



Auswirkungsanalyse Erweiterung familia Erweiterung Aldi und Posten Börse Ansiedlung Lebensmitteldiscounter in Bramsche

Auftraggeber: Stadt Bramsche

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Schriftführung: Dr. Stefan Holl

Hamburg, am 01.03.2016

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



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

Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 040 30997778 - 0
Telefax: 040 30997778 - 9
E-Mail: stefan.holl@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Mai 2015 erteilt die Stadt Bramsche der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag, die beabsichtigte Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters und die geplante Erweiterung eines familia-Marktes zu überprüfen. Zwischenzeitlich wurde ergänzend das Interesse der Fa. Aldi zur Erweiterung der Filiale in der Engter Straße bekundet; aufgrund der Verbundlage mit dem Sonderpostenmarkt „Posten Börse“ zeigen auch andere Unternehmen Interesse an einer Veränderung des Standortbereichs, d. h. auch die Posten Börse plant eine Erweiterung. Deshalb wurde im Dezember 2015 ergänzend die Überprüfung dieser Erweiterungsvorhaben durch die GMA beauftragt.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch die Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Bramsche und im Umland ausgelöst werden und ob hieraus mögliche schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildungen) oder raumbezogene Wirkungen resultieren können.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Im Mai sowie im Dezember 2015 wurde der für die Vorhaben relevante Wettbewerb in Bramsche erfasst und eine städtebauliche Bewertung der Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum durchgeführt. Zudem erfolgten persönliche Gespräche der GMA mit den Betreibern der größeren Lebensmittelmärkte und der Posten Börse in Bramsche.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, den 01.03.2016
KST baz wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
1.1 Vorhaben: Famila-Erweiterung	6
1.2 Vorhaben: Erweiterung Aldi-Discounter und Posten Börse	6
1.3 Neuansiedlung Lebensmittel-Discounter	7
2. Makrostandort Bramsche	8
3. Daten zu den Vorhaben	13
3.1 Vorhaben mit Sortimentsschwerpunkt im Lebensmitteleinzelhandel	13
3.1.1 Betriebstypendefinitionen im Lebensmittelsektor	13
3.1.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	13
3.1.3 Vorhaben im Lebensmittelsektor	14
3.2 Vorhaben Sonderpostenmarkt	16
3.2.1 Betriebstyp Sonderpostenmarkt	16
3.2.2 Vorhaben Posten Börse	16
II. Relevante Angebotssituation	18
1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme	18
2. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Bramsche	18
3. Bewertung der Angebotssituation im periodischen Bedarf	20
3.1 Lupenbetrachtung: Markant Engter	20
3.2 Weitere Versorgungslagen	24
4. Angebotssituation in den relevanten Nonfoodbranchen	24
III. Bewertung der raumordnerischen Ziele	26
1. Konzentrationsgebot	26
2. Integrationsgebot	26
3. Kongruenzgebot	27
3.1 Einzugsgebiet der Vorhaben und Kaufkraft	28
3.1.1 Einzugsgebiet der Vorhaben famila, Aldi, Posten Börse	28
3.1.2 Einzugsgebiet des Vorhabens Discounter Engter Straße	30

3.2	Kaufkraft	31
3.3	Umsatzprognose und Umsatzherkunft	34
3.3.1	Umsatzprognose	34
3.3.2	Umsatzprognose	35
3.4	Bewertung des Kongruenzgebotes	36
4.	Beeinträchtungsverbot	37
4.1	Wettbewerbliche Wirkungen	37
4.2	Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	38
4.2.1	Geplante Erweiterungen von famila, Aldi und der Posten Börse	38
4.2.2	Ansiedlung Discounter Engter Straße	39
4.2.3	Grundsätzliche Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	40
IV.	Zusammenfassung	41

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

1.1 Vorhaben: Famila-Erweiterung

In Bramsche ist seit über 10 Jahren der famila Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.200 m² in der Engter Straße in Ecklage zur Achse Meyers Tannen ansässig. Famila betreibt neben dem Markt mit Konzessionärszone einen Getränkemarkt. Im Umfeld sind weitere Einzelhandelsnutzungen ansässig bzw. geplant

Durch einen Anbau am Getränkemarkt kann famila um ca. 300 m² erweitert werden. Im Rahmen einer internen Umstrukturierung soll diese zusätzliche Verkaufsfläche durch Nahrungs- und Genussmittel belegt werden. Der Standortbereich von famila liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplanes Nr. 114 „Zwischen Hafenstraße und Osnabrücker Straße“. Dieser gliedert sich in verschiedene Bereiche. Famila liegt im **Sondergebiet SO 1**. Zulässig sind hier:

- /// Lebensmittelvollsortimenter mit insgesamt 4.200 m² Verkaufsfläche, max. 1.000 m² für Nonfood
- /// Fachshops bis 100 m² Verkaufsfläche je Shop bis zu einer Gesamtverkaufsfläche bis 200 m²
- /// Geschäfts-, Büro- und Verwaltungsräume
- /// Nebenanlagen.

1.2 Vorhaben: Erweiterung Aldi-Discounter und Posten Börse

In direkter Nachbarschaft liegen der Aldi-Discounter, eine Bäckerei-Filiale und der Sonderpostenmarkt Posten Börse. Der Sonderpostenmarkt Posten Börse soll von 750 m² VK auf ca. 1.000 m² VK erweitert werden. Die Firma Aldi plant eine Erweiterung von ca. 800 m² VK um ca. 400 m² VK auf ca. 1.200 m² VK. Zulässig sind **im Sondergebiet SO 3 „Großflächiger Einzelhandel, Lebensmittel, Restpostenmarkt“**:

- /// Lebensmitteldiscounter bis insgesamt 725 m² Verkaufsfläche
- /// Fachgeschäfte und Fachgeschäfte mit Gastronomie bis 100 m² Verkaufsfläche je Geschäft bis zu einer Gesamtverkaufsfläche von 150 m² Verkaufsfläche.
- /// Markt mit wechselndem Sortiment (z. B. Restpostenmarkt) mit max. 580 m² Verkaufsfläche
- /// Fachmärkte mit nicht innenstadtrelevantem Sortiment;
- /// nicht zulässig sind Einzelhandelsbetriebe der nachstehenden Branchen:

- Oberbekleidung, Wäsche und sonstige Textilien
 - Schuhe und Lederwaren
 - Spielwaren und Camping- sowie Fotoartikel
 - Uhren, Schmuck und Optik- und Fotoartikel
 - Musikalien, Schallplatten, CDs
 - Geschenkartikel
 - Radios, HiFi, Fernseher, Car-HiFi (Unterhaltungselektronik)
 - Bücher, Büroartikel, Schreibwaren
 - Drogerieartikel, Wasch-, Putz- sowie Arzneimittel
 - Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Gartenartikel
 - Kunst und Antiquitäten
 - Baby- und Kinderartikel
 - Computer und Computerzubehör
 - Elektrohaushaltswaren
 - Teppiche (ohne Teppichboden)
 - Bastel- und Kunstgewerbe
 - Fahrräder und Zubehör
 - Tiere, Tierhaltung, Zooartikel
- /// Geschäfts-, Büro- und Verwaltungsräume
- /// Nebenanlagen, die der Versorgung des Baugebietes mit Elektrizität, Gas Wärme, fernmeldetechnischen Anlagen und Wasser sowie zur Ableitung von Abwasser dienen
- /// Stellplätze.

1.3 Neuansiedlung Lebensmittel-Discounter

Auf einer Fläche an der Hafenstraße (Bebauungsplan Nr. 14) plant ein Investor die Ansiedlung eines neuen Lebensmitteldiscounters. Gespräche laufen seitens des Investors mit Netto-Marken-Discount (zugehörig zur Edeka-Gruppe) mit einer vorgesehenen Verkaufsfläche von ca. 1.100 m². Der Bebauungsplan Nr. 14 „Industriegelände an der Hafenstraße“ setzt für dieses Gebiet ein Sondergebiet mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandel“ fest, danach sind Fachmärkte zulässig mit

- /// nicht innenstadtrelevantem Sortiment
- /// Randsortimenten, auch innenstadtrelevante Sortimente, sind bis zu einem Umfang von 10 % der zulässigen Verkaufsfläche zulässig
- /// für den vorhandenen Lebensmittelbetrieb „Kühlkost“ besteht ein erweiterter Bestandsschutz mit einer Größe von 250 m² gemäß § 1 Abs. 10 BauNVO
- /// Gastronomie und Backshop bis zu einer Gesamtgröße von 200 m²

- /// Geschäfts-, Büro- und Verwaltungsräume
- /// Nebenanlagen
- /// Stellplätze.

Die innenstadtrelevanten Sortimente sind ebenfalls festgesetzt, wonach Lebensmittel, Drogerie-, Kosmetik-, Haushaltswaren, Blumen als innenstadtrelevante Sortimente definiert wurden. Diese Sortimente werden typischerweise in einem Lebensmitteldiscounter geführt.

2. Makrostandort Bramsche

Bramsche zählt aktuell ca. 31.500 Einwohner und übernimmt in regionalplanerischer Hinsicht die Funktion eines Mittelzentrums, das Oberzentrum Osnabrück liegt etwa 20 km entfernt. In den letzten vier Jahren konnte Bramsche eine hohe Einwohnerzunahme verbuchen, was im Zusammenhang mit der spezifischen Situation (Landeserstaufnahme) zu sehen ist.

Tabelle 1: Einwohnerveränderung in Bramsche im Vergleich

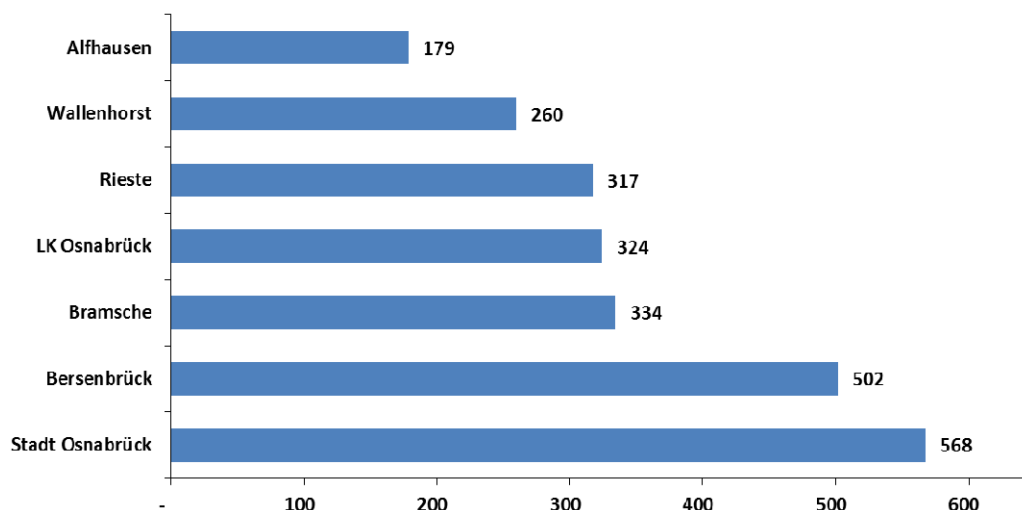
Daten	Einwohner (30.06.)		Veränderung 2011 / 2015	
	2011	2015	abs.	in %
Bad Essen	15.155	15.135	-20	-0,1
Bad Iburg	10.576	10.574	-2	-0,0
Bad Laer	9.187	9.288	101	1,1
Bad Rothenfelde	7.499	7.812	313	4,2
Belm	13.427	13.529	102	0,8
Bissendorf	14.336	14.390	54	0,4
Bohmte	12.719	12.632	-87	-0,7
Bramsche	30.143	31.479	1.336	4,4
Dissen a.T.W.	9.353	9.304	-49	-0,5
Georgsmarienhütte	31.985	31.570	-415	-1,3
Hagen a.T.W.	13.724	13.441	-283	-2,1
Hasbergen	10.924	10.931	7	0,1
Hilter a.T. W.	10.194	10.269	75	0,7
Melle	45.847	45.849	2	0,0
Ostercappeln	9.614	9.788	174	1,8
Wallenhorst	23.193	23.038	-155	-0,7
Glandorf	6.681	6.669	-12	-0,2
Artland, SG	22.073	22.745	672	3,0
Bersenbrück, SG	28.040	28.760	720	2,6
Fürstenau, SG	15.786	15.740	-46	-0,3
Neuenkirchen, SG	10.198	10.157	-41	-0,4
LK Osnabrück	350.654	353.100	2.446	0,7
Osnabrück, Stadt	153.702	159.581	5.879	3,8

Quelle: LSKN, Basis: Mikrozensus

Etwa 40 % der Einwohner leben in der Kernstadt. Die größten Stadtteile Hesepe (Sonderfall: Landeserstaufnahme) und Achmer weisen über 4.000 Einwohner bzw. über 3.000 Einwohner auf. In den übrigen Stadtteilen leben weniger als 2.000 Einwohner. Im Gegensatz zu Bramsche waren etliche Kommunen im Landkreis Osnabrück bereits durch Einwohnerverluste geprägt.

