



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Lüneburger Straße in Soltau als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsuntersuchung zu
einem Ergänzungsvorhaben



Endbericht

Im Auftrag der Stadt Soltau
Hamburg, 28.11.2019



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Lüneburger Straße in Soltau als Einzelhandels- standort

Verträglichkeitsuntersuchung zu einem Ergänzungsvorhaben

Projektnummer: 19DLP2705

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Uwe Seidel/Ulrike Rehr

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Aaron Albertsen

Im Auftrag der

Stadt Soltau

Poststraße 12

29614 Soltau

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	III	
Tabellenverzeichnis	III	
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	3
2.1	Mikrostandort	3
2.2	Vorhabenkonzeption	7
3	Rahmendaten des Makrostandorts	8
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Zuordnung	8
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	9
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	12
4.1	Methodische Vorbemerkungen	12
4.2	Wettbewerb im Raum	12
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	13
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	15
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	17
5.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet	17
5.2	Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage im zentralen Versorgungsbereich sowie in den sonstigen agglomerierten Lagen	25
5.2.1	Innenstadt Soltau (rd. 1,5 Entfernung zum Vorhabenstandort)	25
5.2.2	Designer Outlet Soltau (rd. 5,3 km Entfernung zum Vorhabenstandort)	27
5.2.3	Fachmarkttagglomeration Almhöhe (rd. 4,2 km Entfernung zum Vorhabenstandort)	27

5.2.4	Ortsmitte Wietzendorf (rd. 14,3 km Entfernung zum Vorhabenstandort)	28
6	Umsatz- und Wirkungsprognose für Ergänzungsalternativen am Standort Lüneburger Straße in Soltau	30
6.1	Umsatzprognose für die einzelnen Fachmarkt-Alternativen	30
6.2	Wirkungsprognose	34
6.2.1	Vorbemerkungen	34
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Getränkemarkts	35
6.2.3	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Drogeriemarkts	36
6.2.4	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Tierfachmarkts	38
7	Bewertung des Vorhabens	40
7.1	Zu den Bewertungskriterien	40
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	42
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	43
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	46
7.5	Zur Kompatibilität mit dem Strategie- und Handlungskonzept Soltau	47
8	Fazit	51

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	3
Abbildung 2: Verortung des Fachmarkts auf dem Grundstück	4
Abbildung 3: Blick Richtung Vorhabenfläche	5
Abbildung 4: bestehender Edeka-Verbrauchermarkt am Standort	5
Abbildung 5: Die Lüneburger Straße (Blick Richtung Osten)	6
Abbildung 6: Die Lüneburger Straße (Blick Richtung Westen)	6
Abbildung 7: Lage im Raum	8
Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	13
Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens	14
Abbildung 10: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	21
Abbildung 11: Edeka-Verbrauchermarkt – Lüneburger Straße 97 (Zone 1a)	22
Abbildung 12: Rewe-Verbrauchermarkt – Am Bahnhof 12-14 (Zone 1b)	23
Abbildung 13: Drogeriefachmarkt Rossmann – Hagen 11 (Zone 1b)	23
Abbildung 14: Tierfachmarkt Das Futterhaus – Am Westerfeld 7 (Zone1b)	24
Abbildung 15: Einzelhandelsbetriebe entlang der Marktstraße im ZVB Innenstadt Soltau	26
Abbildung 16: Einzelhandelslage am Hagen (ZVB Innenstadt Soltau)	26
Abbildung 17: Designer Outlet Soltau	27
Abbildung 18: Fachmarkttagglomeration Almhöhe	28
Abbildung 19: NP-Markt in der Ortsmitte Wietzendorf	29
Abbildung 20: Strategieempfehlung aus dem Strategie – und Handlungskonzept Soltau: „Stärken stärken“	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	10
Tabelle 2: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	15
Tabelle 3: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet aktuell	15

Tabelle 4: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit 2021	16
Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	18
Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	19
Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Tiernahrung und Tierbedarf innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	20
Tabelle 8: Sortimentsspezifische Marktanteile des Getränkemarkts innerhalb des Einzugsgebiets	31
Tabelle 9: Umsatzstruktur des Getränkemarkts	31
Tabelle 10: Sortimentsspezifische Marktanteile des Drogeriemarkts innerhalb des Einzugsgebiets	32
Tabelle 11: Umsatzstruktur des Drogeriemarkts	32
Tabelle 12: Sortimentsspezifische Marktanteile des Tierfachmarkts innerhalb des Einzugsgebiets	33
Tabelle 13: Umsatzstruktur des Tierfachmarkts	33
Tabelle 14: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Getränkemarkts	35
Tabelle 15: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Drogeriemarkts	37
Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Tierfachmarkts	39

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Edeka Ehlers am Standort Lüneburger Straße 97 in Soltau hat sich in der jüngeren Vergangenheit neu aufgestellt und in diesem Zusammenhang auch die Verkaufsflächen erweitert. Damit ist das Baurecht für den Standort aktuell vollständig ausgeschöpft. Edeka möchte den eigenen Standort gleichwohl weiterentwickeln und durch eine Fachmarktnutzung ergänzen. Für die dafür vorgesehene Grundstücksfläche besteht derzeit eine GEe-Ausweisung. Für die Realisierung des Vorhabens ist eine Änderung in ein SO-Gebiet vorgesehen.

Die Edeka favorisiert in diesem Zusammenhang die Ansiedlung eines Getränkemarkts oder eines Drogeriemarkts mit bis zu rd. 800 qm Verkaufsfläche. Darüber hinaus soll geprüft werden, welche Sortimente in welchem Umfang noch verträglich integrierbar aber auch realistisch umsetzbar wären.

Vor dem Hintergrund der fehlenden ZentrenEinstufung des Standorts sollte der Fokus dabei auf nicht-zentrenrelevante Fachmärkte gelegt werden. Auch ist auf die begrenzte Flächenverfügbarkeit auf dem Areal zu verweisen, sodass hier insbesondere ein Tierfachmarkt in Frage käme.

Für die konkrete Ausgestaltung der B-Plan-Festsetzungen ist es erforderlich, die prospektiven Auswirkungen der (realistisch) möglichen Fachmärkte zu prüfen und die jeweils maximal am Standort verträglich entwickelbaren Verkaufsflächen rekursiv zu ermitteln (sog. Schwellenwertanalyse). Die max. Verkaufsfläche je Alternative sollte rd. 800 qm umfassen.

Dabei haben wir folgende Sortimente in die Untersuchungen mit einbezogen:

- Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel/Getränke)
- Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel
- Tierfutter/Tierbedarf

Die Aufgabenstellung bestand also darin, die sortimentspezifischen Schwellenwerte (Verkaufsflächenobergrenzen) der noch (städtebaulich und raumordnerisch) verträglichen Verkaufsflächenentwicklungen am Standort zu ermitteln. Im Ergebnis liefern wir einen verträglichen Verkaufsflächenrahmen für die Entwicklung.

1.2 Vorgehensweise

Im Einzelnen war für die Analyse eine Untersuchung folgender Punkte erforderlich:

- Darstellung und Bewertung des **Mikrostandorts** sowie der planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung der möglichen **Vorhabenkomponenten**;
- Darstellung und Bewertung der relevanten **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** (z.B. Bevölkerungsentwicklung und -prognose, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen etc.);
- Darstellung und Bewertung der **vorhabenrelevanten Angebotssituation** im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens nach Sortimentsgruppen (Lebensmittel/Getränke (Nahrungs- und Genussmittel), Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel, Tierfutter/Tierbedarf);
- Abschätzung der **Umsätze/Flächenproduktivitäten** im relevanten Einzelhandel;
- Analyse der **städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Ausgangslage** der zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen wesentlichen Lagen;
- **Vorhabenprognose** bezüglich des prospektiven Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, der Marktanteile und des Umsatzes der einzelnen Vorhabenkomponenten;
- **Sortimentspezifische Wirkungsprognose** bezüglich der zu erwartenden Umverteilungseffekte bei den rekursiv ermittelten sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung im Raum;
- **Städtebauliche und raumordnerische Bewertung** der einzelnen Vorhabenkomponenten;
- **Zusammenfassende Bewertungen und Empfehlungen.**

Um die Verträglichkeitsanalyse für das Ergänzungsvorhaben durchführen zu können, waren eine Reihe von **Primär- und Sekundärerhebungen** durchzuführen:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Intensive Begehungen des Mikrostandorts;
- Erhebung der vorhabenrelevanten Bestandsdaten im Einzugsgebiet (Lebensmittel/Getränke (Nahrungs- und Genussmittel), Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel, Tierfutter/Tierbedarf);
- Begehungen der zentralen Versorgungsbereiche und wesentlichen Angebotsstandorte im voraussichtlichen Einzugsgebiet zur Beurteilung ihrer Stabilität bzw. Leistungsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2021 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Lüneburger Straße 97 im östlichen Stadtgebiet von Soltau.

