



**Fokussiert auf die Zukunft  
von Stadt und Land.  
Seit 1988.**

# **Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin- Straße in der Stadt Papenburg**

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Bearbeitung: M.Sc. Humangeographie Benjamin Kemper  
M.Sc. Geographie Christopher Schmidt

Hannover, November 2019

Stadt+Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH  
Berliner Allee 12 30175 Hannover  
T 0511-220079-50  
cima.hannover@cima.de

München

Stuttgart

Forchheim

Frankfurt a.M.

Köln

Leipzig

Berlin

Hannover

Lübeck

Ried (AT)

**www.cima.de**

### **Nutzungs- und Urheberrechte**

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

### **Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen**

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

### **Sprachgebrauch**

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Auftrag und Aufgabenstellung.....</b>	<b>5</b>	<b>6 Abschließende Bewertung und Empfehlung.....</b>	<b>36</b>
<b>2 Darstellung des Planvorhabens .....</b>	<b>6</b>	<b>7 Methodik.....</b>	<b>38</b>
<b>3 Marktanalytische Rahmendaten im Untersuchungsgebiet.....</b>	<b>11</b>		
3.1 Definition des Untersuchungsgebietes .....	11		
3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet .....	13		
3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte .....	16		
3.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Obenende.....	17		
3.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Aschendorf.....	18		
3.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Aschendorf.....	19		
3.2.5 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße .....	20		
3.2.6 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Moorstraße .....	21		
3.2.7 Weitere Wettbewerber im Untersuchungsgebiet .....	22		
<b>4 Auswirkungen des Planvorhabens .....</b>	<b>23</b>		
4.1 Herkunft des Vorhabenumsatzes .....	25		
4.2 Ökonomische Wirkungsprognose .....	27		
<b>5 Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Papenburg und der Raumordnung .....</b>	<b>31</b>		
5.1 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes .....	31		
5.2 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben der Raumordnung .....	32		

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Lage des Vorhabenstandortes in Papenburg (Makrostandort) .....	7
Abb. 2: Luftbild des Vorhabenstandortes (Übersicht).....	7
Abb. 3: Aktueller Filialstandort .....	8
Abb. 4: Planvorhabenstandort.....	8
Abb. 5: Detailplanung des Vorhabens.....	9
Abb. 6: Perspektivansicht des Planvorhabens.....	10
Abb. 7: Einwohner, Kaufkraft und Nachfragepotenzial in der Stadt Papenburg .....	11
Abb. 8: Vorhabenstandort und Untersuchungsgebiet .....	12
Abb. 9: Angebotsstruktur in der Stadt Papenburg (Nahrungs- und Genussmittel) .....	15
Abb. 10: Anbieter im Hauptzentrum Stadtmitte .....	16
Abb. 11: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Hauptzentrum Stadtmitte.....	16
Abb. 12: Anbieter im Stadtteilzentrum Obenende .....	17
Abb. 13: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Stadtteilzentrum Obenende.....	17
Abb. 14: Anbieter im Stadtteilzentrum Aschendorf.....	18
Abb. 15: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Stadtteilzentrum Aschendorf .....	18
Abb. 16: Anbieter im Nahversorgungszentrum Aschendorf.....	19
Abb. 17: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Nahversorgungszentrum Aschendorf .....	19
Abb. 18: Anbieter im Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers- Straße.....	20
Abb. 19: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Friederikenstraße/ Karl- Hillers-Straße.....	20
Abb. 20: Anbieter im Nahversorgungszentrum Moorstraße .....	21
Abb. 21: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Moorstraße.....	21
Abb. 22: Weitere Wettbewerber im Untersuchungsgebiet, Stadt Papenburg ...	22
Abb. 23: Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens .....	24
Abb. 24: Umsatzherkunft des Planvorhabens.....	26
Abb. 25: Umverteilungseffekte: Nahrungs- und Genussmittel.....	29
Abb. 26: Auszug aus den Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen und Erweiterungen in der Stadt Papenburg .....	31
Abb. 27: Kaufkraftherkunft des Vorhabens.....	33
Abb. 28: Ausschnitt aus der zeichnerischen Darstellung des RROP.....	34
Abb. 29: cima-Warengruppen.....	38

# 1 Auftrag und Aufgabenstellung

## Auftrag

Erstellung einer Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße in der Stadt Papenburg.

## Auftraggeber

Kruse Wohnbau GmbH & Co. KG  
Hasestraße 14  
49740 Haselünne

## Analysezeitraum

September 2019 – November 2019

## Untersuchungsdesign

- Bewertung des Mikrostandortes des Planvorhabens
- Analyse der vorhabenrelevanten Angebotssituation in den tangierten Zentren und an weiteren relevanten Wettbewerbsstandorten
- Umsatzschätzung des Planvorhabens
- Ermittlung der Umsatzherkunft des Planvorhabens
- Dokumentation der Umsatzverlagerungen durch Ermittlung der ökonomischen Auswirkungen auf den Einzelhandel
- Darstellung und Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen auf die baurechtlich schützenswerten Einzelhandelsstrukturen (Zentren)

## Methodische Grundlagen

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.

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf Datenbasis der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2019 für die Stadt Papenburg, erstellt durch die cima. Die Fortschreibung befindet sich derzeit im finalen Lektorat und soll das bisher gültige Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 ersetzen.

Die Untersuchung bezieht sich schwerpunktmäßig auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.

Die kaufkraftrelevanten Daten beziehen sich auf das Jahr 2019.

## 2 Darstellung des Planvorhabens

In der Stadt Papenburg wird derzeit die Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße diskutiert. Im Detail handelt es sich um eine Modernisierungsmaßnahme samt Verkaufsflächenerweiterung im Zuge einer Standortverlagerung einer bestehenden ALDI-Filiale in der Friederikenstraße 44. In den Obergeschossen des geplanten Gebäudes sind Wohnnutzungen vorgesehen.

Der Lebensmittelmarkt will seine Verkaufsfläche von aktuell 825 qm auf insgesamt ca. 1.262 qm erweitern. Die derzeitige Verkaufsfläche des aktuellen Marktes entspricht nicht mehr den Ansprüchen des Betreibers an wirtschaftliche und für den Kunden ansprechende Ladenlokale. Die Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung im Zuge der Standortverlagerung dient der Anpassung an aktuelle Marktbedingungen und soll somit den langfristigen Fortbestand des Nahversorgers sichern. Auf dem derzeitigen Areal sind die geplanten Verkaufsflächenerweiterungen aufgrund begrenzter Flächenpotenziale nicht realisierbar.

Der Vorhabenstandort befindet sich im westlichen Stadtgebiet der Stadt Papenburg am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße in einer siedlungsstrukturell integrierten Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Stadtmitte<sup>1</sup> (vgl. Abb. 1 & 2). Das Areal ist gen Norden, Osten und Süden eingebettet in die Einzelhandelslagen am Hauptkanal. Dieser gilt in Papenburg als zentrale Einkaufsstraße und ist Standort für diverse Betriebe mit klein- und mittelgroßen Verkaufsflächenflächen. Das Angebot am Hauptkanal wird durch weitere Dienstleister (u.a. Ärzte, Friseur), Gastronomie und Kultur ergänzt. Im weiteren nordöstlichen Bereich schließen sich weitläufige Wohngebiete an. Nordwestlich des Planvorhabenstandortes befinden sich fachmarktähnliche Einzelhandelslagen mit großflächigen Anbietern aus den Bereichen Möbel,

Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente u.ä. Auch diese Einzelhandelslagen gehören dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte an.

Im Westen grenzt das Areal an den Stadtpark und Gebäude unterschiedlicher Nutzungen (Gymnasium, Hotel, Bürogebäude). Im weiteren westlichen Verlauf schließen sich Wohngebiete an, die sowohl aus mehrgeschossigem Wohnungsbau als auch aus freistehenden Ein- und Mehrfamilienhäusern bestehen. Im Südwesten befindet sich das Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße, in welchem sich die derzeitige ALDI-Filiale befindet (rd. 500m Entfernung).

Positiv zu bewerten ist insbesondere die sehr gut erreichbare Lage des Vorhabenstandortes für den MIV. Über die Straße Am Stadtpark ist die Bundesstraße 70 nach rd. 500 Metern zu erreichen. Auch für die angrenzenden Wohngebiete kann der Planvorhabenstandort eine wichtige Versorgungsfunktion wahrnehmen.

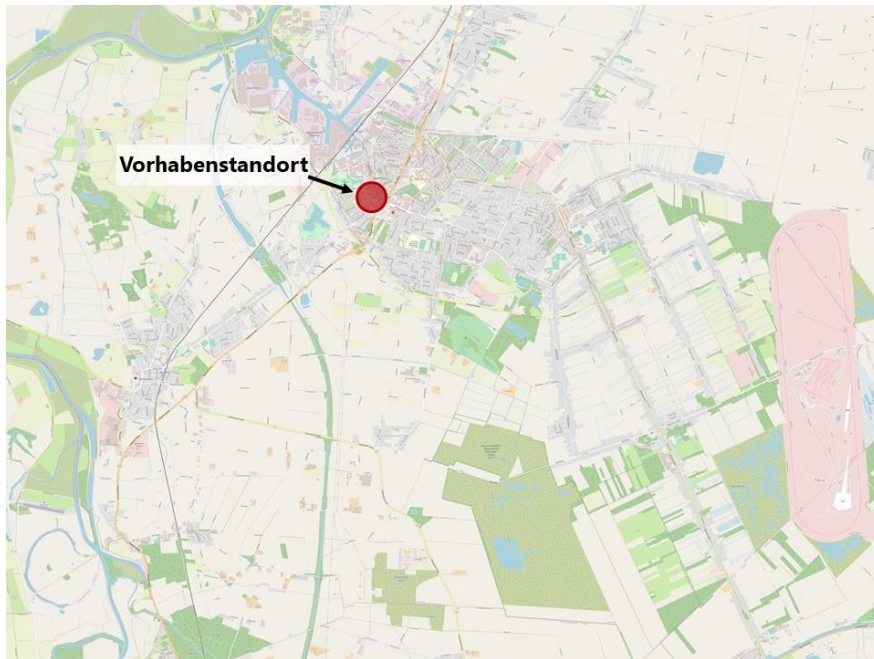
Die ÖPNV-Anbindung wird durch die unmittelbar am Standort gelegene Haltestelle „Papenburg Ems-Center/ Mariengymnasium“ gewährleistet.

