



Auswirkungsanalyse zur Verlagerung von Familia und Ansiedlung eines Fachmarktes in Damme

AUFTRAGGEBER: Dr. Boermann, Bad Homburg

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Köln , den 04.10.2021

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

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

Quelle Foto Titelblatt: GMA



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

Büro Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Vorbemerkung

Im März 2021 erteilte Dr. Boermann, Bad Homburg der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag, die beabsichtigte Erweiterung und Modernisierung des Famila-Marktes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu bewerten. Im Rahmen der Modernisierung ist eine Verlagerung auf ein an den jetzigen Standort angrenzendes Areal vorgesehen. Zudem soll hier ein Fachmarkt mit einem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment angesiedelt werden.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch die Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Damme und im Umland ausgelöst werden und ob mögliche schädliche städtebauliche Effekte bzw. Funktionsstörungen resultieren können.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Im Mai 2021 wurden sämtliche Betriebe mit periodischen Sortimenten in Damme aufgenommen und bewertet. Im Umland (Neuenkirchen-Vörden, Holdorf, Steinfeld (Oldg.), Lembruch, Flecken Lemförde) wurden die größten Wettbewerber (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte) aufgenommen.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 04.10.2021
KST/aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Daten zu den Vorhaben	6
3.1 Allgemeine Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	6
3.2 Verkaufsflächenaufteilung von Famila	7
3.3 Nicht zentrenrelevanter Fachmarkt	9
4. Makrostandort Damme	10
5. Mikrostandort	12
II. Relevante Angebotssituation	14
1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme	14
2. Angebotssituation im periodischen Bedarf	14
2.1 Angebotssituation in Damme	14
2.2 Angebotssituation in Neuenkirchen-Vörden	15
2.3 Angebotssituation in Holdorf	16
3. Wesentliche Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes	16
4. Wettbewerbssituation im Bau- und Heimwerkerbedarf	19
4.1 Wettbewerbssituation im Bau- und Heimwerkerbedarf in Damme	19
4.2 Wettbewerbssituation im Bau- und Heimwerkerbedarf in Neuenkirchen-Vörden und Holdorf	19
5. Wettbewerbssituation bei Bekleidung	19
5.1 Wettbewerbssituation bei Bekleidung in Damme	19
5.2 Wettbewerbssituation bei Bekleidung in Neuenkirchen-Vörden und Holdorf	19
III. Bewertung der raumordnerischen Ziele	21
1. Konzentrationsgebot	21
2. Integrationsgebot	21
3. Kongruenzgebot	21
3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Kaufkraft	22
3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
3.3 Umsatzprognose und Umsatzherkunft	24
3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes	26
4. Beeinträchtigungsverbot	27
4.1 Wettbewerbliche Wirkungen	27
4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	28
Verzeichnisse	30

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Die J. Bunting Beteiligungs AG betreibt seit 40 Jahren in der Achse Im Hofe einen Famila-Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.330 m². In der Konzessionärszone sind vier Betriebe auf einer Verkaufsfläche von ca. 230 m² vorhanden. Im östlichen Gebäudeteil war bis vor 2 Jahren eine kik-Filiale integriert, welche in die Mühlenstraße verlagert wurde; die jetzige Fläche steht seither leer. Im Zuge der Neustrukturierung und des Neubaus soll die Verkaufsfläche insgesamt um ca. 980 m² erhöht werden.

Zusätzlich soll am Standort ein Fachmarkt mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment von unter 800 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden, wobei es sich nach großer Wahrscheinlichkeit um den Sonderpreis Baumarkt handelt.

Für den neuen Standort wird ein Bebauungsplan mit der Ausweisung als Sondergebiet aufgestellt. Da es sich um ein großflächiges Vorhaben handelt, ist eine städtebauliche und raumordnerische Überprüfung erforderlich.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: ¹

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Aus-

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

wirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Stadt und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Die Untersuchung erfolgt vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB, der BauNVO sowie der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Landesraumordnungsprogramm (LROP) 2017 zu bearbeiten.

3. Daten zu den Vorhaben

3.1 Allgemeine Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Seit Jahren optimieren nahezu alle wesentlichen Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel ihre Standortnetze, was mit einer Erweiterung der Verkaufsfläche einhergeht. Die Erweiterungen werden angestrebt, um

- /// interne Prozesse, wie Warenlogistik, Auffüllen der Regale, zu optimieren
- /// Waren übersichtlicher und ansprechender zu präsentieren
- /// ein bequemes Einkaufen, u. a. für gehandicapte Kunden durch niedrigere Regale, breitere Gänge, mehr Querungen, kürzere Laufwege zu ermöglichen
- /// mehr und größere Abstandsflächen für Kunden, u. a. in der Kassenzone, anzubieten
- /// größere Eingangskoffer für einen ungehinderten Kundenlauf und einer bequemen Abgabe von Pfandflaschen zu ermöglichen.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel wird durch demographische Faktoren beeinflusst, wie die älter werdende Gesellschaft, heterogene Lebens- / Familienbilder und zunehmende Unterschiede² zwischen ländlichen und urbanen Regionen. Auch der technologische Wandel wirkt sich im Lebensmitteleinzelhandel aus. So führt der Einsatz neuer Technologien zu ständigen Optimierungsprozessen, v. a. in der Warenlogistik und in der Warenbewirtschaftung. Hinsichtlich der Verkaufsflächengrößen, Sortimente etc. sind folgende Veränderungen zu erwarten:

- /// Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihr **Standortnetz** konsequent **optimieren** und **modernisieren**. Das beinhaltet v. a. den Neubau (green building-Standard) und die Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und vom jeweiligen Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.
- /// Grundsätzlich ziehen sich die Themen **Bio**, **regionale Produkte**, **internationale Produkte** und zunehmend auch **fair** gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten alle Betreiber diese Sortimente an. Gleichzeitig bildete sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ heraus.
- /// Strukturveränderungen werden sich durch **Onlinehandel** ergeben. Allerdings konzentrierte sich der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaf-

² Vielfach gehören ländliche Regionen zu den sog. Entleerungsgebieten, während städtische Regionen von Zuwanderungsgewinnen profitieren.

fine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen). Über den gesamten Lebensmittelhandel machte dies noch nicht einmal einen Umsatzanteil von 1 % aus. Aktuell haben sich jedoch alle Händler dem Thema angenommen, wobei neben dem klassischen Onlinehandel mit Bring- bzw. Lieferservice (z. B. K+K24, rewe.de) dem Konzept des Drive-In-Modells tendenziell größere Erfolgchancen in Deutschland eingeräumt werden (z. B. K+K, Rewe, real). Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise sehr engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland, verschieben werden.

3.2 Verkaufsflächenaufteilung von Famila

Famila wird im Hauptmarkt auf einer Verkaufsfläche von ca. 2.890 m² (mit Eingang, Mall) und ca. 440 m² Verkaufsfläche im Getränkemarkt betrieben. Bedingt durch die engen Gänge werden warenlogistische Prozesse, so insbesondere das Auffüllen der Waren, sehr erschwert.

Foto 1: Vorkassenzone Famila



Fotos: GMA-Aufnahme

Foto 2: Eingangsbereich / Blumenshop

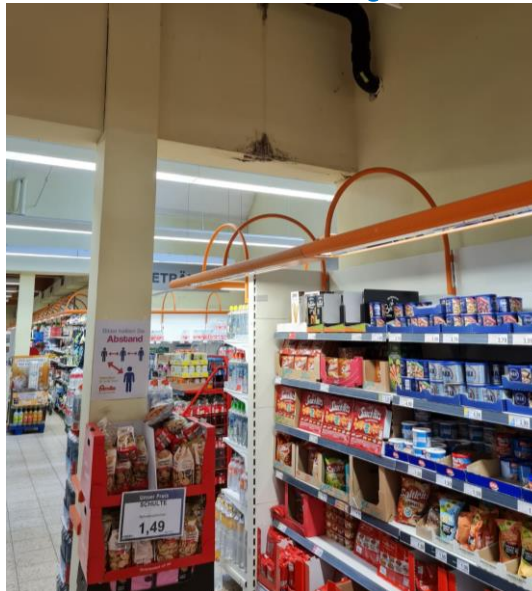


Foto 3: Famila innen, Gangbreite



Fotos: Aufnahmen von Bunting, Juni 2021

Foto 4: Famila Warenträger



Die Bestandsimmobilie entspricht seit langem nicht mehr einem modernen Standard, was insbesondere den kleinen Eingangsbereich bzw. die Mall, die engen Gänge zwischen den Warenträgern und die Höhe der Warenträger betrifft. Dies erschwert einen ungehinderten Kundenlauf sowie die Bereitstellung von genügenden Abstandsflächen, wodurch der Markt insgesamt

sehr unübersichtlich wirkt. Hinzu kommt die Aufteilung des Marktes in den Hauptmarkt und den Getränkemarkt, was vor über 40 Jahren üblich war, seit Jahren allerdings nicht mehr Standard der Bunting-Gruppe ist.

