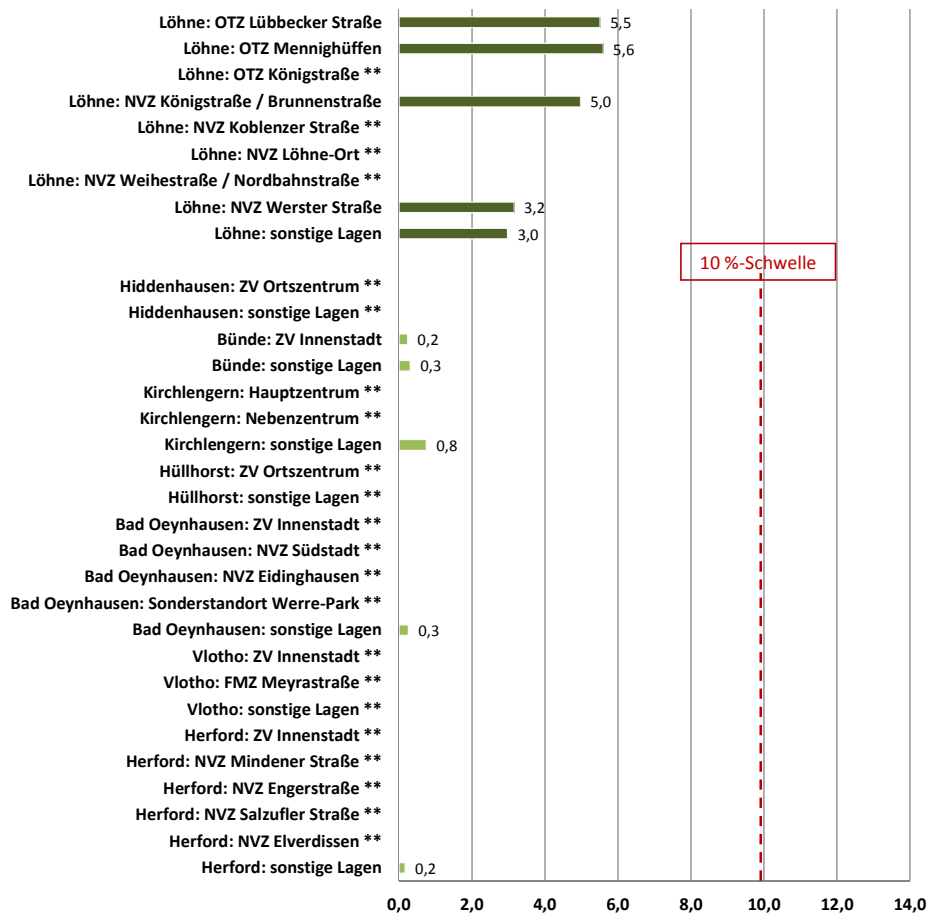
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Abb. 63: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat (%)