**Insgesamt ist das Grundstück hinsichtlich seiner Verfügbarkeit für eine nahversorgungsrelevante Entwicklung geeignet. Der Planvorhabenstandort befindet sich in einer städtebaulich integrierten Lage innerhalb eines abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches in der Stadt Papenburg. Aus Gutachtersicht kann die mögliche Entwicklung am Prüfstandort zur nachhaltigen Verbesserung der Versorgungsstrukturen für die Bewohner der umliegenden Siedlungsgebiete der Stadt Papenburg beitragen.**

<sup>1</sup> Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)



Abb. 1: Lage des Vorhabenstandortes in Papenburg (Makrostandort)



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2019  
 Quelle: cima 2019

Abb. 2: Luftbild des Vorhabenstandortes (Übersicht)



Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG 2019  
 Bearbeitung: cima 2019  
 Anmerkung: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Hierarchiestufe nach Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)

**Abb. 3: Aktueller Filialstandort**



Derzeitiger Filialstandort im Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße  
Foto: cima 2019

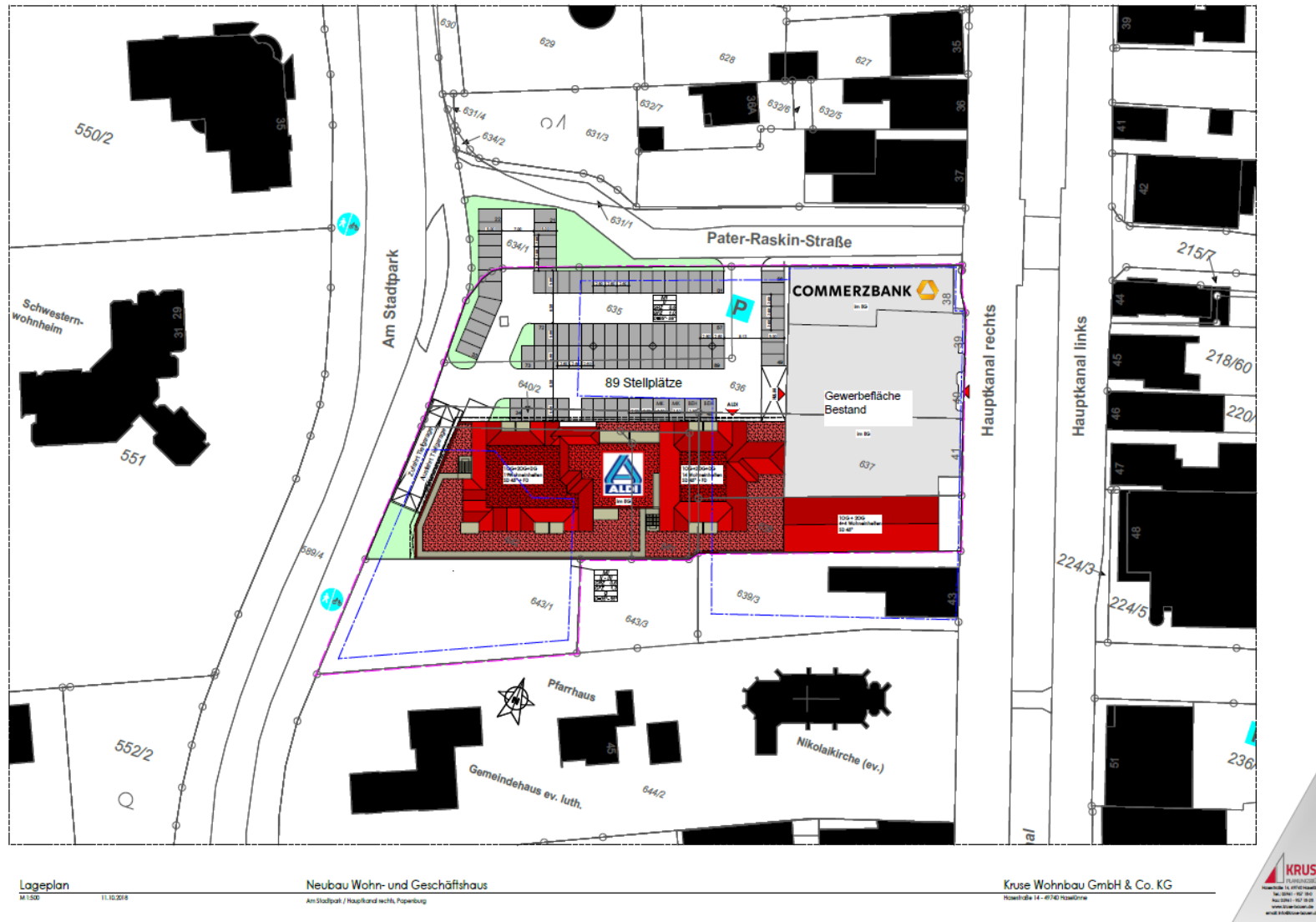
**Abb. 4: Planvorhabenstandort**



Planvorhabenstandort im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte  
Foto: cima 2019



Abb. 5: Detailplanung des Vorhabens



**Abb. 6: Perspektivansicht des Planvorhabens**



Quelle: Kruse Wohnbau GmbH & Co. KG

### 3 Marktanalytische Rahmendaten im Untersuchungsgebiet

#### 3.1 Definition des Untersuchungsgebietes

Die cima geht davon aus, dass das Einzugsgebiet der erweiterten und modernisierten ALDI-Filiale am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße im Wesentlichen dem des Bestandsobjekts am Standort Friederikenstraße entspricht. Das Einzugsgebiet ist aufgrund anderer Lebensmitteldiscounter aber auch Lebensmittelvollsortimenter, die ebenso wie das Bestandsobjekt schon seit vielen Jahren dort angesiedelt sind, von vornherein begrenzt. Im Detail handelt es sich beim vorliegenden Planvorhaben nicht um eine Neuansiedlung im engeren Sinne, sondern um eine Modernisierungsmaßnahme samt Verkaufsflächenenerweiterung im Zuge einer Standortverlagerung. Hierdurch wird die Gesamtattraktivität des Einkaufsstandortes für die bestehende Kundschaft und auch für potenzielle Neukunden spürbar verbessert.

Das prognostizierte betriebswirtschaftliche Einzugsgebiet des Planvorhabens dürfte sich im Kern auf die Kernstadt Papenburgs beschränken. Insbesondere durch die bestehenden ALDI-Märkte am Obenende und in Aschendorf, die bereits zeitgemäße Verkaufsflächengrößen und jeweils ein modernes Ladenlokal anbieten, wird der Einzugsbereich des Planvorhabens beschränkt. Es ist nicht davon auszugehen, dass das Einzugsgebiet des Planvorhabens das Stadtgebiet von Papenburg maßgeblich überschreitet. Aus Sicht der cima ist daher nicht anzunehmen, dass der erweiterte ALDI-Markt größere Kaufkraftanteile von außerhalb Papenburgs binden kann.

Für die Herleitung des relevanten Untersuchungsgebietes wurde zunächst eine 7-Minuten-Fahrzeitzone um den Vorhabenstandort erstellt. Diese Zone berücksichtigt u.a. die topographischen und verkehrlichen Gegebenheiten, die Einfluss auf die Erreichbarkeit des Standortes haben. In dieser

Fahrzeitzone wurden dann die potenziell tangierten Siedlungsgebiete in das erweiterte Untersuchungsgebiet aufgenommen (vgl. Abb. 8).

Als relevantes Untersuchungsgebiet für die vorliegende Verträglichkeitsuntersuchung wird somit ein Gebiet definiert, welches das Stadtgebiet Papenburg umfasst.

Durch Vor-Ort-Erhebungen wurde schließlich erfasst, ob und in welchem Umfang innerhalb des definierten Untersuchungsgebietes wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstrukturen vorzufinden sind. Die Einzelhandelsstandorte innerhalb des Untersuchungsgebietes und die dort vorgefundenen Einzelhandelsstrukturen werden in den nachfolgenden Kapiteln beschrieben.

**Abb. 7: Einwohner, Kaufkraft und Nachfragepotenzial in der Stadt Papenburg**

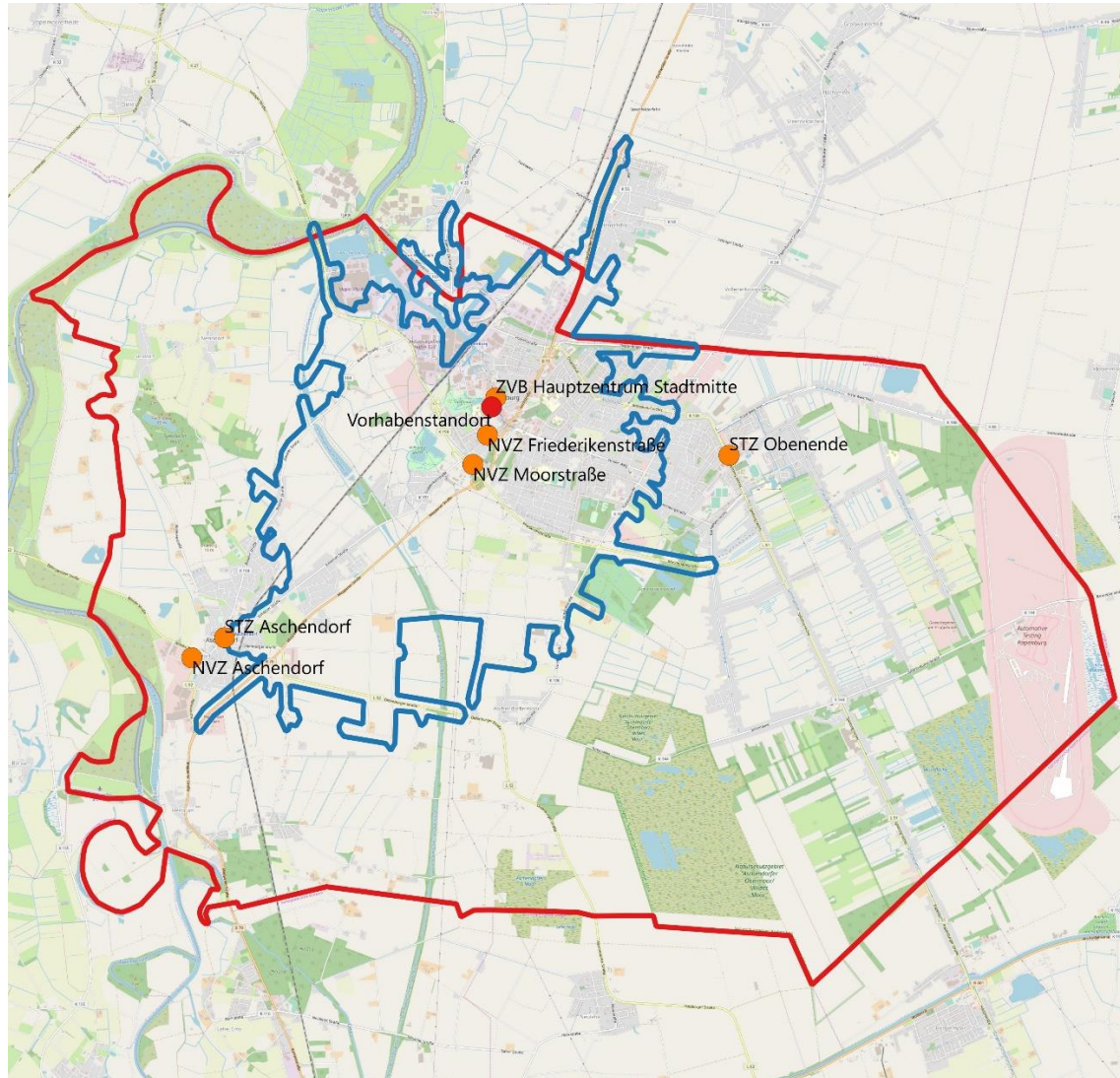
Kommune	Einwohner	Kaufkraftkennziffer	Nachfragepotenzial Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €
<b>Stadt Papenburg</b>	<b>37.579</b>	<b>93,8</b>	<b>79,0</b>