Die Planung von **Famila** sieht eine Verkaufsfläche von ca. 4.305 m² vor, was einer Zunahme von ca. 980 m² entspricht. Die Erweiterung entfällt größtenteils auf die Verkaufsfläche im periodischen Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Tiernahrung, Zeitungen / Zeitschriften). Für die größere Mall bzw. den Eingangskoffer wird eine zusätzliche Verkaufsfläche von ca. 180 m² benötigt.

Tabelle 1: Aufteilung der Verkaufsfläche von Famila (Bestand und Planung)

	Verkaufsfläche in m ²		
	Bestand	Plan	Saldo
Nahrungs- und Genussmittel	1.858	2.657	799
Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel	260	260	-
Tiernahrung	50	50	-
Zeitungen / Zeitschriften	30	30	-
periodisches Kernsortiment	2.198	2.997	799
Bekleidung, Haus- Tischwäsche, Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle	160	160	-
Haushaltswaren, Schreibwaren	270	270	-
Elektrowaren, Autozubehör	280	278	- 2
Spielwaren	200	200	-
Aperiodische Randsortimente	910	908	- 2
Mall / Eingangskoffer	218	400	182
Summe Famila	3.326	4.305	979
Bäcker ohne Gastronomie	40	40	-
Blumenshop	115	100	- 15
Shop Postagentur	45	50	5
Shop Wohnaccessoires	30	30	-
Summe Konzessionäre	230	220	- 10
Fachmarkt Bekleidung	270	350	80
Fachmarkt nicht zentrenrelevant	-	800	800
Summe Fachmärkte	270	1.150	880

Quelle: Angaben der Firma Bunting, 06/2021.

In den Bestandsobjekten (Hauptmarkt / Getränkemarkt) entfällt eine Verkaufsfläche von ca. 66 % auf Sortimente des periodischen Bedarfs, welche auf einen Anteil von ca. 70 % erweitert wird. Im Randsortiment werden die für einen großen Supermarkt üblichen Sortimente geführt. Dies bezieht sich auf Bekleidung / Wäsche (v. a. Strümpfe, Kleintextilien), Kurzwaren, Handarbeiten und Wolle. Das Sortiment bei Haushaltswaren umfasst Geschirr, Glas / Porzellan / Keramik, Töpfe / Pfannen. Bei Elektrowaren werden insbesondere Elektrokleingeräte (Bügeleisen, Toaster, Kaffeemaschinen) geführt. Bei Spielwaren beschränkt sich das Angebot auf saisonale Artikel (z. B. Planschbecken, Sandspielzeug) und Teilssegmente, wie z. B. Puzzle, Spiele.

Die Verkaufsfläche der aperiodischen Sortimente bleibt gleich, wenngleich einzelne Sortimente überprüft und z. T. bereinigt werden. Sortimente, wie z. B. Autozubehör oder Fahrradzubehör werden nicht mehr in dem Umfang wie seither präsentiert.

Eine Verkaufsfläche von ca. 230 m² ist für die Konzessionäre vorgesehen, welche um 10 m² verringert wird. In der Verkaufsfläche der Bäckerei-Filiale ist die gastronomische Fläche nicht enthalten, diese umfasst inkl. Außengastronomie eine Fläche von ca. 100 m². In der Verkaufsfläche der Postagentur ist ebenfalls eine kleine Fläche für eine rein dienstleistungsbezogene Nutzung der Postagentur enthalten.

Die Fläche des Fachmarktes für Bekleidung war durch kik belegt und steht leer. Zukünftig soll diese etwas erweitert werden, wobei momentan kein Mieter feststeht.

3.3 Nicht zentrenrelevanter Fachmarkt

Für den nicht zentrenrelevanten Fachmarkt ist der Filialist Sonderpreis Baumarkt vorgesehen, welcher sich durch ein einheitliches Erscheinungsbild auszeichnet und Verkaufsflächen zwischen 650 – 1.000 m² Verkaufsfläche (einschl. Freifläche von ca. 100 m²) aufweist. Auf der im Vergleich zu konventionellen Baumarkt-Wettbewerbern kleinen Verkaufsfläche wird nicht das komplette Baumarkt-Sortiment vertrieben, sondern ein begrenztes, spezialisiertes Sortiment. Nach Angaben von Sonderpreis³ verteilt sich die Verkaufsfläche auf die einzelnen Sortimente üblicherweise wie folgt:

Tabelle 2: Verkaufsfläche nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche, ca.-Angaben	
	in m ²	in %
Holzwaren	40	5
Eisenwaren	200	25
Farben, Lacke (Malerbedarf)	90	10
Elektrowaren	40	5
Sanitärwaren	40	5
saisonal wechselnde Hauptsortimente	140	17
Hauptsortimente gesamt	545	69
Haushaltswaren (Leitern, Aufbewahrungsboxen)	45	5
Arbeitsbekleidung	15	1,5
zentrenrelevante Randsortimente gesamt	60	7
Gartenbedarf	105	13
Fahrradzubehör	10	1
Autozubehör	15	2
nicht zentrenrelevante Randsortimente	130	16
Saisonartikel, wechselnd	60	8

Quelle: Sonderpreis Beispiel-Einrichtungsplan, 06 / 2021

³ Betriebsbeschreibung Sonderposten Baumarkt, Stand: 01.07.2018

Unter den Saisonartikeln werden saisonabhängige Dekorationsartikel (Weihnachts-, Osterdekoration) sowie Sommerspielzeug, Grillzubehör etc. geführt. Diese Artikel sind überwiegend zentrenrelevant. Allerdings ist deren Verkaufsflächenanteil mit ca. 60 m² Verkaufsfläche (bei einer durchschnittlichen Betriebsgröße von ca. 800 m² Verkaufsfläche) sehr gering. Bei den Saison-Artikeln handelt es sich zudem um ständig wechselnde Aktionsware, sodass nur ein sehr geringer Umsatz in diesem Segment zu erwarten ist.

Das Kernsortiment von Sonderpreis Baumärkten ist gemäß der Sortimentsliste des aktuellen Einzelhandelskonzeptes (2021) ausschließlich nicht zentrenrelevant.

4. Makrostandort Damme

Damme liegt im Süden des Landkreises Vechta und ist über die A 1 an das überörtliche Verkehrsnetz gut angeschlossen. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Lohne (Oldg.) im Norden und Diepholz im Osten. Damme ist als Grundzentrum ausgewiesen und soll im Regionalen Raumordnungsprogramm, welches momentan neu aufgestellt wird, eine mittelfunktion erhalten. Aufgrund der mittelfunktion wurde ein Kongruenzraum (aperiodisch) für Damme abgegrenzt, zu welchem die Neuenkirchen-Vörden, Holdorf sowie Steinfeld (Oldg.) gehören, wobei Holdorf und Steinfeld (Oldg.) jeweils nur zur Hälfte⁴ angerechnet werden. Damit umfasst der Kongruenzraum über 34.000 Einwohner.

In den letzten 5 Jahren nahmen die Einwohner in Damme zu, wobei die Zunahme über dem Niveau des Landkreises Vechta lag. Unter den kreisangehörigen Kommunen verzeichneten Bakum, Neuenkirchen-Vörden und Holdorf das höchste Wachstum.

Tabelle 3: Einwohnerveränderung der Stadt Damme im Vergleich

Daten	Einwohner		Veränderung 2015 / 2020	
	31.12.2015	31.12.2020	abs.	in %
Bakum	6.123	6.539	416	6,8
Damme	16.872	17.250	378	2,2
Dinklage	12.914	13.158	244	1,9
Goldenstedt	9.572	9.969	397	4,1
Holdorf	6.816	7.405	589	8,6
Lohne (Oldg.)	26.060	27.259	1.199	4,6
Neuenkirchen-Vörden	8.392	8.937	545	6,5
Steinfeld (Oldg.)	9.903	10.332	429	4,3
Vechta	31.558	32.894	1.336	4,2
Visbek	9.656	9.955	299	3,1
LK Vechta	7.926.599	143.698	5.832	0,1
Niedersachsen	7.926.599	8.003.421	11.248	0,1

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, Stand 30.09.2020, Basis Mikrozensus.

⁴ Die beiden Grundzentren und Steinfeld (Oldg.) werden zwischen Lohne (Oldg.) und Damme aufgeteilt.

Die Zunahme der letzten Jahre resultierte aus Wanderungsgewinnen und einem Geburtenüberschuss. Bedingt durch die Ausweisung von Neubaugebieten wird in den nächsten 3 – 5 Jahren eine Zunahme von rd. 400 Einwohnern in Damme erwartet.

In 2020 waren in Damme **9.037 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** (ohne Freiberufler und Beamte) am Arbeitsort registriert.⁵ Im Vergleich zum landes- und kreisweiten Durchschnitt verzeichnete Damme einen hohen Beschäftigtenbesatz und liegt nach Vechta und Lohne (Oldg.) an dritter Stelle im Landkreis Vechta. Die Bedeutung als Arbeitsplatzstandort zeigt sich in einem **Einpendlerüberschuss** (5.139 Einpendler, 3.779 Auspendler, + 1.414 Beschäftigte). Etwa 46 % der Einpendler kommen aus dem Landkreis Vechta und hier insbesondere aus Neuenkirchen-Vörden (641), Holdorf (556) und Steinfeld (Oldg.) (525). Jeder vierte Einpendler kommt aus dem Landkreis Osnabrück, wobei Einpendler aus Bohmte⁶ (272) und Bramsche (210) stark vertreten sind. Aus Gemeinden des Landkreises Diepholz kommen ca. 8 % aller Einpendler (425), davon insbesondere aus Diepholz (142), Lemförde (55) und Lemburh (43).