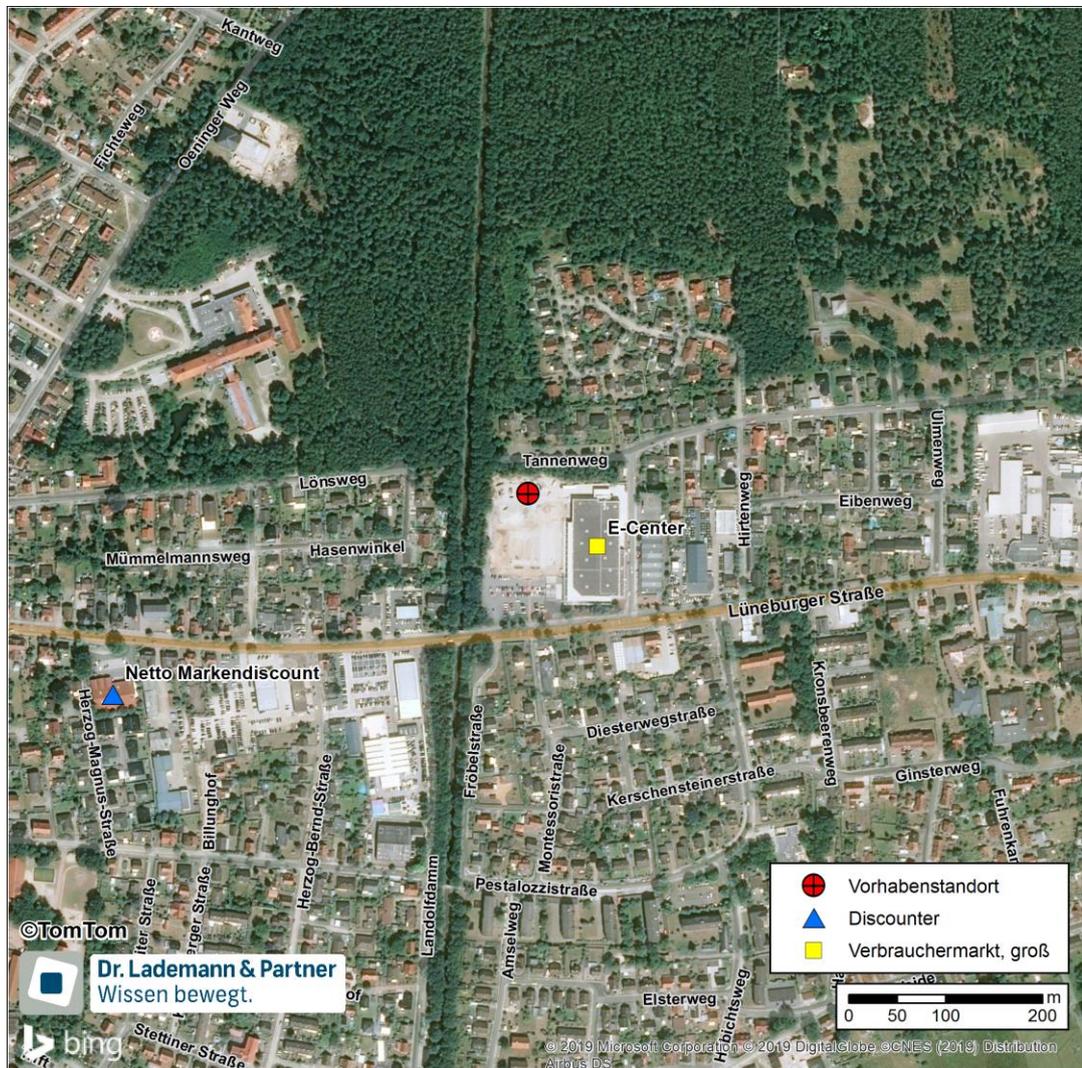


Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

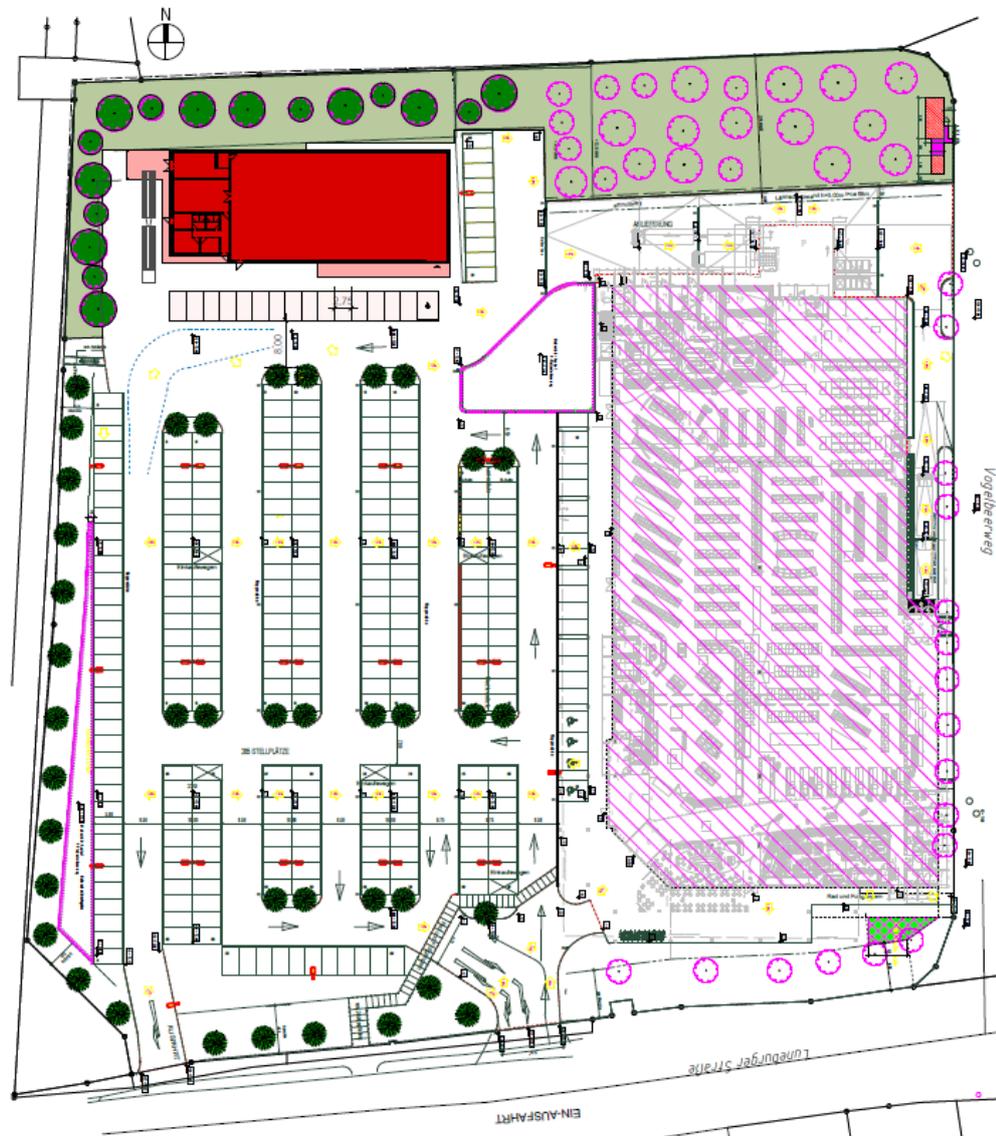


Abbildung 2: Verortung des Fachmarkts auf dem Grundstück

Die **verkehrliche Anbindung** des Vorhabenstandorts kann aufgrund der direkt angrenzenden Lüneburger Straße (B71), welche das gesamte Stadtgebiet in Ost-West Richtung durchquert und eine bedeutende Verkehrsachse darstellt, als sehr gut bezeichnet werden.

Die **Anbindung an den ÖPNV** erfolgt über die Haltestelle „Vogelbeerweg“ direkt am Standort. Dort verkehren die Buslinien 355 und 305 mehrmals täglich. Eine **fußläufige Erreichbarkeit** aus den umliegenden Wohngebieten ist ebenfalls gegeben.

Das **Standortumfeld** ist geprägt durch eine Mischnutzung von Einzelhandel, Dienstleistungen, gewerblichen Betrieben sowie Wohnnutzungen. Am gleichen Standort ist bereits heute der Verbrauchermarkt Ehlers ansässig, der durch die Ansiedlung eines zusätzlichen Fachmarkts ergänzt werden soll.

Nach dem **kommunalen Einzelhandelskonzept** (Strategie- und Handlungskonzept Soltau) ist der Vorhabenstandort nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen. Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich beginnt mit dem ZVB Innenstadt gleichwohl erst in rd. 1,5 km westlicher Entfernung (Damit ist sie nicht mehr in einer fußläufigen Entfernung). So übernimmt der Standort bereits heute eine wesentliche Nahversorgungsfunktion für das östliche Stadtgebiet.



Abbildung 3: Blick Richtung Vorhabenfläche



Abbildung 4: bestehender Edeka-Verbrauchermarkt am Standort



Abbildung 5: Die Lüneburger Straße (Blick Richtung Osten)



Abbildung 6: Die Lüneburger Straße (Blick Richtung Westen)

2.2 Vorhabenkonzeption

Edeka Ehlers möchte den Standort an der Lüneburger Straße 97 weiterentwickeln und durch eine Fachmarktnutzung ergänzen. Für die dafür vorgesehene Grundstücksfläche besteht derzeit eine GEE-Ausweisung. Für die Realisierung des Vorhabens ist eine Änderung in ein SO-Gebiet vorgesehen. Damit ist das Ergänzungsvorhaben nach § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB zu beurteilen. Zusätzlich sind die raumordnerischen Bestimmungen und das kommunale Einzelhandelsentwicklungskonzept zu berücksichtigen.

Das geplante **Angebot des Getränkemarkts** ist vollständig dem periodischen Bedarfsbereich zuzuordnen (Nahrungs- und Genussmittel). Nach der Soltauer Sortimentsliste ist es als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Das geplante **Angebot des Drogeriemarkts** ist zu 90 % dem periodischen Bedarfsbereich zuzuordnen (rd. 80 % entfallen auf den Bereich Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel und rd. 10 % auf Nahrungs- und Genussmittel). Die verbleibenden 10 % entfallen auf aperiodische Randsortimente. Insgesamt liegt der Sortimentschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich nach Soltauer Sortimentsliste.

Das geplante **Angebot des Tierfachmarkts** ist nach der Soltauer Sortimentsliste dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich zuzuordnen (Tierfutter/Tierbedarf).

Der Edeka-Standort an der Lüneburger Straße 97, der wesentliche Nahversorgungsaufgaben für das östliche Stadtgebiet übernimmt, soll durch eine Fachmarktnutzung ergänzt werden. In die nachfolgende Verträglichkeitsanalyse sollen eine alternative Getränke-, Drogerie- oder Tierfachmarkt-Ansiedlung einfließen. Für die Realisierung des Vorhabens ist eine B-Plan-Änderung vorgesehen.

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Zuordnung

Die **niedersächsische Stadt Soltau** befindet sich zentral in der Lüneburger Heide und mit jeweils rd. 75 km Entfernung genau zwischen den Großstädten Hamburg und Hannover. Sie ist eine von 13 Städten und Gemeinden des Landkreises Heidekreis und Mitglied der Metropolregion Hamburg.