Das Nachfragepotenzial errechnet sich aus der Einwohnerzahl der jeweiligen Stadt/ Gemeinde im Untersuchungsgebiet (insg. 37.579 Einwohner, Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, 31.12.2018) und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Quelle: MB Research 2019). Rundungsdifferenzen sind möglich.

Die Stadt Papenburg verfügt bei einer Einwohnerzahl von 37.579 und einer Kaufkraftkennziffer von 93,8 über ein vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel von rd. 79,0 Mio. €.



**Abb. 8: Vorhabenstandort und Untersuchungsgebiet**



- Vorhabenstandort
- Zentrale Versorgungsbereiche
- Untersuchungsgebiet
- 7 Minuten Fahrtzeit-Isochrone

0 1 2 km

**cima.**

### 3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Für die Beurteilung der Auswirkungen zur Verkaufsflächenerweiterung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters in der Stadt Papenburg ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation erforderlich. Die Attraktivität der konkurrierenden Wettbewerber innerhalb des Untersuchungsgebietes wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen des cima-Teams erfasst. Insbesondere die Lage, die Betriebsform und die Größe der Wettbewerber sind dabei von Bedeutung.

Die Stadt Papenburg verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011<sup>2</sup>. Derzeit befindet sich dieses Konzept in der Fortschreibung und soll zeitnah vom Rat der Stadt Papenburg beschlossen werden. In der vorliegenden Verträglichkeitsuntersuchung wurden daher bereits die aktualisierten Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche verwendet. Im gesamten Untersuchungsgebiet sind zudem diverse weitere Einzelhandelsbetriebe in Solitär- bzw. Streulagen angesiedelt, welche nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs erfüllen.

Die Stadt Papenburg verfügt über ein umfangreiches Nahversorgungsangebot (vgl. Abb. 9). Dabei sind mehrere der als direkte Wettbewerber anzusehenden Lebensmitteldiscounter und auch -vollsortimenter in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt. In der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2019<sup>3</sup> der Stadt Papenburg werden die zentralen Versorgungsbereiche in drei Kategorien unterteilt (Hauptzentrum Stadtmitte, Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren).

Im Untersuchungsgebiet befinden sich die folgenden wettbewerbsrelevanten Anbieter:

#### **Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte**

- KAUF LAND, Deverweg
- REAL, Am Ems-Center
- COMBI, Kirchstraße

#### **Stadtteilzentrum Obenende**

- COMBI, Umländerwiek links
- ALDI, Umländerwiek links
- LIDL, Bolwinsweg
- MARKANT, Bolwinsweg

#### **Stadtteilzentrum Aschendorf**

- LIDL, Mühlenstraße

#### **Nahversorgungszentrum Aschendorf**

- ALDI, Zu den Emsauen
- COMBI, An den Bleicherkölken

#### **Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße**

- ALDI, Friederikenstraße (Altstandort)
- LIDL, Karl-Hillers-Straße

#### **Nahversorgungszentrum Moorstraße**

- EDEKA, Moorstraße

<sup>2</sup> Einzelhandelsgutachten für die Stadt Papenburg (cima 2011)

<sup>3</sup> Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)



Außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche finden sich folgende solitäre Nahversorgungsstandorte:

- Supermarkt Plüster (nah & gut), Hilgenkamp
- NETTO, Raiffeisenstraße
- EDEKA, Kirchstraße
- NP, Am Vosseberg
- NETTO, Gutshofstraße
- MARKANT nah & frisch, Johann-Bunte-Straße

Das Angebot wird abgerundet durch diverse Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Lebensmittelspezialgeschäfte, Kioske, Tankstellen u. ä., die jedoch mit dem Planvorhaben nur begrenzt in Wettbewerb stehen.

Nachfolgend werden die zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstige bedeutende Wettbewerbslagen des Lebensmitteleinzelhandels hinsichtlich ihrer vorhabenrelevanten Angebotsausstattung und Leistungsfähigkeit beschrieben. Die jeweilige Bewertung basiert auf der gutachterlichen Einschätzung jedes Einzelstandortes im Rahmen einer Begutachtung vor Ort durch die cima.

Abb. 9: Angebotsstruktur in der Stadt Papenburg (Nahrungs- und Genussmittel)



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2019

Bearbeitung: cima 2019

Anmerkung: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Hierarchiestufe nach Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)

### 3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte stellt das bedeutendste Handels- und Dienstleistungszentrum der Stadt Papenburg dar und übernimmt ebenso eine bedeutende Versorgungsfunktion für das Umland.

Das Zentrum umfasst zum einen den historisch gewachsenen Teil entlang des Hauptkanals zwischen Deverweg und Hermann-Lange-Straße/ Russellstraße mit überwiegend kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen. Neben dem Einzelhandel gibt es einen umfangreichen Besitz einzelhandelsnaher Dienstleistungen (Kreditinstitute, Gastronomie, Ärzte etc.), die Funktionen Wohnen, Verwaltung und Kultur runden das Angebot ab. Zum anderen umfasst der zentrale Versorgungsbereich die Einzelhandelslagen rund um den Deverweg. Dieser Bereich trägt den Charakter eines Fachmarktzentrums und ist deutlich auf Pkw-Kunden ausgerichtet.

Das Einzelhandelsangebot im vorhabenrelevanten Wettbewerb besteht insbesondere aus den beiden SB-Warenhäusern KAUFLAND und REAL im nordwestlichen Bereich des Zentrums sowie aus dem Lebensmittelvollsortimenter COMBI in der Kirchstraße.

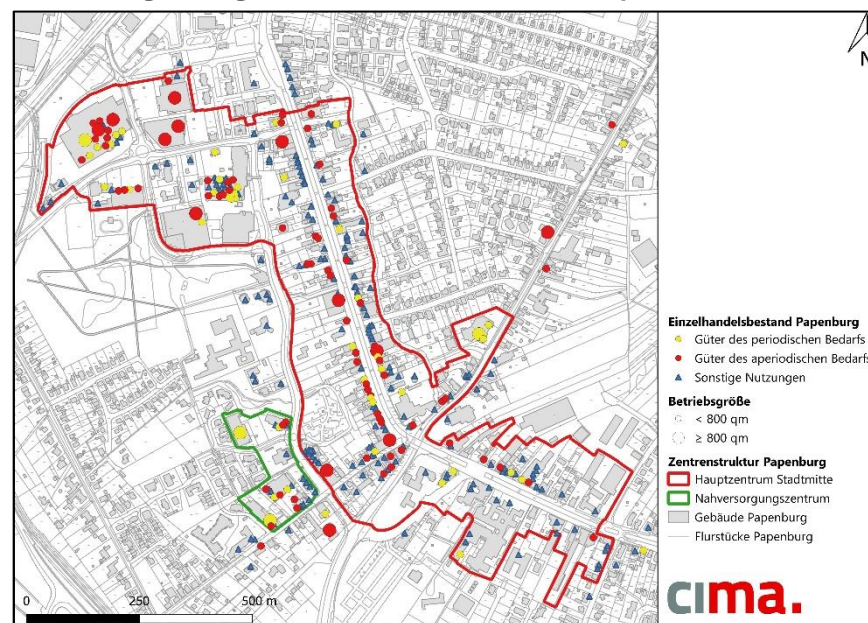
Der Planvorhabenstandort der projektierten ALDI-Filiale befindet sich innerhalb dieses abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches. Die ÖPNV-Anbindung wird durch die unmittelbar am Standort gelegene Haltestelle „Papenburg Ems-Center/ Mariengymnasium“ gewährleistet.

Abb. 10: Anbieter im Hauptzentrum Stadtmitte



Quelle: cima 2019

Abb. 11: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Hauptzentrum Stadtmitte



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)



### 3.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Obenende

Der zentrale Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Obenende befindet sich am nordöstlichen Siedlungsrand der Kernstadt Papenburg. Die Entfernung zwischen dem Planvorhabenstandort und dem Stadtteilzentrum Obenende beträgt rd. 4,6 km Fahrdistanz bzw. 9 Min. Fahrzeit für den Pkw-Kunden.

Das Stadtteilzentrum erstreckt sich entlang der Straße Splitting zwischen Erste Wiek links im Norden und Bethlehem rechts im Süden. Dieser Bereich ist überwiegend kleinteilig strukturiert.