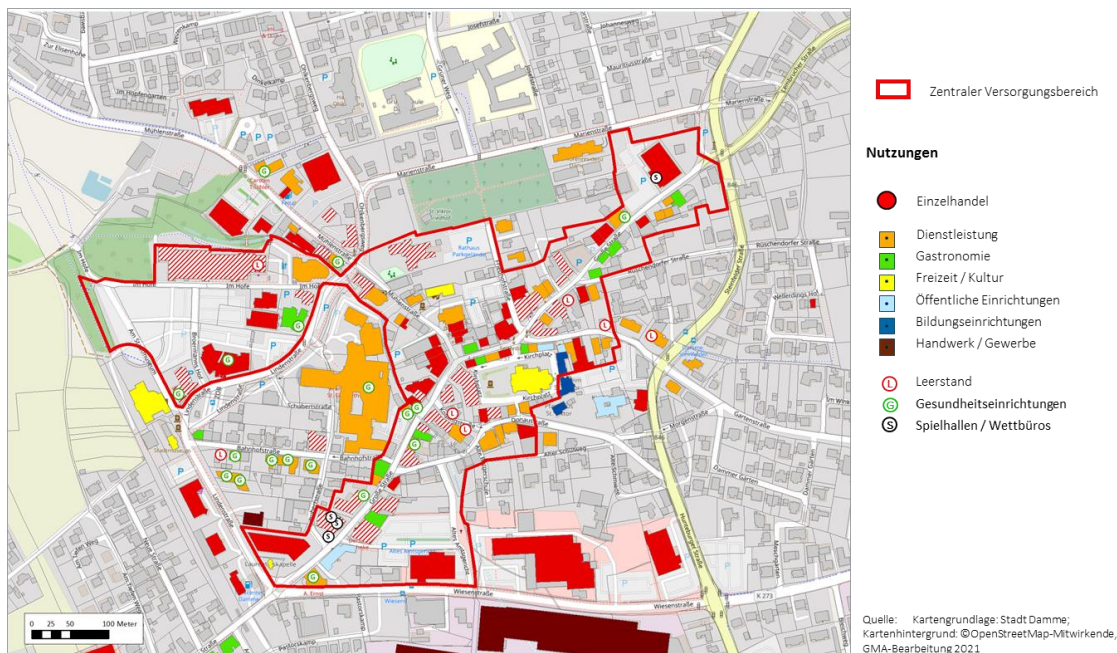
In diesem Jahr wurde **das Zentren- und Standortkonzept** fortgeschrieben. Entsprechend der faktischen Prägung wurde ein zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“ abgegrenzt, welcher die Durchgangsachsen Große Straße und Teilbereiche der Mühlenstraße, Gartenstraße, Donaustraße, Kolpingstraße sowie die Achse Im Hofe bzw. den Kirchplatz umfasst. Über die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe sind in diesem zentralen Versorgungsbereich lokalisiert; diese vereinigen eine Verkaufsfläche von ca. 14.500 m² auf sich. Zu den strukturprägenden Betrieben mit einem periodischen Kernsortiment zählen neben Famila der Combi Supermarkt sowie der Drogeriemarkt Rossmann. Bezeichnend für den Geschäftsbesatz ist eine Vielzahl an mittelgroßen Betrieben mit aperiodischen Sortimenten (Einheiten zwischen ca. 300 – 400 m²), welche sich auf Bekleidung / Wäsche, Schuhe, aber auch Sportwaren und -bekleidung beziehen. Großflächig sind das Fachgeschäft B. Grimme (Spielwaren, Babyausstattung, Elektrowaren) und der Expert Elektrofachmarkt.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind die beiden Lebensmitteldiscounter Lidl und Netto Marken-Discount, der K+K Supermarkt sowie die Posten Börse und der Hagebaumarkt mit großflächigen Einheiten vertreten. In den außen liegenden Stadtteilen sind nur sehr wenige kleine Einzelhandelsbetriebe, so v. a. Lebensmittelhandwerk, ansässig.

⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2019.

⁶ Allerdings liegt keine weitere Aufteilung zwischen Bohmte und Hunteburg vor. Aufgrund der Nähe von Hunteburg zu Damme ist jedoch davon auszugehen, dass der überwiegende Teil aus Hunteburg stammt.

Abbildung 1: Karte zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“



5. Mikrostandort

Der jetzige Standort von Famila sowie der Verlagerungsstandort liegen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“. Famila soll südlich vom jetzigen Bestandsgebäude neu errichtet werden. Im jetzigen Hauptgebäude von Famila sollen die beiden Fachmärkte integriert werden. Auch das Bestandsgebäude des Getränkemarktes wird abgerissen. Sämtliche Parkplätze werden neu geordnet, insgesamt sind über 327 ebenerdige Parkplätze vorgesehen. Die Zu- und Abfahrt ist wie seither über die Ache Im Hofe und über die Achse Broermanns Hof zur Lindenstraße sowie über die neue westliche Entlastungsstraße, welche ebenfalls in die Lindenstraße führt, vorgesehen.

Foto 5: Getränkemarkt mit Parkplätzen



Foto 6: Standortumfeld



Foto 7: Nutzungen am Broermanns Hof



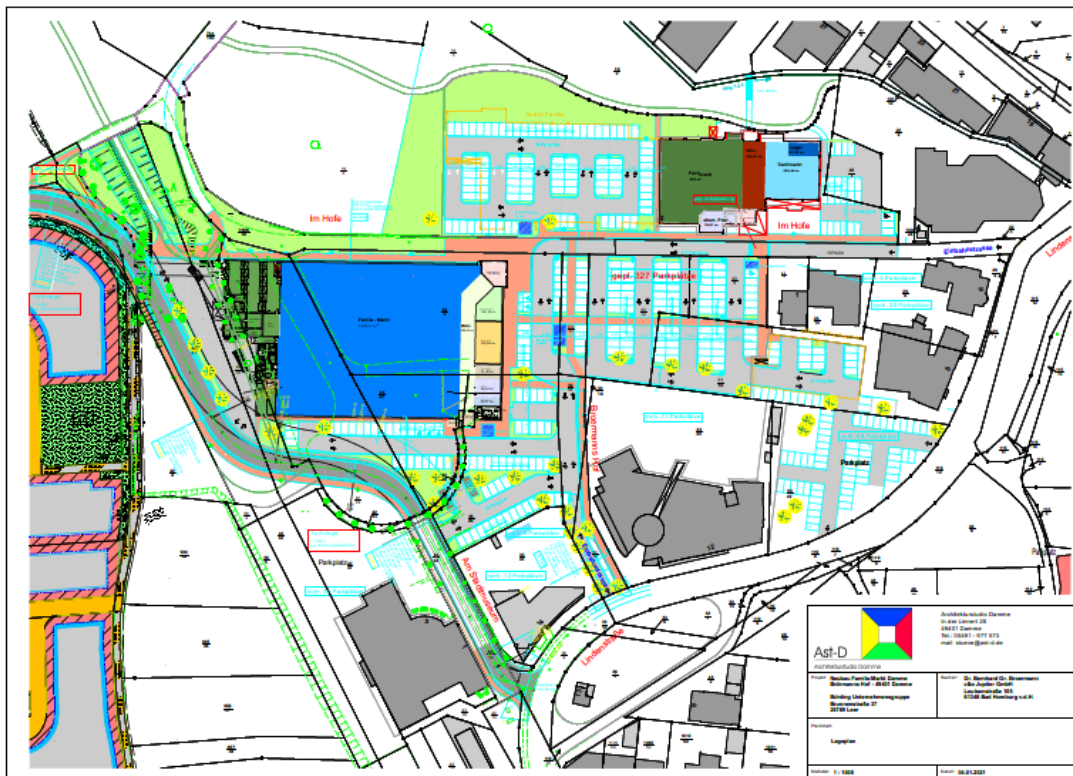
Foto 8: Gesundheitszentrum



Fotos: GMA-Aufnahme

Das Standortumfeld ist durch eine Mischnutzung aus Wohnen, Einzelhandel, medizinische Praxen bzw. Gesundheitszentrum, Gastronomie (Subway) geprägt. Das Krankenhaus Sankt Elisabeth befindet sich ca. 100 m entfernt vom Standort. Zu Beginn der innerstädtischen Haupteinkaufslage an der Mühlenstraße / Lindenstraße beträgt die Entfernung ca. 150 m. Auch die Einkaufslage in der südlichen Großen Straße ist über die Schubertstraße bzw. Bahnhofstraße sehr schnell zu erreichen. Zukünftig sollen fußläufige Wegebeziehungen verbessert werden

Abbildung 2: Lageplan des Vorhabens



Quelle: Bünting AG

II. Relevante Angebotssituation

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Im Juni 2021 wurden sämtliche Wettbewerber in Damme und in Holdorf (Steinfeld (Olb.) und Neuenkirchen-Vörden erhoben, welche Sortimente des periodischen Bedarfs führen (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Getränkemärkte, Sonderpostenmärkte, Nahversorger, Bäckereien, Fleischereien, Fachgeschäfte, Apotheken).