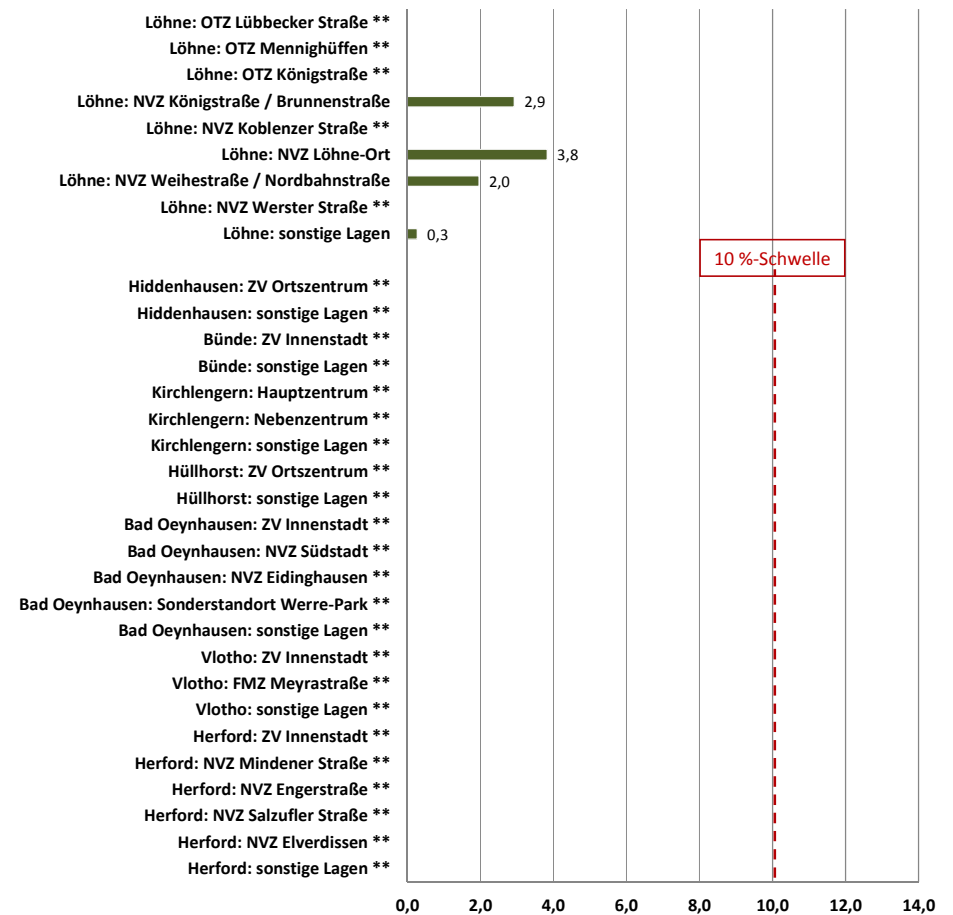
** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 64: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Gardinen, Heimtextilien (%)



** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Abb. 65: Maximale Umsatzverdrängung des Planvorhabens in der Warengruppe Zoobedarf (%)



** unterhalb der Nachweisgrenze
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012

Verdrängungswirkung im regionalen Untersuchungsgebiet des Planvorhabens

Die Betrachtung der Umverteilungseffekte zeigt, dass durch das Planvorhaben in der vorgesehenen Verkaufsflächendimensionierung Umverteilungsquoten erreicht würden, die bis auf zwei Werte für das Sortiment **Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien** klar unterhalb des Abwägungsschwellenwertes von 10 % liegen. Mit einer Umverteilungsquote von ca. 11 % für sonstige Lagen in Bünde sowie gut 9 % für das Angebot im Werre Park sind Standorte mit den nächsten Hauptwettbewerbern (Expert, Saturn) betroffen, bei denen es sich um keine Lagen mit städtebaulichem Schutzstatus – d. h. Zentrale Versorgungsbereiche - handelt. Sie bewegen sich in einem betriebswirtschaftlich tolerablen Rahmen.

Mit einer Quote von gut 5 % in der Warengruppe **Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** wird modellhaft in der Bündener Innenstadt die sortimentsbezogen höchste Umsatzumverteilungsquote in einem Zentralen Versorgungsbereich ausgelöst. Vor dem Hintergrund der guten Aufstellung der Bündener Innenstadt sollte diese Umsatzumverteilung gut tolerierbar sein.

In der Warengruppe **Lebensmittel, Reformwaren** werden die höchsten Umsatzumverteilungsquoten im Bad Oeynhausener Werre-Park (1,5 %) und in den sonstigen Lagen der Gemeinde Hüllhorst (1,0 %) erreicht. Wesentliche städtebauliche Auswirkungen sind aus Sicht der CIMA nicht zu erwarten.

Die höchsten Umverteilungsquoten innerhalb der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** werden am Sonderstandort Werre-Park in der Stadt Bad Oeynhausen (3,7 %) erwartet. In dieser Warengruppe werden in den jeweiligen sonstigen Einzelhandelslagen der Gemeinden Kirchlegern und Hüllhorst Umverteilungsquoten von jeweils 2,9 % erreicht. Aus Gutachtersicht können negative städtebauliche Effekte ausgeschlossen werden.