Neben der Funktion als Wohnstandort kommt der Stadt Bramsche eine hohe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort im Kreisgebiet zu. So waren in Bramsche im vergangenen Jahr etwa 10.100 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort¹ registriert, was über 300 Beschäftigten / 1.000 Einwohner entspricht. Allerdings waren mehr Auspendler als Einpendler zu verzeichnen (5.730 Einpendler, 7.187 Auspendler).

Abbildung 1: Beschäftigtenbesatz von Bramsche im Vergleich



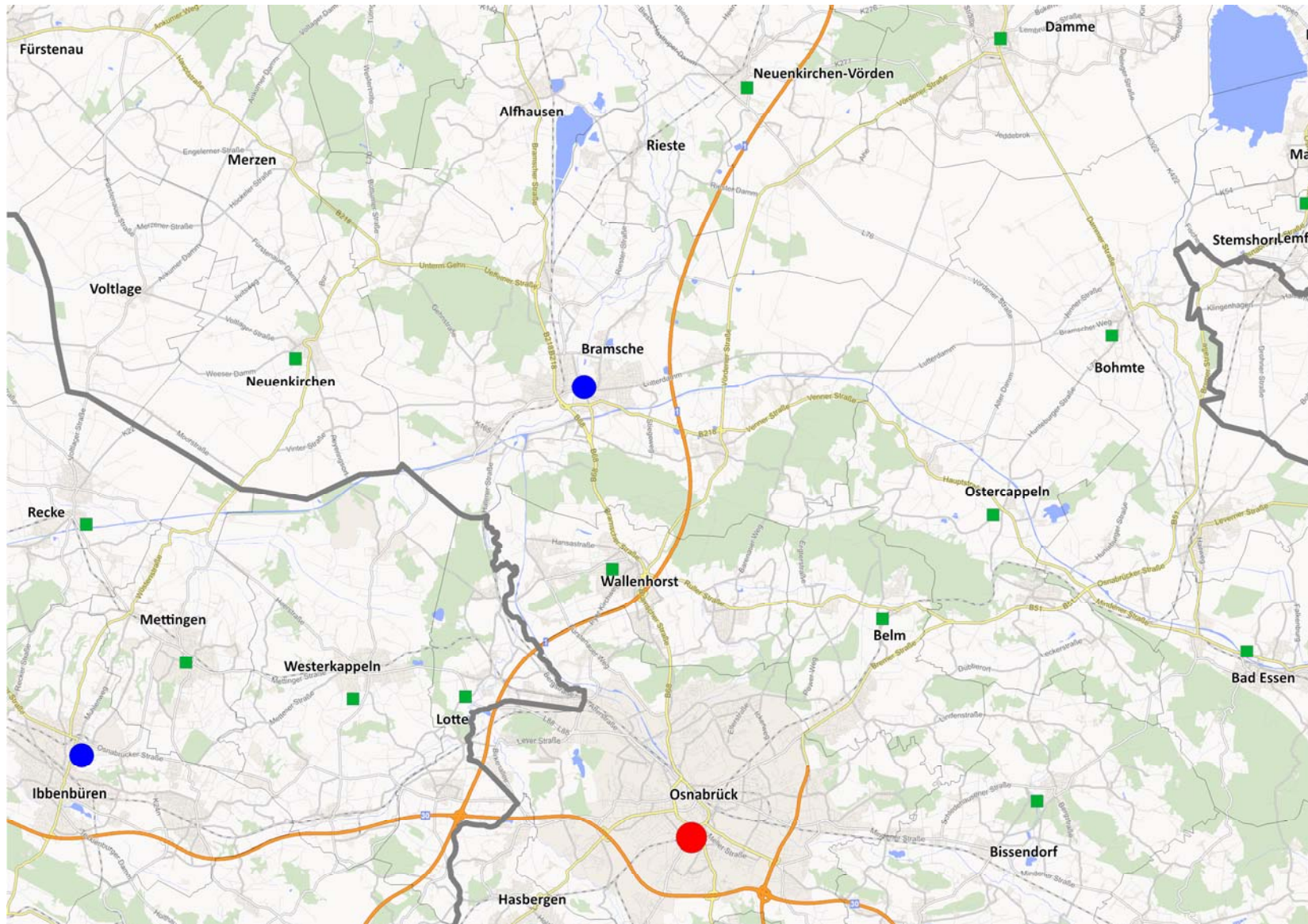
GMA-Zusammenstellung 2015. Basis: Bundesagentur für Arbeit (Beschäftigungsstatistik)

Im Einzelhandel ist die Stadt Bramsche als Möbelstandort durch das Einrichtungshaus Hardeck regional bekannt. Die Stadt steuert die Handelsentwicklung auf Grundlage des Einzelhandelskonzepts 2009, dort sind die **Innenstadt** sowie das **Nahversorgungszentrum Gartenstadt** als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt² stellen die Große Straße und der Markt die Haupteinkaufslagen dar. Neben inhabergeführten Fachgeschäften und einigen wenigen Filialen, z. B. Rossmann sind der großflächige Textilist Böckmann und der K+K Supermarkt vertreten. Im **Nahversorgungszentrum Gartenstadt** ist der Edeka-Supermarkt der größte Einzelhandelsbetrieb. Weiter sind kleinteilige Fachgeschäfte sowie eine Apotheke ansässig. Die in den Stadtteilen vorhandenen Nahversorgungslagen werden als sog. „Nahversorgungsbereiche“ eingestuft. Diese Einstufung orientierte sich an den Vorgaben des Landkreises Osnabrück.

¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik (Stand: 30.06.2014).

² Vgl. dazu Einzelhandelskonzept der Stadt Bramsche.

Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Struktur



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum

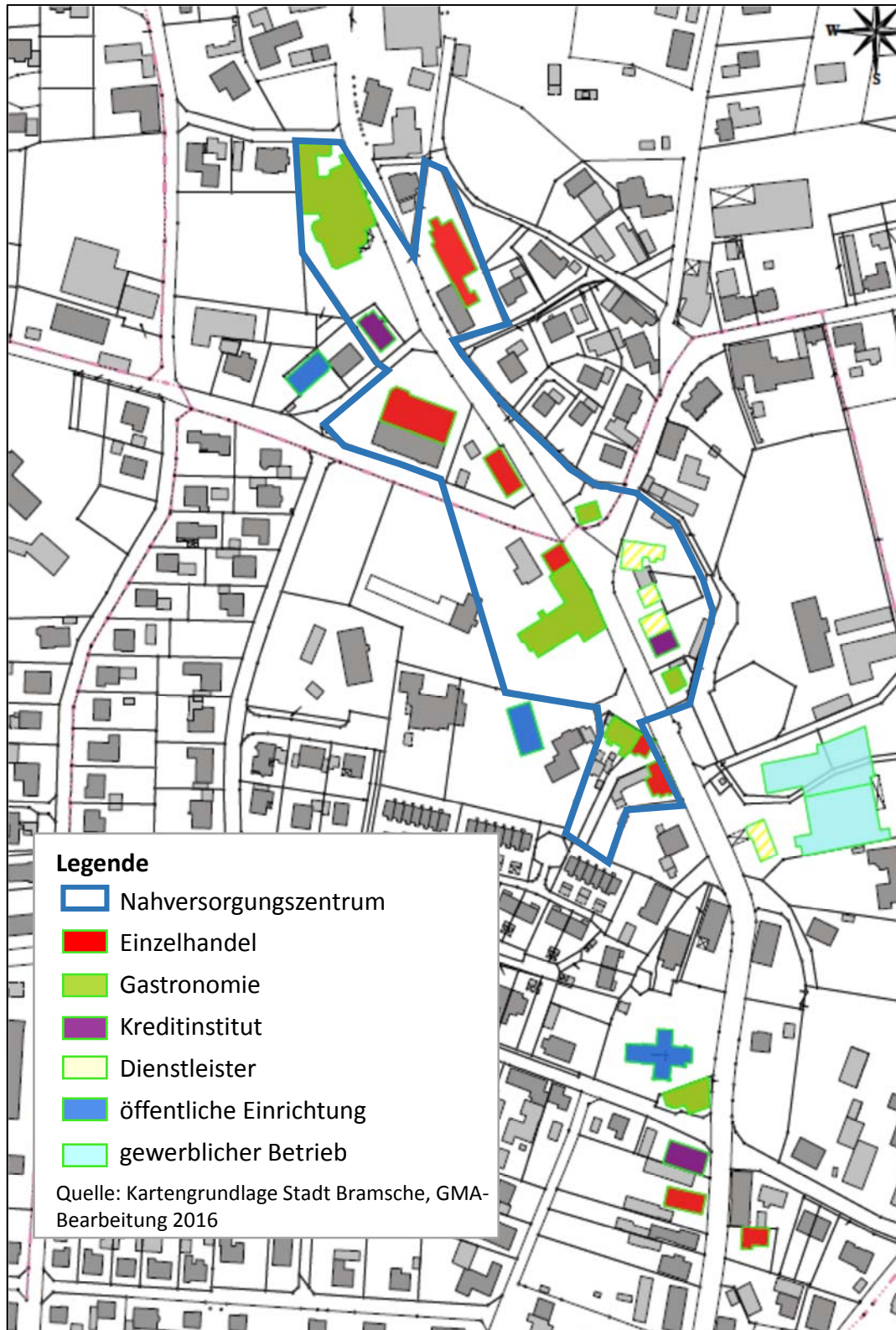
erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

Aufgrund der Vielzahl an unterschiedlichen Nutzungen aus Einzelhandel, Gastronomie, privaten Dienstleistern (Fahrschule, Friseur, Kosmetikstudio), Filialen von Kreditinstituten (Sparkasse, Volksbank, OLB) und Tankstelle / Autohaus ist ein sog. Nahversorgungszentrum „Ortsmitte Engter“ i. S. eines Zentralen Versorgungsbereichs auszumachen. Dieses Nahversorgungszentrum erstreckt sich entlang der Straßen „Im alten Dorf“, welche die Hauptdurchgangsstraße darstellt. Der überwiegende Teil der Nutzungen ist zwischen dem Saalbetrieb Rother (ab Einmündung Unnerdorpweg) bis hin zur Rothert's Backstube, Blumengeschäft vorhanden. In Richtung Wallenhorster Straße bzw. Schleptruper Straße wird der Geschäftsbesatz u.a. durch das langgezogene Areal der Kirche unterbrochen. Innerhalb des Nahversorgungszentrums stellt der großflächige Markant Supermarkt den einzigen Frequenzbringer dar. Von dessen Kundenfrequenz profitieren auch die kleineren Geschäfte bzw. Dienstleister.