2. Angebotssituation im periodischen Bedarf

2.1 Angebotssituation in Damme

In der **Innenstadt** sind neben Famila der Combi Supermarkt, der Drogeriemarkt Rossmann sowie der Lebensmitteldiscounter Aldi angebotsbestimmend. Während Aldi ein modernes Format aufweist, fällt die Verkaufsfläche des Combi Supermarktes in der Großen Straße eher klein aus. Ergänzt wird das innerstädtische Angebot durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und einer Apotheke. Ohne Famila liegt im periodischen Bedarf eine Verkaufsfläche von ca. 3.100 m² vor.

Tabelle 4: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Damme

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Combi	1.000
	Aldi	1.270
	Rossmann	650
Hunteburger Straße	Lidl	1.050
Lindenstraße	K+K	1.100
Vördener Straße	Netto Marken-Discount	800

GMA-Erhebung 05 / 2021. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

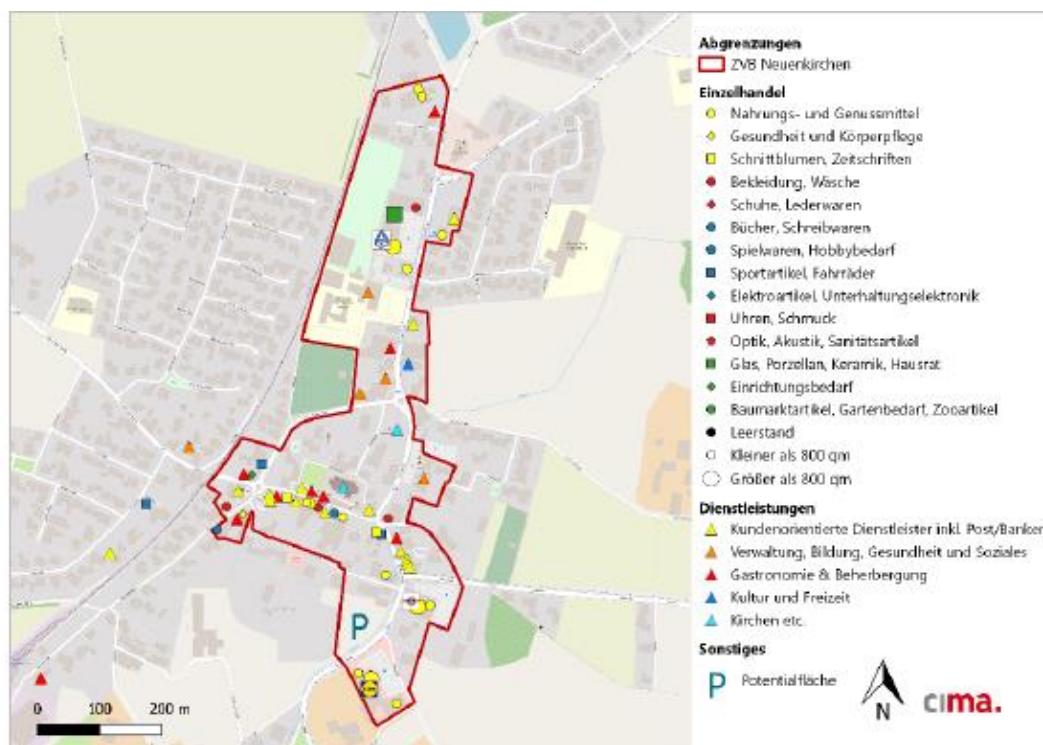
Außerhalb der Innenstadt ist in der Mühlenstraße die Posten Börse mit einer großflächigen Einheit lokalisiert; im periodischen Bedarf liegt eine Verkaufsfläche von ca. 100 m² vor. Einschließlich weiterer Betriebe mit Sortimenten des periodischen Bedarfs (Getränkemärkte, Apotheke, Lebensmittelhandwerk, Tankstellenshops, Fachgeschäfte) liegt eine Verkaufsfläche von ca. 4.800 m² (ohne Famila) an Standorten außerhalb der Innenstadt vor.

Der Umsatz in den Betrieben mit periodischem Kernsortiment wird bezogen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt mit ca. 16,1 Mio. € beziffert (ohne Famila, Konzessionäre). Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird der Umsatz mit ca. 18,0 Mio. € prognostiziert.

2.2 Angebotssituation in Neuenkirchen-Vörden

Für die Gemeinden Neuenkirchen-Vörden wurde in 2019 ein Einzelhandelskonzept⁷ erarbeitet. In der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden ist der Ortsteil **Neuenkirchen** als Grundzentrum ausgewiesen; im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurde ein zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt. Dieser erstreckt sich entlang der Durchgangsachse Große Straße und ist in zwei Pole unterteilt. Zum einen bezieht sich dies auf den Standortbereich des K+K Supermarktes (Bergstraße) bzw. des Lidl Discounters (Hakenstraße). Zum anderen besteht der zweite Pol des zentralen Versorgungsbereiches in der Holdorfer Straße mit dem Verbundstandort des großflächigen Aldi Discounters, der Posten Börse, dem Textildiscounter kik und einer Bäckerei.

Abbildung 3: Karte zentraler Versorgungsbereich Neuenkirchen-Vörden



Quelle: cima 2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

Strukturprägend sind im zentralen Versorgungsbereich der K+K Supermarkt und die beiden Discounter Lidl und Aldi. Hinzu kommen ein mittelgroßer Getränkemarkt, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, eine Apotheke, zwei Fachgeschäfte für Blumen und ein Fachgeschäft für Zeitungen / Zeitschriften, Schreibwaren, ein Hofladen sowie Tankstellen-Shops. Die Verkaufsfläche liegt bei ca. 4.700 m², auf welcher ein Umsatz von ca. 16 – 17 Mio. € in den Betrieben mit periodischem Kernsortiment erzielt wird.

Im Ortsteil **Vörden** sind wenige Einzelhandelsbetriebe entlang der Osnabrücker Straße vorhanden, wobei der großflächige Supermarkt Combi den Magnetbetrieb darstellt. Hinzu kommen Betriebe des Lebensmittelhandwerks, ein Tankstellen-Shop sowie ein Fachgeschäft für Floristik. Insgesamt liegt eine Verkaufsfläche in den Betrieben mit periodischem Kernsortiment von ca. 1.100 m² vor; der Umsatz wird mit ca. 5 – 6 Mio. € prognostiziert.

⁷

Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Gemeinde Neuenkirchen-Vörden, 2019, CIMA.

Tabelle 5: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Neuenkirchen-Vörden

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Vörden, Osnabrücker Straße	Combi	900
zentraler Versorgungsbereich	K+K	1.250
	Lidl	1.050
	Aldi	950

GMA-Erhebung 05 / 2021. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

2.3 Angebotssituation in Holdorf

Das Einzelhandelskonzept⁸ für die Gemeinde Holdorf wurde im Jahr 2011 erstellt. Der damals abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich erstreckte sich entlang der Großen Straße und umfasste sämtliche damalige Lebensmittelmärkte einschl. des Markant Supermarktes, welcher zwischenzeitlich aufgegeben wurde und durch Netto Marken-Discount nachgenutzt wurde. Entsprechend der faktischen Prägung sind aktuell dem zentralen Versorgungsbereich Teilbereiche der Großen Straße zwischen der Schulstraße und der Einmündung Ostring zuzuordnen. Hier sind kleinteilige Einzelhandelsbetriebe, einschl. Verbundstandort Rewe, Dienstleister sowie medizinische Praxen vorhanden. Im nördlichen Bereich der Großen Straße konzentrieren sich eher gastronomische Nutzungen sowie Dienstleistungen.

Rewe besteht in einer Verbundlage mit einer Apotheke, einem Optiker und einem Fachgeschäft für Blumen; gegenüberliegend ist eine Tankstelle vorhanden. Neben Rewe sind zwei Apotheken, Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie ein Blumenfachgeschäft ansässig. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind die Posten Börse mit einer großflächigen Einheit sowie am Ortsausgang in Richtung Damme eine Filiale von Netto Marken-Discount ansässig. Im zentralen Versorgungsbereich liegt eine Verkaufsfläche in Betrieben mit periodischen Kernsortimenten von ca. 1.800 m² und außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von ca. 1.100 m² vor. Die Umsätze werden auf c. 10 – 11 Mio. € (zentraler Versorgungsbereich) und ca. 5 – 6 Mio. € (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) geschätzt.