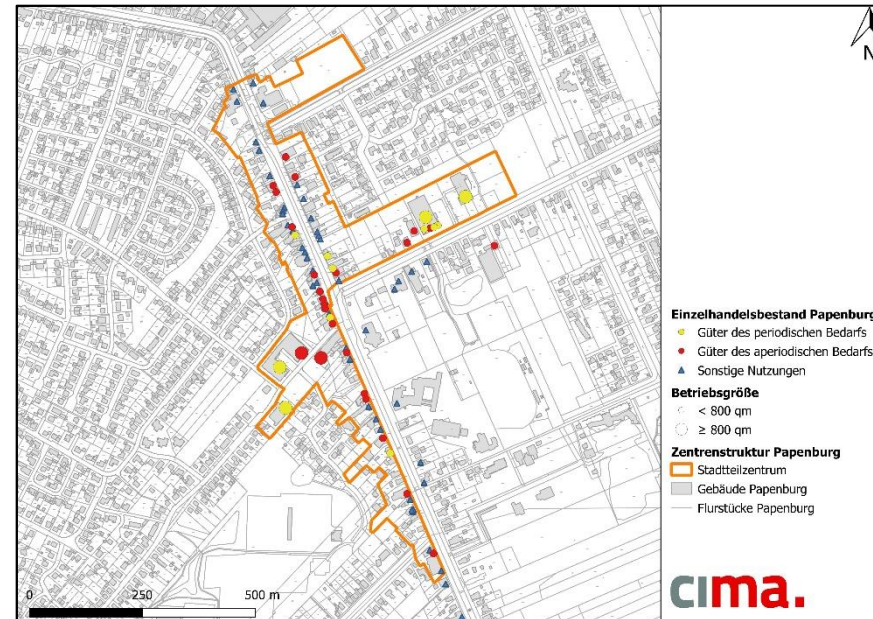
Die wettbewerbsrelevanten Lebensmittelmärkte befinden sich in den vom Splitting abzweigenden Straßen Umländerwiek links (ALDI, COMBI) und Bolwinsweg (LIDL, MARKANT).

Abb. 12: Anbieter im Stadtteilzentrum Obenende



Quelle: cima 2019

Abb. 13: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Stadtteilzentrum Obenende



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)

### 3.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Aschendorf

Das zweite ausgewiesene Stadtteilzentrum der Stadt Papenburg befindet sich im Stadtteil Aschendorf, südwestlich der Kernstadt. Das Stadtteilzentrum Aschendorf befindet sich in rd. 5,8 km Fahrdistanz zum Vorhabenstandort.

Der Stadtteil Aschendorf nimmt aufgrund der historischen Entwicklung und der von der Kernstadt abgesetzten Lage eine gesonderte Position in Papenburg ein. Der zentrale Versorgungsbereich stellt das historisch gewachsene Zentrum des Stadtteils dar und besteht vorwiegend aus kleinteiligen Angebotsstrukturen.

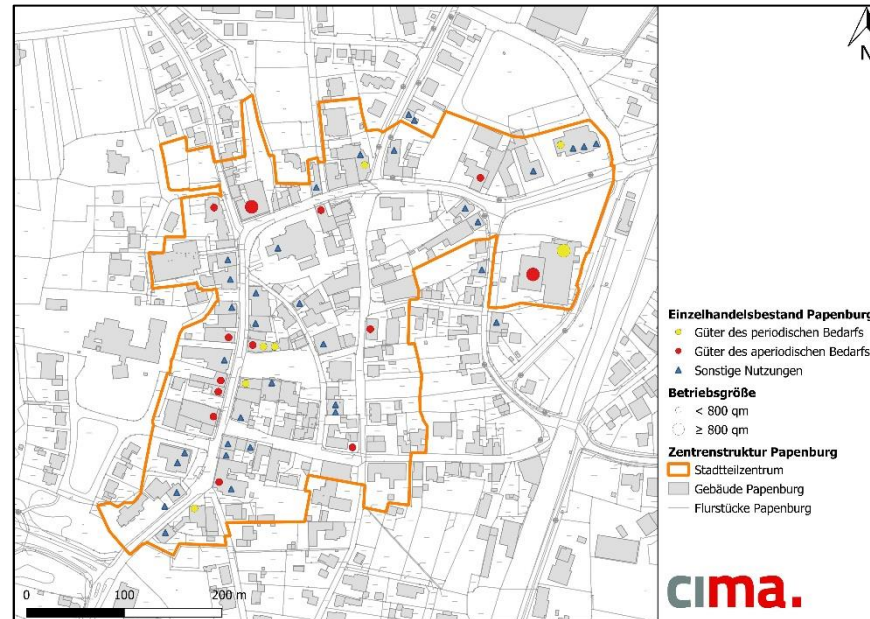
Als vorhabenrelevanter Wettbewerber ist hier der Lebensmitteldiscounter LIDL in der Mühlenstraße zu nennen. Das Einzelhandelsangebot im Stadtteilzentrum wird u. a. ergänzt durch mehrere kleinflächige Betriebe des periodischen und aperiodischen Bedarfs.

**Abb. 14: Anbieter im Stadtteilzentrum Aschendorf**



Quelle: cima 2019

**Abb. 15: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Stadtteilzentrum Aschendorf**



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)



### 3.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Aschendorf

Das Nahversorgungszentrum Aschendorf befindet sich im westlichen Teil des Stadtteils Aschendorf in ca. 7,8 km Fahrdistanz bzw. 8 Min. Fahrzeit entfernt vom Vorhabenstandort.

Als Wettbewerber sind hier sowohl der Lebensmitteldiscounter ALDI sowie der Lebensmittelvollsortimenter COMBI zu nennen. Das Angebot im unter-suchungsrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel wird durch zwei Bäckereien ergänzt.

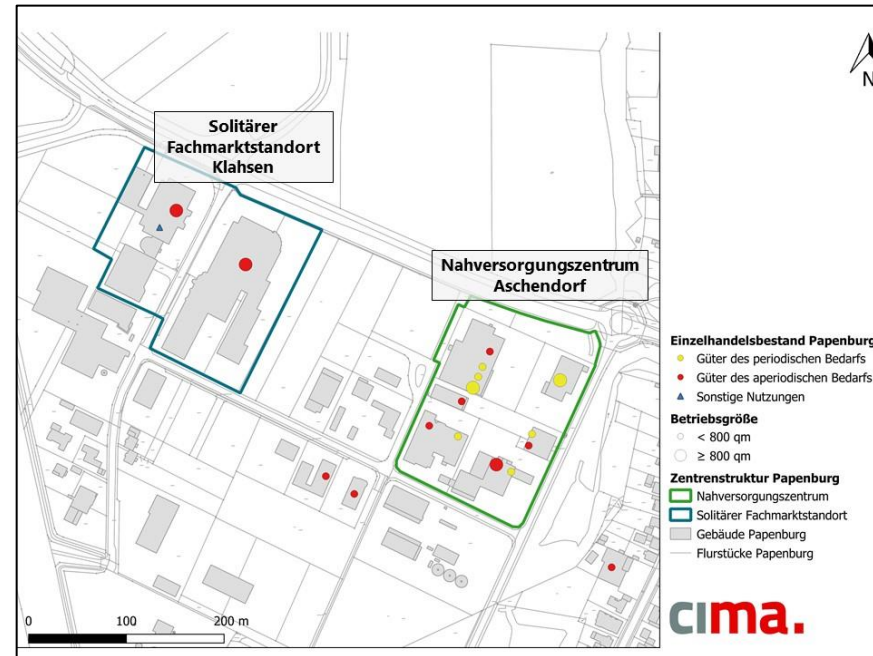
Die Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Aschendorf ist geprägt durch weitere Angebote im periodischen und aperiodischen Bereich (u.a. Rossmann, KiK, Tedi, Raiffeisenmarkt).

**Abb. 16: Anbieter im Nahversorgungszentrum Aschendorf**



Quelle: cima 2019

**Abb. 17: Abgrenzung und Einzelhandelsbesatz im Nahversorgungszentrum Aschendorf**



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)

### 3.2.5 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße

Das Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße befindet sich in rd. 350 m Fahrdistanz südlich vom Vorhabenstandort. Die derzeitige ALDI-Filiale, die nach Fertigstellung des Neubaus am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße aufgegeben werden soll, befindet sich in diesem zentralen Versorgungsbereich.

Das Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße umfasst zunächst die umliegenden Gebäude an der Kreuzung der Straße Am Stadtpark im Nordosten und Friederikenstraße im Süden. Darüber hinaus sind die westlichen Grundstücke entlang der Straße Am Stadtpark bis zum Kreisverkehr in den zentralen Versorgungsbereich integriert, ebenso wie die Einzelhandelslagen in der Karl-Hillers-Straße. Das Nahversorgungszentrum befindet sich unmittelbar südwestlich anschließend an das Hauptzentrum Stadtmitte.

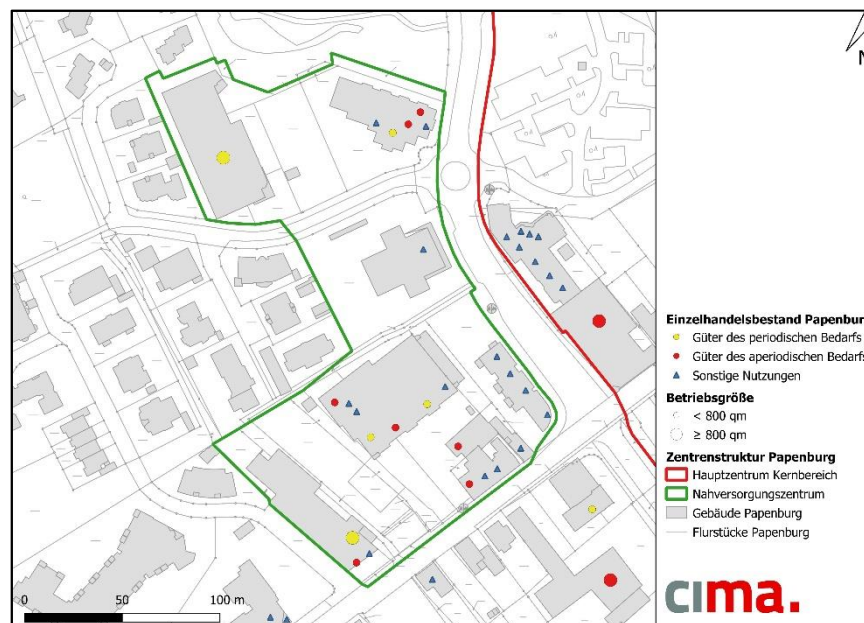
Das Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel wird, neben der ALDI-Filiale, durch den Lebensmitteldiscounter LIDL sowie zwei Bäckereien und ein Lebensmittelspezialitätengeschäft gestellt. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot insbesondere durch Filialen von Tedi und Fressnapf, Anbieter mit aperiodischen Hauptsortimenten.

**Abb. 18: Anbieter im Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße**



Quelle: cima 2019

**Abb. 19: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße**



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)

### 3.2.6 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Moorstraße

Das dritte Nahversorgungszentrum der Stadt Papenburg befindet sich am nordwestlichen Ende der Moorstraße zwischen Friederikenstraße im Nordwesten und Meppener Straße (B70) im Südosten.