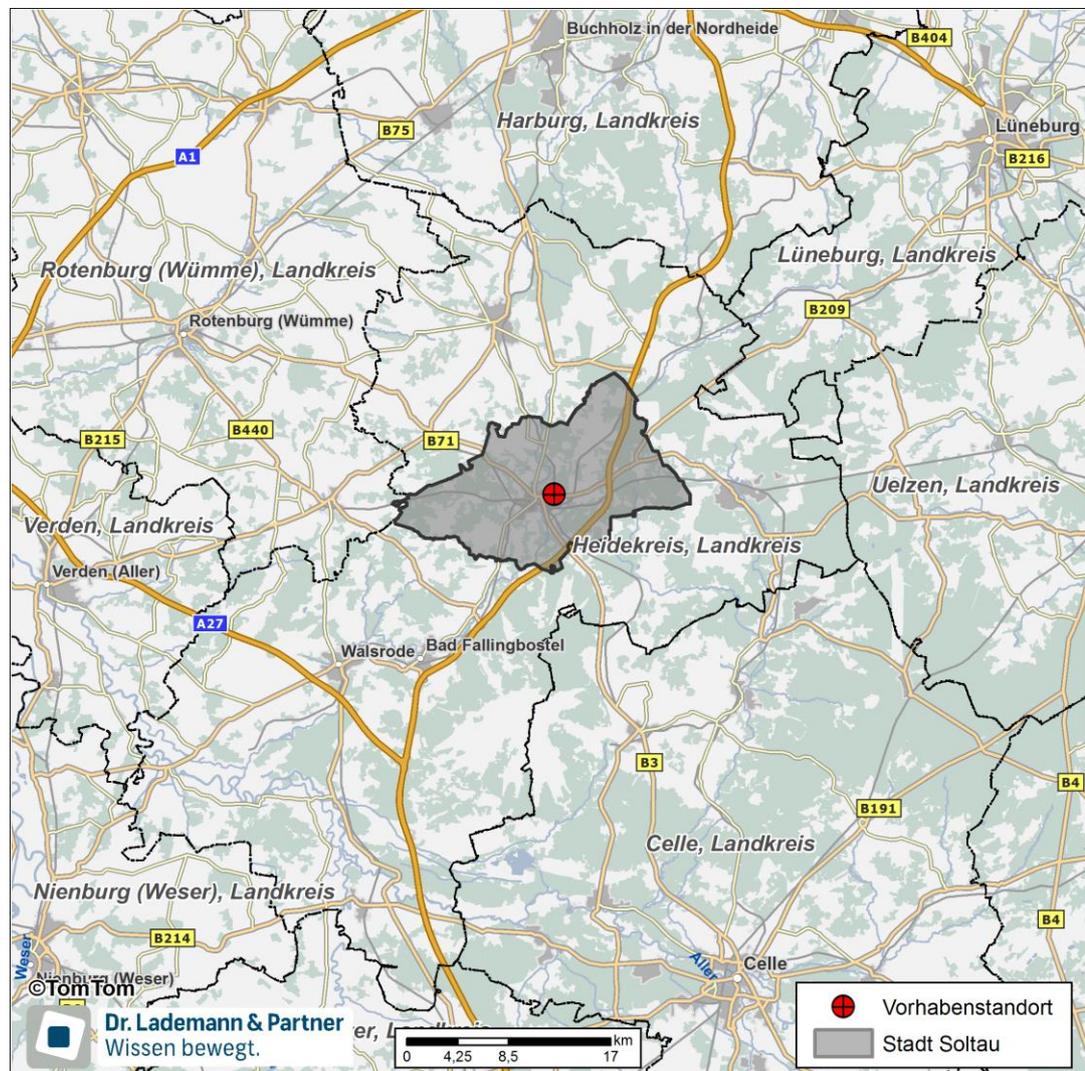


Abbildung 7: Lage im Raum

Die **verkehrliche Anbindung Soltaus** ist als sehr gut zu bewerten: Das Stadtgebiet von Soltau wird im Osten von der BAB 7 flankiert und ist über die Anschlussstellen Soltau-Ost und Soltau-Süd an das überregionale Verkehrsnetz angebunden. Mit der B 71 verläuft zudem eine regionale Verkehrsstrasse durch das Soltauer Stadtzentrum. Im Zuge

der Einrichtung der Anschlussstelle Schneverdingen wurde die B 3 in Teilen zur Kreisstraße abgestuft.

Inner- und überörtliche Buslinien gewährleisten die Erreichbarkeit der Soltauer Kernstadt und der dezentral im Stadtgebiet gelegenen Stadtteile mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Über den Bahnhof Soltau besteht überdies Anbindung nach Bremen und Uelzen („Amerikalinie“) sowie nach Buchholz (Nordheide) und Hannover („Heidebahn“).

Von Seiten der **Regional- und Landesplanung ist die Stadt Soltau als Mittelzentrum ausgewiesen**. Hierbei übernimmt die Stadt Soltau bei den kurz-, mittel- und langfristigen Sortimenten die qualifizierte Versorgung insbesondere der eigenen Bevölkerung aber auch des Umlands (Ausnahme periodischer Bedarf: hier ist das eigene Stadtgebiet der zulässige Kongruenzraum).

Dabei steht die Stadt im intensiven **interkommunalen Wettbewerb** mit den umliegenden Mittelzentren Buchholz (rd. 45 km nördlicher Entfernung), Walsrode (rd. 25 km südwestlicher Entfernung), Munster (rd. 19 km östlicher Entfernung) und Rotenburg (rd. 43 km nordwestlicher Entfernung). Die beiden nächstgelegenen Oberzentren sind Celle (rd. 47 km südlicher Entfernung) und Lüneburg (rd. 52 km nordöstlicher Entfernung).

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die **Bevölkerungsentwicklung** in Soltau verlief seit 2014 mit einem Zuwachs von 0,2 % p.a. leicht positiv. Im regionalen Vergleich waren die Einwohnerzuwächse in Bad Fallingb., Bispingen und Rotenburg (Wümme) (0,9 % bis 2,3 % p.a.) deutlich stärker sowie in Neuenkirchen (rd. 0,4 % p.a.) auf einem ähnlichen Niveau. In den Städten Munster und Walsrode kam es dagegen zu leichten Bevölkerungsrückgängen von jeweils rd. 0,3 % p.a.

Insgesamt lebten in Soltau Anfang 2018 **rd. 21.260 Einwohner**.

Einwohnerentwicklung in Soltau im Vergleich

Stadt, Landkreis, Land	2014	2018	abs.	+/- 14/18		Veränderung p.a. in %
				in %		
Soltau	21.120	21.257	137	0,6		0,2
Neuenkirchen	5.530	5.622	92	1,7		0,4
Bad Fallingb.ostel	10.682	11.680	998	9,3		2,3
Bispingen	6.241	6.486	245	3,9		1,0
Munster	15.139	14.983	-156	-1,0		-0,3
Walsrode	23.353	23.089	-264	-1,1		-0,3
Rotenburg (Wümme)	20.944	21.694	750	3,6		0,9
Heidekreis	136.251	139.099	2.848	2,1		0,5
Niedersachsen	7.790.559	7.962.775	172.216	2,2		0,5

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Soltau kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research¹, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren, davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren stabil bis leicht negativ entwickeln werden. Im Jahr 2021 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Soltau daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

gut 21.240 Einwohnern.

Soltau verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**² von 96,5. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Heidekreis (95,5) leicht überdurchschnittlich sowie zum Landesdurchschnitt (99,2) leicht unterdurchschnittlich aus.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der perspektivisch leicht negativen Einwohnerentwicklung sowie der im Landesvergleich unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer keine zusätzlichen Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Soltau. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

¹ Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2019. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

² Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019. Durchschnitt Deutschland=100.

Soltau ist raumordnerisch als Mittelzentrum eingestuft und übernimmt damit bei den kurz-, mittel- und langfristigen Sortimenten die qualifizierte Versorgungsfunktion. Für den periodischen Bedarf ist das eigene Stadtgebiet als relevanter Kongruenzraum anzusehen.

4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabenspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in der Lüneburger Straße übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld (Ausstrahlung von Edeka Ehlers), vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Im Wettbewerb steht das Vorhaben mit den Verbrauchermärkten und Lebensmitteldiscountern sowie Drogerie-, Getränke- und Tierfachmärkten. Darüber hinaus sind räumlich-funktionale Barrieren (z.B. Verkehrsstrassen, Flüsse) zu berücksichtigen.

4.2 Wettbewerb im Raum

Die vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Raum wird geprägt durch den Edeka-Verbrauchermarkt in direkter Nachbarschaft zum Vorhabenstandort. Im unmittelbaren Umfeld befindet sich zusätzlich ein Netto-Lebensmitteldiscounter (rd. 500 m westliche Richtung). Hinzu kommen mit einem Aldi, einem weiteren Netto-Markendiscount, einem Penny sowie einem Lidl vier weitere Lebensmitteldiscounter im Soltauer Stadtgebiet dazu. Den einzigen weiteren Vollsortimenter im Stadtgebiet stellt der Rewe-Verbrauchermarkt in rd. 2 km westlicher Entfernung dar. In rd. 2 km westlicher Richtung befindet sich außerdem noch der Drogeriemarkt Rossmann in der Innenstadt und in rd. 5 km südwestlicher Richtung der Tierfachmarkt Futterhaus in der Fachmarkttagglomeration Almhöhe.

Außerhalb der Soltauer Kernstadt nimmt die Einzelhandelsdichte stark ab, was mit der geringen Bevölkerungsdichte zu erklären ist. Die nächst gelegenen vorhabenrelevanten Wettbewerber befinden sich in den Städten/Gemeinden Neuenkirchen (rd. 11 km nordwestliche), Schneverdingen (rd. 18 km nördlich), Bispingen (rd. 17 km nordöstlich), Munster (rd. 19 km östlich), Wietzendorf (rd. 16 km südöstlich) und Dorfmark (rd. 11 km südlicher Richtung).