Tabelle 6: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Holdorf

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
zentraler Versorgungsbereich	Rewe	1.540
Dammer Straße	Netto Marken-Discount	860

GMA-Bestandsaufnahmen 05 / 2021

3. Wesentliche Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes

In **Steinfeld** (Oldg.) erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich entlang der Großen Straße, wenngleich nur wenige kleine Betriebe (Lebensmittelhandwerk, Apotheken, Blumenfachge-

⁸ Einzelhandelskonzept für die Gemeinde 49451 Holdorf, Landkreis Vechta, MR Consultings Hamburg, Stefan Pöttsch.

schäft) mit einer Verkaufsfläche von ca. 300 m² im periodischen Bedarf ansässig sind. Im Nahversorgungszentrum „Große Straße“ sind Edeka Runnebom, Aldi Discounter, Posten Börse und ein kik Textildiscounter lokalisiert. Im periodischen Bedarf liegt hier eine Verkaufsfläche von ca. 2.200 m² hier vor. Gerade bei den Betrieben im Verbundstandort Edeka, Aldi und Posten Börse sind sehr leistungsstark, insgesamt wird mit den kleineren Betrieben in der Ortsmitte der Umsatz auf ca. 16 Mio. € (periodischer Bedarf) geschätzt.

In dezentraler Lage besteht an der Dammer Straße die Verbundlage mit einem K+K-Supermarkt, Lidl, Rossmann, Getränkehaus und Ernsting's family. Im periodischen Bedarf summiert sich die Verkaufsfläche an diesem Standortbereich auf ca. 3.500 m². Der Umsatz wird im periodischen Bedarf auf ca. 13 – 14 Mio. € prognostiziert.

Tabelle 7: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Steinfeld (Oldg.)

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
NVZ Große Straße	Edeka Runnebom	1.500
	Aldi	950
FMZ Dammer Straße	K + K	1.150
	Lidl	1.000
	Rossmann	850

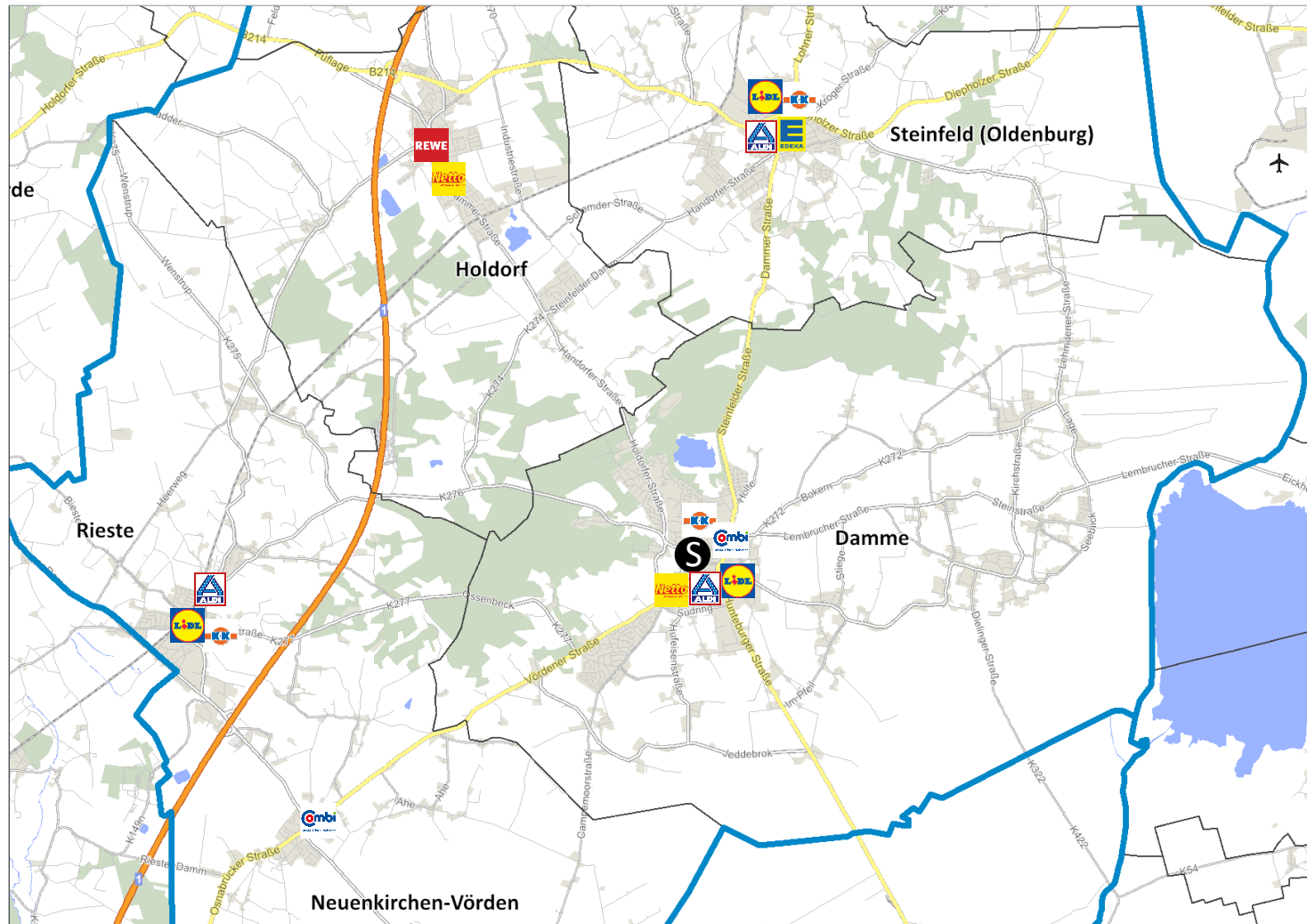
GMA-Bestandsaufnahmen 05 / 2021

Mit Blick auf die angestrebte Größe von Famila ist einer der wesentlichen Wettbewerbsstandorte außerhalb des Einzugsgebietes das Mittelzentrum **Lohne** (Oldg.). Hier sind in innerstädtischer Lage das E-Center (ca. 4.000 m² Verkaufsfläche), Rossmann und diverse kleinere Betriebe vorhanden. Hier wird aktuell Famila neu gebaut, wobei es sich um eine Verlagerung aus dem Gewerbegebiet (Am Gleisbogen) handelt. Famila wird mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.500 m² in zentraler Lage neu errichtet. An diesem Standort soll ebenfalls ein dm Drogeriemarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 700 m² errichtet werden.

In den ländlichen weiteren Umlandgemeinden Lehmförde und Lehmbruch sind lediglich kleinere Betriebe des Lebensmittelhandwerks vorhanden.

In **Hunteburg** ist eine Filiale von Netto Marken-Discount (ca. 750 m² Verkaufsfläche) in der Hauptstraße lokalisiert. Hinzu kommen kleinere Betriebe, Getränkemärkte sowie ein Nahversorger (Hunte Frische Markt, ca. 420 m² Verkaufsfläche).

Karte 1: Wesentliche Wettbewerber



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2021

4. Wettbewerbssituation im Bau- und Heimwerkerbedarf

4.1 Wettbewerbssituation im Bau- und Heimwerkerbedarf in Damme

In Damme ist der großflächige Bau-, Heimwerker- und Gartenfachmarkt Hagebau in der Wiesenstraße der dominierende Fachanbieter mit einer Verkaufsfläche von über 4.000 m². Auch die Posten Börse (Mühlenstraße) führt dieses Sortiment (inkl. Gartenmöbel) auf einer Verkaufsfläche⁹ von ca. 600 m². Hinzu kommen Fachanbieter wie Nyhues, welche Teilsortimente des Bau- und Heimwerkerbedarfs auf einer Verkaufsfläche von über 1.500 m² führt. Dieses Sortiment wird auch als Aktionsware in den Lebensmitteldiscountern, so insbesondere bei Lidl und bei Aldi, angeboten. Insgesamt wird in diesem Sortiment ein Umsatz von ca. 19 - 20 Mio. € in Damme erzielt.

4.2 Wettbewerbssituation im Bau- und Heimwerkerbedarf in Neuenkirchen-Vörden und Holdorf

Sowohl in Neuenkirchen-Vörden als auch in Holdorf sind keine Bau- und Heimwerkermärkte vertreten. Das Angebot wird durch in beiden Grundzentren durch die Teilsortimente der Posten Börse mit jeweils großflächigen Einheiten sowie Raiffeisenmärkten geprägt.

5. Wettbewerbssituation bei Bekleidung

5.1 Wettbewerbssituation bei Bekleidung in Damme

In Damme führen 14 Einzelhandelsbetriebe das Sortiment Bekleidung / Wäsche und vereinigen eine Verkaufsfläche von ca. 2.750 m² auf sich, in Relation zur Größe von Damme fällt das Angebot umfangreich aus. Auch die Posten Börse führt dieses Sortiment auf einer Verkaufsfläche von ca. 150 m². Neben Famila führen die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl dieses Sortiment als sog. wöchentliche Aktionsware, wobei i.d.R. sämtliche Segmente (Damen-, Herren-, Kinder-, Babybekleidung) angeboten werden. Auch das Fachgeschäft Grimme führt Bekleidung für Kinder. Bei Netto Marken-Discount, Rossmann, Combi und K+K beschränkt sich das Angebot auf Kleintextilien und Strumpfwaren. Im unteren Preissegment sind die Textildiscounter kik und Takko mit Einheiten von jeweils ca. 400 m² vertreten. Bezeichnend ist eine Vielzahl an inhabergeführten, mittelgroßen Fachgeschäften, wie z. B. DeeLe, Modehaus Plate, Mode Arlinghaus. Der Umsatz (ohne Famila) liegt bei ca. 7,0 Mio. €. Insgesamt handelt es sich um sehr leistungsfähige Betriebe, welche fast ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“ liegen.