In dem Zentrum ist als einziger wettbewerbsrelevanter Betrieb der Lebensmittelvollsortimenter EDEKA zzgl. Bäckerei ansässig.

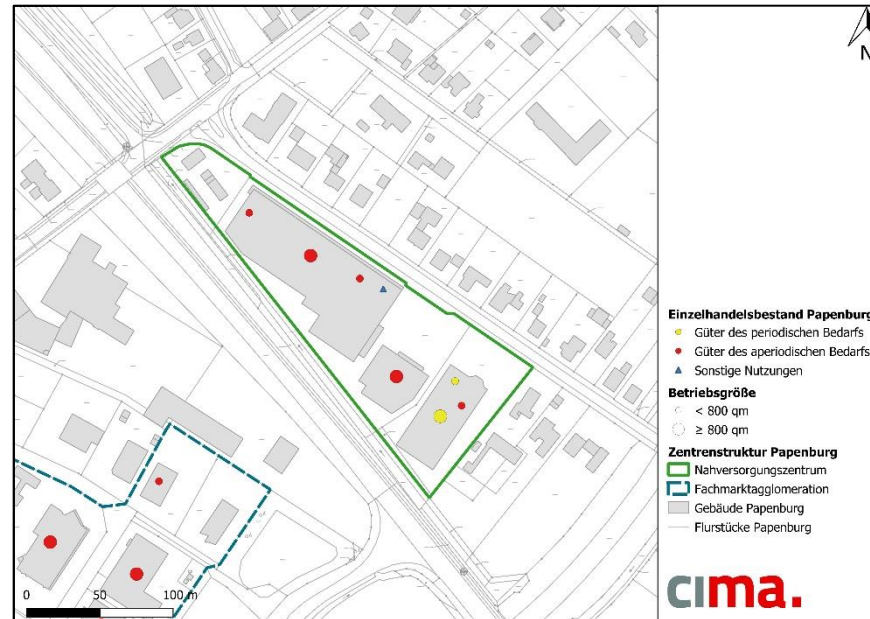
Das südwestlich vom Vorhabenstandort gelegene Nahversorgungszentrum Moorstraße befindet sich in rd. 1,0 km Fahrdistanz zum Vorhabenstandort.

**Abb. 20: Anbieter im Nahversorgungszentrum Moorstraße**



Quelle: cima 2019

**Abb. 21: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Moorstraße**



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)

### 3.2.7 Weitere Wettbewerber im Untersuchungsgebiet

Außerhalb der beschriebenen zentralen Versorgungsbereiche sind innerhalb des Untersuchungsgebietes weitere Betriebe mit vorhabenrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel) zu nennen.

In der Stadt Papenburg sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche folgende Lebensmittelmärkte zu nennen:

- NETTO, Raiffeisenstraße (1)
- EDEKA, Kirchstraße (2)
- NP, Am Vosseberg (3)
- NETTO, Gutshofstraße (4)
- Supermarkt Plüster (nah & gut), Hilgenkamp (5)
- MARKANT nah & frisch, Johann-Bunte-Straße (6)

Darüber hinaus finden sich auch eine Vielzahl von Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Spezialgeschäften, Tankstellen und Kiosken im Untersuchungsgebiet wieder, die mit dem Vorhaben aber nur begrenzt im Wettbewerb stehen.

Abb. 22: Weitere Wettbewerber im Untersuchungsgebiet, Stadt Papenburg



Quelle: cima 2019



## 4 Auswirkungen des Planvorhabens

In der Stadt Papenburg wird derzeit die Ansiedlung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße diskutiert. Im Detail handelt es sich um eine Modernisierungsmaßnahme inklusive Verkaufsflächenerweiterung im Zuge einer Standortverlagerung des derzeit in der Friederikenstraße ansässigen ALDI-Marktes. Durch den Neubau soll die Verkaufsfläche von aktuell 825 qm auf insgesamt ca. 1.262 qm erweitert werden.

Die Angaben zur Größe der Verkaufsflächen basieren auf den Angaben des Auftraggebers. Die Größen der Teilflächen für die einzelnen Sortimente ergeben sich aus der aktuellen Verteilung, den Erfahrungen der cima und aus der Betrachtung der Sortimentsaufteilung in vergleichbaren Lebensmittel-discountern.

Zur Berechnung der vorhabenrelevanten Umsatzerwartung sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der durchschnittlichen Leistungsfähigkeit von entsprechenden Betriebstypen und Verkaufsflächendimensionierungen orientieren und an die standortspezifische Wettbewerbssituation in Papenburg angepasst wurden. Es wird berücksichtigt, dass als Folge der Erweiterung und Modernisierung die Gesamtattraktivität des Marktes für den Kunden steigen wird.

Des Weiteren wurde der Umstand berücksichtigt, dass der Altstandort des ALDI-Marktes laut Informationen des Auftraggebers durch eine anderweitige Einzelhandels- oder Dienstleistungsnutzung (keine Nachbesetzung durch einen betriebstypgleichen Lebensmittelmarkt) nachbesetzt werden soll.

Durch die nur geringfügige Verlagerung des Marktes ist davon auszugehen, dass auch die Umsätze, die derzeit am Altstandort getätigt werden, vollumfänglich an den neuen Standort verlagert werden. Die erzielten

Umsätze der Altfläche haben ihre Marktwirkung in der Vergangenheit bereits erzielt und können somit als verträglich vorausgesetzt werden.

Zur Berücksichtigung der gesamten Effekte des Planvorhabens ist dennoch zu berücksichtigen, dass der ALDI-Markt durch die Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung im Zuge der Standortverlagerung auch in seiner Gesamtheit attraktiver aufgestellt sein wird. Somit kann voraussichtlich auch auf den bestehenden Verkaufsflächen mehr Umsatz generiert werden. Diesem Umstand wird bei der Umsatzschätzung für die Erweiterungsflächen Rechnung getragen, indem der zu erwartende Umsatzzuwachs entsprechend hoch eingeschätzt wird. In die Untersuchung der Umsatzumverteilungseffekte fließt nunmehr lediglich der neu hinzukommende Umsatz und nicht der Gesamtumsatz des projektierten Neubaus ein.

Darauf basierend prognostiziert die cima für das Planvorhaben im „Worst-Case“-Ansatz einen zu erwartenden **Einzelhandelsmehrumsatz (brutto)** von **ca. 2,01 Mio. €** pro Jahr (s. Abb. 23).

Die Randsortimente setzen sich neben den Sortimenten Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Zeitschriften, Schnittblumen des periodischen Bedarfs im Wesentlichen aus den folgenden Sortimentsgruppen des aperiodischen Bedarfsbereichs zusammen:

- Oberbekleidung
- Zoobedarf
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Unterhaltungselektronik
- Pflanzen, Gartenbedarf

Dabei handelt es sich um Sortimente, die zum Teil als wechselnde Aktionswaren auf gesonderten Flächen innerhalb des Verkaufsraums angeboten werden. Im Zuge der Erweiterung werden diese Flächen nur leicht



vergrößert. Da sich der Verkaufsflächenzuwachs von 77 qm auf verschiedene Sortimente aufteilt, bleiben die Umsatzumverteilungen je Sortiment unterhalb der Nachweisgrenze und in den folgenden Ausführungen daher unberücksichtigt. Relevant sind somit nur Nahrungs- und Genussmittel.

**Der umverteilungsrelevante Umsatz beträgt demnach ca. 1,73 Mio. €.**

**Abb. 23: Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens**

CIMA Warengruppe	Bestand Aldi Friederikenstraße		Planung Aldi Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts		Zusätzliche Verkaufsfläche und Umsatz Aldi Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts	
	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>690</b>	<b>3,24</b>	<b>1.070</b>	<b>5,03</b>	<b>380</b>	<b>1,79</b>
Nahrungs- und Genussmittel	640	3,07	1.000	4,80	360	1,73
<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>135</b>	<b>0,54</b>	<b>192</b>	<b>0,77</b>	<b>57</b>	<b>0,23</b>
<b>Randsortimente außer NuG</b>	<b>185</b>	<b>0,72</b>	<b>262</b>	<b>1,00</b>	<b>77</b>	<b>0,29</b>
<b>Gesamt</b>	<b>825</b>	<b>3,79</b>	<b>1.262</b>	<b>5,80</b>	<b>437</b>	<b>2,01</b>

Quelle: cima 2019

Anmerkung: Geschätzter Bruttoumsatz/ Jahr nach Erfahrungen der cima unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation, Rundungsdifferenzen möglich; NuG = Nahrungs- und Genussmittel

## 4.1 Herkunft des Vorhabenumsatzes

Basis der folgenden Prognose ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet des Planvorhabens. Die Attraktivität der Einkaufsstandorte 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.

Wichtige Informationen über die Bindungsquoten bezieht die cima aus Echtzahlen der Anbieter, die i.d.R. aus ähnlich gelagerten Analysen, aus der direkten Betriebsberatung der relevanten Märkte und aus den offiziellen Veröffentlichungen bezogen werden. Diese Erkenntnisse werden dann an die regionale Situation angepasst. Insbesondere die Lage, Entfernung und Größe der Wettbewerber ist dabei von großer Relevanz. Außerdem wurde die individuelle Wettbewerbssituation in den einzelnen Branchen berücksichtigt und die Chance neuer Anbieter, Umsätze zu generieren, in die Bewertungen einbezogen.

Die Herkunft des Vorhabenumsatzes kann auf Basis dieser Recherchen mittels des ökonometrischen HUFF-Simulationsmodells<sup>4</sup> berechnet werden. Dieses quantifiziert die durch das Planvorhaben entstehenden Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum für den betroffenen Einzelhandel. Das Verfahren basiert auf den Untersuchungen von Huff (Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“). Einflussgrößen sind u. a.:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,

- Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes im Bereich des Vorhabenstandorts sowie Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkten.

Das Gravitationsmodell nach HUFF findet nicht nur bei der cima Anwendung, sondern wird auch von weiteren Einzelhandelsgutachtern verwendet. In mehreren Gerichtsverfahren wurde diese gutachterliche Methodik bereits anerkannt (vgl. z.B. OVG Lüneburg 1 LC 107/05, Urteil vom 01.09.2005, OVG Münster 10 A 1676/08, Urteil vom 30.09.2009 oder VG Hannover 4 B 961/10, Beschluss vom 23.06.2010).