Als **dezentrale Agglomerationen** sind die Standortbereiche Meyers Tannen, das Fachmarktzentrum Engter Straße und Struwen Eck zu nennen. Der größte zusammenhängende Fachmarktstandort befindet sich im Bereich der Engter Straße / Meyers Tannen. Hier sind das SB-Warenhaus famila und eine Aldi-Filiale im Verbund mit dem Sonderpostenmarkt Posten Börse ansässig. Im rückwärtigen Bereich sind Hagebau sowie ein Fachmarkt für Gartenbedarf / Tierbedarf lokalisiert. Im weiteren Verlauf stadtauswärts wurde eine Verbundlage (Hoffmann Getränkemarkt, Fachmarkt für Tierbedarf, Dänisches Bettenlager) neu entwickelt.

In den Stadtteilen beschränkt sich das Einzelhandelsangebot auf wenige Einzelhandelbetriebe. In Achmer und in Engter sind überwiegend Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorhanden. In Achmer sichert der Nah&Frisch-Supermarkt und in Engter der Markant-Supermarkt die Grundversorgung. Diese Supermärkte sind in städtebaulich integrierter Lage lokalisiert und für die quartiersnahe Versorgungsfunktion dieser Stadtteile ausgesprochen wichtig. In Hesepe sind ein NP-Discounter (zugehörig zur Edeka Minden) in Wohngebietslage und der Thomas Philipps Sonderpostenmarkt in Gewerbegebietslage die größten Betriebe.

Karte 2: Nutzungen und Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Engter



3. Daten zu den Vorhaben

3.1 Vorhaben mit Sortimentsschwerpunkt im Lebensmitteleinzelhandel

3.1.1 Betriebstypendefinitionen im Lebensmittelsektor

Zur Einordnung der Planungen werden ausgewählte Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel dargestellt³:

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁴ anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment² sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁵ führt.

Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

3.1.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.600 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.100 Artikel vor. Bei allen drei Betriebstypen liegt der Schwerpunkt auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscounter ein Viertel der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen ist, liegt der Umsatzschwerpunkt eindeutig im Food-Bereich ca. 80 %⁶. Der durchschnittliche Umsatzanteil des Nonfood II-Sortiments liegt nur bei ca. 8 % bei Lebensmitteldiscountern⁷.

³ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2014, S. 317.

⁴ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁵ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

⁶ Der Umsatzanteil von Lebensmittelvollsortimentern im Lebensmittelbereich liegt je nach Anbieter bei ca. 85 – 90 %.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten 2014.

Tabelle 2: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Warengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 745 m² VK)		Supermarkt (Ø 960 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.415 m² VK)	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	Absolut	in %	absolut	in %
Food	1.584	75	8.760	76	15.740	63
Nonfood I	273	13	2.010	17	4.810	19
Nonfood II	264	12	840	7	4.480	18
Nonfood insgesamt	537	25	2.850	24	9.290	37
Insgesamt	2.121	100	11.610	100	25.030	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2014.

3.1.3 Vorhaben im Lebensmittelsektor

Für die **Aldi-Filiale** ist eine Erweiterung von derzeit ca. 800 m² auf ca. 1.200 m² Verkaufsfläche geplant. Ähnliche Erweiterungen werden bundesweit derzeit geplant bzw. umgesetzt. Mit diesem neuen Immobilientyp werden im Aldi-Discounter großzügigere Verkehrs- und Gangflächen geschaffen, so dass die Kundenfreundlichkeit erhöht und ein alten- und behindertengerechtes Einkaufen ermöglicht wird. Diese Ziele verfolgen derzeit alle führenden Lebensmittelketten deutschlandweit. Zudem spielt die optimierte Warenpräsentation und -logistik sowie die Minderung der Energiekosten durch ökologische Bauweise eine zunehmende Rolle. Die Bestückungsmöglichkeit des Verkaufsraums mit Hubwagen und Paletten reduziert die Lieferintervalle und vereinfacht erheblich die Arbeitsabläufe für das Personal durch weniger Einräumen der Waren in die Regale. Letztlich bedeutet die Vergrößerung des Verkaufsraums auch eine Umwandlung von Lager- in Verkaufsfläche. Eine Erweiterung des Sortiments ist nicht vorgesehen, d. h. in der erweiterten Filiale von Aldi wird ein Sortiment von rd. 800 Artikeln (ohne wöchentliche Aktionswaren) wie bisher geführt.

Foto 1: Aldi Engter Straße**Foto 2: Posten Börse**

GMA-Aufnahmen 2016

Die Erweiterung ist im Rahmen einer Umstrukturierung des gesamten Standortbereiches vorgesehen. Für die Erweiterung von Aldi wird der jetzige Gebäudekomplex der Bäckerei benötigt, diese entfällt zukünftig. Das Gebäude der Posten Börse soll abgerissen und in Richtung familia

neu errichtet werden, was zu Lasten von Stellplätzen geht. Parallel soll die Verkaufsfläche auf 1.000 m² erhöht werden.

Die aktuelle Planung von **famila** sieht eine Verkaufsfläche von ca. 4.500 m² (inkl. Mall / Windfang) vor, so dass die im B-Plan Nr. 114 festgesetzte Verkaufsfläche von 4.200 m² überschritten werden soll. In der Vorkassenzone sind die für große Supermärkte üblichen Betriebe vertreten, wie Bäckerfiliale (ca. 50 m² VK), Blumenfilialist (ca. 110 m² VK), Toto / Lotto, Tabakwaren (ca. 30 m² VK). Bei der Bäckereifiliale kommt die gastronomische Fläche für das Café hinzu. Die Vorkassenzone bleibt unverändert.

Foto 3: famila, Engter Straße



Foto 4: Getränkemarkt Famila, Engter Straße



GMA-Aufnahmen 2015

Famila wird derzeit auf ca. 4.200 m² Verkaufsfläche mit Getränkemarkt betrieben, wobei der Angebotsschwerpunkt auf den periodischen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung, Blumen, Schreibwaren) entfällt. Mit dieser Planverkaufsfläche ist das Vorhaben dem Betriebstyp Großer Supermarkt zuzuordnen.

Tabelle 3: Branchenübliche Aufteilung der Verkaufsfläche des Großen Supermarktes „famila“

Daten	Verkaufsfläche	
	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3.250	77
Drogerie, Wasch- / Putz- / Reinigungsmittel	400	10
Tiernahrung	100	2
Zeitschriften, Schreibwaren	50	1
Bekleidung	50	1
Elektrowaren	150	4
Haushaltswaren	150	4
Fahrrad- / Autozubehör	50	1
Summe	4.200	100

GMA Zusammenstellung nach branchenüblichen Verkaufsflächen

Auch die beabsichtigte Ansiedlung des Netto ist dem Betriebstyp des Discounters zuzurechnen; hier sollen ca. 1.100 m² VK neu entstehen.

3.2 Vorhaben Sonderpostenmarkt

3.2.1 Betriebstyp Sonderpostenmarkt

Sonderpostenmärkte stellen eine Sonderform unter den Betriebstypen des Einzelhandels dar, so dass eine allgemeingültige Definition des Betriebstyps in der Handelswissenschaft nicht vorliegt. Das Sortiment des Sonderpostenmarktes ist vorrangig durch Konsumgüter mit zeitlich begrenzter (z. B. saisonaler) Nachfrage, u. a. bei Oberbekleidung, Schuhe, Accessoires und Deko, Gartenbedarf bestimmt. Das Sortiment lässt sich allerdings aufgrund häufig wechselnder Sortimentszusammenstellungen nicht allgemeingültig darstellen bzw. eingrenzen (Multisortimenten). Die Entwicklung der Sonderpostenmärkte resultierte daraus, dass Händler und Hersteller neue Absatzwege für Überproduktionen, Retouren usw. erschließen wollten. Gleichzeitig entwickelten sich aufgrund des gestiegenen Preisbewusstseins breiter Bevölkerungsschichten neue Käuferschichten. Zu den Zielgruppen gehören nicht nur preisorientierte Billigkäufer, sondern auch Schnäppchenjäger und sog. Smart Shopper, die überall dort einkaufen, wo es preisgünstige Gelegenheiten gibt.

Ein Restposten- oder Sonderpostenmarkt ist als discountorientierter Fachmarkt einzustufen, welcher nicht an speziellen Warengruppen oder Bedarfsbereichen ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art anbietet. Bekannte Vertreter dieses Betriebstyps sind u. a. auch Mäc-Geiz, T€Di, REPO, Posten Börse oder Thomas Philipps. Die Verkaufsflächen variieren stark und liegen zwischen 300 und 3.000 m².

Diese Märkte konkurrieren mit ähnlichen strukturierten Betrieben und besonders mit den Randsortimentsabteilungen von bspw. Möbelhäusern und Baumärkten, welche vergleichbare Produkte in ähnlichen Preiskategorien anbieten. Weiterhin siedeln diese sich meist im Umfeld anderer Einzelhandelsbetriebe an und nutzen deren Kundenfrequenz. Demnach gelten sie als sog. Frequenz**nutzer**, nicht als Frequenz**bringer**, da sie i. d. R. auch keine eigenständige überörtliche Bedeutung entfalten⁸. In der Regel können – je nach Gesamtverkaufsfläche und Standort – Umsätze / m² VK zwischen 1.000 und 1.500 € pro m² angesetzt werden. Diese eher geringe Raumleistung ist auf die Rolle des Sonderpostenmarktes als Frequenznutzer (andere Handelsbetriebe im Umfeld) zurückzuführen.

3.2.2 Vorhaben Posten Börse

Die **Posten Börse** wird aktuell auf ca. 750 m² Innenverkaufsfläche und – je nach Saison – ca. 70 – 100 m² Freifläche direkt vor den Eingangsbereich betrieben. Auch in diesem Fall wird die Erweiterung auf ca. 1.000 m² VK primär durch eine verbesserte Warenpräsentation und ein bequemes Einkaufen, z. B. durch breitere Gänge und eine größere Kassenzone (momentan ca. 20 m², perspektivisch ca. 60 m²) begründet.

⁸ Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, BBE.

Da es sich um einen Sonderpostenmarkt handelt, für welchen wechselnde Sortimente bezeichnend sind, kann die exakte Zahl aller geführten Artikel nicht beziffert werden. Nach Angaben der Fa. Posten Börse umfasst das Warensortiment ca. 12.000 – 13.000 Artikel. Der Schwerpunkt des Sonderpostenmarktes liegt auf den nicht zentrenrelevanten Sortimenten Heimwerkerartikel, Werkzeuge, Farbe, Lacke, Fahrräder (inkl. Zubehör), Autozubehör, Gartenbedarf, Gartenmöbeln und Pflanzen / Zubehör. Diese Sortimente werden auf einer Verkaufsfläche von ca. 300 – 400 m² zzgl. Freifläche geführt.

Die zentrenrelevanten Sortimente Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Keramik, Dekorationsartikel machen etwa 150 - 200 m², Spielwaren etwa 10 m² und Bekleidung / Schuhe etwa 120 m² aus. Nahversorgungsrelevante Sortimente (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren) werden allenfalls randlich auf ca. 100 m² VK geführt. Das Hauptgeschäft der Posten Börse findet in den Frühjahrs- und Sommermonaten statt, wo der Fokus primär auf Gartenmöbel / -zubehör, Gartengeräte, Grillgeräte / -zubehör sowie Pflanzkübel jeglicher Art ausgerichtet ist. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Verkauf von saisonalen Balkon- und Beetpflanzen.

II. Relevante Angebotssituation

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Im Mai bzw. Dezember 2015 wurden die Wettbewerber in Bramsche und in den relevanten Umlandgemeinden erhoben (Drogeriemärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Nahversorger, Bäcker, Fleischer, Fachgeschäfte). Im Dezember 2015 wurden ergänzend die für das Sortiment des Sonderpostenmarktes wesentlichen Anbieter in Bramsche und im Umland erhoben.

2. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Bramsche

In der **Innenstadt** (zentraler Versorgungsbereich) sind ein Rossmann Drogeriemarkt, eine Parfümerie, ein großflächiger K+K Supermarkt, verschiedene Betriebe des Ladenhandwerks (Bäcker, Fleischer), auf Teilsortimente spezialisierte Fachgeschäfte (z. B. Weine, Feinkost, Confiserie) zwei Apotheken und ein Blumenfachgeschäft ansässig. In der Innenstadt liegt im periodischen Bedarf eine Verkaufsfläche von ca. 2.800 m² vor.