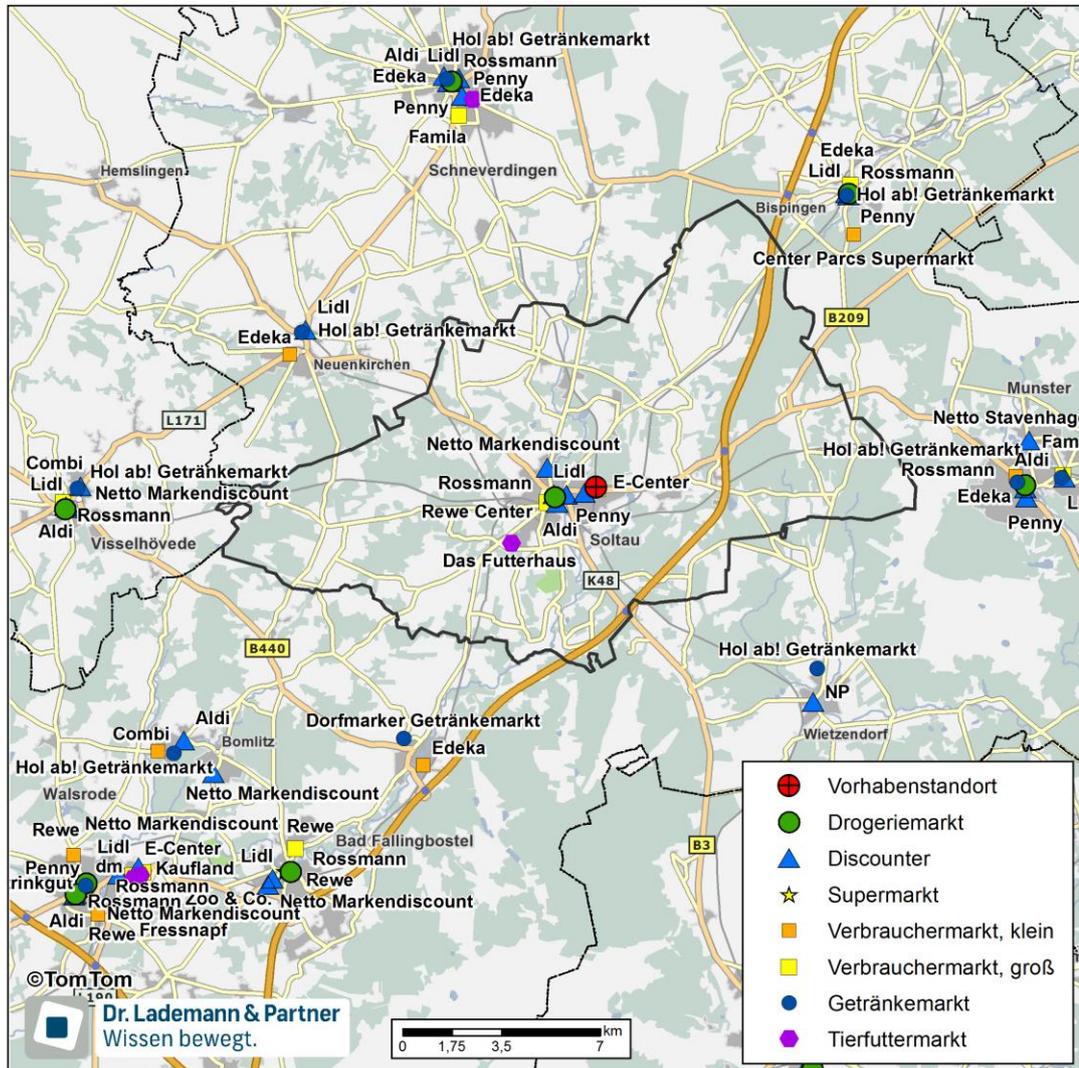


Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer durchschnittlichen bis intensiven Wettbewerbssituation im Soltau selbst auszugehen, wobei sich die Anbieter v.a. auf die Innenstadt und die westliche Kernstadt konzentrieren. Außerhalb der Kernstadt befinden sich keine strukturell prägenden, vorhabenrelevante Anbieter.

4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

Das **Einzugsgebiet des Vorhabens** erstreckt sich in Zone 1a über das gesamte östliche Stadtgebiet bis zur Celler bzw. Harburger Straße. Von dort aus beginnt die Zone 1b,

welche das westliche Stadtgebiet, inklusive der Innenstadt abdeckt. Die Zone 2 umfasst den Großteil der Gemeinde Wietzendorf dar.

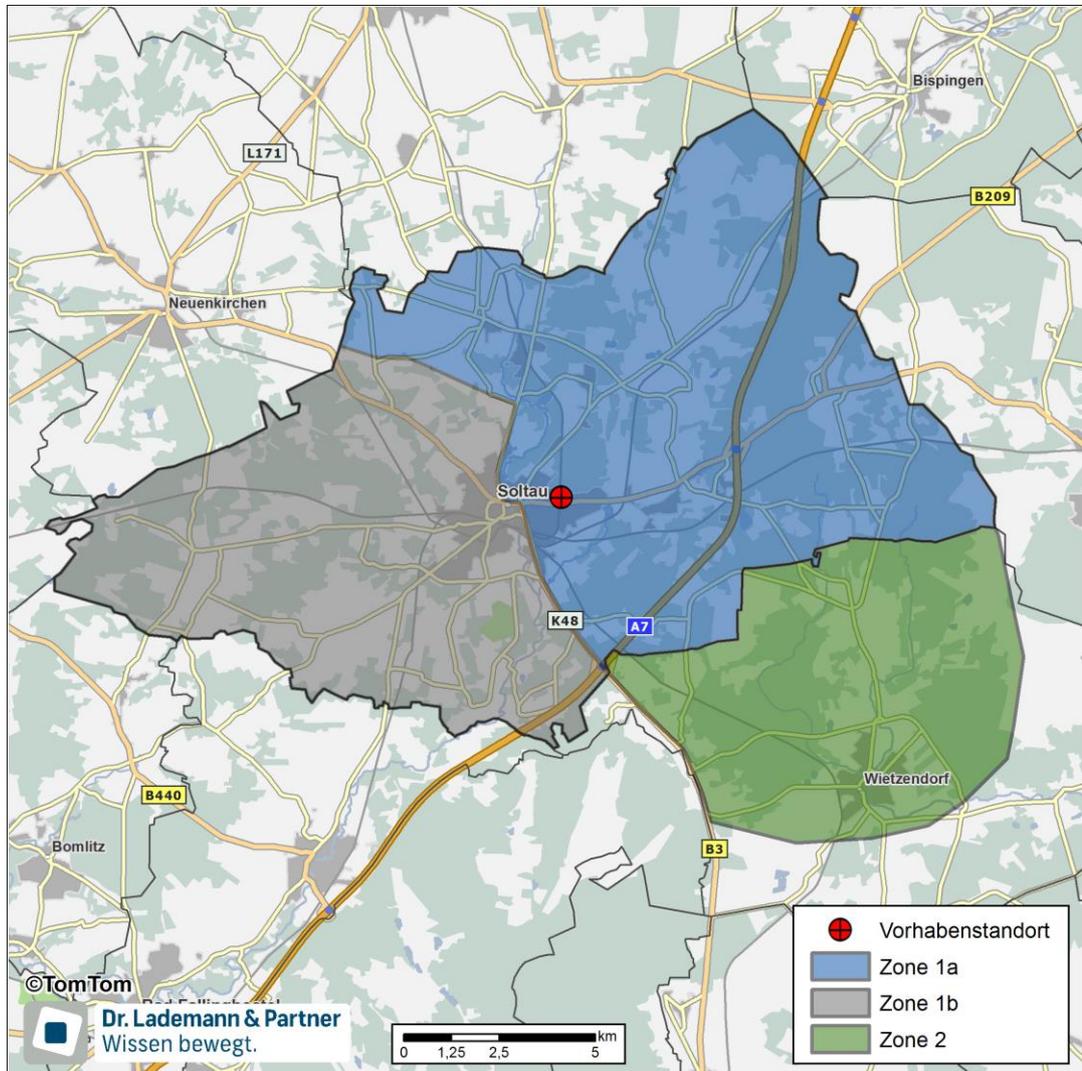


Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 25.120 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem leicht sinkenden **Einwohnerpotenzial in 2021** ausgegangen werden von insgesamt

rd. 25.050 Einwohnern.

Einzugsgebiet des Vorhabens an der Lüneburger Straße in Soltau

Bereich	2018	2021
Zone 1a	10.038	10.030
Zone 1b	11.219	11.210
Zone 2	3.867	3.810
Einzugsgebiet	25.124	25.050

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 2: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft³ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes zeigt das **Nachfragepotenzial** für die einzelnen Vorhabenkomponenten aktuell folgendes Bild:

Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial 2018 in Mio. €

Daten	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2	Gesamt
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	32,6	36,4	12,5	81,6
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	<i>28,3</i>	<i>31,6</i>	<i>10,9</i>	<i>70,7</i>
<i>davon Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel</i>	<i>3,7</i>	<i>4,2</i>	<i>1,4</i>	<i>9,4</i>
Sonstiger vorhabenrelevanter Bedarf	36,6	40,9	14,1	91,6
<i>davon Tiernahrung/Tierbedarf</i>	<i>0,6</i>	<i>0,7</i>	<i>0,2</i>	<i>1,5</i>
<i>davon sonstiger aperiodischer Bedarf*</i>	<i>36,0</i>	<i>40,3</i>	<i>13,9</i>	<i>90,1</i>

Quelle: Eigene Berechnungen. *als Randsortiment des Drogeriemarkts.

Tabelle 3: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet aktuell

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2021 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge von einem leichten **Rückgang des Nachfragepotenzials auszugehen:**

³ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2019

Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial 2021 in Mio. €

Daten	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2	Gesamt
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	32,6	36,4	12,4	81,4
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	<i>28,2</i>	<i>31,6</i>	<i>10,7</i>	<i>70,5</i>
<i>davon Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel</i>	<i>3,7</i>	<i>4,2</i>	<i>1,4</i>	<i>9,4</i>
Sonstiger vorhabenrelevanter Bedarf	36,6	40,9	13,9	91,4
<i>davon Tiernahrung/Tierbedarf</i>	<i>0,6</i>	<i>0,7</i>	<i>0,2</i>	<i>1,5</i>
<i>davon sonstiger aperiodischer Bedarf*</i>	<i>36,0</i>	<i>40,2</i>	<i>13,7</i>	<i>89,9</i>

Quelle: Eigene Berechnungen. *als Randsortiment des Drogeriemarkts.

Tabelle 4: Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit 2021

Insgesamt beträgt das Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens in Soltau aktuell gut 25.100 Personen. Perspektivisch ist mit einem leichten Rückgang des Einwohner- und damit des Nachfragepotenzials zu rechnen.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und den sonstigen wesentlichen Einzelhandelslagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert.

5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet⁴ des Vorhabens durchgeführt. Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden jeweils auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Bestandssituation im Segment Nahrungs- und Genussmittel

Im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens wird im Segment Nahrungs- und Genussmittel eine Verkaufsfläche von

rd. 12.750 qm (ohne Randsortimente)

vorgehalten. Mit rd. 7.375 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf die Zone 1b. In der Innenstadt von Soltau umfasst der relevante Verkaufsflächenbestand rd. 1.280 qm.

Der Brutto-Umsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 59,2 Mio. € (ohne Randsortimente).

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt auf die Zone 1b. Der sortimentspezifische Umsatz in der Soltauer Innenstadt beträgt etwa 8,1 Mio. €.

⁴ Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 4 erläutert vorgenommen und umfasst das Stadtgebiet von Soltau sowie ein Großteil der Gemeinde Wietzendorf.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel im Einzugsgebiet

Nahrungs- und Genussmittel	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
DOS	110	0,5
Sonstige Lage	3.970	19,4
Zone 1a	4.080	19,9
ZVB Innenstadt Soltau	1.280	8,1
Almhöhe	870	1,6
Sonstige Lage	5.225	25,0
Zone 1b	7.375	34,7
Ortsmitte Wietzendorf	780	3,0
Sonstige Lage	515	1,7
Zone 2	1.295	4,6
Einzugsgebiet gesamt	12.750	59,2

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Bestandssituation im Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel

Im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens wird im Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel eine Verkaufsfläche von

rd. 2.065 qm (ohne Randsortimente)

vorgehalten. Mit rd. 1.555 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf die Zone 1b. In der Innenstadt umfasst das sortimentsspezifische Angebot rd. 795 qm. Hier befindet sich auch der einzige Drogeriemarkt (Rossmann) innerhalb des Einzugsgebiets. Darüber hinaus wird das Angebot überwiegend als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe vorgehalten.