Bei der Bewertung des Vorhabens und der Berechnung der Umsatzverdrängungswirkung wird von einem **„Worst-Case-Ansatz“** ausgegangen. Die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten entsprechen demnach der **maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkung auf den vorhandenen Einzelhandel**. Es wird angenommen, dass sich das Planvorhaben erfolgreich am Markt positionieren kann.

Dementsprechend geht die cima von nachfolgender Umsatzherkunft aus.

<sup>4</sup> Die CIMA Beratung + Management 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.

**Abb. 24: Umsatzherkunft des Planvorhabens**

Umsatzherkunft durch Umverteilung in ...	in Mio. €	in %
<b>Bereichen des Untersuchungsgebietes:</b>	<b>1,66</b>	<b>96,0</b>
HZ Stadtmitte	0,41	24,0
STZ Obenende	0,28	16,0
STZ Aschendorf	0,06	3,5
NVZ Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße	0,42	24,5
NVZ Aschendorf	0,05	3,0
NVZ Moorstraße	0,10	6,0
Sonstiges Untersuchungsgebiet	0,33	19,0
<b>diffuse Umsatzumverlagerungen außerhalb des Untersuchungsgebietes</b>	<b>0,07</b>	<b>4,0</b>
<b>Gesamtsumme</b>	<b>1,73</b>	<b>100</b>

Quelle: cima 2019

Die cima kommt zu dem Ergebnis, dass rd. 96 % der durch das Planvorhaben generierten Umsätze innerhalb des Untersuchungsgebiets umverteilt werden und somit als Verdrängung für den dort bestehenden Einzelhandel zu werten sind.

Aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation innerhalb des Untersuchungsgebiets sowie der Art des Planvorhabens (Neubau im Zuge einer Standortverlagerung mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters ALDI) finden die Umsatzumverteilungen vorrangig im näheren Umfeld des Vorhabenstandortes statt. Besonders betroffen ist aufgrund der Nähe zum Vorhabenstandort sowie der Angebotsstruktur im wettbewerbsrelevanten Einzelhandel der Lebensmitteldiscounter LIDL im **Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße** (24,5 %).

Rd. 24 % des Vorhabenumsatzes werden von den SB-Warenhäusern KAUF-LAND und REAL sowie dem Lebensmittelvollsortimenter COMBI gewonnen. Diese Betriebe sind im **Hauptzentrum Stadtmitte** angesiedelt, in dem auch der Vorhabenstandort des neuen ALDI-Marktes geplant ist. Zwar befinden sich diese Märkte jeweils nur wenige Minuten vom

Planvorhabenstandort entfernt, allerdings unterscheiden sie sich in ihrer Betriebsform und Sortimentsbreite (Vollsortimenter vs. Discounter) wesentlich von dem neu geplanten ALDI-Markt. Aus diesem Grund wird in der Summe von den drei Betrieben weniger Umsatz umverteilt als durch den nahegelegenen LIDL-Lebensmitteldiscounter.

Das **Stadtteilzentrum Obenende** trägt aufgrund der Angebotsstruktur (LIDL, ALDI, MARKANT, COMBI) sowie der Lage und Entfernung zum Vorhabenstandort mit rd. 16,0 % zum Vorhabenumsatz bei.

Das **Nahversorgungszentrum Moorstraße** befindet sich in wenigen Minuten Fahrzeit entfernt vom Planvorhabenstandort. Dort ist lediglich der Lebensmittelvollsortimenter EDEKA angesiedelt. Aus dem NVZ Moorstraße werden rd. 6,0 % des Planvorhabenumsatzes umverteilt.

Die zentralen Versorgungsbereiche **Stadtteilzentrum Aschendorf** (rd. 3,5 %) sowie das **Nahversorgungszentrum Aschendorf** (rd. 3,0 %) tragen aufgrund der Lage und Entfernung vom Vorhabenstandort nur in geringem Maße zu dem erzielbaren Umsatz bei.

Rd. 19 % des Vorhabenumsatzes werden von den vorhandenen Lebensmittelmärkten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im sonstigen Stadtgebiet Papenburgs gewonnen. Hierbei sind vorrangig die beiden Lebensmitteldiscounter NETTO in der Gutshofstraße sowie NP am Standort Am Vosseberg, aber auch der Lebensmittelvollsortimenter EDEKA in der Kirchstraße, zu nennen. Durch das projektierte vollumfassende Nahversorgungsangebot sind auch Anbieter an weiter entfernt liegenden Standorten (NETTO – Raiffeisenstraße, Supermarkt Plüster nah & gut – Hilgenkamp, nah & frisch – Johann-Bunte-Straße) von Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben betroffen, dies jedoch in wesentlich geringerem Umfang.

Der Umsatzanteil, der von Standorten außerhalb des Untersuchungsgebiets umverteilt würde, beträgt anteilig rd. 4,0 %.

## 4.2 Ökonomische Wirkungsprognose

Als Folge der Realisierung des Planvorhabens sind Umsatzumverteilungen innerhalb der bestehenden Einzelhandelsstrukturen zu erwarten. Diese werden in der ökonomischen Wirkungsprognose quantifiziert und hinsichtlich der möglichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO bewertet.

Dabei wird der Umsatz des Planvorhabens den heutigen Umsätzen des Einzelhandels innerhalb des direkten Einzugsgebiets gegenübergestellt. Die daraus resultierenden Umsatzumverteilungsquoten werden absolut (in Mio. €) und relativ (in %) dargestellt. Es erfolgt eine differenzierte Ausweisung für alle tangierten zentralen Versorgungsbereiche.

### Vorbemerkungen zur Umsatzumverteilungsquote

Die Umsatzumverteilungsquote ist ein maßgebliches Beurteilungskriterium für die Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine nicht nur unwesentliche Auswirkung, denn allein die Veränderung der bestehenden Wettbewerbslage ist baurechtlich irrelevant.<sup>5</sup> Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die so genannte „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.).<sup>6</sup> Bei der Bewertung eines Planvorhabens bezieht die cima neben der Umsatzumverteilungsquote daher auch absolute Umsätze sowie die Relation von bestehender Verkaufsfläche und jener des Planvorhabens mit ein.

Lt. Urteil des OVG Münster vom 7.12.2000 werden Umsatzverlagerungen zwischen 7 und 11 % bereits als abwägungsrelevant eingeordnet. Das heißt, sollten Umsatzverlagerungen dieser Größenordnung für ein Projektvorhaben nicht dokumentiert werden, wird von einem Abwägungsfehler in der baurechtlichen Beurteilung ausgegangen. Bei der Beurteilung der Umsatzverlagerungen ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offengelassen.<sup>7</sup>

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.<sup>8</sup> Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojekts in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.<sup>9</sup>

<sup>5</sup> Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

<sup>6</sup> 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)

<sup>7</sup> 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

<sup>8</sup> OVG Koblenz, 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; 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

<sup>9</sup> Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojekts haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.<sup>10</sup>

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwerts“ 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 etwa 20 bis 25 %.<sup>11</sup> 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.

Einschränkend muss angefügt werden, dass die Beurteilung in Abhängigkeit vom Standort erfolgt. Außerdem geht die cima bei der Bewertung von Vorhaben davon aus, dass die reine Berechnung der Umsatzumverteilungsquote nicht allein ausschlaggebend für oder gegen die Realisierung eines Planvorhabens sein sollte. Es bleibt zu bedenken, dass ein Umsatzrückgang an einem Standort 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 letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzumverteilungen ab ca. 7 bis 11 % eintreten können. Diese Funktionsverluste können sich in städtischen Verödungen und zu erwartenden „Trading-Down-Effekten“ ausdrücken.

**Als Richtwert für die Verträglichkeit eines Vorhabens verwendet die cima im Allgemeinen die oben genannte 10 %-Grenze als wesentlichen Bewertungsmaßstab. Je nach der Situation vor Ort sind dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich, um den speziellen Gegebenheiten des Einzelfalls gerecht zu werden. Umsatzumverteilungsquoten im Bereich von 10 % und mehr werden nachfolgend für jedes tangierte Sortiment vertiefend diskutiert und gutachterlich bewertet.**

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> 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.



**Abb. 25: Umverteilungseffekte: Nahrungs- und Genussmittel**

CIMA Warengruppe	HZ Stadtmitte			STZ Obenende			STZ Aschendorf			NVZ Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße		
	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungsumsatz
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	31,4	0,41	1,3	19,3	0,28	1,4	8,4	0,06	0,7	8,5	0,42	5,0

CIMA Warengruppe	NVZ Aschendorf			NVZ Moorstraße			Sonstiges Untersuchungsgebiet		
	Umsatz aktuell		Verdrängungs-umsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungs-umsatz	Umsatz aktuell		Verdrängungs-umsatz
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	10,1	0,05	0,5	3,8	0,10	2,7	28,3	0,33	1,2

Quelle: cima 2019

Die Branche Nahrungs- und Genussmittel stellt das Kernsortiment des neu geplanten Lebensmitteldiscounters ALDI dar. Insgesamt gehen 360 qm zusätzliche Verkaufsfläche in der Branche Nahrungs- und Genussmittel in die ökonomische Wirkungsanalyse ein. Im Sinne des Worst-Case-Ansatzes geht die cima dabei von einer Umsatzmehrerwartung von **rd. 1,73 Mio. €** aus.

Die Betrachtung der Verdrängungsumsätze im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zeigt, dass durch das Planvorhaben in keinem der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche relevante Umsatzumverteilungen ausgelöst werden. Insgesamt bewegen sich die Umsatzverdrängungsquoten in einem Bereich von 0,5 % bis max. 5,0 % und bleiben somit deutlich unterhalb der abwägungsrelevanten 10 %-Schwelle.

Durch den Neubau des ALDI-Lebensmitteldiscounters wird im **Hauptzentrum Stadtmitte** im vorhabenrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ein Verdrängungsumsatz in Höhe von rd. 1,3 % erreicht. Das Umsatzverdrängungsvolumen liegt hier bei rd. 0,41 Mio. €. Zu nennen sind hier die betroffenen Anbieter KAUF LAND, REAL und COMBI.

Aufgrund der umfassenden Angebotsstruktur wird im **Stadtteilzentrum Obenende** eine Verdrängungsquote von rd. 1,4 % erreicht. Der absolute Verdrängungsumsatz liegt bei rd. 0,28 Mio. €. In diesem zentralen Ver-

sorgungsbereich sind mehrere marktgerecht aufgestellte Lebensmittel-märkte ansässig, darunter auch ein ALDI-Markt.