Außerhalb der Innenstadt sind an den Sonderstandorten in der **Engter Straße** bzw. **Meyers Tannen** eine der beiden Aldi-Filialen, eine Bäckerfiliale und Fachmärkte (Getränke Hoffmann, Fressnapf und Garten / Tierfachmarkt) lokalisiert. An den beiden Sonderstandorten Engter Straße und Meyers Tannen beläuft sich die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf aktuell auf ca. 2.400 m². Im **Nahversorgungszentrum Gartenstadt** sind der Edeka-Supermarkt und kleinteilige Betriebe lokalisiert. Ergänzt wird das Angebot im periodischen Bedarf durch den Edeka-Getränkemarkt, welcher nicht an den Supermarkt direkt angegliedert ist, sondern etwa 200 m entfernt liegt, und kleinteilige Betriebe (Apotheke, Ladenhandwerk, Blumen). Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf summiert sich im Nahversorgungszentrum Gartenstadt auf ca. 1.600 m².

Weitere Lebensmittelmärkte sind in **Streulagen im Stadtgebiet** vorzufinden, so die Lebensmitteldiscounter Lidl, Aldi in der Lindenstraße, der K+K Supermarkt, die Nahversorger (nah & gut, NP, nah & frisch), der Markant Supermarkt in Engter, Getränkemärkte, Apotheken, Ladenhandwerk und Tankstellenshops. In Tabelle 4 sind die strukturprägenden Angebote zusammengefasst.

Foto 5: K+K, Innenstadt**Foto 6: Edeka Gartenstadt****Foto 7: Markant, Engter****Foto 8: Fachgeschäfte Innenstadt**

GMA-Aufnahmen 2015

Tabelle 4: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Bramsche

Standort	Wettbewerber	Betriebstyp	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
ZVB ¹ Innenstadt	K+K	Supermarkt	1.600
	Rossmann	Drogeriemarkt	740
NVZ ² Gartenstadt	Edeka	Supermarkt	960
	Edeka	Getränkemarkt	420
Meyers Tannen	Aldi	Discounter	850
Engter Straße	Hoffmann	Getränkemarkt	800
Lindenstraße	Aldi	Discounter	850
	Lidl	Discounter	900
	Getränkehaus	Getränkemarkt	350
Brucknerstraße	NP	Supermarkt	460
Schleptruper Straße	nah & gut	Supermarkt	300
Meyerhofstraße	K+K	Supermarkt	640
Engter (NVZ Engter)	Markant	Supermarkt	1.100
Hesepe	NP	Discounter	700
Achmer	nah & frisch	Supermarkt	600

¹ Zentraler Versorgungsbereich² Nahversorgungszentrum

GMA-Erhebung 05 / 2015. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

3. Bewertung der Angebotssituation im periodischen Bedarf

Im periodischen Bedarf wird in Bramsche ein Umsatz p. a. von ca. 65 – 66 Mio. € erwirtschaftet. Der Umsatzschwerpunkt entfällt auf die Sonderstandorte in der Engter Straße und Meyers Tannen sowie die Streulagen, v. a. Lindenstraße:

zentraler Versorgungsbereich Innenstadt:	ca. 10 – 11 Mio. €
Nahversorgungszentrum Gartenstadt:	ca. 5 – 6 Mio. €
Sonderstandorte Engter Straße / Meyers Tannen:	ca. 24 – 25 Mio. €
sonstige Lagen:	ca. 16 – 17 Mio. €
Engter:	ca. 3 – 4 Mio. €
weitere Ortsteile:	ca. 4 – 5 Mio. €.

Mit dem großen Supermarkt **famila** und den sechs weiteren Supermärkten K+K mit zwei Filialen, Edeka, Markant in Engter und nah&frisch in Achmer liegt für die über 31.500 Einwohner in Bramsche eine ausreichende Zahl an Supermärkten vor. Unter den Supermärkten weist der innerstädtisch gelegene K+K-Markt bedingt durch die fehlenden eigenen Kundenparkplätze und die fehlende Sichtbarkeit von den Hauptverkehrsachsen ungünstige Standortvoraussetzungen auf. Für die Innenstadt ist dieser Supermarkt allerdings als Frequenzbringer sehr wichtig, zumal wenige weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt ansässig sind. Hinsichtlich der Größe weist der Edeka Kuhlmann im Nahversorgungszentrum Gartenstadt mit einer Verkaufsfläche von unter 1.000 m² eine geringe Größe auf. Hinzu kommt, dass der Getränkemarkt separat und ca. 200 m entfernt liegt. Hier zeigt sich ein Anpassungsbedarf hinsichtlich eines moderneren Formats (Verkaufsfläche ca. 1.500 m² mit angegliedertem Getränkemarkt).

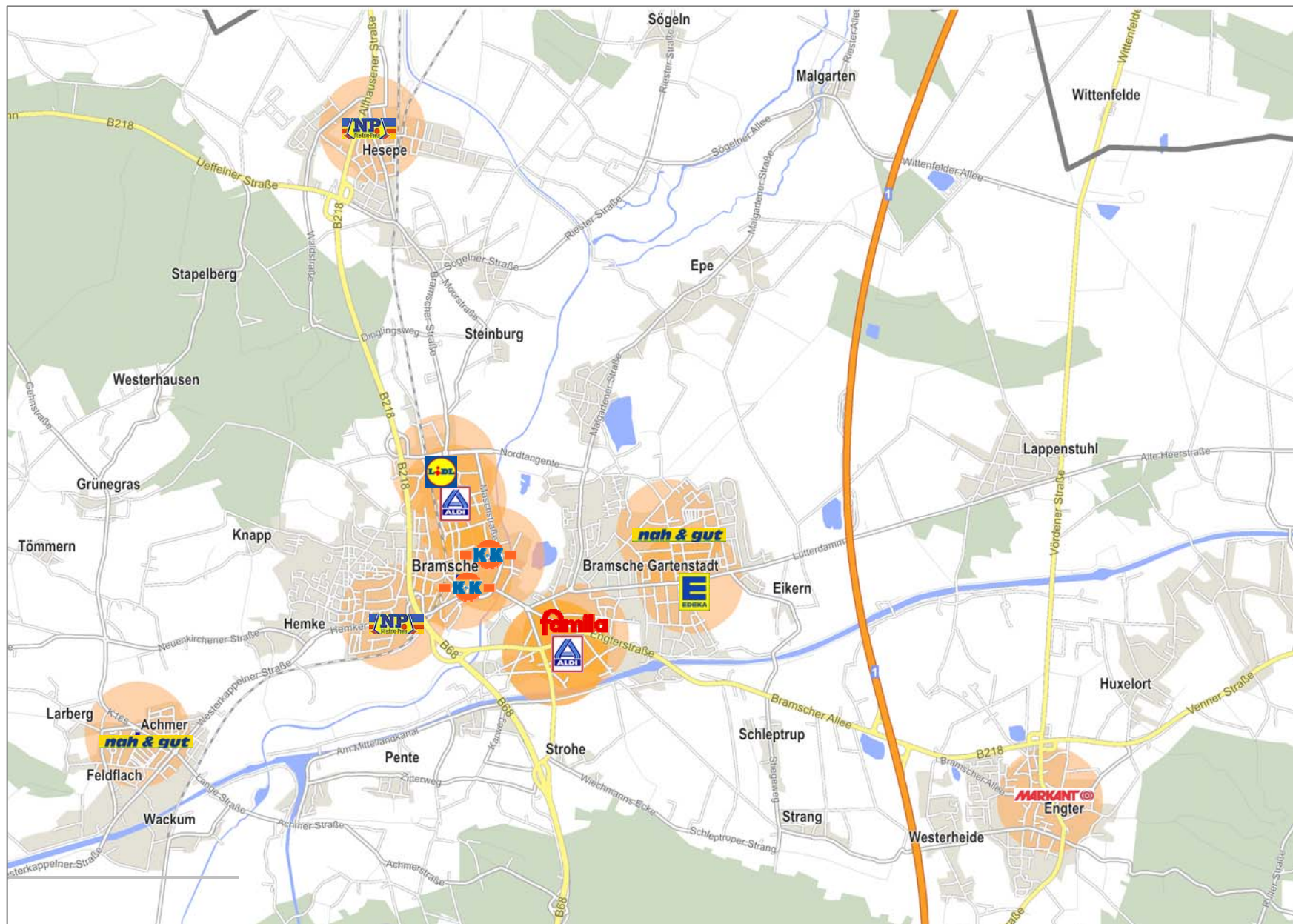
Im **Discountbesatz** sind Aldi (2 Filialen), Lidl und NP (2 Filialen) auch in ausreichender Zahl vertreten. Sowohl bei beiden Aldi-Filialen als auch bei der Lidl-Filiale liegen die Einheiten jeweils unter den seitens der Betreiber als zukunftsfähig angesehene Größenordnungen von ca. 1.100 – 1.200 m² bei Aldi und von ca. 1.300 – 1.400 m² bei Lidl⁹.

3.1 Lupenbetrachtung: Markant Engter

Beim **Markant-Supermarkt** in Engter handelt es sich zwar mit ca. 1.000 m² VK um ein marktgängiges Format, wenngleich die Mantelbevölkerung in Engter selbst mit ca. 2.700 Einwohnern ausgesprochen gering ausfällt. Um die Versorgungsbedeutung des Markant-Supermarktes bestimmen zu können, erfolgte am Freitag (23.10.2015) und am Samstag (24.10.2015) eine Befragung¹⁰ der Markant-Kunden nach deren Wohnort innerhalb des Marktes. Damit konnte sichergestellt werden, dass es sich tatsächlich um Kunden handelt. Insgesamt wurden 402 Kunden befragt, davon kamen 360 Kunden bzw. ca. 90 % aus der Stadt Bramsche.

⁹ Lidl strebt z. T. in norddeutschen Mittelzentren bereits Einheiten von ca. 1.500 m² an.
¹⁰ Freitagnachmittag von 15:00 bis 18:00 Uhr und Samstag vormittags von 10:00 bis 13:00 Uhr.

Karte 3: Quartiersnahe Versorgungsstruktur in Bramsche



Legende

500-m-Radius

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

42 Kunden kamen aus weiteren Kommunen des Landkreises Osnabrück, so insbesondere aus Belm. Weitere 10 Kunden kamen aus weiter entfernt liegenden Kommunen¹¹.

Setzt man die Kundenzahl in Relation zur jeweiligen Einwohnerzahl so ergibt sich die sog. Kundendichte (Kunden je 1.000 Einwohner). Die Kundendichte fällt jeweils in der Standortgemeinde am höchsten aus, so auch bezogen auf Engter. Deutliche Verflechtungen zeigen sich mit Kunden aus Evinghausen, Kalkriese, Schleptrup und Lappenstuhl.