5.2 Wettbewerbssituation bei Bekleidung in Neuenkirchen-Vörden und Holdorf

Sowohl in Neuenkirchen-Vörden und Holdorf sind keine großflächigen Einzelhandelsbetriebe bei Bekleidung / Wäsche vorhanden. In Neuenkirchen-Vörden ist der Textildiscounter kik mit einer durchschnittlich großen Einheit vertreten. Die Posten Börse führt einen geringen Anteil an Bekleidung. Aufgrund des geringen Angebotes in diesen beiden Grundzentren fließt der

⁹ Die Posten Börse ist insgesamt 1.150 m² groß.

überwiegende Teil der Kaufkraft in andere Einkaufsorte, wie u. a. Damme, Bramsche, Lohne, oder auch nach Osnabrück ab.

In den Mittelzentren Bramsche, Lohne und Vechta sind großflächige und leistungsfähige Modehäuser, u.a. Mode Böckmann in Bramsche, Leffers in Lohne mit einem umfangreichen Sortiment vertreten. Im Grundzentrum Steinfeld ist das großflächige Modehaus Hardtke ansässig, welche in der Region bestens etabliert ist.

III. Bewertung der raumordnerischen Ziele

1. Konzentrationsgebot

Zunächst ist zu bewerten, ob der Vorhabenstandort den Vorgaben des sog. „Konzentrationsgebotes“ entspricht.

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 4)

Damme ist als Mittelzentrum ausgewiesen. Der Standort befindet sich innerhalb der Innenstadt bzw. des zentralen Siedlungsgebietes eines Zentralen Ortes, daher ist das Konzentrationsgebot erfüllt.

2. Integrationsgebot

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

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot)“

Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 5, Sätze 1 und 2)

Der Standort liegt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (vgl. Karte zentraler Versorgungsbereich Innenstadt). Der zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) liegt in direkter Nähe in der Lindenstraße im Bereich der Achse Broermanns Hof. Eine weitere Bushaltestelle liegt in der Mühlenstraße an der Volksbank, hier verkehren die Linien 635 und 655. Der ZOB liegt gerade einmal 170 m entfernt vom geplanten Standort. Das Integrationsgebot wird erfüllt.

3. Kongruenzgebot

Für das Vorhaben mit seinem Angebotsschwerpunkt bei periodischen Sortimenten, d. h. zentrenrelevant, ist das folgende Kongruenzgebot anzuwenden:

„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).“

„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.“

3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Kaufkraft

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes der Vorhaben wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeptionen (u. a. Dimensionierung, Sortimentsstruktur)
- /// Erreichbarkeit des Standortes für potenzielle Kunden aus Damme und dem Umland unter Berücksichtigung verkehrlicher Bedingungen
- /// Fahrzeitdistanz-Werten des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)
- /// relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum.

Das Einzugsgebiet der Vorhaben umfasst insgesamt ca. 33.300 Einwohner und wird wie folgt aufgeteilt:

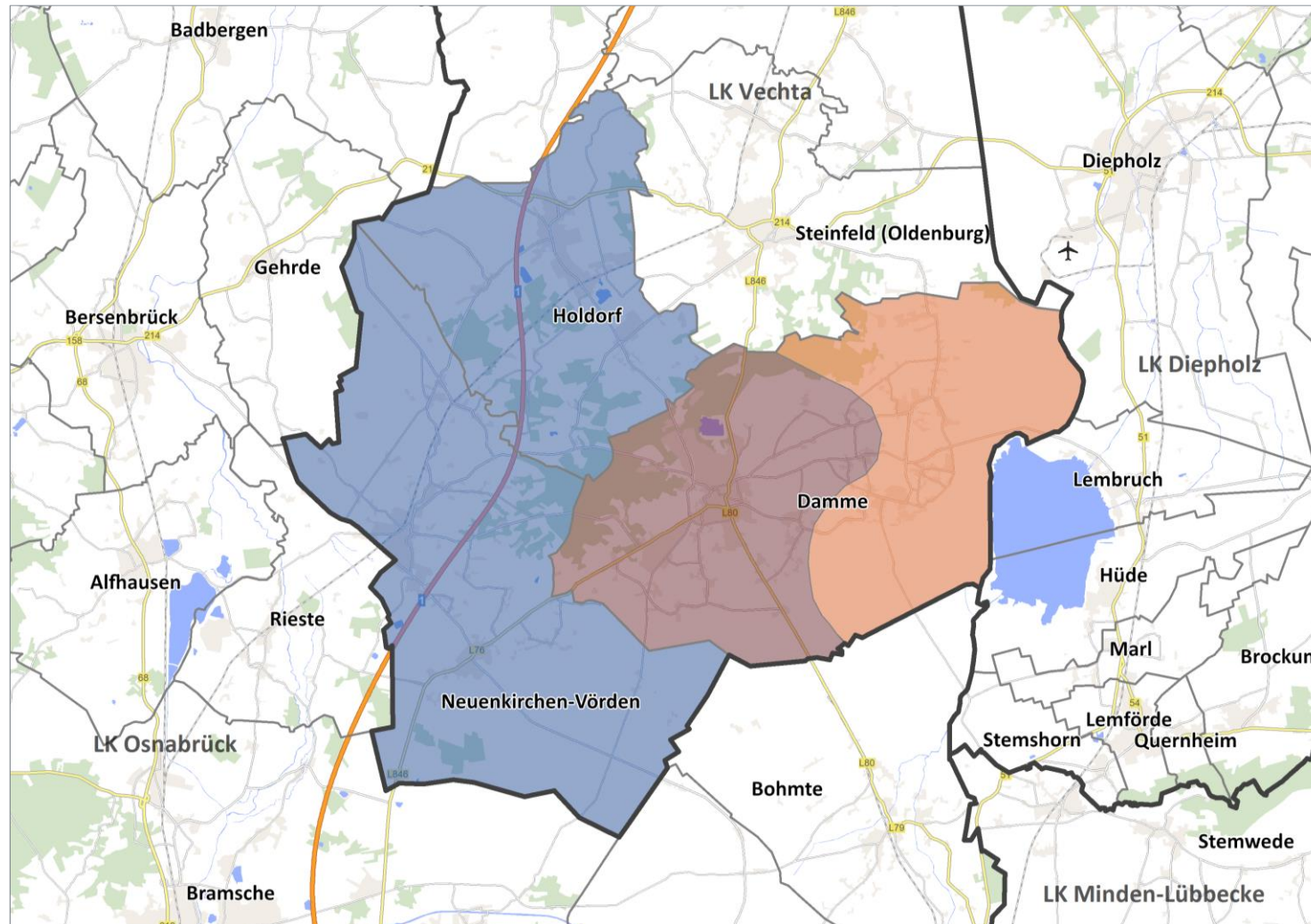
/// Zone I: Damme (Esch, Nord, Süd, West) / Ortsteile ¹⁰	ca.	12.700 Einwohner
/// Zone II: Ortsteile von Damme ¹¹	ca.	4.260 Einwohner
/// Zone III: Neuenkirchen-Vörden, Holdorf	ca.	16.340 Einwohner

Aufgrund der weitläufigen Siedlungsstruktur wurde die Stadt Damme differenziert in die sich direkt um die Innenstadt erstreckenden Ortsteile und die weiter entfernt liegenden Ortsteile. Aufgrund der Entfernung und der entsprechenden Wettbewerber wurden sowohl Neuenkirchen-Vörden als auch Holdorf mit zum Einzugsgebiet gerechnet. Hingegen wird Steinfeld nicht mehr zum Einzugsgebiet gezählt, da hier eine deutliche Ausrichtung auf den Famila Supermarkt in Lohne (Oldg.) bereits besteht und auch zukünftig auch verstärkt werden wird, zumal der Famila-Markt in Lohne (Oldg.) schneller als im Vergleich zu Damme ertüchtigt wird. Auch die Gemeinden am Dümmer und der Ortsteil Hunteburg (Gemeinde Bohmte) werden aufgrund der Entfernung nicht mehr zum Einzugsgebiet gerechnet. Diese Nachfrageverflechtungen werden bei der Umsatzberechnung in Form von Streuumsätzen berücksichtigt.