Für das **Stadtteilzentrum Aschendorf** ergibt sich durch die Entfernung zum Vorhabenstandort ein absoluter Verdrängungsumsatz von rd. 0,06 Mio. €, dies entspricht einem prozentualen Anteil von 0,7 %.

Für das **Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße** ergeben sich die höchsten errechneten Verdrängungsumsätze. Diese liegen absolut bei rd. 0,42 Mio. €, prozentual bei rd. 5,0 %. Insbesondere der ansässige LIDL-Lebensmitteldiscounter ist von diesen Umsatzumverteilungseffekten betroffen. Der Markt präsentiert sich mit einem modernen Ladenlokal und zeitgemäßer Verkaufsflächengröße. Eine durch das Planvorhaben ausgelöste Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrums Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße ist eindeutig nicht zu erwarten.

Im **Nahversorgungszentrum Aschendorf** wird eine Verdrängungsquote von rd. 0,5 % erreicht. Der absolute Verdrängungsumsatz liegt bei rd. 0,05 Mio. € und betrifft die dort ansässigen Märkte ALDI und COMBI.

Aufgrund der räumlichen Nähe zum Vorhabenstandort ergibt sich für das **Nahversorgungszentrum Moorstraße** bei einem absoluten Verdrängungsumsatz von max. rd. 0,10 Mio. € eine Umsatzverdrängungsquote von

rd. 2,7 %. Hiervon ist der Lebensmittelvollsortimenter EDEKA betroffen, der sich jedoch in seiner Betriebsform und Sortimentsbreite vom projektierten ALDI-Markt wesentlich unterscheidet.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Papenburg werden für das **sonstige Untersuchungsgebiet** Verdrängungsumsätze in Höhe von rd. 0,33 Mio. € berechnet, dies entspricht einer Umsatzverdrängungsquote von rd. 1,2 %. Vor allem die nahegelegenen Lebensmitteldiscounter NETTO in der Gutshofstraße und NP am Standort Am Vosseberg sind von dem zunehmenden Wettbewerb betroffen. Zwar wird sich die Konkurrenzsituation verstärken, mit durch das Planvorhaben ausgelösten städtebaulichen Auswirkungen im Sinne von Betriebsaufgaben ist auf Grundlage dieser Werte jedoch eindeutig nicht zu rechnen.

**Insgesamt ist die Entwicklung der geplanten Verkaufsfläche in der Branche Nahrungs- und Genussmittel als verträglich anzusehen, da das Planvorhaben in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen lediglich Umsatzverdrängungseffekte in nicht abwägungsrelevantem Umfang erzeugen würde. Aus Gutachtersicht sind eindeutig keine negativen städtebaulichen Auswirkungen innerhalb des definierten Untersuchungsgebietes zu erwarten.**

**Damit wäre keines der Zentren im Untersuchungsgebiet negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgesetzt. Eine Gefährdung der wohnungsnahen Nahversorgung durch das Planvorhaben besteht ebenfalls nicht.**

## 5 Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Papenburg und der Raumordnung

### 5.1 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes

Bei dem Vorhaben handelt es sich um eine Modernisierungsmaßnahme inklusive Verkaufsflächenerweiterung im Zuge einer Standortverlagerung des bisher im Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße ansässigen ALDI-Lebensmitteldiscounters an den neuen Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße mit nahversorgungs- und damit gleichzeitig zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Der Planvorhabenstandort liegt innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Stadtmitte. In den Entwicklungsschwerpunkten des Branchenkonzeptes in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Papenburg sind für den Bereich Nahversorgung folgende Aussagen getroffen worden:

#### „Nahversorgung

- *Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich*
- *Sicherung der bestehenden Standorte geht vor Neuansiedlungen, moderate Erweiterungen und Verlagerungen im Rahmen nachzuweisender Verträglichkeit („dynamischer Bestandsschutz“) möglich*

- *Neue Standorte nur in direkter Nähe zu Wohn- und Mischgebieten zur Schaffung einer fußläufigen Nahversorgung bzw. zur Verbesserung der Nahversorgungssituation, ggf. Nachweis der Verträglichkeit für die bestehenden Nahversorger*
- *Ziel: Sicherung und behutsame Weiterentwicklung der Nahversorgung“<sup>12</sup>*

**Abb. 26: Auszug aus den Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen und Erweiterungen in der Stadt Papenburg**

zentrale Versorgungsbereiche	Zentrenrelevante Hauptsortimente		Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
	Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente		
Hauptzentrum Stadtmitte	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung*	großflächig möglich*	großflächig möglich*

\* ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich. Die Ziele der Landesraumordnung sind zu beachten.

Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019), verändert

Der Planvorhabenstandort liegt im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte. Grundsätzlich sollen laut den Entwicklungszielen der Stadt Papenburg prioritär zentrenrelevante Sortimente im Hauptzentrum Stadtmitte angesiedelt oder erweitert werden. Die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente ist ebenfalls möglich, dies auch großflächig. Zudem gilt der Grundsatz, dass die Sicherung bestehender Standorte Vorrang vor Neuansiedlungen hat.

<sup>12</sup> Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)

Beim projektierten ALDI-Markt geht es im Detail um die Standortverlagerung eines bereits existierenden Lebensmitteldiscounters. Am derzeitigen Standort sind aufgrund fehlender Flächenkapazitäten keine ausreichenden Entwicklungspotenziale vorhanden. Von einer Neuansiedlung im eigentlichen Sinne kann nicht gesprochen werden. Vielmehr geht es um die Sicherung eines bereits bestehenden Marktes, wenngleich dieser seinen Standort im Zuge der Verkaufsflächenenerweiterung in einen anderen zentralen Versorgungsbereich verlagert.

Dem Ziel der Sicherung der Nahversorgungszentren muss Rechnung getragen werden. Laut aktuellen Informationen seitens des Auftraggebers wird für den Altstandort prioritär die Planung verfolgt, das Baurecht für Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln in Hauptsortiment aufzuheben. Insofern sollte geprüft werden, inwiefern der derzeitige Standort des ALDI-Marktes durch eine anderweitige Nutzung nachgenutzt werden kann, um die Attraktivität des Nahversorgungszentrums Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße langfristig aufrechtzuerhalten.

Durch die Modernisierung des Lebensmitteldiscounters würde die sortimentsbezogene Angebotsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte gestärkt werden, da bisher kein weiterer Lebensmittel-discounter in diesem zentralen Versorgungsbereich angesiedelt ist. Darüber hinaus bestehen derzeit kaum Kopplungseffekte zwischen dem aktuellen Filialstandort in der Friederikenstraße und den Lagen am Hauptkanal. Durch die Standortverlagerung können Kopplungseffekte mit den Angeboten der Innenstadt wesentlich besser erzielt werden.

**Das Vorhaben steht grundsätzlich im Einklang mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Papenburg, da sich der Planvorhabenstandort innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Stadtmitte befindet und Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden können.**

**Die Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße wird weiterhin gewährleistet. Dennoch**

**sollte geprüft werden, inwiefern der derzeitige Standort des ALDI-Marktes bestmöglich nachbesetzt werden kann.**

## 5.2 Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben der Raumordnung

Neben der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg 2019 ist die am 24.01.2017 beschlossene Änderung des Landesraumordnungsprogramms (LROP) Niedersachsen bei der Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Vorgaben der Raumordnung zu prüfen. Gemäß LROP 2017 soll in allen Gemeinden auf ein zeitgemäßes Angebot des allgemeinen, täglichen Grundbedarfs hingewirkt werden. Dabei soll ebenso die Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen für alle Bevölkerungsgruppen sichergestellt sein.

Die Stadt Papenburg ist als ein Mittelzentrum definiert. Somit sind die Einzelhandelsangebote an der mittelfunktionalen Versorgungsfunktion und der Nachfrage im Verflechtungsbereich auszurichten. Für Mittelzentren gilt das Entwicklungsziel, zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des gehobenen Bedarfs vorzuhalten.

In Bezug auf nahversorgungsrelevante Sortimente hat Papenburg die raumordnerische Aufgabe der Versorgung der eigenen Bevölkerung.

Die im Zusammenhang mit dem konkret zu prüfenden Vorhaben in Papenburg zu berücksichtigenden Vorgaben sind:

### Kongruenzgebot

*„In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 2)*



„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 5)

Der Vorhabenstandort befindet sich in der Stadt Papenburg, welche gemäß LROP die Funktion eines Mittelzentrums wahrnimmt. In Bezug auf nahversorgungsrelevante Sortimente hat Papenburg die raumordnerische Aufgabe der Versorgung der eigenen Bevölkerung.

Demnach ist für die Erfüllung des Kongruenzgebotes im vorliegenden Fall maßgeblich, dass nicht mehr als 30 % des Umsatzes der nahversorgungsrelevanten Sortimente der anzusiedelnden Märkte aus Kaufkraft von außerhalb der Stadt Papenburg stammen darf.

Nicht mehr als 30 % des Umsatzes der aperiodischen Sortimente darf aus Kaufkraft von außerhalb des Kongruenzraumes stammen.

Die Prognosen zur Kaufkrafttherkunft des Planvorhabens sind der nachfolgenden Abb. 27 zu entnehmen. Als Worst-Case-Annahme wurde auch für die aperiodischen Sortimente das Papenburger Stadtgebiet als Bewertungsraum angenommen. Der für die vorliegende Untersuchung relevante grundzentrale Kongruenzraum (für periodische Sortimente) ist deckungsgleich mit dem Stadtgebiet Papenburg.

Es darf nicht mehr als 30 % des Gesamtumsatzes des Planvorhabens mit Kaufkraft von außerhalb des Kongruenzraumes erzielt werden.

Bei dem Vorhaben handelt es sich um ein Einzelhandelsvorhaben mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von max. 1.262 qm. Der prognostizierte Umsatz des gesamten Vorhabens beträgt rd. 5,80 Mio. €. Die Umsatzschätzung trägt dem Worst-Case-Ansatz Rechnung.

**Abb. 27: Kaufkrafttherkunft des Vorhabens**

	Ort der Kaufkrafttherkunft	Kaufkraft-potenzial in Mio. €	Potenzial-bindung in %	Umsatzanteil	
				in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	Stadt Papenburg	79,0	6	4,8	93
	sonstige Orte			0,3	7
	Summe	79,0		5,2	100
sonstige Randsortimente	Stadt Papenburg	44,9	2	0,9	91
	sonstige Orte			0,1	9
	Summe	44,9		1,0	100
Vorhaben insgesamt (inkl. Randsortimente)	Stadt Papenburg	123,9	5	5,7	93
	sonstige Orte			0,4	7
	Summe	123,9		6,2	100

Quelle: cima 2019

Im Bereich von Nahrungs- und Genussmitteln wird eine Potenzialbindung von rd. 6 % angenommen. Diese ergibt sich aus der gewichteten Betrachtung der Einwohner der einzelnen Papenburger Stadtteile und des dortigen Einzelhandelsbestandes sowie der jeweiligen Entfernung zum Vorhabenstandort.