Insgesamt liegen die Umsatzumverteilungsquoten im **vorhabenrelevanten periodischen Bedarfsbereich** klar unter der Abwägungsschwelle von 10 %. Aus

Sicht der CIMA sind negative Auswirkungen städtebaulicher Art nicht zu erwarten.

In allen anderen vorhabenrelevanten aperiodischen Warengruppen liegen die Umsatzumverteilungsquoten unter den bereits für die Warengruppen **Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien** sowie **Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** genannten Quoten. Die städtebaulichen Auswirkungen auf die bestehenden Strukturen sind aus Gutachtersicht tolerabel und ziehen keine negativen städtebaulichen Effekte nach sich.

Bis auf die Bündler Innenstadt mit dem Anbieter Möbel Lange, dem dort eine gewisse Rolle zukommt, prägt die **Warengruppe Möbel / Gartenmöbel** nicht maßgeblich Zentrale Lagebereiche in den untersuchten Mittel- und Grundzentren. Der geringe Planvorhabenumsatz von rd. 0,2 Mio. € p. a. führt jeweils nur zu einer geringen Umsatzumverteilung bei diversen Anbietern und wirkt sich nur gering auf Möbel Lange in Bünde aus. Eine strukturelle Störung Zentraler Lagebereiche im regionalen Einzugsgebiet kann ausgeschlossen werden.

Insgesamt können für die Warengruppen des **vorhabenrelevanten aperiodischen Bedarfsbereichs** bis auf die genannte Ausnahme im Bereich **Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien** Umverteilungsquoten ausgewiesen werden, die deutlich unterhalb des 10 %-Abwägungsschwellenwertes liegen.

Fazit regionale Betrachtung:

Sowohl im vorhabenrelevanten periodischen Bedarfsbereich als auch im vorhabenrelevanten aperiodischen Bedarfsbereich sind in der geprüften „Worst-Case“-Betrachtung in den Zentralen Versorgungsbereichen und den sonstigen Einzelhandelslagen der Grund- und Mittelzentren im regionalen Untersuchungsgebiet bis auf zwei das Sortiment Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien betreffende Werte Umsatzumverteilungsquoten zu erwarten, die deutlich unterhalb der Abwägungsschwelle von 10 % liegen. Die Umsatzumlenkungsquoten von knapp 11 % gegenüber den sonstigen Lagen in Bünde sowie gut 9 % gegenüber dem Standort Werre Park in Bad Oeynhausen im Segment Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien betreffen keine Zentralen Versorgungsbereiche und bewegen sich in einem betriebswirtschaftlich tolerablen Rahmen.

Aus Sicht der CIMA resultieren aus den durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen gegenüber dem Umlandwettbewerb gemäß städtebaulicher und raumordnerischer Kriterien keine maßgeblichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Effekte.

8 RECHTLICHE UND RAUMORDNERISCHE VORGABEN UND DEREN BEWERTUNG

Die Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit der geplanten Neuansiedlung eines Fachmarktzentrums in der Stadt Löhne erfolgt unter Zugrundelegung des § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den Zielen der Raumordnung und Landesplanung in Nordrhein-Westfalen, die im § 24a LEPro aufgeführt sind.

Aktueller Stand zum § 24 a LEPro

Im Urteil vom 30.09.2009 hat der 10. Senat des Oberverwaltungsgerichtes Münster entschieden, dass § 24 a LEPro weitestgehend kein Ziel der Raumordnung ist. Somit enthält die Norm im Wesentlichen keine verbindlichen Vorgaben für die Bauleitplanung für großflächige Einzelhandelsvorhaben.

Mit dem Urteil vom 25.01.2010 hat sich der 7. Senat des Oberverwaltungsgerichtes Münster zwischenzeitlich der Rechtsprechung des 10. Senats angeschlossen.

Die beklagte Bezirksregierung hat Rechtsmittel zum Bundesverwaltungsgericht eingelegt. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision zurückgewiesen (BVerwG 4 B 78.09 - Beschluss vom 14. April 2010). Das Urteil des Oberverwaltungsgerichtes Münster vom 30. September ist damit rechtskräftig.