Der **Brutto-Umsatz** im Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 12,2 Mio. € (ohne Randsortimente).

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt auf die Zone 1b. Der sortimentsspezifische Umsatz in der Soltauer Innenstadt beträgt etwa 4,6 Mio. €.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels im Sortiment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel im Einzugsgebiet		
Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
DOS	0	0,0
Sonstige Lage	380	2,3
Zone 1a	380	2,3
ZVB Innenstadt Soltau	795	4,6
Almhöhe	210	0,3
Sonstige Lage	550	3,9
Zone 1b	1.555	8,8
Ortsmitte Wietzendorf	110	1,0
Sonstige Lage	20	0,1
Zone 2	130	1,1
Einzugsgebiet gesamt	2.065	12,2

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Bestandssituation im Segment Tiernahrung und Tierbedarf

Im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens wird im Segment Tiernahrung und Tierbedarf eine **Verkaufsfläche von**

rd. 605 qm

vorgehalten. Mit rd. 485 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf die Zone 1b. Hier befindet sich im FMZ Soltauer Alm (Almhöhe) auch der einzige Tierfachmarkt innerhalb des Einzugsgebiets. Darüber hinaus wird das Angebot überwiegend als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe vorgehalten. Das sortimentspezifische Angebot in der Soltauer Innenstadt beträgt weniger als 100 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels im Sortiment Tiernahrung/Tierbedarf im Einzugsgebiet

Tiernahrung/Tierbedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
DOS	0	0,0
Sonstige Lage	90	0,2
Zone 1a	90	0,2
ZVB Innenstadt Soltau	20	0,0
Almhöhe	380	0,5
Sonstige Lage	85	0,1
Zone 1b	485	0,7
Ortsmitte Wietzendorf	30	0,1
Sonstige Lage	0	0,0
Zone 2	30	0,1
Einzugsgebiet gesamt	605	1,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Tiernahrung und Tierbedarf innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Der **Brutto-Umsatz** im Segment Tiernahrung/Tierbedarf innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 1,0 Mio. €.

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt auf die Zone 1b.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die **räumliche Lage der strukturprägenden Lebensmittel-/Getränkemärkte, Drogerie- und Tierfachmärkte** innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens:

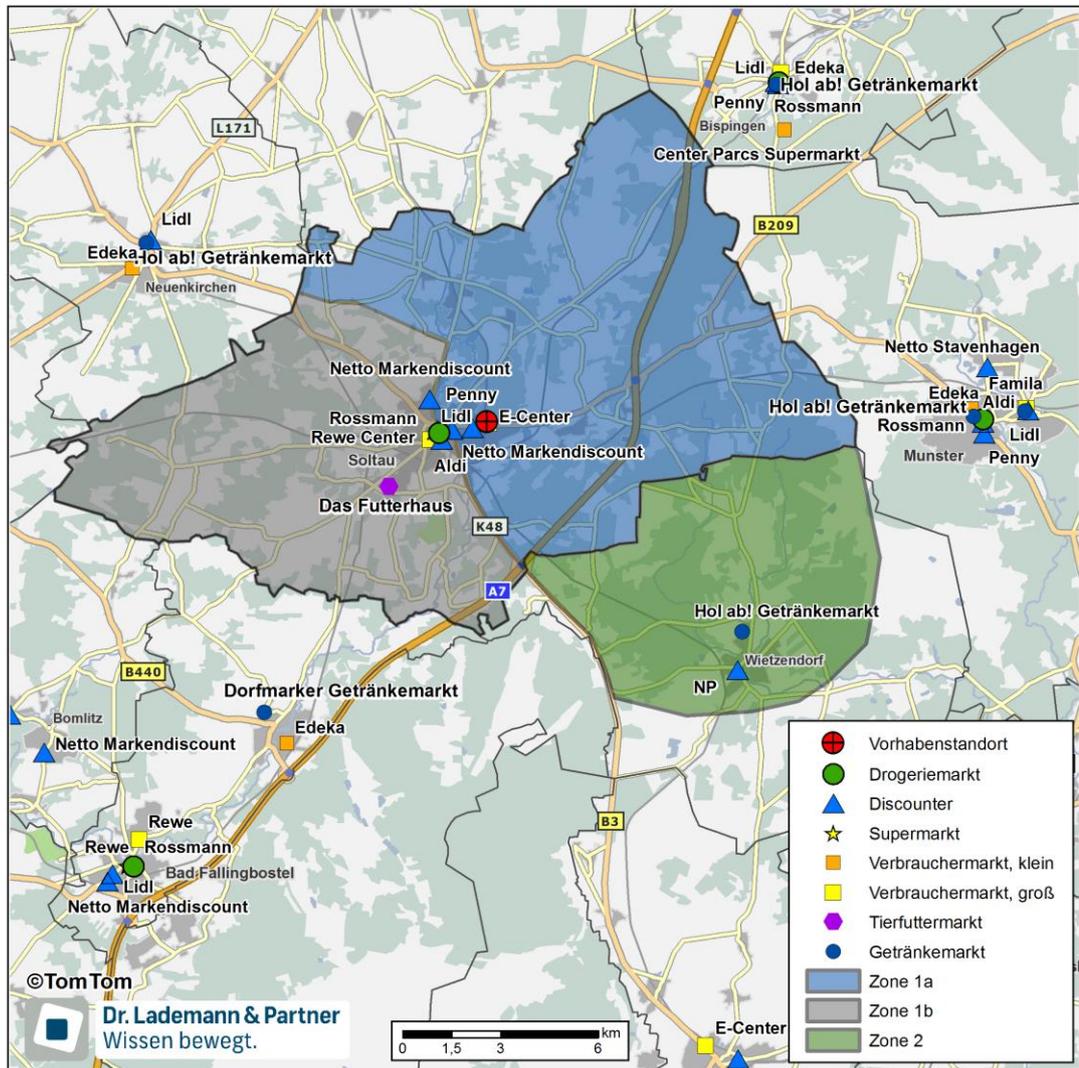


Abbildung 10: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Die flächengrößten Drogerie-, Tier-, und Getränkemarkte sowie Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet sind:

Zone 1a

- Edeka-Verbrauchermarkt, Lüneburger Straße 97 (sonstige Lage)
- Netto-Discounter, Lüneburger Straße 42 (sonstige Lage)

Zone 1b

- Lidl-Discounter, Am Alten Stadtgraben 5 (ZVB Innenstadt)
- Drogeriefachmarkt Rossmann, Hagen 11 (ZVB Innenstadt)
- Penny-Markt, Celler Straße 6 (sonstige Lage)
- Aldi-Discounter, Böhmheide 6 (sonstige Lage)

- Netto-Discounter, Harburger Straße 25 (sonstige Lage)
- Rewe-Verbrauchermarkt, Am Bahnhof 12-14 (sonstige Lage)
- Tierfachmarkt Das Futterhaus, Am Westerfeld 7 (Almhöhe)

Zone 2

- Hol ab-Getränkemarkt, Am Sägenberg 4 (Sonstige Lage Wietzendorf)
- NP-Markt, Königstraße 6 (Ortskern Wietzendorf)



Abbildung 11: Edeka-Verbrauchermarkt – Lüneburger Straße 97 (Zone 1a)



Abbildung 12: Rewe-Verbrauchermarkt – Am Bahnhof 12-14 (Zone 1b)



Abbildung 13: Drogeriefachmarkt Rossmann – Hagen 11 (Zone 1b)



Abbildung 14: Tierfachmarkt Das Futterhaus – Am Westerfeld 7 (Zone1b)

Im Segment Nahrungs- und Genussmittel wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 12.800 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 59,2 Mio. € Umsatz generiert. In der Soltauener Innenstadt beträgt das relevante Verkaufsflächenvolumen rd. 1.300 qm, das Umsatzvolumen rd. 8,1 Mio. €.

Im Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 2.100 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 12,2 Mio. € Umsatz generiert. In der Soltauener Innenstadt beträgt das relevante Verkaufsflächenvolumen rd. 800 qm, das Umsatzvolumen rd. 4,6 Mio. €. Hier befindet sich auch der einzige Drogeriemarkt innerhalb des Einzugsgebiets. Das übrige Angebot wird v.a. als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe vorgehalten.

Im nicht-zentrenrelevanten Segment Tiernahrung/Tierbedarf wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 600 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 1,0 Mio. € Umsatz generiert. Der einzige Tierfachmarkt befindet sich am Standort Almhöhe.

5.2 Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage im zentralen Versorgungsbereich sowie in den sonstigen agglomerierten Lagen

5.2.1 Innenstadt Soltau (rd. 1,5 Entfernung zum Vorhabenstandort)

Der Kernbereich der Innenstadt von Soltau umfasst den Bereich zwischen der Poststraße im Norden und der Straße Böhmeide im Süden, sowie der Straße Am alten Stadtgraben im Westen und dem Fluss Böhme im Osten. Die Haupteinkaufslage erstreckt sich dabei entlang der Markstraße und ist als Fußgängerzone gestaltet. Der zentrale Versorgungsbereich ist durch eine kleinteilige zwei- bis dreigeschossige Bebauung geprägt, welche durch ihre Altbausubstanz teilweise ansprechende Fassaden aufweist. Zudem gibt es vereinzelt größere Objekte jüngeren Baualters, welche sich im Bereich Hagen befinden.

Im direkten Umfeld der Innenstadt sind öffentliche Einrichtungen, Gewerbe, Dienstleistungen sowie Wohnbebauung vorzufinden. Die Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereichs kann sowohl mit dem MIV als auch ÖPNV als gut bezeichnet werden. Entlang der Poststraße/Wilhelmstraße und der Straße Am alten Stadtgraben sind mehrere Haltestellen in unmittelbarer Nähe verortet. Ein ausreichendes Stellplatzangebot ist durch diverse Sammelparkplätze am Rand der Innenstadt gegeben. Durch die zentrale Lage besteht auch eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten innerhalb und außerhalb der Zentrenabgrenzung.

Die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt kann durch die vorhandene Fußgängerzone mit Bepflanzungen und Möblierung als positiv bezeichnet werden. Als Magnetbetriebe fungieren C&A, Reno, Lidl, Intersport und Rossmann. Insgesamt kann von einem mitteltypischen Angebots- und Branchenmix von inhabergeführten und filialisiertem Einzelhandelsbetrieben gesprochen werden. Als ergänzende Nutzungen sind zudem Dienstleister, Gastronomiebetriebe und Geldinstitute vor Ort. Lediglich am Georges-Lemoine- Platz sind vereinzelte Leerstände vorzufinden. Über alles kann von einem stabilen und funktionsfähigen Zentrum gesprochen werden.