Mit einem Umsatzanteil von rd. 7 % im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel liegen die Anteile der sortimentsbezogenen nahversorgungsrelevanten Umsätze von außerhalb des Papenburger Stadtgebietes deutlich unter der 30 %-Schwelle.

In den sonstigen Randsortimenten liegt der Umsatzanteil von außerhalb des Papenburger Stadtgebietes mit rd. 9 % ebenfalls deutlich unter der 30 %-Schwelle.

Auch für das Vorhaben in seiner Gesamtheit wird die 30 %-Schwelle mit einem Umsatzanteil von rd. 7 % von außerhalb der Stadt Papenburg deutlich unterschritten.

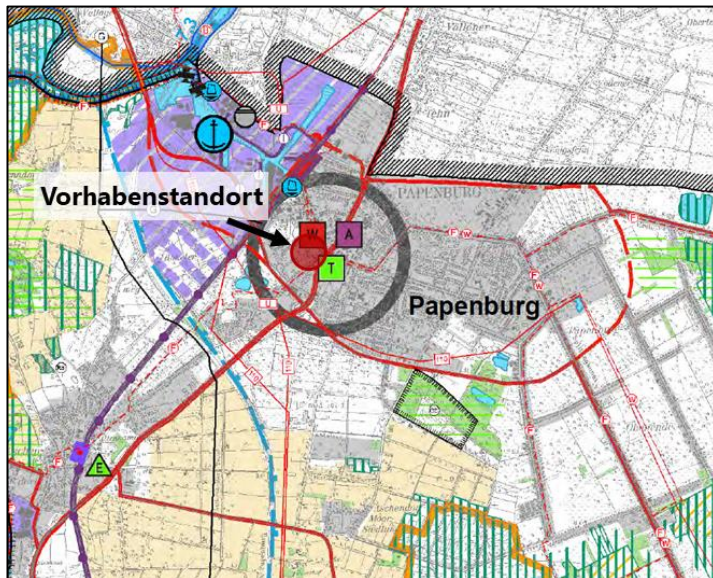
**Das Kongruenzgebot des LROP wird somit erfüllt.**

### Konzentrationsgebot

*„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 04)*

Der Vorhabenstandort des Planvorhabens befindet sich innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes der Stadt Papenburg (vgl. Abb. 28).

**Abb. 28: Ausschnitt aus der zeichnerischen Darstellung des RROP**



Quelle: RROP LK Emsland 2010  
Bearbeitung: cima 2019

### Integrationsgebot

*„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personenverkehrs eingebunden sein.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 05, Satz 1 und 2)*

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein Projekt mit nahversorgungsrelevantem und damit auch zentrenrelevantem Kernsortiment. Es handelt sich um einen integrierten Standort innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches im zentralen Siedlungsgebiet der Stadt Papenburg.

Die ÖPNV-Anbindung wird durch die unmittelbar am Standort gelegene Haltestelle „Papenburg Ems-Center/ Mariengymnasium“ gewährleistet.

**Das Vorhaben erfüllt damit die Vorgaben des Integrationsgebotes.**

### Abstimmungsgebot

*„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 07, Satz 1)*

**Bei Einhaltung der im Rahmen der Bauleitplanung üblichen Beteiligungen kann das Abstimmungsgebot eingehalten werden.**

**Das Planvorhaben steht mit dem Konzentrationsgebot in Einklang.**

### **Beeinträchtigungsverbot**

*„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 08)*

Zur Beurteilung des Beeinträchtigungsverbotes wurde eine ökonomische Wirkungsprognose des Planvorhabens durchgeführt. Im Ergebnis konnte keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen, der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierten Versorgungsstandorte oder der verbrauchernahen Versorgung festgestellt werden.

**Das Vorhaben steht mit dem Beeinträchtigungsverbot in Einklang.**

## 6 Abschließende Bewertung und Empfehlung

In diesem Gutachten wurde die Verträglichkeit der Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung im Zuge einer Standortverlagerung eines ALDI-Lebensmitteldiscounters in der Stadt Papenburg untersucht. Der bisherige Standort im Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße soll nach Fertigstellung des Neubaus am Planvorhabenstandort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße aufgegeben werden.

Derzeit liegen von Seiten des Auftraggebers keine weiteren Informationen vor, inwiefern das Areal des Altstandortes zukünftig nachgenutzt werden soll. Eine betriebsgleiche Nachnutzung soll allerdings nicht erfolgen. Es sollte daher geprüft werden, wie der Altstandort des ALDI-Marktes durch eine anderweitige Nutzung nachgenutzt werden kann, um die Attraktivität des Nahversorgungszentrums Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße langfristig aufrechtzuerhalten.

Durch die Standortverlagerung soll die Verkaufsfläche von aktuell 825 qm auf insgesamt ca. 1.262 qm erweitert werden. In den Obergeschossen des geplanten Gebäudes sind Wohnnutzungen vorgesehen.

Die derzeitige Verkaufsfläche des aktuellen Marktes entspricht nicht mehr den Ansprüchen des Betreibers an wirtschaftliche und für den Kunden ansprechende Ladenlokale. Die Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung im Zuge der Standortverlagerung dient der Anpassung an aktuelle Marktbedingungen und soll somit den langfristigen Fortbestand des Nahversorgers sichern. Auf dem derzeitigen Areal sind die geplanten Verkaufsflächenerweiterungen aufgrund begrenzter Flächenpotenziale nicht realisierbar.

Der Vorhabenstandort befindet sich im westlichen Stadtgebiet der Stadt Papenburg am Standort Am Stadtpark/ Hauptkanal rechts/ Pater-Raskin-Straße in einer siedlungsstrukturell integrierten Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Stadtmitte<sup>13</sup>. Das Areal ist gen Norden, Osten und Süden eingebettet in die Einzelhandelslagen am Hauptkanal. Dieser gilt in Papenburg als zentrale Einkaufsstraße und ist Standort für diverse Betriebe mit klein- und mittelgroßen Verkaufsflächen. Das Angebot am Hauptkanal wird durch weitere Dienstleister (u.a. Anwälte, Ärzte), Gastronomie und Kultur ergänzt. Im weiteren nordöstlichen Bereich schließen sich weitläufige Wohngebiete an. Im Nordwesten des Planvorhabenstandortes befinden sich fachmarktähnliche Einzelhandelslagen mit großflächigen Anbietern aus den Bereichen Möbel, Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente u.ä. Auch diese Einzelhandelslagen gehören dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte an.

Im Westen grenzt der Vorhabenstandort an den Stadtpark und Gebäude unterschiedlicher Nutzungen (Gymnasium, Hotel, Bürogebäude). Im weiteren westlichen Verlauf schließen sich Wohngebiete an, die sowohl aus mehrgeschossigem Wohnungsbau als auch aus freistehenden Ein- und Mehrfamilienhäusern bestehen. Im Südwesten befindet sich das Nahversorgungszentrum Friederikenstraße/ Karl-Hillers-Straße, in welchem sich die derzeitige ALDI-Filiale befindet (rd. 500m Entfernung).

Positiv zu bewerten ist insbesondere die sehr gut erreichbare Lage des Vorhabenstandortes für den MIV. Über die Straße Am Stadtpark ist die Bundesstraße 70 nach rd. 500 Metern zu erreichen. Auch für die angrenzenden

---

<sup>13</sup> Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Papenburg (cima 2019)



Wohngebiete kann der Planvorhabenstandort eine wichtige Versorgungsfunktion wahrnehmen.

Die ÖPNV-Anbindung wird durch die unmittelbar am Standort gelegene Haltestelle „Papenburg Ems-Center/ Mariengymnasium“ gewährleistet.

Es ist erklärtes Ziel der Stadt Papenburg, die Nahversorgungssituation langfristig zu stärken und auszubauen. Im Detail handelt es sich beim vorliegenden Planvorhaben nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung eines bereits bestehenden Marktes im Zuge einer Standortverlagerung.

Durch die Modernisierung des Lebensmitteldiscounters würde die sortimentsbezogene Angebotsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtmitte gestärkt werden, da in diesem zentralen Versorgungsbereich bislang noch kein Lebensmitteldiscounter ansässig ist. Darüber hinaus bestehen derzeit kaum Kopplungseffekte zwischen dem aktuellen Filialstandort in der Friederikenstraße und den Lagen am Hauptkanal. Durch die Standortverlagerung können Kopplungseffekte mit den Angeboten der Innenstadt wesentlich besser erzielt werden.

In der ökonomischen Wirkungsanalyse konnte dargelegt werden, dass sich die geplante Realisierung neuer Verkaufsflächen **verträglich für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO** darstellt.

Das Vorhaben erfüllt darüber hinaus die im LROP vorgegebenen Kriterien für die Zulässigkeit der Verkaufsflächenansiedlung eines großflächigen Planvorhabens mit zentren- und somit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten.

**Die cima empfiehlt daher die Umsetzung des Planvorhabens.**

## 7 Methodik

Die Analyse des Einzelhandels im Untersuchungsgebiet des Planvorhabens in der Stadt Papenburg wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf Datenbasis der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2019 für die Stadt Papenburg, erstellt durch die cima. Die Fortschreibung befindet sich derzeit im finalen Lektorat und soll das bisher gültige Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 ersetzen.

Bei der Bestandserhebung und Analyse des Einzelhandels wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Analyse von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Branchenmix (31 Sortimente, Zusammenfassung auf 14 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 14 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen und den aperiodischen Bedarf

**Abb. 29: cima-Warengruppen**

CIMA Warengruppe
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>
Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit und Körperpflege
Zeitschriften, Schnittblumen
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>
Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren
Bücher, Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf
Sportartikel, Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
Uhren, Schmuck
Optik, Akustik, Sanitätsartikel
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel

Quelle: cima 2019

Wir unterscheiden zwischen den folgenden 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**

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

#### **Lebensmitteldiscounter**

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 qm und 1.500 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, meist zusammen über 8.000 qm VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

#### **Verbrauchermarkt**

- Verkaufsfläche ca. 1.500 qm 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, 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.

#### **Mall in einem Shopping-Center**

- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.