Tabelle 5: Kundenherkunft beim Markant-Supermarkt in Engter

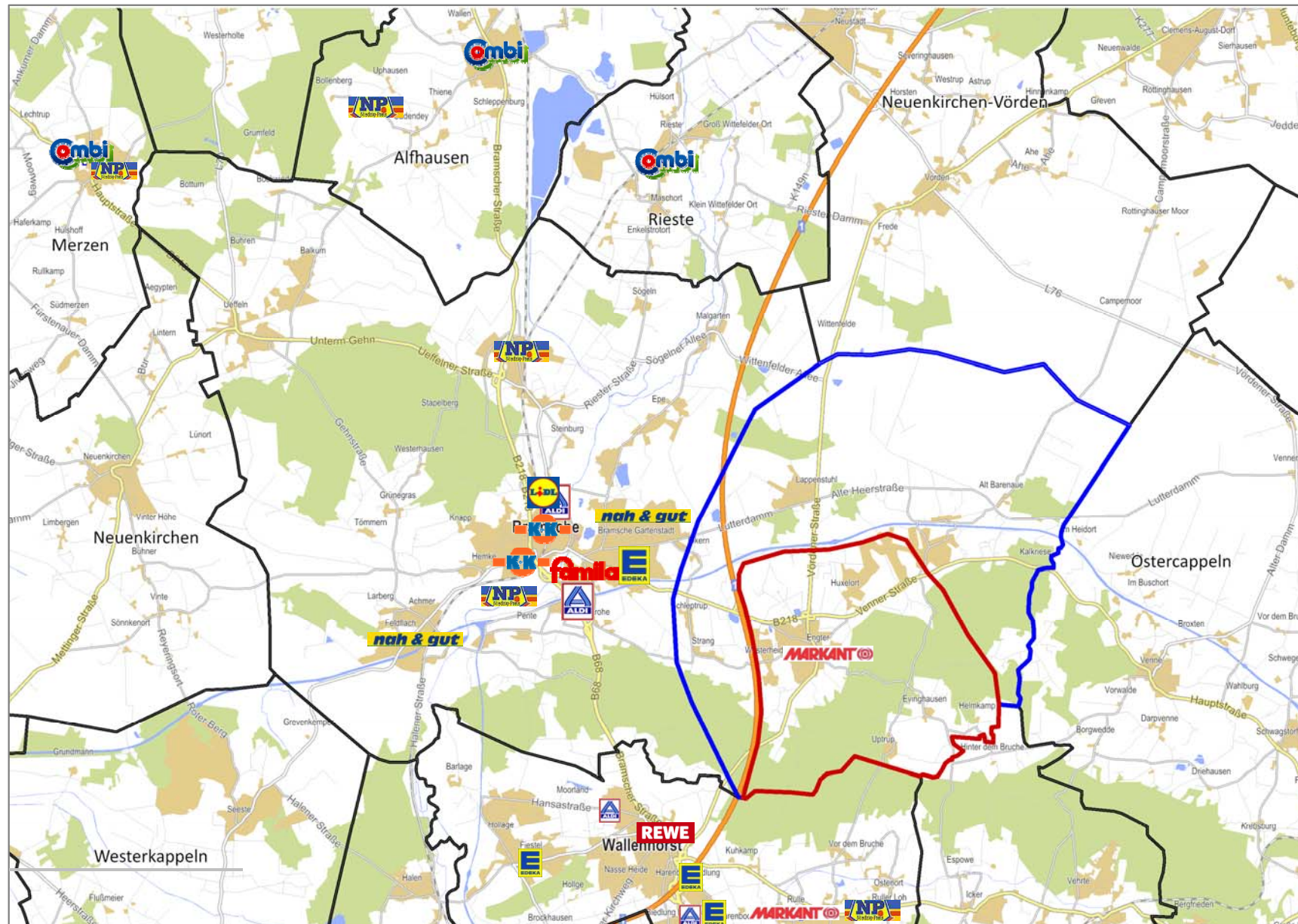
Wohnorte	Kunden	Einwohner	Kunden / 1.000 Einwohner
Engter	236	2.702	87
Evinghausen	12	258	47
Kalkriese	30	867	35
Schleptrup	34	1.615	21
Lappenstuhl	18	1.030	17
Kernstadt	27	13.195	2
Hesepe	1	4.414	0
Sögel	1	789	1
Ueffeln	1	1.256	1
Belm, Icker	13	-	-
Wallenhorst	5	-	-
Bersenbrück, Rieste	4	-	-
Ostercappeln	3	-	-
Osnabrück	3	-	-
Neuenkirchen	2	-	-
Bad Rothenfelde	1	-	-
Bohmte	1	-	-
Sonstige	10	-	-
Insgesamt	402		

GMA Erhebung 10 / 2015

Wie die Befragung zeigt, sind primär Kunden aus Engter, Evinghausen und Kalkriese auf den Markant-Supermarkt ausgerichtet. Der Markant-Supermarkt übernimmt damit eine Versorgungsfunktion für diese Ortsteile und damit für ca. 3.800 Einwohner (sog. Mantelbevölkerung). Zum weiteren Einzugsgebiet von Markant sind die Stadtteile Schleptrup und Lappenstuhl mit ca. 2.650 Einwohner zu rechnen. Mit ca. 3.800 Einwohner ist im engeren Einzugsgebiet für die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Supermarktes ein geringes Einwohnerpotenzial vorhanden.

¹¹ Kiel, Essen, Peine, Ibbenbüren, Westerkappeln, Lotte, Dinklage, Damme.

Karte 4: Das Einzugsgebiet des Markant Supermarktes in Engter



Legende

- Zone I
- Zone II

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

Der Markant Supermarkt ist für die quartiersnahe Versorgung umliegender Stadtteile sehr wichtig, da es aufgrund der geringen Einwohnerzahl in Evinghausen und Lappenstuhl nicht möglich ist, Angebote im Lebensmittelektor zu entwickeln. Insofern ist die Sicherung des Fortbestands des Markant-Supermarktes in Engter für die Versorgungsstruktur von erheblicher Bedeutung. Im Falle einer deutlichen Intensivierung der Wettbewerbssituation in Nähe dieses Supermarktes ist von dessen Schließung auszugehen. Eine Nachbelegung durch einen weiteren Lebensmittelmarkt dürfte sich angesichts des sehr begrenzten Einwohnerpotenzials bzw. der begrenzten Nachfrage schwierig gestalten.

3.2 Weitere Versorgungslagen

In **Rieste** ist der Combi-Markt zu nennen, während die weiteren ansässigen Einzelhandelsbetriebe kleinflächig sind. Im Zentrum liegt die Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² bei Nahrungs- und Genussmitteln. In Bersenbrück sind im vergangenen Jahr der Combi Supermarkt (ca. 1.900 m² VK) in innerstädtischer Lage und Kaufland (ca. 2.800 m² VK) in dezentraler Lage „ans Netz“ gegangen).

In **Alfhausen** ist ebenfalls Combi mit ca. 1.000 m² Verkaufsfläche vertreten. In **Merzen** sind Combi (ca. 1.470 m² VK) sowie ein NP-Discounter mit ca. 760 m² strukturprägend.

In **Wallenhorst** liegt ein umfangreiches Angebot an großflächigen Supermärkten, insbesondere der Edeka-Gruppe, und Discountern vor:

- /// Edeka Dütmann mit ca. 2.300 m² VK
- /// Edeka Kuhlmann mit ca. 2.000 m² VK
- /// Edeka mit ca. 1.400 m² VK
- /// Combi mit ca. 1.900 m² VK
- /// Rewe mit ca. 1.200 m² VK
- /// Markant mit ca. 650 m² VK
- /// Aldi, Hansastr. mit ca. 850 m² VK
- /// Aldi, Osnabrücker Str. mit ca. 850 m² VK
- /// NP mit ca. 700 m² VK.

4. Angebotssituation in den relevanten Nonfoodbranchen

Als Hauptwettbewerber für die Posten Börse ist der Sonderpostenmarkt Thomas Philipps in Hesepe in Gewerbegebietslage zu nennen. Dieser Sonderpostenmarkt wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 2.600 m² betrieben. Der Flächenschwerpunkt entfällt auf Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Dekorationsartikel. Je nach Saison schwankt diese Verkaufsfläche¹²

¹² 700 m² im September und über 1.000 m² im Dezember bedingt durch die Weihnachtsdekorationsartikel.

zwischen ca. 800 m² und ca. 1.100 m². Nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Schreibwaren, Tiernahrung) werden auf einer Verkaufsfläche von ca. 500 – 600 m² angeboten. Ein umfangreiches Angebot liegt im Bau- und Heimwerkerbedarf bzw. Gartenbedarf mit einer Verkaufsfläche von ca. 600 – 700 m² vor.

Mit Blick auf das nicht zentrenrelevante Hauptsortiment der Posten Börse (Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf, Gartenmöbel) sind folgende Wettbewerber in Bramsche zu nennen:

- /// hagebaumarkt mit ca. 8.600 m², Meyers Tannen
- /// Der grüne Laden, Fachmarkt für Garten- und Tierbedarf mit ca. 740 m² VK, Meyers Tannen
- /// Dänisches Bettenlager mit ca. 1.000 m² VK, Engter Straße
- /// Kunst und kreativ mit ca. 550 m² VK, Lindenstraße.

Das umfangreichste Angebot bei Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren und Wohnaccessoires mit über 1.000 m² Verkaufsfläche wird im Möbelhaus Hardeck vorgehalten.

III. Bewertung der raumordnerischen Ziele

1. Konzentrationsgebot

Zunächst ist zu bewerten, ob die jeweiligen Standorte von familia, Aldi / Posten Börse und der geplante Standort des Discounters den Vorgaben des sog. „Konzentrationsgebotes“ entspricht.

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot).“ (LROP Niedersachsen 2012, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 5)

Entsprechend des derzeit gültigen Regionalen Raumordnungsprogrammes (RROP 2004) des Landkreises Osnabrück (Teilfortschreibung Einzelhandel 2010) befinden sich die Standorte im zentralen Siedlungsgebiet i. S. des RROP ist daher das Konzentrationsgebot erfüllt.

2. Integrationsgebot

Zur Bewertung des Integrationsgebotes ist zu klären, wie der Standortbereich von familia und des Lebensmitteldiscounters einzuordnen sind:

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente innenstadtrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. (LROP Niedersachsen 2012, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 5)

Familia wurde in der Kernstadt an der Hauptdurchgangssachse Engter Straße in Ecklage zur Achse Meyers Tannen entwickelt. An das familia-Areal grenzt der Verbundstandort der Posten Börse und Aldi an, dieser erstreckt sich bis zur Osnabrücker Straße. Die Engter Straße und die Osnabrücker Straße stellen stark frequentierte Hauptverkehrsachsen dar, während die Achse Meyers Tannen die Betriebe des Gewerbegebietes u. a. Kfz-Handel bzw. des großflächigen Einzelhandels, u. a. Hagebau, Fachmarkt für Gartenbedarf erschließt. Das Standortumfeld wird durch großflächigen Einzelhandel geprägt. Entlang der Engter Straße erstreckt sich der innerstädtische Friedhof. Direkt davor gelagert ist eine relativ große Esso-Tankstelle.

Der Standortbereich von familia, Posten Börse und Aldi ist städtebaulich nicht integriert, ist aber an innerörtliche Buslinien angebunden. Das Integrationsgebot wird nicht erfüllt, wenngleich es sich bei diesen drei Vorhaben um die Erweiterung von seit Jahren ansässigen Einzelhandelbetrieben handelt.

Im weiteren Verlauf der Engter Straße befindet sich stadtauswärts in Richtung Schleptrup die Verbundlage des Dänischen Bettenlagers (ca. 1.000 m² VK), Fressnapf (ca. 400 m² VK) und Hoffmann Getränke (ca. 800 m² VK). Gegenüber diesen Fachmärkten besteht eine zwischenzeitlich brachgefallene Fläche, auf welcher ein **Lebensmitteldiscounter** errichtet werden soll. Das

Standortumfeld wird im rückwärtigen Teil durch gewerbliche Betriebe geprägt, der Gebietscharakter entlang der Engter Straße ist eher als Gewerbegebietslage einzuordnen. Auf der gegenüberliegenden Seite der Engter Straße ist ein z. T. verdichtetes Wohngebiet (Mehrfamilienhausbebauung) vorhanden. Es besteht ein fußläufiger Durchgang von der Engter Straße in die Tilsiter Straße.

Aufgrund des Gebietscharakters und der Lage an einer stark befahrenen Ausfallachse handelt es sich nicht um einen integrierten Standort. Das Integrationsgebot wird an diesem Standortbereich nicht erfüllt.

Foto 9: Engter Straße 4



GMA-Aufnahmen 2015

Foto 10: Verbundstandort Dänisches Bettenlager, Getränkemarkt, Fressnapf



3. Kongruenzgebot

Im Entwurf einer Verordnung zur Änderung der Verordnung über das LROP 2015 wird das Kongruenzgebot im Vergleich zu 2012 deutlich verändert. Es handelt sich um ein in Aufstellung befindliches Ziel der Raumordnung¹³. Bezüglich des Kongruenzgebotes¹⁴ in einem Mittelzentrum wird folgendes ausgeführt:

„In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente das Gemeinde- oder Stadtgebiet als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).