Trotzdem hält die CIMA eine Prüfung des Vorhabens auf Grundlage des §24a LEPro für die Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit für sinnvoll.

Im Landesentwicklungsprogramm des Landes Nordrhein-Westfalen (LEPro NRW) wurde der großflächige Einzelhandel bisher im § 24 Abs. 3 geregelt. Insbesondere vor dem Hintergrund der Novellierung des BauGB und der Entscheidung des OVG Münster zum Centro Oberhausen (06. Juni 2005), wodurch der bisherige § 24 Abs. 3 des LEPro seinen Charakter als Ziel der Raumordnung verlor, ergab sich ein Novellierungsbedarf. Am 19. Juni 2007 wurde das Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung (Landesentwicklungsprogramm – LEPro) beschlossen, dass den „§ 24a Großflächiger Einzelhandel“ umfasst.

Die Novellierung des LEPro (§ 24a) wurde am 19.06.2007 rechtskräftig. Der neue § 24a LEPro hat zum Inhalt:

- Kern- und Sondergebiete für Vorhaben i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO (also großflächige Einzelhandelsansiedlungen ab 800 qm Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur noch in Haupt- und Nebenzentren (Zentralen Versorgungsbereichen)¹⁹ ausgewiesen werden.
- Haupt- und Nebenzentren sind nur in den im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) zulässig.
- Großflächige nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe sind grundsätzlich dann außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen möglich, wenn sie innerhalb der im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereiche (ASB) liegen. Zusätzlich unterliegen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente einer Beschränkung auf 10 % der Verkaufsfläche und dürfen maximal auf einer Verkaufsfläche von 2.500 qm angeboten werden.

¹⁹ Neben- und Stadtteilzentren (zentrale Versorgungsbereiche) werden im LEPro synonym verwendet.

Bei Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO darauf zu achten, dass dadurch weder die Funktionsfähigkeit Zentraler Versorgungsbereiche in der Kommune oder in benachbarten Kommunen, noch die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich beeinträchtigt wird.

Die Aufgabe, Zentrale Versorgungsbereiche als Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentrum räumlich und funktional festzulegen, obliegt den Kommunen. Auch die Aufstellung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente ist Angelegenheit der Städte und Gemeinden. Dabei gilt es, die zentrenrelevanten Leitsortimente der Anlage des LEPro zu beachten.

Bei großflächigen Neuansiedlungen ist gemäß § 24 a LEPro ferner zu beachten:

Bezogen auf die Ansiedlung mit zentrenrelevanten Sortimenten:

- Übersteigt der zu erwartende Umsatz der geplanten Einzelhandelsvorhaben in Hauptzentren (Innenstädten) die Kaufkraft der Einwohner im Gemeindegebiet, in Nebenzentren (Stadtteilzentren) die Kaufkraft der Einwohner in den funktional zugeordneten Stadtteilen, weder in allen noch in den einzelnen vorgesehenen Sortimentsgruppen, kann in der Regel davon ausgegangen werden, dass keine Beeinträchtigung der Zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Versorgung vorliegt.

Bezogen auf nicht-zentrenrelevante Sortimente:

- Übersteigt der zu erwartende Umsatz der geplanten Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten die entsprechende Kaufkraft der Einwohner im Stadt- oder Gemeindegebiet nicht, kann in der Regel davon ausgegangen werden, dass die Zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung nicht beeinträchtigt werden.