¹⁰ Bergfeine, Bexadde, Bokern, Dalinghausen, Clemens-August-Dorf, Greven, Glückauf, Hinnenkamp, Holte, Ihendorf, Neuenwald, Nordhofe, Oldorf, Ossenbeck, Osterdamme, Reselage, Rottinghausen, Sierhausen, Wieneri, Wellenweg

¹¹ Bergmark, Borringhausen, Dümmerlohausen, Haverbeck, Hüde, Kemphausen, Klünenberg, Langenteilen, Nienhausen, Osterfeine, Rüschenndorf, Südfelde, Wempermoor

Karte 2: Einzugsgebiet



Legende

- Zone I
- Zone II
- Zone III

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2021

3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die Kaufkraft im Jahr 2020 pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.112 €¹², davon entfielen auf den **periodischen Bedarf** (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Artikel, Schreibwaren, Zeitschriften / Zeitungen, Schnittblumen, Tierbedarf) etwa 3.112 €. Im Bau- und Heimwerkerbedarf lag der Pro-Kopf-Ausgabesatz bei 475 € p.a. und bei Bekleidung / Wäsche bei 520 € p.a.

Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau im Jahr 2020 in Damme bei 100,6 und damit auf dem Bundesdurchschnitt (= 100). In Neuenkirchen-Vörden (91,2) und in Holdorf (93,8) lag die Kaufkraftkennziffer etwas unter dem Durchschnitt.

In Damme liegt im periodischen Bedarf ein Kaufkraftvolumen von ca. 53,1 Mio. € vor. Mit den überörtlichen Gemeinden des Einzugsgebietes summiert sich das Kaufkraftvolumen auf ca. 100,1 Mio. €. Das Kaufkraftvolumen im Bau- und Heimwerkerbedarf ist mit ca. 6,1 Mio. € in Damme bzw. mit ca. 9,2 Mio. € im Umland zu beziffern. Bei Bekleidung / Wäsche liegt in Damme ein Kaufkraftvolumen von ca. 6,6 Mio. € und im Umland von ca. 7,1 Mio. € vor.

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 Einzugsgebietes¹³. 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 der Erweiterung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Umsatzverluste zu Lasten von Wettbewerbern werden nach Lagen nachfolgend ausführlich behandelt.

Für den erweiterten **Famila** wird der Umsatz im **Kernsortiment (periodischen Bedarf)** mit ca. 15,4 Mio. € prognostiziert. Für Damme (Zone I) wird eine Kaufkraftabschöpfung von ca. 22 – 23 % für Famila angenommen. Eine höhere Abschöpfung ist kaum möglich, da periodische Sortimente in einer Vielzahl unterschiedlicher Betriebe wie Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogerie-, Getränke-, Sonderpostenmärkte, Lebensmittelhandwerk oder auch in

¹² Ohne verschreibungspflichtige Medikamente bei Apotheken.

¹³ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein, wie die Rahmenbedingungen am Standort, verkehrliche Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

Fachgeschäften angeboten werden. Maßgeblich ist auch der Anteil der Lebensmitteldiscounter¹⁴ am Lebensmittelumsatz von mittlerweile 45 %. Bedingt durch die modernen Discounter in Damme wird die Kaufkraftabschöpfung eines Supermarktes zudem eingeschränkt.

Auch in Holdorf ist ein leistungsstarker Rewe Supermarkt ansässig, sodass nicht mehr wie vor über 10 Jahren Lebensmittel in sehr starkem Umfang bei Famila eingekauft werden. In Neuenkirchen sind die beiden leistungsstarken Discounter Aldi und Lidl sowie ein K+K Supermarkt, welcher für K+K einen üblichen Umsatz generiert, vorhanden. Diese begrenzen ebenso die Abschöpfung aus Neuenkirchen. Etwas stärker sind Verbraucher aus Vörden auf den Famila-Markt ausgerichtet, wenngleich Vörden der kleinere Ortsteil der Gemeinde Neuenkirchen-Vörden ist.

Tabelle 8: Umsatzprognose für Famila im Kernsortiment (periodischer Bedarf)

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. €	in %
Zone I	39,8	22,5	8,9	57,7
Zone II	13,3	17,5	2,3	15,1
Zone III	47,0	7,5	3,5	22,7
Streuumsatz	-	-	0,7	4,5
Summe	100,1	15,5	15,5	100,0

GMA-Berechnungen 2021, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Der Streuumsatz wurde mit ca. 4 – 5 % angesetzt, da entsprechende Pendlerverflechtungen bestehen und der Kauf von Lebensmitteln z. T. auf dem Arbeitsweg mit erledigt wird. Bezogen auf die angestrebte Verkaufsfläche von ca. 4.300 m² (nur Famila, ohne Konzessionäre) leitet sich ein Umsatz je m² Verkaufsfläche von gut 4.000 m² € ab. Dieser Umsatz / m² Verkaufsfläche fällt für einen Famila in dieser Größe hoch aus, was mit der im Vergleich zu anderen Standorten nicht so starken Wettbewerbern zusammenhängt.

Für den **Sonderpreis Baumarkt** wird im Kernsortiment ein Umsatz von ca. 0,9 Mio. € prognostiziert.

Tabelle 9: Umsatzprognose für Sonderpreis Baumarkt im Kernsortiment

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. €	in %
Zone I	6,1	8,0	0,5	53,8
Zone II	2,0	5,0	0,1	11,3
Zone III	7,2	3,0	0,2	23,8
Streuumsatz	-	-	0,1	11,1
Summe	15,3	5,9	0,9	100,0

GMA-Berechnungen 2021, leichte Rundungsdifferenzen möglich

¹⁴ Quelle: Handelsdaten aktuell 2019, S. 78.

Einschließlich eines geringen Umsatzes in den Randsortimenten, z. B. Arbeitskleidung, Haushaltswaren von ca. 0,1 Mio. € liegt der Umsatz bei ca. 1,0 Mio. €. Bezogen auf die angestrebte Verkaufsfläche von ca. 800 m² leitet sich in Umsatz von ca. 1.250 € ab.

Für den Fachmarkt für Bekleidung / Wäsche mit ca. 350 m² Verkaufsfläche wird der Umsatz mit ca. 0,9 Mio. € prognostiziert. Aufgrund der Vielzahl an Wettbewerbern in Damme halten wir eine Abschöpfung der Kaufkraft nur auf einem Niveau von unter 10 % für realistisch. Auch Verbraucher aus Neuenkirchen-Vörden bzw. Holdorf suchen den Standort von Famila eher für den Kauf von Lebensmitteln als für den Kauf von Bekleidung auf. Dementsprechend gering ist die Kaufkraftabschöpfung.

Tabelle 10: Umsatzprognose für einen Fachmarkt für Bekleidung

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. €	in %
Zone I	6,6	7	0,5	51,0
Zone II	2,2	5	0,1	12,2
Zone III	7,9	3	0,2	25,8
Streuumsatz	-	-	0,1	11,0
Summe	16,7	5,5	0,9	100,00

GMA-Berechnungen 2021, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Hinsichtlich der angestrebten Verkaufsfläche von ca. 350 m² leitet sich ein Umsatz je m² Verkaufsfläche von ca. 2.600 € ab, was aus der ausgeprägten Wettbewerbssituation in Damme, aber auch in weiteren zentralen Orten im Umland resultiert.

3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes

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

- / Das Einzugsgebiet von Famila erstreckt sich auf Damme, Neuenkirchen-Vörden und Holdorf. In den periodischen Sortimenten ist nach den landesplanerischen Vorgaben der grundzentrale Kongruenzraum, also nur die Stadt Damme, ausschlaggebend. Lediglich 30 % des Vorhabenumsatzes dürfen von außerhalb der Stadt Damme generiert werden. Bei Famila werden etwa 73 % des Umsatzes mit Verbrauchern aus Damme erzielt, so dass das Kongruenzgebot eingehalten wird.
- / Das Einzugsgebiet des Sonderpreis Baumarktes und des Fachmarktes für Bekleidung wird identisch mit dem Einzugsgebiet von Famila sein. Da es sich um ein aperiodisches Sortiment handelt, ist der Kongruenzraum (aperiodisch) ausschlaggebend. Dazu gehören sowohl Neuenkirchen-Vörden als auch Holdorf (Anteil zu je 50 %). Lediglich ein Anteil von ca. 9 % bzw. ca. 11 % wird mit Verbrauchern erwirtschaftet, welche nicht in Neuenkirchen-Vörden oder Holdorf leben. Damit wird das Kongruenzgebot (aperiodisch) für beide Betriebstypen eingehalten.

4. Beeinträchtigerungsverbot

„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.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 08)

Für die Prüfung des Beeinträchtigerungsverbot sind die für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland 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 Gravitationsmodells¹⁵ 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.