In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch).

Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 – 4 ist gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.

¹³ Auch als Solches ist es im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

¹⁴ LROP Niedersachsen 2012, Kap. 2.3, Abs. 3.03.

Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere

- der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte,
- der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte,
- von grenzüberschreitenden Verflechtungen und
- der Marktgebiete auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte

zu ermitteln.

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

Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs- / Genussmittel und Drogeriewaren. Aperiodische Sortimente sind Sortimente mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel“.

Die Prüfung des Kongruenzgebotes erfordert die Abgrenzung des jeweils erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des relevanten Kaufkraftpotenzials. Basierend darauf erfolgt eine Prognose zum Umsatz und zur Umsatzherkunft für die Vorhaben.

3.1 Einzugsgebiet der Vorhaben und Kaufkraft

3.1.1 Einzugsgebiet der Vorhaben familia, Aldi, Posten Börse

Zur Abgrenzung der Einzugsgebiete für die Vorhaben wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Angaben der Fa. Bünting, Aldi und der Posten Börse, Wohnorterhebung bei Aldi
- /// Projektkonzeption (u. a. Dimensionierung zum Einzugsgebiet, Sortimentsstruktur) von familia, Aldi, Posten Börse bzw. eines Lebensmitteldiscounters
- /// Erreichbarkeit der Standorte für potenzielle Kunden unter Berücksichtigung verkehrlicher Bedingungen
- /// Fahrdistanzwerte
- /// relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum.

Familia ist in Bramsche und in den angrenzenden Umlandgemeinden der größte Lebensmittelmarkt, so dass ein übergemeindliches Einzugsgebiet erschlossen wird. In Richtung Bersenbrück begrenzen die im vergangenen Jahr neu eröffneten großflächigen Formate Kaufland (ca. 2.800 m² VK) und Combi (ca. 1.900 m² VK) das Einzugsgebiet. Da in Wallenhorst im Lebensmittelsektor ebenfalls großflächige Supermärkte, v. a. Edeka (E-Center Dütman, Edeka Kuhlmann) und Combi vertreten sind, wird Wallenhorst nicht zum Einzugsgebiet gerechnet. Aufgrund derselben

Standortlage ist für die Aldi Filiale und die Posten Börse von einem Einzugsgebiet auszugehen, welches dem von familia entspricht. Zusätzlich erfolgte eine Wohnorterhebung der Kunden der Aldi-Filiale in der Engter Straße¹⁵. Demnach kamen von den 223 Kunden etwa 90 % aus der Stadt Bramsche, während aus dem Umland Kunden aus Rieste, Alfhausen am häufigsten vertreten waren.

Tabelle 6: Kundenherkunft bei der Aldi-Filiale in der Engter Straße

Orte / Stadtteile	Kunden	Einwohner	Kunden / 1.000 Einwohner
Kernstadt	151	13.195	11
Engter	21	2.702	8
Kalkriese	5	867	6
Lappenstuhl	5	1.030	5
Evinghausen	1	258	4
Schleptrup	3	1.615	2
Epe	3	1.630	2
Sögel	1	789	1
Achmer	3	3.312	1
Pente	1	910	1
Hesepe	7	4.414	2
Summe Bramsche	201	0	0
Lotte	3		
Rieste, Alfhausen	5		
Wallenhorst	1		
Vörden	2		
Ankum	1		
Ostercappeln	1		
Sonstige	9		
Summe Auswärtige	22	0	0
Insgesamt	223	0	0

GMA-Erhebung 10 / 2015

Das Einzugsgebiet von familia, Aldi und der Posten Börse umfasst die Stadt Bramsche und Rieste, Alfhausen, Merzen mit zusammen ca. 42.640 Einwohnern¹⁶:

	Zone I	Bramsche	ca. 31.480 Einwohner
	Zone II	Rieste, Alfhausen, Merzen	ca. 11.160 Einwohner.

¹⁵ Samstag, 31.10.2015, 08.00 – 10.00 Uhr.

¹⁶ Quelle: LSN, Stand: 30.06.2015.

3.1.2 Einzugsgebiet des Vorhabens Discounter Engter Straße

Im Vergleich zu famila, Aldi, Posten Börse ist für den geplanten Lebensmitteldiscounter in der Engter Straße von einem deutlich kleineren Einzugsgebiet auszugehen, da

- / das Vorhaben auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.050 m² insgesamt rd. 4.000 Artikel anbietet und damit die Sortimentstiefe und –breite im Vergleich zu einem großen Supermarkt wie famila deutlich geringer ist. Insofern fällt auch die räumliche Sogkraft eines Discounters im Vergleich zu einem großen Supermarkt deutlich geringer aus
- / der Standortbereich von famila, Aldi, Posten Börse schon allein aufgrund der Anzahl an Betrieben und der Nähe zu Hagebau bzw. zum Fachmarkt für Tierbedarf / Gartenbedarf viele Verbundmöglichkeiten bietet
- / es sich bei famila, Aldi, Posten Börse um eine bereits seit Langem etablierte Einkaufslage handelt
- / ein weiterer Netto Lebensmitteldiscounter in Alfhausen derzeit gebaut wird. Verbraucher aus Alfhausen und aus dem benachbarten Rieste müssen nicht extra nach Bramsche fahren, um bei Netto einkaufen zu können. Im Gegensatz dazu ist in Alfhausen und in Rieste kein großer Supermarkt, z.B. famila, ansässig. Alfhausen und Rieste gehören somit nicht zum Einzugsgebiet des Vorhabens.

Aufgrund der Lage des geplanten Netto-Discounters stadtauswärts in Richtung Schleptrup bzw. Engter ist dieser Standort sehr schnell aus diesen Stadtteilen zu erreichen. Sofern Verbraucher aus Schleptrup und aus Engter in einem Discounter einkaufen wollen, wäre der geplante Netto-Discounter quasi der nächst gelegene Discounter aus dieser Richtung kommend. Auch aus Evinghausen, Kalkriese oder Lappenstuhl ist der geplante Standort von Netto gut zu erreichen. Verbraucher aus den weiteren Stadtteilen von Bramsche, insbesondere aus den westlich und nördlich gelegenen Stadtteilen, würden zuerst an anderen Lebensmitteldiscountern vorbeifahren, bevor sie zum geplanten Netto-Standort kämen. Zu berücksichtigen ist zudem, dass ein Netto-Discounter im Vergleich zu den Marktführern unter den Discountern (Aldi und Lidl) i.d.R. ein räumlich kleineres Einzugsgebiet aufweist.

Vor diesem Hintergrund gehen wir von einem Einzugsgebiet für den geplanten Netto-Discounter aus, welches neben der Kernstadt Bramsche und dem Stadtteil Schleptrup (Zone I) auch die Stadtteile Engter, Evinghausen, Lappenstuhl und Kalkriese (Zone II) umfasst:

/	Zone I	Kernstadt Bramsche, Schleptrup	ca. 14.800 Einwohner
/	Zone II	Engter, Evinghausen, Lappenstuhl, Kalkriese	ca. 4.850 Einwohner

Insgesamt leben hier ca. 19.650 Einwohner. Neben Überschneidungen mit dem Einzugsgebiet des Markant-Supermarktes in Engter liegen auch Überschneidungen im Einzugsgebiet des Edeka-Marktes im Nahversorgungszentrum Gartenstadt vor, da der Edeka-Markt aufgrund der Entfernung auch Umsätze mit Verbrauchern aus Lappenstuhl und Kalkriese generiert.

3.2 Kaufkraft

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die Kaufkraft im Jahr 2014 pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.410 €¹⁷, davon entfielen auf den periodischen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- Apothekerwaren, Schreibwaren, Zeitschriften, Blumen, Tierbedarf) etwa 2.699 €.

Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau im Jahr 2014 in Bramsche bei 94,6 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (100,0 = Bundesdurchschnitt). Im überörtlichen Einzugsgebiet lagen ebenfalls unterdurchschnittliche Werte vor¹⁸, so in Rieste (92,3), in Alfhausen (91,3) und in Merzen (89,2).

Im Einzugsgebiet von famila, Aldi, Posten Börse leitet sich ein Kaufkraftpotenzial im periodischen Bedarf von ca. 107,7 Mio. € p. a. ab. Bezogen auf die aperiodischen Sortimente, welche üblicherweise in der Posten Börse geführt werden, sind die Pro-Kopf-Ausgaben mit ca. 1.466 € p. a. zu beziffern, davon

/// Bekleidung / Schuhe	ca. 691 €
/// Spielwaren	ca. 40 €
/// Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf	ca. 430 €
/// Haushaltswaren, GPK ¹⁹ , Wohnaccessoires	ca. 95 €
/// Heimtextilien (Gardinen / Zubehör)	ca. 81 €
/// Autozubehör / Fahrradzubehör	ca. 109 €.

Insgesamt steht im Einzugsgebiet der Posten Börse in diesen aperiodischen Sortimenten ein Kaufkraftvolumen von ca. 59,2 Mio. € p. a. zur Verfügung.

Im Einzugsgebiet des geplanten Discounters an der Engter Straße stehen im periodischen Bedarf ca. 50,2 Mio. € p. a. zur Disposition.

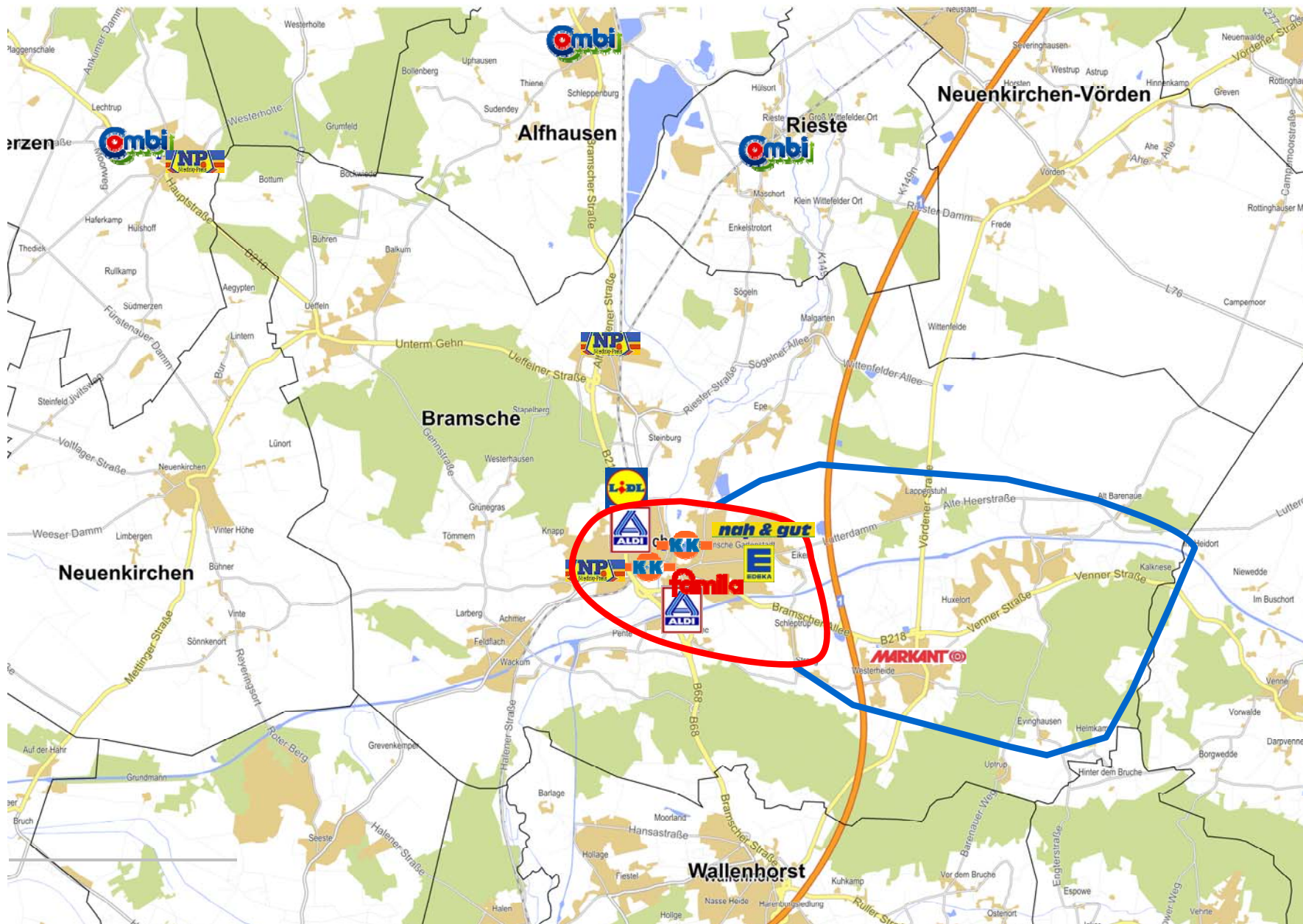
¹⁷ Ohne verschreibungspflichtige Medikamente bei Apotheken.