Prüfung gemäß § 24 a LEPro:

Abb. 66: Gegenüberstellung Umsatz des Vorhabens mit dem Nachfragepotenzial des Ortsteils Mennighüffen sowie der Stadt Löhne insgesamt

CIMA Warengruppe	Umsätze des Vorhabens in Mio. €	Nachfragepotenzial Ortsteil Mennighüffen in Mio. € (10.143 EW)	Nachfragepotenzial Stadt Löhne gesamt in Mio. € (40.313 EW)
Periodischer Bedarf gesamt	10,1	29,4	116,9
Lebensmittel, Reformwaren	7,2	20,4	81,0
Gesundheit und Körperpflege	2,7	8,3	32,8
übriger periodischer Bedarf	0,2	0,8	3,1
Aperiodischer Bedarf gesamt	15,2	16,9	67,2
Bekleidung, Wäsche	1,6	4,8	19,3
Schuhe, Lederwaren	0,7	1,3	5,3
Bücher, Schreibwaren	0,3	1,3	5,3
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien	10,2	4,1	16,4
Spielwaren	0,1	0,5	2,0
Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,6	0,8	3,4
Möbel, Gartenmöbel	0,2	2,7	10,7
Gardinen, Heimtextilien	0,3	0,8	3,3
Zoobedarf	0,1	0,4	1,4
SUMME	25,2	46,3	184,1

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2012, Stand Einwohner gemäß Bericht aus 2011.

Beurteilung laut LEPro:

Der Planvorhabenstandort befindet sich laut Gebietsentwicklungsplan Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld (2004) teilweise im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) und entspricht somit den Vorgaben des LEPro. Teilweise liegt der Planstandort jedoch im Allgemeinen Freiraum- und Agrarbereich und steht somit den Vorgaben des LEPro entgegen. Um das Vorhaben am Planstandort umsetzen zu können, empfiehlt die CIMA die Umwidmung der betroffenen Vorhabenfläche von Gebietscharakter Allgemeine Freiraum- und Agrarbereiche in Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB). Auch aufgrund der Tatsache, dass der Zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Mennighüffen diese Fläche bereits beinhaltet, wäre die Änderung des Gebietsentwicklungsplans mit Umwidmung des Gebietscharakters von Allgemeiner Freiraum- und Agrarbereich zu Allgemeiner Siedlungsbereich sinnvoll und im Sinne des Einzelhandelskonzeptes.

Der Planvorhabenstandort befindet sich in dem im Einzelhandelskonzept für die Stadt Löhne (GMA, 2008) abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich im Ortsteil Mennighüffen (Ortsteilzentrum Mennighüffen). Damit entspricht das Planvorhaben den Vorgaben der Regionalplanung, wonach großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevantem Kernsortiment innerhalb von Haupt- oder Nebenzentren zulässig sind.

Die Gegenüberstellung der zu erwartenden Umsätze des geplanten Einzelhandelsvorhabens zum Einen mit dem im Ortsteil Mennighüffen vorhandenen Nachfragepotenzial zum anderen mit dem in der gesamten Stadt Löhne vorhandenen Nachfragepotenzial bezogen auf die im Vorhaben geplanten Sortimente ergibt folgendes Bild (vgl. Abb. 66):

Der zu erwartende Umsatz des geplanten Einzelhandelsvorhabens übersteigt in den Warengruppen Elektroartikel / Unterhaltungselektronik, Foto, Computer und Zubehör, Neue Medien sowie Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik,

Hausrat die Kaufkraft der Einwohner des Ortsteils Mennighüffen aber nicht die Kaufkraft der Einwohner in der gesamten Stadt Löhne. Für die Umsatzvolumen der sonstigen vorhabenrelevanten Sortimente gilt, dass sie weder die Kaufkraft im Ortsteil Mennighüffen noch in der Stadt Löhne überstiegen.

Wie im Kap. 3 dargestellt, setzt sich das Mittelzentrum Löhne aus diversen ursprünglich eigenständigen Gemeinden (jetzt Ortsteile) zusammen und ist stark polyzentrisch strukturiert. Die Einwohnerschwerpunkte liegen dabei in den Ortsteilen Gohfeld (rd. 11.500 Einwohner) und Mennighüffen (rd. 10.000 Einwohner²⁰). Über eine „klassische“ Innenstadt verfügt Löhne deshalb nicht, was auch im Einzelhandelskonzept Berücksichtigung findet, indem nur Ortsteil- (OTZ) und Nahversorgungszentren (NVZ) ausgewiesen werden

Dieser Fall wurde im LEPro so „nicht mitgedacht“, so dass eine Stadt wie Löhne mit rd. 40.500 Einwohnern bei „buchstabengetreuer“ Anwendung dieses Passus stark in der Ansiedlung von für Mittelzentren völlig adäquaten Anbietern / Fachmärkten eingeschränkt wäre. Aus Sicht der CIMA kann dies nicht die Intention des LEPro sein.