Für die Bewertung der geplanten Famila-Erweiterung werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der **Famila-Markt** wird auf der erweiterten Verkaufsfläche von ca. 4.300 m² einen Umsatz von ca. 17,3 Mio. € erzielen, davon ca. 15,5 Mio. € im periodischen Bedarf.
- /// Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei Famila um die Erweiterung eines seit Jahrzehnten in Damme vorhandenen Marktes handelt. Das Vorhaben wird nach der geplanten Erweiterung ein Einzugsgebiet erschließen, welches mit dem jetzigen Einzugsgebiet identisch ist. Auch nach der geplanten Erweiterung wird der jetzige Umsatz des Famila-Marktes weiterhin gebunden werden.
- /// Die Bewertung möglicher Beeinträchtigungen durch die geplante Erweiterung von Famila erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge der Bestandsumsatz zu berücksichtigen.
- /// Da sich die Zusammensetzung der **Konzessionäre** und deren Verkaufsflächen nicht gegenüber der jetzigen Situation ändern, wird auch von keinem Mehrumsatz ausgegangen.
- /// Für den geplanten **Sonderpreis Baumarkt** wird der Umsatz mit ca. 1,0 Mio. € prognostiziert, davon entfallen auf das Kernsortiment Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf ca. 0,9 Mio. €.
- /// Der Umsatz für den kleinen Fachmarkt bei Bekleidung / Wäsche wird mit ca. 0,9 Mio. € beziffert.

¹⁵ 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.

Bezogen auf die geplante Erweiterung des Famila-Marktes sind die Umsatzumverteilungen in Tabelle 11 zusammengestellt.

Tabelle 11: Prognose der Umsatzumverteilung durch Famila im periodischen Kernsortiment

Umverteilung	in Mio. €
Kaufkraftbindung der bestehenden Filiale von Famila	12,5
Umverteilungen ggü. Betrieben im ZVB Damme	0,9
Umverteilungen ggü. Betrieben an sonstigen Standorten in Damme	0,7
Umverteilungen ggü. Betrieben im ZVB Neuenkirchen	0,6
Umverteilungen ggü. Betrieben im ZVB Vörden	0,1
Umverteilungen ggü. Betrieben im ZVB Holdorf	0,4
Umverteilungen ggü. Standorten außerhalb (Lohne (Olb.), Steinfeld (Oldb.))	0,4
Umsatz insgesamt	15,5

GMA-Berechnungen 2021; ca.-Werte gerundet

4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Um beurteilen zu können, ob aus den wettbewerblichen Auswirkungen auf die vorhandenen Betriebe städtebauliche Effekte entstehen können, wird der Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung als Hinweis herangezogen¹⁶. 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.

Für Famila leitet sich im periodischen Bedarf ein Mehrumsatz von ca. 3,0 Mio. € ab. Etwa die Hälfte der zu erwartenden Umsatzrückgänge im periodischen Bedarf geht zu Lasten der Wettbewerber in **Damme** mit ca. 1,5 Mio. €. Hier sind leistungsfähige großflächige Einzelhandelsbetriebe ansässig, wobei sich die Umsatzrückgänge auf die Supermärkte und Discounter innerhalb des Stadtgebietes verteilen. Bezogen auf die innerstädtischen Anbieter wird der Umsatzrückgang mit ca. 0,8 Mio. € prognostiziert, was einer Umverteilung von ca. 5–6 % entspricht. Aufgrund der Höhe dieser Umsatzrückgänge und der besonderen Leistungsfähigkeit dieser Betriebe, ist jedoch nicht zu erwarten, dass einer der Wettbewerber aus dem Markt austritt. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“ wird durch die geplante Erweiterung von Famila nicht beeinträchtigt.

Innerhalb des Stadtgebietes von Damme werden Umsatzrückgänge von ca. 0,7 Mio. € zu Lasten weiterer Wettbewerber ausgelöst, was einer Quote von ca. 3–4 % entspricht. Primär sind die Lebensmitteldiscounter, aber auch der K+K Supermarkt betroffen sein, wenngleich es sich

¹⁶ 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.

um wettbewerbliche Wirkungen handelt und Betriebsaufgaben sind in Folge der Erweiterung von Famila nicht zu erwarten sind.

Bezogen auf die **aperiodischen Sortimente**, welche bei Famila geführt werden, sind keine gravierenden Umsatzsteigerungen zu erwarten, da die Verkaufsfläche sogar verkleinert wird.

Im Grundzentrum Neuenkirchen-Vörden sind im zentralen Versorgungsbereich mit den beiden Discounter Lidl und Aldi leistungsfähige Betriebe ansässig, der K+K Supermarkt liegt für den Betreiber K+K auf einem guten Niveau. Die Umsatzumverteilung erreicht ein Niveau von ca. 3 – 4 %, sodass Betriebsaufgaben ausgeschlossen werden können. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches wird in Neuenkirchen nicht beeinträchtigt.

Auch in **Holdorf** erreichen die Umsatzrückgänge eine geringe Größenordnung von ca. 4 – 5 % zu Lasten der Betriebe im zentralen Versorgungsbereich, welche keine nachteiligen Auswirkungen nach sich zieht. Von einer Betriebsschließung des leistungsfähigen und gut frequentierten Rewe Supermarktes ist nicht auszugehen.

Ein Umsatz von ca. 0,4 Mio. € verteilt sich auf weitere Wettbewerbsstandorte, z. B. in Steinfeld (Olbg.) und abgeschwächt auch in Lohne (Olbg.). Da es sich hier um sehr starke Wettbewerber, wie z. B. Edeka Runnebom oder auch das E-Center handelt, wird die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt. Im Falle von Lohne (Olbg.) handelt es sich sogar im Kannibalisierungseffekte innerhalb der Bunting-Gruppe.

Der im **Kernsortiment** prognostizierte Umsatz von ca. 0,9 Mio. € für den **Sonderpreis Baumarkt** wird fast ausschließlich gegenüber den Wettbewerbern in Damme umverteilt. Besonders betriebstypen gleiche oder -ähnliche Wettbewerber sind davon betroffen, wobei sich dies insbesondere auf die Posten Börse, aber auch auf den Hagebau bezieht. Der Umverteilungseffekt erreicht weniger als 4 – 5 % und liegt damit deutlich unter dem 10 %-Schwellenwert. Aufgrund der geringen Umverteilungswirkungen sind keine nachhaltigen Schädigungen von Magnetbetrieben bzw. deren Aufgabe zu erwarten. Da in Neuenkirchen-Vörden und in Holdorf keine vergleichbaren Wettbewerber vorhanden sind, werden hier kaum Umsatzumverteilungen ausgelöst. Die zentralen Versorgungsbereiche werden jeweils in ihrer Funktionsfähigkeit nicht beeinträchtigt.

Der überwiegende Teil des Umsatzes des Bekleidungsanbieters (ca. 0,5 – 0,6 Mio. €) wird zu Lasten der Betriebe in Damme im zentralen Versorgungsbereich gehen. Die Umsatzrückgänge erreichen ca. 7 – 8 %, d. h. es handelt sich um rein wettbewerbliche Wirkungen. Nachteilige Auswirkungen, etwa in Form von Funktionsstörungen des zentralen Versorgungsbereiches in Damme sind nicht zu erwarten. Da in Damme die Kaufkraft bei Bekleidung / Wäsche (ca. 8,8 Mio. €) nicht gänzlich gebunden wird und ein Teil in andere Orte, z. B. Osnabrück, Bramsche, Steinfeld oder auch nach Lohne abfließt, sind entsprechende Umsatzumverteilungen in diesen zentralen Orten anzunehmen. Ein Umsatz von ca. 0,3 – 0,4 Mio. € verteilt sich auf diese leistungsstarken Standorte, wird jedoch keine nachteiligen städtebaulichen Wirkungen nach sich ziehen.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung des bestehenden Famila-Marktes sowie der Neuansiedlung eines Sonderpreis Baumarktes keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO einhergehen werden. Das Beeinträchtigungsverbot kann in allen Sortimenten eingehalten werden.

Verzeichnisse

Seite

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Karte zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“	12
Abbildung 2:	Lageplan des Vorhabens	13
Abbildung 3:	Karte zentraler Versorgungsbereich Neuenkirchen-Vörden	15

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Vorkassenzone Famila	7
Foto 2:	Eingangsbereich / Blumenshop	7
Foto 3:	Famila innen, Gangbreite	7
Foto 4:	Famila Warenträger	7
Foto 5:	Getränkemarkt mit Parkplätzen	12
Foto 6:	Standortumfeld	12
Foto 7:	Nutzungen am Broermanns Hof	13
Foto 8:	Gesundheitszentrum	13

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Wesentliche Wettbewerber	18
Karte 2:	Einzugsgebiet	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Aufteilung der Verkaufsfläche von Famila (Bestand und Planung)	8
Tabelle 2:	Verkaufsfläche nach Sortimenten	9
Tabelle 3:	Einwohnerveränderung der Stadt Damme im Vergleich	10
Tabelle 4:	Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Damme	14
Tabelle 5:	Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Neuenkirchen-Vörden	16
Tabelle 6:	Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Holdorf	16
Tabelle 7:	Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Steinfeld (Oldg.)	17
Tabelle 8:	Umsatzprognose für Famila im Kernsortiment (periodischer Bedarf)	25
Tabelle 9:	Umsatzprognose für Sonderpreis Baumarkt im Kernsortiment	25
Tabelle 10:	Umsatzprognose für einen Fachmarkt für Bekleidung	26
Tabelle 11:	Prognose der Umsatzumverteilung durch Famila im periodischen Kernsortiment	28