¹⁸ Quelle: MB Research 2014. Das Kaufkraftniveau wird auf der Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

¹⁹ Glas, Porzellan, Keramik.

32

Karte 6: Das voraussichtliche Einzugsgebiet des geplanten Lebensmitteldiscounters in der Engter Straße



Legende

- Zone I
- Zone II

3.3 Umsatzprognose und Umsatzherkunft

Zur Berechnung des voraussichtlichen Umsatzes der Vorhaben wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den Zonen des Einzugsgebietes²⁰. Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil der Kaufkraft an sich zu binden. Zudem lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts die perspektivische Umsatzherkunft ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens.

Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge zu. Es gibt keine Auskunft darüber, wo die Umsätze des Vorhabens bisher gebunden wurden und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Umsatzumlenkungen für das Vorhaben werden nachfolgend ausführlich behandelt.

3.3.1 Umsatzprognose

Erweiterungsvorhaben: famila, Aldi und Posten Börse

Für **famila** weist die Marktanteilsberechnung nach der angestrebten Erweiterung auf ca. 4.500 m² VK einen Umsatz von ca. 18,1 Mio. € aus, davon entfallen ca. 16,2 Mio. € auf den periodischen Bedarf.

Tabelle 7: Umsatzprognose für den erweiterten famila-Markt

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in Mio. €	Umsatz	
			in Mio. €	in %
periodischer Bedarf				
Zone I	80,4	15	12,1	74
Zone II	27,4	10	2,7	17
Einzugsgebiet	107,7	13 – 14	14,8	91
Streuumsatz			1,4	9
Summe			16,2	100
aperiodische Sortimente				
Zone I	39,2	3 – 4	1,4	72
Zone II	13,4	2 – 3	0,3	18
Einzugsgebiet	52,6	3	1,7	90
Streuumsatz			0,2	10
Summe			1,9	100

GMA-Berechnungen 12 / 2015, leichte Rundungsdifferenzen möglich

²⁰ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein, wie z. B. die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, verkehrliche Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

Für die Aldi Filiale wird der Umsatz mit ca. 5,7 Mio. € p. a. im periodische Bedarf prognostiziert.

Tabelle 8: Umsatzprognose für die erweiterte Aldi-Filiale im periodischen Bedarf

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			In Mio. €	In %
Zone I	80,4	5,5	4,4	77
Zone II	27,4	3,0	0,8	14
Einzugsgebiet	107,7	4,9	5,2	91
Streuumsatz			0,5	9
Summe			5,7	100

GMA-Berechnungen 12 / 2015, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Hinzu kommt der Umsatz der aperiodischen Sortimente, v.a. der Aktionswaren (ca. 1 Mio. €), so dass der Gesamtumsatz für die erweiterte Einheit mit ca. 6,7 Mio. € prognostiziert wird.

Da der Umsatzschwerpunkt der Posten Börse im aperiodischen Sortimentsbereich, so insbesondere im Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf liegt, bezieht sich die Prognose des Umsatzes nach dem Marktanteilkonzept auf diese Sortimente. Dieser Umsatz wird mit ca. 1,3 Mio. € p. a. prognostiziert.

Tabelle 9: Umsatzprognose für die erweiterte Posten Börse im aperiodischen Bedarf

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			In Mio. €	In %
Zone I	43,1	2,5	1,1	80
Zone II	16,1	1,0	0,2	12
Einzugsgebiet	59,2	2,1	1,2	93
Streuumsatz			0,1	7
Summe			1,3	100

GMA-Berechnungen 12 / 2015, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Zu berücksichtigen ist ein sehr geringer Umsatzanteil im periodischen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung) von ca. 0,1 Mio. €, so dass sich ein Gesamtumsatz von ca. 1,4 Mio. € ableitet.

3.3.2 Umsatzprognose

Neuansiedlung Lebensmitteldiscounter

Der Umsatz für den geplanten Lebensmitteldiscounter wird im periodischen Bedarf mit ca. 3,7 Mio. € prognostiziert.

Tabelle 10: Umsatzprognose für den geplanten Lebensmitteldiscounter im periodischen Bedarf

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			In Mio. €	In %
Zone I	37,8	7	2,6	72
Zone II	12,4	5	0,6	17
Einzugsgebiet	50,2	12	3,2	89
Streuumsatz			0,4	11
Summe			3,7	100

GMA-Berechnungen 12 / 2015, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Einschließlich des Umsatzanteils im aperiodischen Bedarf (ca. 0,5 Mio. €) ergibt sich ein Gesamtumsatz von ca. 4,2 Mio. €. Hierbei wurde berücksichtigt, dass als möglicher Betreiber des Lebensmitteldiscounters weder Aldi noch Lidl in Frage kommen. Dies ergibt sich aus der geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.100 m², welche unter der Verkaufsfläche bei Lidl (Neuansiedlungen: ca. 1.300 – 1.400 m² VK) liegt. Als möglicher Betreiber kommt Netto Markendiscount (zugehörig zur Edeka-Gruppe) theoretisch in Frage, da dieser Betreiber in Bramsche bisher noch nicht vertreten ist.

3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der Umsatzherkunft sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben wird das Kongruenzgebot für die **Erweiterungsvorhaben** wie folgt bewertet:

- / Das Einzugsgebiet von familia, Aldi und der Posten Börse umfasst Bramsche sowie angrenzende Gemeinden.
- / In den periodischen Sortimenten ist nach den landesplanerischen Vorgaben der grundzentrale Kongruenzraum, also nur die Stadt Bramsche, ausschlaggebend. Lediglich 30 % des Vorhabenumsatzes dürfen von außerhalb der Stadt Bramsche generiert werden. Bei familia und bei Aldi kommen etwa 74 % bzw. 77 % des Umsatzes aus Bramsche.
- / Familia erzielt seinen Umsatz zu über 70 % bei den sonstigen Sortimenten mit Kunden aus Bramsche.
- / Auch bei der Posten Börse wird der überwiegende Teil des Umsatzes (ca. 80 %) im aperiodischen Bedarf mit Kunden aus der Stadt Bramsche erzielt.

Das Kongruenzgebot wird in allen Sortimenten bei familia, Aldi und der Posten Börse eingehalten.

Bei der geplanten Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters kommen etwa 89 % des Umsatzes aus der Stadt Bramsche. Auch bei diesem Vorhaben wird das Kongruenzgebot eingehalten.

4. Beeinträchtungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Entwicklung, die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).“ (LROP Niedersachsen 2012, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 19)

Für die Prüfung des Beeinträchtungsverbotes sind die für die Vorhaben im Einzugsgebiet zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen zu ermitteln.

4.1 Wettbewerbliche Wirkungen

Zur Ermittlung der durch die Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells²¹ basiert. Im Wesentlichen fließen zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden:

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- der Distanzwiderstand, der sich aus der Distanz zwischen den einzelnen Wettbewerbsstandorten ergibt.

Bei familia handelt es sich um die Erweiterung von ca. 300 m², so dass der Mehrumsatz ausschlaggebend ist. Der Umsatz im periodischen Bedarf wird mit ca. 0,7 Mio. € p. a. prognostiziert. Für die Aldi Filiale wird der Mehrumsatz im periodischen Bedarf mit ca. 1,0 Mio. € beziffert. Insgesamt ist damit von einem Umsatz von ca. 1,7 Mio. € durch die beiden Erweiterungsvorhaben im periodischen Bedarf auszugehen.

Bei familia wird kein Mehrumsatz im aperiodischen Bedarf angenommen, da die geringe Erweiterungsfläche primär zur besseren Warenpräsentation, so insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, verwendet werden soll. Die Artikelzahl wird nicht erhöht, d. h. durch die geringe Erweiterung um ca. 300 m² ist von keiner deutlichen Attraktivitätssteigerung des familia Marktes auszugehen.

Die Posten Börse erwirtschaftet heute auf einer Verkaufsfläche von ca. 750 m² (nur innen) einen etwas überdurchschnittlichen Umsatz je m² Verkaufsfläche. Mit dem Neubau der Posten Börse und der Verkaufsflächenerweiterung wird eine bessere Präsentation der Waren, insbesondere der großvolumigen Artikel, angestrebt. Da die Artikelzahl nicht erhöht wird, kann nicht von einem gravierenden Mehrumsatz ausgegangen werden. Der Mehrumsatz wird mit ca. 0,2 – 0,3 Mio. € im aperiodischen Bedarf prognostiziert.

²¹ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol. 28, 1964 oder Heinitz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Um beurteilen zu können, ob aus den wettbewerblichen Auswirkungen auf die vorhandenen Betriebe städtebauliche Effekte entstehen können, wird der Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung als Hinweis herangezogen²². Dieser ist jedoch vor dem Hintergrund der örtlichen Gegebenheiten sowie möglicher Vorschädigungen der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche zu bewerten. Funktionsstörungen treten auf, wenn es infolge von Ladenleerständen zu einer Verringerung / Verschlechterung des Angebotes und der städtebaulichen Qualität kommt. Maßgeblich für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches sind Magnetbetriebe, von deren Kundenfrequenz umliegende kleinere Einzelhandelsbetriebe profitieren. Sofern Magnetbetriebe aufgrund von hohen Umsatzrückgängen durch ein neues Vorhaben geschlossen werden, können sich nachteilige Wirkungen auf das Umfeld ergeben.

4.2.1 Geplante Erweiterungen von familia, Aldi und der Posten Börse

Da es sich bei familia und Aldi um Betriebe handelt, deren Umsatzschwerpunkt im periodischen Bedarf liegt, werden die Auswirkungen, d. h. die Umsatzrückgänge nach Lagen, zusammen betrachtet. Ein Umsatz von ca. 1,7 Mio. € ist hinsichtlich der Umverteilung im periodischen Bedarf zu berücksichtigen. Differenziert nach Standortbereichen ergibt sich folgende Umsatzumverteilung:

/// Innenstadt, ZVB ²³ :	ca. 0,5 Mio. € bzw. ca. 4 – 5 %
/// Gartenstadt, NVZ ²⁴ :	ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 %
/// Streulagen in der Kernstadt:	ca. 0,6 Mio. € bzw. ca. 3 – 4 %
/// Engter:	< 0,1 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 %
/// sonstige Stadtteile:	< 0,1 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 %
/// Merzen, Alfhausen, Rieste:	ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 1 – 2 %.

Zu Lasten der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt und im Nahversorgungszentrum Gartenstadt werden im periodischen Bedarf Umsatzrückgänge von ca. 4 – 5 % bzw. ca. 2 – 3 % und damit deutlich unter 10 % ausgelöst. Eine Schließung des K+K Supermarktes ist nicht zu erwarten. Der Umsatzrückgang zu Lasten des Edeka-Marktes in der Gartenstadt erreicht ebenfalls nur eine geringe Größe, welchen dessen Fortbestand nicht gefährdet. Gleiches gilt für die weiteren Supermärkte, so insbesondere für den Markant-Markt in Engter, bzw. die weiteren Discounter. Das Beeinträchtigungsverbot wird bei der angestrebten Erweiterung von familia und Aldi im

²² Der 10 %-Schwellenwert geht auf eine empirische Langzeitstudie der GMA zum großflächigen Einzelhandel in Baden-Württemberg zurück, die dort u. a. im Auftrag der Industrie- und Handelskammern erstellt wurde.