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Löhne weist die OTZ Mennighüffen und Lübbecke Straße als Entwicklungsschwerpunkte für großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten aus. Aus Sicht der CIMA widerspricht das Vorhaben nicht der Kernintention sowie den Beurteilungsmaßstäben des LEPro NRW.

²⁰ Quelle: www.loehne.de.

9 ABSCHLIESSENDE BEWERTUNG UND EMPFEHLUNGEN

In der Stadt Löhne wird aktuell die Ansiedlung eines Fachmarktzentrums im Ortsteil Mennighüffen diskutiert.

Der Vorhabenstandort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage im Löhner Stadtteil Mennighüffen. Nach der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Löhne (GMA, 2008) und der darin abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche liegt der Standort im Zentralen Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Mennighüffen. Das Vorhaben würde in erheblichem Maß zur Sicherung und Stärkung des Ortsteilzentrums Mennighüffen beitragen. Es würde hiermit ein Standort entstehen, der hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung annähernd mit den großflächigen Einzelhandelsagglomerationen im Löhner Stadtgebiet „gleichziehen“ würde.

Nach den raumordnerischen Vorgaben des Gebietsentwicklungsplans Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld (2004) liegt der Vorhabenstandort teilweise in der Gebietskategorie Allgemeinen Siedlungsbereich und teilweise in der Gebietskategorie Allgemeinen Freiraum- und Agrarbereich. Um den Vorgaben des LEPro zu entsprechen, empfiehlt die CIMA die Umwidmung dieser, dem Vorhabenstandort zugehörenden Teilflächen von Allgemeiner Freiraum- und Agrarbereich in Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB).

Die durchgeführte ökonomische Wirkungsprognose für die vorliegende Verkaufsflächendimensionierung des Vorhabens hat ergeben, dass sowohl für die Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Löhne als auch für die geprüften Zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstige Einzelhandelslagen im regionalen keine gemäß der relevanten städtebaulichen und raumordnerischen Kriterien maßgebliche negative Auswirkungen zu unterstellen sind.

Allerdings ist zu beachten, dass durch die Neuansiedlung eines Elektro-Fachmarktes im OTZ Mennighüffen ein erheblicher Wettbewerbsdruck auf den dort schon agierenden Anbieter Expert Döring ausgeübt werden würde. Aus marktanalytischer Perspektive ist es wenig plausibel, dass an einem Standort wie dem OTZ Mennighüffen zwei UE-/Elektro-Fachmärkte sowie zwei weitere, allerdings deutlich kleinere, Anbieter dauerhaft koexistieren können. V. a. ein Marktaustritt des Anbieters Expert Döring ist mittelfristig wahrscheinlich. Hiermit läge im Kern eine vergleichbare Situation wie für das in 2011 gutachterlich geprüfte Vorhabenlayout vor, das explizit eine Verlagerung und Erweiterung des Anbieters Experts Döring zum Vorhabenstandort und damit ein im ungünstigsten Fall längerfristiges Leerfallen des Altobjektes unterstellte. Das Planvorhaben würde allerdings in der Gesamtschau auch bei einem Marktaustritt des Bestandsmarktes zu einer Stärkung des Angebots im Bereich Elektronik und Unterhaltungselektronik im OTZ Mennighüffen führen. Da das Planvorhaben insgesamt die Attraktivität des OTZ Mennighüffen deutlich stärkt, besteht eine gute Chance einer Nachvermietung des Altobjektes.