Insgesamt erzielen die Einzelhandelsbetriebe in der Soltauer Innenstadt auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von rd. 2.1000 qm einen Umsatz von rd. 12,7 Mio. €.



Abbildung 15: Einzelhandelsbetriebe entlang der Marktstraße im ZVB Innenstadt Soltau



Abbildung 16: Einzelhandelslage am Hagen (ZVB Innenstadt Soltau)

5.2.2 Designer Outlet Soltau (rd. 5,3 km Entfernung zum Vorhabenstandort)

Das **Designer Outlet Soltau (DOS)** liegt im Osten von Soltau an der Bundesautobahn 7. Im Standortumfeld befinden sich überwiegend Grünflächen und landwirtschaftlich genutzte Flächen sowie gewerbliche Betriebe im Norden. Es besteht aus mehreren Gebäudekomplexen, die kleinteilig von Einzelhändlern im Shoppingaffinen Segment besetzt sind. Der Standort stellt FOC-typisch auf ein sehr großes Einzugsgebiet ab und generiert vor diesem Hintergrund nur einen untergeordneten Anteil seiner Umsätze mit Einwohnern aus dem Soltauer Stadtgebiet. **Insgesamt wird auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von etwa 100 qm ein Umsatz von rd. 0,5 Mio. € erwirtschaftet.** Damit sind keine signifikanten Wettbewerbsbeziehungen zum Vorhaben an der Lüneburger Straße zu konstatieren. Die Sortimentsstruktur des Einzelhandelsbesatzes wird am Standort funktionsgerecht durch modische Sortimente geprägt. Perspektivisch wird eine Erweiterung um rd. 5.000 qm avisiert, nachdem eine Erweiterung um rd. 10.000 qm vom Land Niedersachsen zunächst vollständig versagt wurde.



Abbildung 17: Designer Outlet Soltau

5.2.3 Fachmarkttagglomeration Almhöhe (rd. 4,2 km Entfernung zum Vorhabenstandort)

Die **Fachmarkttagglomeration Almhöhe** liegt im Süden von Soltau im Gewerbegebiet Almhöhe. Der Fachmarktstandort Almhöhe besteht zum einen aus dispersen Fachmärkten im Nordosten sowie dem Fachmarktzentrum Soltauer Alm im Südwesten. Im

Standortumfeld befinden sich überwiegend gewerbliche Betriebe und landwirtschaftlich genutzte Flächen sowie im Nordosten Wohngebiete. Das Fachmarktzentrum ist mittlerweile von zahlreichen Leerständen geprägt. In den letzten Jahren haben mit Kaufland und Aldi auch die beiden wesentlichen Magnetbetriebe den Standort verlassen.

Insgesamt wird auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm ein Umsatz von rd. 2,4 Mio. € erwirtschaftet. Der Angebotsschwerpunkt der Fachmarkttagglomeration liegt mittlerweile in den Segmenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs mit den Ankerbetrieben Obi, Expert und Euronics XXL. Ein nahversorgungsrelevanter Magnetbetrieb ist am Standort nicht mehr ansässig. Gleichwohl ist mit Futterhaus der einzige Tierfachmarkt im Einzugsgebiet hier zu finden. Die Fachmarkttagglomeration kann derzeit nur noch als eingeschränkt funktionsfähig bezeichnet werden.



Abbildung 18: Fachmarkttagglomeration Almhöhe

5.2.4 Ortsmitte Wietzendorf (rd. 14,3 km Entfernung zum Vorhabenstandort)

Die **Ortsmitte von Wietzendorf** bildet den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde und umfasst den Hauptgeschäftsbereich entlang der Königstraße und Hauptstraße; Neben einem NP-Lebensmitteldiscounter, der modern aufgestellt ist, finden

sich in zentraler Lage weitere kleinteilige Einzelhandelsangebote fast ausschließlich des kurzfristigen Bedarfs (u.a. Bäcker, Schlachtereier). Ergänzt wird das Angebot im historisch gewachsenen Ortskern durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie öffentliche Einrichtungen (u.a. Gemeindeverwaltung). Insgesamt übernimmt die Ortsmitte eine wichtige Nahversorgungsfunktion. **Auf einer vorhabenrelevanten Verkaufsfläche von rd. 900 qm werden etwa 4,1 Mio. € Umsatz generiert.**

Der Penny-Markt am Standort Über der Brücke in Wietzendorf (im nördlichen Gemeindegebiet) hat unlängst seinen Standort verlassen. Derzeit laufen Planungen für eine nahversorgungsrelevante Nachnutzung des Standorts.



Abbildung 19: NP-Markt in der Ortsmitte Wietzendorf

6 Umsatz- und Wirkungsprognose für Ergänzungsalternativen am Standort Lüneburger Straße in Soltau

6.1 Umsatzprognose für die einzelnen Fachmarkt-Alternativen

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsstandorts/ Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der **Marktanteil** den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann (=Abschöpfungspotenzial).

Die Umsatzprognose für die Ansiedlungsalternativen basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der möglichen Nutzungen im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. **Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurden dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum sowie das Agglomerationsumfeld berücksichtigt.**

Getränkemarkt

Für einen Getränkemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche ist davon auszugehen, dass er insgesamt einen sortimentspezifischen Marktanteil (Nahrungs- und Genussmittel) im Einzugsgebiet von etwa 2 % erreichen wird. In der Zone 1a liegt dieser bei gut 2 %, in der Zone 1b sind knapp 2 % zu erwarten. In der Zone 2 wird rd. 1 % der relevanten Nachfrage abgeschöpft.

 Marktanteile des Getränkemarkts im Einzugsgebiet*

Nahrungs- und Genussmittel	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	28,2	31,6	10,7	70,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,5	0,1	1,3
Marktanteile	2%	2%	1%	2%
Gesamt				
Marktpotenzial (Mio. €)	28,2	31,6	10,7	70,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,5	0,1	1,3
Marktanteile	2%	2%	1%	2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 8: Sortimentsspezifische Marktanteile des Getränkemarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von rd. 10 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve⁵ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Getränkemarkts. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Getränkemarkts** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.800 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 1,4 Mio. € belaufen.

 Umsatzstruktur eines Getränkemarkts mit bis zu 800 qm VKF

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	800	1.800	1,4
Gesamt	800	1.800	1,4

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 9: Umsatzstruktur des Getränkemarkts

Drogeriemarkt

Für einen Drogeriemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche ist davon auszugehen, dass er insgesamt einen spezifischen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 2 % erreichen wird. In der Zone 1a liegt dieser bei gut 2 %, in der Zone 1b sind knapp 2 % zu erwarten. In der Zone 2 wird rd. 1 % der relevanten Nachfrage abgeschöpft. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten Teilsegment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel erzielt. In der Zone 1a liegt dieser bei rd. 35 %, in der Zone 1b sind etwa 27 % sowie in der Zone 2 rd. 17 % zu erwarten.

⁵ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Gäste, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder am Standort einkaufen).

Marktanteile des Drogeriemarkts im Einzugsgebiet*

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	32,0	35,7	12,1	79,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,5	1,3	0,3	3,0
Marktanteile	5%	4%	2%	4%
<i>davon Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel</i>				
Marktpotenzial (Mio. €)	3,7	4,2	1,4	9,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,3	1,1	0,2	2,6
Marktanteile	35%	27%	17%	28%
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>				
Marktpotenzial (Mio. €)	28,2	31,6	10,7	70,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,0	0,3
Marktanteile	0,5%	0,4%	0,3%	0,4%
Aperiodischer Bedarf				
Marktpotenzial (Mio. €)	36,0	40,2	13,7	89,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,1	0,0	0,3
Marktanteile	0,4%	0,3%	0,2%	0,3%
Gesamt				
Marktpotenzial (Mio. €)	68,0	76,0	25,8	169,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,6	1,4	0,3	3,2
Marktanteile	2%	2%	1%	2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 10: Sortimentsspezifische Marktanteile des Drogeriemarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Wiederum unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von rd. 10 % errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Drogeriemarkts. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Drogeriemarkts** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.500 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 3,6 Mio. € belaufen.

Umsatzstruktur eines Drogeriemarkts mit bis zu 800 qm VKF

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	720	4.580	3,3
<i>davon Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel</i>	640	4.600	2,9
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	80	4.400	0,4
aperiodischer Bedarf	80	3.600	0,3
Gesamt	800	4.480	3,6

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 11: Umsatzstruktur des Drogeriemarkts

Tierfachmarkt

Eine weitere Vorhabenalternative sieht die Belegung der Fachmarktfläche mit einem Tierfachmarkt vor. **Hier wurden nach einer ersten Tragfähigkeitsprüfung rd. 450 qm Verkaufsfläche angenommen, da sonst ein unrealistisch hoher Marktanteil**

und eine von vornherein anzunehmende fehlende Tragfähigkeit des Vorhabens die Folge wären.

Für einen Tierfachmarkt mit rd. 450 qm Verkaufsfläche ist davon auszugehen, dass er insgesamt einen sortimentspezifischen Marktanteil (Tiernahrung/Tierbedarf) im Einzugsgebiet von etwa 35 % erreichen wird. In der Zone 1a liegt dieser bei rd. 44 %, in der Zone 1b sind rd. 34 % zu erwarten. In der Zone 2 wird rd. 15 % der relevanten Nachfrage abgeschöpft.

Marktanteile des Tierfachmarkts im Einzugsgebiet*

Nahrungs- und Genussmittel	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	0,6	0,7	0,2	1,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,2	0,0	0,5
Marktanteile	44%	34%	15%	35%
Gesamt				
Marktpotenzial (Mio. €)	0,6	0,7	0,2	1,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,2	0,0	0,5
Marktanteile	44%	34%	15%	35%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 12: Sortimentspezifische Marktanteile des Tierfachmarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Wiederum unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von rd. 10 % errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Tierfachmarkts. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Tierfachmarkts** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.300 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 0,6 Mio. € belaufen.

Umsatzstruktur eines Tierfachmarkts mit rd. 450 qm VKF

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Tiernahrung/Tierzubehör	450	1.300	0,6
Gesamt	450	1.300	0,6

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 13: Umsatzstruktur des Tierfachmarkts

Für einen Getränkemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche errechnet sich ein Umsatzpotenzial von rd. 1,4 Mio. €, für einen Drogeriemarkt mit rd. 800 qm von rd. 3,6 Mio. €. Für den Tierfachmarkt errechnet sich eine tragfähiges Umsatzpotenzial von rd. 0,6 Mio. €. Daraus ergibt sich eine realistisch ansiedelbare Verkaufsfläche von rd. 450 qm.