²³ ZVB = zentraler Versorgungsbereich.

²⁴ NVZ = Nahversorgungszentrum.

periodischen Bedarf eingehalten. Es werden weder zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionsfähigkeit noch in ihren Entwicklungsmöglichkeiten beeinträchtigt.

In Bezug auf die **Posten Börse** betrifft der Umsatzrückgang primär den weiteren Thomas Philipps Sonderpostenmarkt in dezentraler Lage im Stadtteil Hesepe. Der Umsatzrückgang erreicht allerdings eine geringe Größe von deutlich unter 5 %, so dass hier keine Bestandsgefährdung zu erwarten ist.

Aufgrund der geringen Sortimentsüberschneidungen mit den typisch zentrenrelevanten Sortimenten, wie Bekleidung und Schuhe, ist hier kein Umsatzrückgang in der Innenstadt zu erwarten. Auch bei den Sortimenten Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik bzw. Wohnaccessoires liegt der Angebotsschwerpunkt in Bramsche bedingt durch die großflächigen Möbelformate außerhalb der Innenstadt. Auch hier leiten sich keine Umsatzrückgänge ab, welche sich bestandsgefährdend auswirken würden.

4.2.2 Ansiedlung Discounter Engter Straße

Bei dem Ansiedlungsvorhaben in der Engter Straße ist mit einem zusätzlichen Umsatz von ca. 3,7 Mio. € im periodischen Bedarf zu rechnen. Differenziert nach Standortlagen ergeben sich folgende Umsatzumverteilungen im periodischen Bedarf:

/// Innenstadt, ZVB:	ca. 0,7 Mio. € bzw. ca. 6 – 7 %
/// Gartenstadt, NVZ:	ca. 0,4 Mio. € bzw. ca. 7 – 8 %
/// Sondergebiet Engter Straße:	ca. 1,1 Mio. € bzw. ca. 6 – 7 %
/// Sondergebiet Meyers Tannen:	ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 3 – 4 %
/// Streulagen:	ca. 0,7 Mio. € bzw. ca. 4 – 5 %
/// Engter:	ca. 0,5 Mio. € bzw. ca. 12 – 13 %
/// sonstige Stadtteile:	nicht nachweisbar.

Aufgrund starker Überschneidungen des Einzugsgebietes wird der Markant Supermarkt in Engter Umsatzrückgänge von ca. 12 – 13 % erfahren. **Dieser Anbieter wird spürbar betriebswirtschaftlich tangiert werden, d. h. eine Betriebsaufgabe kann nicht ausgeschlossen werden.** Im Fall des Ausscheidens dieses Supermarktes sind negative versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Auswirkungen zu erwarten, da eine Nachbelegung durch einen neuen Supermarkt nur schwer umsetzungsfähig ist. Damit sind Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur zu erwarten, d. h. **das Beeinträchtungsverbot kann nicht eingehalten werden.**

4.2.3 Grundsätzliche Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung von familia, Aldi und der Posten Börse keine Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO einhergehen werden. Das Beeinträchtigungsverbot kann in allen Sortimenten der Vorhaben eingehalten werden.

Für das Vorhaben Discounter (Neuansiedlung) ist eine kritische Bewertung angezeigt:

Beim Bestandsobjekt Markant handelt es sich um einen Supermarkt, welcher in integrierter Lage in der Ortsmitte ansässig ist. Dieser Supermarkt ist aufgrund der geringen Einwohnerzahl in Engter auf Umsätze von Kunden aus weiteren Stadtteilen angewiesen, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit zu gewährleisten. Insgesamt handelt es sich um einen umsatzseitig eher schwachen Markt. Durch eine Wettbewerbsintensivierung, welche eine Überschneidung der Einzugsgebiete mit sich bringt, verringern sich die „Überlebenschancen“ dieses Supermarktes deutlich. Das Beeinträchtigungsverbot wird dort bei ca. 12 – 13 % Umsatzverlust nicht eingehalten. Eine Nachbelegung des Bestandsobjektes im Fall der Schließung von Markant durch einen neuen Lebensmittelmarkt mit einem umfangreichen Sortiment wird nicht möglich sein. Dies hängt mit der geringen Einwohnerzahl bzw. Kaufkraftvolumen in Engter bzw. umliegender Stadtteile zusammen.

IV. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung der Vorhaben familia, Aldi und Posten Börse

Grundlagen

Vorhaben / Planstandort	- Standort in der Kernstadt Bramsche in städtebaulich nicht-integrierter Lage - Erweiterung des bestehenden Aldi-Lebensmitteldiscounters von ca. 800 m² auf ca. 1.200 m² VK - Erweiterung von familia von ca. 4.200 m² auf ca. 4.500 m² VK - Erweiterung der Posten Börse von ca. 750 m² auf ca. 1.000 m² VK
Standortrahmenbedingungen	- Makrostandort: Mittelzentrum Bramsche - Einzelhandelsstrukturen: Innenstadt mit Magneten K+K und Rossmann und weiteren Einzelhandelsbetrieben; Sonderstandorte Meyers Tannen, Engter Straße
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Das Einzugsgebiet erstreckt sich in Zone I auf Bramsche und in Zone II auf Rieste, Alfhausen, Merzen - Einzugsgebiet: ca. 42.640 Einwohner - Kaufkraftpotenzial bei Nahrungs- und Genussmitteln im Einzugsgebiet: ca. 107,7 Mio. € im periodischen Bedarf
Umsatzerwartung insgesamt	- Aldi: ca. 6,7 Mio. € - familia: ca. 18,1 Mio. € - Posten Börse: ca. 1,4 Mio. €
Mehrumsatz im periodischen Bedarf	- familia: + ca. 0,7 Mio. € - Aldi: + ca. 1,0 Mio. €
Umsatzumverteilungseffekte in % im periodischen Bedarf (familia und Aldi) der Erweiterung	- Innenstadt, ZVB: ca. 0,5 Mio. € bzw. ca. 4 – 5 % - Gartenstadt, NVZ: ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 % - Streulagen in der Kernstadt: ca. 0,6 Mio. € bzw. ca. 3 – 4 % - Engter: < 0,1 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 % - sonstige Stadtteile: < 0,1 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 % - Merzen, Alfhausen, Rieste: ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 1 – 2 %.

Raumordnerische Bewertung

Konzentrationsgebot	Das Konzentrationsgebot wird erfüllt. Die Standorte befinden sich im zentralen Siedlungsgebiet.
Integrationsgebot	Das Integrationsgebot wird nicht erfüllt. Die Standortlage wird geprägt durch Einzelhandel, Gewerbe.
Kongruenzgebot	Das Kongruenzgebot wird eingehalten. Jeweils über 70 % des Vorhabenumsatzes stammt aus Bramsche.
Beeinträchtigungsverbot	Das Beeinträchtigungsverbot wird bei allen drei Erweiterungsvorhaben eingehalten. Mit max. 5 % im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie max. 3 % im NVZ Gartenstadt werden keine Betriebsschließungen ausgelöst. Zentrale Versorgungsbereiche werden weder in ihrer Funktionsfähigkeit noch in ihren Entwicklungsmöglichkeiten beeinträchtigt.

Zusammenfassende Bewertung des Ansiedlungsvorhabens Discounter an der Engter Straße

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	▪ Standort in der Kernstadt, Gewerbegebietslage, Ausfallachse ▪ Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit ca. 1.100 m² VK
Standortrahmenbedingungen	▪ Makrostandort: Mittelzentrum Bramsche ▪ Einzelhandelsstrukturen: Innenstadt mit Magneten K+K und Rossmann und weiteren Einzelhandelsbetrieben; Sonderstandorte Meyers Tannen, Engter Straße
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▪ Das Einzugsgebiet erstreckt sich in Zone I auf die Kernstadt, Schleptrup und in Zone II auf Engter, Evinghausen, Lappenstuhl, Kalkriese ▪ Einzugsgebiet: ca. 19.650 Einwohner ▪ Kaufkraftpotenzial im periodischen Bedarf: ca. 50,2 Mio. €
Umsatzerwartung	▪ Umsatz bei ca. 4,2 Mio. €, davon ca. 3,7 Mio. € im periodischen Bedarf
Umsatzumverteilungseffekte in %	▪ Innenstadt, ZVB: ca. 0,7 Mio. € bzw. ca. 6 – 7 % ▪ Gartenstadt, NVZ: ca. 0,4 Mio. € bzw. ca. 7 – 8 % ▪ Sondergebiet Engter Straße: ca. 1,1 Mio. € bzw. ca. 6 – 7 % ▪ Sondergebiet Meyers Tannen: ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 3 – 4 % ▪ Streulagen: ca. 0,7 Mio. € bzw. ca. 4 – 5 % ▪ Engter: ca. 0,6 Mio. € bzw. ca. 12 – 13 % ▪ sonstige Stadtteile: nicht nachweisbar.

Raumordnerische Bewertungskriterien

Konzentrationsgebot	Das Konzentrationsgebot wird erfüllt. Der Standort befindet sich im zentralen Siedlungsgebiet.
Integrationsgebot	Das Integrationsgebot wird nicht erfüllt, da das Umfeld einen Gewerbegebietscharakter aufweist.
Kongruenzgebot	Das Kongruenzgebot wird eingehalten. Über 70 % des Vorhabenumsatzes stammt aus Bramsche.
Beeinträchtigerungsverbot	Das Beeinträchtigerungsverbot wird nicht eingehalten. Mit ca. 13 % bezogen auf den integrierten Versorgungsstandort im Stadtteil Engter wird die dortige Versorgungsstruktur beeinträchtigt.

GMA-Zusammenstellung 2016

Verzeichnisse Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	10
Karte 2:	Nutzungen und Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Engter	12
Karte 3:	Quartiersnahe Versorgungsstruktur in Bramsche	21
Karte 4:	Das Einzugsgebiet des Markant Supermarktes in Engter	23
Karte 5:	Das Einzugsgebiet von familia, Aldi und der Posten Börse	32
Karte 6:	Das voraussichtliche Einzugsgebiet des geplanten Lebensmitteldiscounters in der Engter Straße	33

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einwohnerveränderung in Bramsche im Vergleich	8
Tabelle 2:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	14
Tabelle 3:	Branchenübliche Aufteilung der Verkaufsfläche des Großen Supermarktes „familia“	15
Tabelle 4:	Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Bramsche	19
Tabelle 5:	Kundenherkunft beim Markant-Supermarkt in Engter	22
Tabelle 6:	Kundenherkunft bei der Aldi-Filiale in der Engter Straße	29
Tabelle 7:	Umsatzprognose für den erweiterten familia-Markt	34
Tabelle 8:	Umsatzprognose für die erweiterte Aldi-Filiale im periodischen Bedarf	35
Tabelle 9:	Umsatzprognose für die erweiterte Posten Börse im aperiodischen Bedarf	35
Tabelle 10:	Umsatzprognose für den geplanten Lebensmitteldiscounter im periodischen Bedarf	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Beschäftigtenbesatz von Bramsche im Vergleich	9
--------------	---	---

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Aldi Engter Straße	14
Foto 2:	Posten Börse	14
Foto 3:	famila, Engter Straße	15
Foto 4:	Getränkemarkt Famila, Engter Straße	15
Foto 5:	K+K, Innenstadt	19
Foto 6:	Edeka Gartenstadt	19
Foto 7:	Markant, Engter	19
Foto 8:	Fachgeschäfte Innenstadt	19
Foto 9:	Engter Straße 4	27
Foto 10:	Verbundstandort Dänisches Bettenlager, Getränkemarkt, Fressnapf	27