Die Umverteilungsquote für das OTZ Lübbecke Straße (9,6 %) rangiert am Abwägungsschwellenwert und verdeutlicht modellhaft eine wahrnehmbare Betroffenheit des dortigen Angebotes. Mit rd. 14 % ermittelt sich modellhaft für die sonstigen Löhner Lagen die stärkste Wettbewerbsbetroffenheit. Tangiert sind allerdings schwerpunktmäßig Umsätze mit Rand- und nicht mit Hauptsortimenten, so dass insgesamt betrachtet die Anbieter in diesem - nicht-zentralen - Lagebereich geringer betroffen sind.

In der Gesamtschau stellt sich das ursprünglich verfolgte Konzept einer Verlagerung und Erweiterung des Anbieters Expert Döring als marktanalytisch plausibler sowie auch als verträglicher dar.

Fazit:

Aus wirkungsanalytischer Perspektive sprechen gemäß der hier relevanten städtebaulichen und raumordnerischen Kriterien keine grundlegenden Aspekte gegen die Umsetzung des Vorhabens in der geplanten Verkaufsflächendimensionierung. Die CIMA empfiehlt allerdings, nochmals die Option einer Verlagerung und Erweiterung des Elektro-Bestandsmarktes zu prüfen.

Aus Sicht der CIMA trägt das Vorhaben erheblich und nachhaltig zur Sicherung und Stärkung des OTZ Mennighüffen bei

Um den Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms des Landes Nordrhein-Westfalen (LEPro) zu entsprechen, empfiehlt die CIMA eine Umwidmung der vom Vorhaben betroffenen Teilfläche mit dem nach dem Gebietsentwicklungsplan festgelegten Gebietscharakter Allgemeiner Freiraum- und Agrarbereich in den Gebietscharakter Allgemeiner Siedlungsbereich.

Aus Sicht der CIMA widerspricht das Vorhaben nicht den Steuerungsintentionen gemäß § 24 a LEPro.

10 METHODIK

Die Analyse des Einzelhandels in der Stadt Löhne und dem Untersuchungsgebiet wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

10.1 Analyse der Angebotsseite

Die Ermittlung der Daten auf der **Angebotsseite** erfolgte über eine vorhabenbezogene Erhebung des Einzelhandelsbestandes durch die CIMA im September/ Oktober 2010. Dabei wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Vollständige Bestandserhebung der Einzelhandelsflächen
- Erfassung von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe („im engeren Sinne“)
- Branchenmix (33 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 CIMA Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt sowie Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 15 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen (kurzfristigen) und den aperiodischen (mittel- und langfristigen) Bedarf

Abb. 67: Die 33 CIMA-Branchen

kurzfristig	1	Lebensmittel
	2	Reformwaren
	3	Apotheken
	4	Drogerie- und Parfümeriewaren
	5	Blumen (Schnittblumen)
	33	Zeitschriften (auch Zeitungen)
mittelfristig	6	Bekleidung (auch Kindermode)
	7	Wäsche, sonst. Bekleidung
	8	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf (ohne Teppiche)
	9	Sportartikel
	10	Schuhe
	11	Sanitätshäuser
	12	Bücher
	13	Schreibwaren
langfristig	14	Spielwaren (auch Babyspielzeug)
	15	Zoobedarf
	16	Möbel (auch Matratzen, Einbauküchen) (auch Kindermöbel- und -wagen)
	17	Antiquitäten, Kunstgegenstände
	18	Eisenwaren, baumarktspezifische Sortimente
	19	Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Hausrat
	20	Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
	21	Elektrogeräte, Leuchten
	22	Unterhaltungselektronik
	23	Foto
	24	Optik, Akustik
	25	Uhren, Schmuck
	26	Lederwaren, Koffer
	27	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
	28	Fahrräder
	29	Kfz-Zubehör
	30	PC, Büro-/ Telekommunikation
	32	Blumen (Großgebäude, Gartenmarktartikel)

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

Erfassung der Verkaufsflächen

Die Erhebung der Verkaufsflächengrößen erfolgte gemäß den Vorgaben der BBE!CIMA Standard-Arbeitshilfe Verkaufsfläche. Diese Definition des Begriffes Verkaufsfläche wurde im Rahmen einer Studie der CIMA erarbeitet und spiegelt die herrschende Meinung in Forschung, Praxis und Rechtsprechung wider. Um einen Überblick über die bestehenden Definitionen zu erhalten, wurden die Expertenmeinungen von mehr als 20 Einzelhandelsgutachtern, Instituten, Verbänden und Rechtsanwälten eingeholt, aber auch behördliche Erlasse sowie richterliche Urteile und Beschlüsse ausgewertet.