6.2 Wirkungsprognose

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der **Wirkungsprognose** wird untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz der alternativen Fachmärkte unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2021 versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentrale Versorgungsbereiche, agglomerierte Standorte, sonstige Lagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind in den jeweiligen Hauptsortimenten nicht direkt am Marktanteil ablesbar; vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2021) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Sowohl das Vorhaben (in Höhe des zu erwartenden Marktanteils) als auch die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einer leichten **Marktschrumpfung** infolge des Bevölkerungsrückgangs betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, verringert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit **wirkungsverschärfend** zu berücksichtigen.
- **Wirkungsmildernd** schlägt zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. den eigenen Einzugsgebietszonen zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zu Gute gekommen sein. Vielmehr **lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um**.
- Die im Einzugsgebiet vorhandenen Betriebe profitieren umgekehrt aber auch von Zuflüssen aus den angrenzenden Bereichen bzw. Einzugsgebietszonen. **Von diesen Zuflüssen kann das Vorhaben einen Teil auf sich umlenken**, was sich **wirkungsverschärfend** auf die Betriebe innerhalb des Einzugsgebiets auswirkt. Dieser Effekt wird **wirkungsverschärfend** mit berücksichtigt, sofern die Zentralität einer Einzugsgebietszone über 100 % liegt, d.h. die Nachfragezuflüsse die Nachfrageabflüsse deutlich übersteigen.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Getränkemarkts

Der Getränkemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen **Umsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel** von rd. 1,3 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Wirkungsverschärfend ist zu berücksichtigen, dass sowohl das Vorhaben selbst als auch die bereits vorhandenen Betriebe von einem leichten Marktrückgang aufgrund von Bevölkerungsrückgängen betroffen sein werden (zusammen rd. 0,1 Mio. €). Darüber hinaus ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse aus der eigenen Einzugsgebietszone zu binden (rd. 0,4 Mio. €). Das Vorhaben wird aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher den Betrieben innerhalb des Einzugsgebiets von außerhalb bzw. anderen Einzugsgebietszonen zugeflossen sind (gut 0,2 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz knapp 1,3 Mio. €. Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment Nahrungs- und Genussmittel im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 2,1 %.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Die prozentual höchsten Auswirkungen ergeben sich mit einem Rückgang von rd. 2,4 % bezogen auf die Soltauer Innenstadt. Bezogen auf das DOS, die Almhöhe sowie die Lagen in Wietzendorf (Zone 2) sind die absoluten Umsatzrückgänge prospektiv so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind. Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Wirkungsprognose des Getränkemarkts in Soltau - (2021)

Nahrungs- und Genussmittel	DOS	Sonstige Lage	Zone 1a Gesamt	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1b Gesamt	Ortsmitte Wietzendorf	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,00	0,63	0,63	0,14	0,01	0,40	0,55	0,08	0,03	0,12	1,30
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktrückgang zu Lasten des Vorhabens in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe am Marktrückgang in Mio. €	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,02	0,04	0,02	0,06	0,10
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	-0,22	-0,22	-0,01	0,00	-0,04	-0,05	-0,05	-0,02	-0,07	-0,35
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,06	0,00	0,16	0,22	0,00	0,00	0,00	0,22
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,00	0,43	0,43	0,19	0,01	0,54	0,74	0,07	0,03	0,10	1,27
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	2,2%	2,1%	2,4%	k.A.	2,1%	2,1%	k.A.	k.A.	2,2%	2,1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 14: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Getränkemarkts

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines Getränkemarkts mit rd. 800 qm Verkaufsfläche erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment Nahrungs- und Genussmittel Werte von im Schnitt etwa 2,1 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal etwa 2,4 % prospektiv für den ZVB Innenstadt Soltau zu erwarten. Bezogen auf das DOS, die Almhöhe sowie die Lagen in Wietzendorf (Zone 2) sind die absoluten Umsatzrückgänge prospektiv so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

6.2.3 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Drogeriemarkts

Hier gilt es zunächst zwei Punkte festzuhalten:

- Das Angebot des Drogeriemarkts umfasst zum einen schwerpunktmäßig das Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel, zum anderen aber auch das ebenfalls nahversorgungsrelevante Segment Nahrungs- und Genussmittel.
- Im Einzugsgebiet besteht derzeit mit Rossmann nur ein Drogeriemarkt. Das Angebot wird darüber hinaus überwiegend als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten vorgehalten. Setzt man die Verkaufsfläche mit Drogeriewaren in Relation zu der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche eines Lebensmittelmarkts insgesamt, errechnen sich Anteilswerte unterhalb von 10 %. Im Angebotsspektrum jener Anbieter kommt diesem Nutzungsbaustein unter quantitativen Gesichtspunkten zwar eine wichtige, aber keinesfalls eine zentrale Bedeutung zu. Generell ist u.E. nicht zu erwarten, dass ein möglicher (überhöhter) Umsatzrückgang in diesem Teilsegment zu einer Bestandsgefährdung des Gesamtobjekts führt. Der Bereich Drogeriewaren trägt in der Mehrheit der betroffenen Betriebe nur zu einem relativ geringen Anteil zum Gesamtumsatz bei. Somit wäre selbst bei sortimentspezifischen Umsatzumverteilungswirkungen von über 10 % nicht eine Schließung ansonsten marktfähiger Betriebe zu erwarten. Die Umsatzrückgänge hießen lediglich, dass auf weniger als 10 % der Verkaufsfläche perspektivisch erhöhte Umsatzeinbußen zu verzeichnen wären. Sowohl eine Auslistung dieses Sortiments als auch eine Gefährdung der Nahversorgung allgemein können mit Sicherheit ausgeschlossen werden. Die Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels verstehen sich von ihrer „Philosophie“ her als umfassende Anbieter, d.h. die Bereitstellung des Sortiments Drogerieartikel wird anbieterseitig eher unter dem Aspekt gesehen, den Kunden das gesamte Spektrum des nahversorgungsrelevanten Bedarfs – zu dem auch Drogeriewaren gehören – anzubieten, oder m.a.W.: der Bereitstellung dieses

Sortimentsbereichs kommt in erheblichem Maße die Funktion und der Charakter eines Kundenbindungsinstrumentes zu.

Vor diesem Hintergrund wird für die Ermittlung der Auswirkungen zunächst auf die Umsatzrückgänge im nahversorgungsrelevanten Bereich insgesamt abgestellt, um bewerten zu können, ob die Ansiedlung mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Nahversorgungsbetriebe insgesamt induzieren wird. Bezogen auf den innerstädtischen Einzelhandel (mit Rossmann als einzigem Drogeriemarkt) wird dann im zweiten Schritt noch ein detaillierterer Blick auf das Teissegment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel geworfen.

Der Drogeriemarkt (rd. 800 qm Verkaufsfläche, davon rd. 720 qm nahversorgungsrelevant) wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen **nahversorgungsrelevanten Umsatz** von knapp 3,0 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Wirkungsverschärfend ist zu berücksichtigen, dass sowohl das Vorhaben selbst als auch die bereits vorhandenen Betriebe von einem leichten Marktrückgang aufgrund von Bevölkerungsrückgängen betroffen sein werden (zusammen rd. 0,1 Mio. €). Darüber hinaus ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse aus der eigenen Einzugsgebietszone zu binden (rd. 0,8 Mio. €). Das Vorhaben wird aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher den Betrieben innerhalb des Einzugsgebiets von außerhalb bzw. anderen Einzugsgebietszonen zugeflossen sind (rd. 0,2 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 2,5 Mio. €. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 3,5 %.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Die prozentual höchsten Auswirkungen ergeben sich mit einem Rückgang von rd. 5,9 % bezogen auf die Soltauer Innenstadt. Bezogen auf das DOS, die Almhöhe sowie die sonstigen Lagen in Wietzendorf (Zone 2) sind die absoluten Umsatzrückgänge prospektiv so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind. Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Wirkungsprognose des Drogeriemarkts in Soltau - (2021)

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	DOS	Sonstige Lage	Zone 1a Gesamt	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1b Gesamt	Ortsmitte Wietzendorf	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,00	1,45	1,45	0,69	0,01	0,55	1,25	0,25	0,02	0,26	2,97
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktrückgang zu Lasten des Vorhabens in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe am Marktrückgang in Mio. €	0,00	0,02	0,02	0,01	0,00	0,01	0,02	0,07	0,00	0,07	0,11
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	-0,52	-0,52	-0,07	0,00	-0,06	-0,13	-0,15	-0,01	-0,16	-0,81
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,11	0,00	0,09	0,21	0,00	0,00	0,00	0,21
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,00	0,95	0,95	0,75	0,01	0,60	1,36	0,17	0,01	0,18	2,49
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	4,4%	4,3%	5,9%	k.A.	2,1%	3,1%	4,2%	k.A.	3,1%	3,5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 15: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Drogeriemarkts

Betrachtet man nur das Teilsegment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel bezogen auf die Auswirkungen auf die Soltauer Innenstadt mit dem einzigen Drogeriemarkt im Einzugsgebiet, errechnet sich eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von etwa 13 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines Drogeriemarkts mit rd. 800 qm Verkaufsfläche (davon rd. 720 qm nahversorgungsrelevant) erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich insgesamt Werte von im Schnitt etwa 3,5 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal etwa 5,9 % prospektiv für den ZVB Innenstadt Soltau zu erwarten. Bezogen auf das DOS, die Almhöhe sowie die sonstigen Lagen in Wietzendorf (Zone 2) sind die absoluten Umsatzrückgänge prospektiv so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind. Betrachtet man nur das Teilsegment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel hinsichtlich der Auswirkungen auf die Soltauer Innenstadt mit dem einzigen Drogeriemarkt im Einzugsgebiet, errechnet sich eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von etwa 13 %.

6.2.4 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Tierfachmarkts

Der Tierfachmarkt mit rd. 450 qm Verkaufsfläche wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen **Umsatz im Segment Tiernahrung/Tierbedarf** von rd. 0,5 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Wirkungsverschärfend ist zu berücksichtigen, dass sowohl das Vorhaben selbst als auch die bereits vorhandenen Betriebe von einem leichten Marktrückgang aufgrund von Bevölkerungsrückgängen betroffen sein werden (zusammen <0,1 Mio. €). Darüber hinaus ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse aus der eigenen Einzugsgebietszone zu binden (rd. 0,4 Mio. €). Das Vorhaben wird aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher den Betrieben innerhalb des Einzugsgebiets von außerhalb bzw. anderen Einzugsgebietszonen zugeflossen sind (rd. 0,1 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €. Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Segment Tiernahrung/Tierbedarf im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 24,6 %.

Dabei sind nur bezogen auf den Standort Almhöhe (rd. 22,9%) die Wirkungen rechnerisch nachweisbar. An den übrigen untersuchten Standortlagen liegen die Umsatzrückgänge z.T. sehr deutlich unter 0,1 Mio. €.