Als Verkaufsfläche wird demnach die Fläche definiert, die für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu fördern. Dazu gehören:

- der Eingangsbereich mit der entsprechenden Kundenauflfläche,
- Standflächen für Einrichtungsgegenstände,
- Auslage- und Ausstellungsfläche (soweit sie dem Kunden zugänglich ist),
- Schaufenster, soweit sie dem Kunden zugänglich sind,
- die Fläche von Bedientheken und dahinter liegenden Warenträgern (ohne die dazwischen liegende Lauffläche der Verkäufer),
- Umkleidekabinen,
- dem Kunden zugängliche Gänge,
- die Kassenzone,
- der Bereich nach der Kassenzone („Pack- und Entsorgungszone“),
- Windfänge und
- Freiverkaufsflächen, die dem Kunden zugänglich sind und nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Erfasst wurden jedoch nur reine Einzelhandelsbetriebe und Ladenhandwerk (Einzelhandel im engeren Sinne). Großhandelsnutzungen, Dienstleister und

Baustoffhandel sowie Betriebe im Bereich des Kfz-Handels wurden nicht berücksichtigt.

Einzelhandelsbetriebe mit sehr großen Verkaufsflächen, bspw. Baumärkte und Gartencenter, verfügen oft über ausgedehnte Kalthallen, überdachte und unüberdachte Freiflächen, die dem Kunden zugänglich sind und somit als Verkaufsfläche betrachtet werden müssen. Auf diesen Flächen wird jedoch, trotz des verhältnismäßig hohen Flächenanteils, erfahrungsgemäß nur ein geringer Umsatzanteil des jeweiligen Betriebes erzielt. Um eine irreführende Verzerrung der Kennzahlen (insbesondere der Verkaufsflächen und des Umsatzes) durch die Kalthallen- und Freiflächen zu vermeiden, werden diese nur wie folgt anteilig berechnet:

- Kalthallen und überdachte Freiflächen mit der Hälfte der eigentlichen Verkaufsfläche
- unüberdachte Freiflächen mit einem Drittel der eigentlichen Verkaufsfläche

Abb. 68: Die von der CIMA differenzierten Betriebstypen

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

Fachmarkt

Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt (Lebensmittel-Vollsortimenter)

Ca. 400 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 und 1.000 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/ oder einem Lebensmittel-Discounter, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

Warenhaus

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2010

10.2 Analyse der Nachfrageseite

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

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in %
(Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel: Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a.
(gemäß statistischer Warenkorb für 2010)
 - Periodischer Bedarf: 2.844 € /Einwohner p. a.
 - Aperiodischer Bedarf: 2.444 € /Einwohner p. a.
 - Ausgabesatz gesamt: 5.288 € /Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner × Ausgabesatz
(gewichtet mit der KKZ)

Die Kaufkraftbindung ist der Anteil des Nachfragepotenzials, der von den Einwohnern im lokalen Einzelhandel ausgegeben wird. Sie wird in % oder in Mio. € ausgewiesen. Der Rest des Nachfragepotenzials fließt in andere Einkaufsorte ab.

Mittels der **Handelszentralität** erfolgt die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage. Dort wird die Höhe des Umsatzes im Einzelhandel (in Mio. €) mit dem Nachfragepotenzial (in Mio. €) ins Verhältnis gesetzt.

$$\text{Handelszentralität (in \%)} = \frac{\text{Umsatz}}{\text{Nachfrage}} \times 100$$

Die Handelszentralität wird für

- die Gesamtstadt,
- die Warengruppen und
- den periodischen und aperiodischen Bedarf ausgewiesen.