Wirkungsprognose des Tierfachmarkts in Soltau - (2021)

Tiernahrung/ Tierbedarf	DOS	Sonstige Lage	Zone 1a Gesamt	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1b Gesamt	Ortsmitte Wietzenhof	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,00	0,26	0,26	0,01	0,17	0,05	0,23	0,04	0,00	0,04	0,53
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktrückgang zu Lasten des Vorhabens in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe am Marktrückgang in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	-0,20	-0,20	-0,01	-0,11	-0,03	-0,15	-0,02	0,00	-0,02	-0,38
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,06	0,02	0,08	0,00	0,00	0,00	0,08
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,00	0,06	0,06	0,01	0,12	0,03	0,16	0,02	0,00	0,02	0,23
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	22,9%	k.A.	22,9%	k.A.	k.A.	k.A.	24,6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Tierfachmarkts

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines Tierfachmarkts mit rd. 450 qm Verkaufsfläche erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im nicht-zentrenrelevanten Segment Tiernahrung/Tierbedarf Werte von im Schnitt etwa 24,6 %. Dabei sind nur bezogen auf den Standort Almhöhe (rd. 22,9%) die Wirkungen rechnerisch nachweisbar. An den übrigen untersuchten Standortlagen liegen die Umsatzrückgänge z.T. sehr deutlich unter 0,1 Mio. €.

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Obwohl die mögliche Verkaufsfläche eines ergänzenden Fachmarkts am Standort Lüneburger Straße für sich genommen unter der Schwelle der Großflächigkeit bleiben soll, ist der Gesamtstandort als Agglomeration im Sinne des LROP zu betrachten. Die Fläche soll als SO ausgewiesen werden. Das Vorhaben ist damit Adressat des §1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB. Außerdem sind die Bestimmungen der Landesplanung in Niedersachsen⁶ und der Regionalplanung für den Heidekreis zu berücksichtigen. Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens von Bedeutung:

LROP 2017 - 2.3 Ziffer 01

Zur Herstellung dauerhaft gleichwertiger Lebensverhältnisse sollen Einrichtungen und Angebote des Einzelhandels in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und ausreichender Qualität gesichert und entwickelt werden.

LROP 2017 - 2.3 Ziffer 02

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 09 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).

LROP 2017 - 2.3 Ziffer 03 (Kongruenzgebot)

In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich (=Stadt Soltau) gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 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

⁶ Vgl. LROP Niedersachsen 2017.

Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral). [...]

Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabensumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.

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.

LROP 2017 2.3 Ziffer 04 (Konzentrationsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.

LROP 2017 2.3 Ziffer 05 (Integrationsgebot)

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.

Ausnahmeregel vom Integrationsgebot: Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zu mindestens 90 % periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.

LROP 2017 2.3 Ziffer 07 (Abstimmungsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen. Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden. Zur Verbesserung der Versorgungsstrukturen in Grenzübereich soll eine grenzüberschreitende Abstimmung unter Berücksichtigung der Erreichbarkeiten und gewachsener Strukturen erfolgen.

LROP 2017 2.3 Ziffer 08 (Beeinträchtigungsverbot)

Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die

verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Zudem ist zu prüfen, ob die Kompatibilität mit dem Strategie- und Handlungskonzept der Stadt Soltau hergestellt werden kann.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das **Kongruenzgebot**, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab. Nach dem Kongruenzgebot darf das Einzugsgebiet eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens den Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreiten (max. 30 % des Vorhabenumsatzes von außerhalb). Hierbei wird zwischen periodischen Sortimenten und aperiodischen Sortimenten unterschieden.

Die Stadt Soltau ist gemäß der Regional- und Landesplanung als Mittelzentrum eingestuft. Nach den landes- und regionalplanerischen Bestimmungen haben Mittelzentren bei den Angeboten des periodischen Bedarfs einen auf das Stadtgebiet ausgerichteten Versorgungsauftrag für die allgemeine, tägliche Grundversorgung. Bei den aperiodischen Sortimenten umfasst der Versorgungsauftrag neben der Eigenversorgung auch die Mitversorgung des Verflechtungsbereichs.

Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist die Stadt Soltau demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit periodischen und aperiodischen Sortimenten geeignet. Die hier alternativ geprüften Einzelhandelsnutzungen entsprechen jeweils dem mittelzentralen Versorgungsauftrag.

Das Einzugsgebiet ist für alle möglichen Vorhabenkomponenten gleich und geht leicht über das Soltauer Stadtgebiet hinaus (Zone 2). Abgesehen von Streuumsätzen (rd. 10 %) rekrutiert das Vorhaben einen Teil seiner Umsätze (rd. 8 %) mit Einwohnern aus dem Umland. Gleichwohl wird weder im periodischen noch im aperiodischen Bedarfsbereich der jeweilige Kongruenzraum wesentlich überschritten.

Der 70/30 %-Regelvermutung zur Feststellung der Kompatibilität mit dem Kongruenzgebot wird somit für alle möglichen Vorhabenkomponenten entsprochen. Etwa 82 % des jeweiligen Vorhabenumsatzes wird mit Verbrauchern aus Soltau generiert.

Der Vorhabenstandort befindet sich zudem innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets der Stadt Soltau, sodass auch das **Konzentrationsgebot** erfüllt ist.

Das Vorhaben wird in allen untersuchten Ansiedlungsalternativen dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.

7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, **dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt** werden (Beeinträchtigungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst **flächendeckende Nahversorgung** dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert).

Hinsichtlich der einzelnen geprüften Vorhabenkomponenten ist hier Folgendes festzuhalten:

Getränkemarkt mit 800 qm Verkaufsfläche

Das Vorhaben wird eine prospektive sortimentspezifische Umsatzumverteilungsquote zwischen rd. 2,1 und rd. 2,4 % innerhalb des Einzugsgebiets auslösen und den kritischen 10 %-Schwellenwert damit sehr deutlich unterschreiten. In einigen

untersuchten Standortlagen sind die absoluten Umsatzrückgänge (<0,1 Mio. €) dabei so gering, dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche können angesichts der Höhe der Auswirkungen ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe ist nicht zu erwarten. Die Ansiedlung eines Getränkemarkts trägt vielmehr dazu bei, einen wichtigen und etablierten Nahversorgungsstandort im östlichen Stadtgebiet funktional zu ergänzen und das Nahversorgungsangebot den Verbraucheransprüchen entsprechend abzurunden.

Drogeriemarkt mit 800 qm Verkaufsfläche

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines Drogeriemarkts mit rd. 800 qm Verkaufsfläche (davon rd. 720 qm nahversorgungsrelevant) erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich insgesamt Werte von im Schnitt etwa 3,5 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal etwa 5,9 % prospektiv für den ZVB Innenstadt Soltau zu erwarten. Bezogen auf das DOS, die Almhöhe sowie die sonstigen Lagen in Wietzendorf (Zone 2) sind die absoluten Umsatzrückgänge prospektiv so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

Hier ist darauf zu verweisen, dass das Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel abgesehen von Rossmann in der Soltauer Innenstadt überwiegend als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe vorgehalten wird. Sowohl eine Auslistung dieses Sortiments als auch eine Gefährdung der Nahversorgung allgemein können mit Sicherheit ausgeschlossen werden. Die Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels verstehen sich von ihrer „Philosophie“ her als umfassende Anbieter, d.h. die Bereitstellung des Sortiments Drogerieartikel wird anbieterseitig eher unter dem Aspekt gesehen, den Kunden das gesamte Spektrum des nahversorgungsrelevanten Bedarfs – zu dem auch Drogeriewaren gehören – anzubieten, oder m.a.W.: der Bereitstellung dieses Sortimentsbereichs kommt in erheblichem Maße die Funktion und der Charakter eines Kundenbindungsinstruments zu.

Betrachtet man nur das Teilsegment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel hinsichtlich der Auswirkungen auf die Soltauer Innenstadt mit dem einzigen Drogeriemarkt im Einzugsgebiet, errechnet sich eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von etwa 13 %. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist ein Rossmann-Drogeriemarkt vorhanden, auf welchen sich auch die dargestellten Auswirkungen konzentrieren werden. Der Rossmann-Markt weist einen zeitgemäßen Auftritt auf und profitiert von der frequentierten Lage innerhalb des Zentrums sowie der entspannten Wettbewerbssituation als einziger Drogeriemarkt im Untersuchungsraum. Zudem besitzt der Rossmann-Drogeriemarkt aufgrund seiner spezifischen Sortimentsstruktur im aperiodischen Bedarfsbereich auch einen gewissen Kleinkaufhaus-Charakter,

welcher neben dem reinen Drogeriewareneinkauf auch auf mehrere Besuchs- und Kaufanlässe schließen lässt. Dies relativiert auch die Auswirkungen auf den Gesamtbetrieb, die bei etwa 10 bis 11 % liegen werden. Aus unserer Sicht bildet die Einwohnerzahl der Stadt Soltau eine tragfähige Plattform für mehr als einen leistungsfähigen Drogeriemarkt.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche können angesichts der Höhe der Auswirkungen (noch) ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe ist nicht zu erwarten. Die Ansiedlung eines Drogeriemarkts trägt vielmehr dazu bei, einen wichtigen und etablierten Nahversorgungsstandort im östlichen Stadtgebiet funktional zu ergänzen und das Nahversorgungsangebot den Verbraucheransprüchen entsprechend abzurunden.

Tierfachmarkt mit 450 qm Verkaufsfläche

Das geplante Angebot des Tierfachmarkts ist dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich zuzuordnen. Auch faktisch umfasst das relevante Angebot in der Soltauer Innenstadt nur rd. 20 qm Verkaufsfläche (Randsortiment). Damit sind städtebauliche Auswirkungen durch die Ansiedlung auszuschließen. Die höchsten Auswirkungen sind bezogen auf den Standort Almhöhe mit dem einzigen Tierfachmarkt mit rd. 22 % zu erwarten. Dabei handelt es sich jedoch nicht um einen schützenswerten Standortbereich im Sinne des Baurechts, sodass in der Abwägung auch höhere Auswirkungen in Kauf genommen werden können. Die Auswirkungen sind rein wettbewerblicher Natur.

Aus unserer Sicht ist es erforderlich, die Entwicklungen am Standort Almhöhe im Blick zu behalten. Voraussichtlich wird sich aus Tragfähigkeitsgründen kein zweiter Tierfachmarkt in Soltau ansiedeln. Aber im Falle einer Aufgabe des Tierfachmarkts am Standort Almhöhe ist es zum Erhalt der mittelzentralen Funktionswahrnehmung zu empfehlen, an der Lüneburger Straße eine „baurechtliche Reserve“ zu schaffen, um einem Tierfachmarkt eine neue Ansiedlungsperspektive zu bieten.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche ist für einen Getränke- oder einen Drogeriemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche nicht zu erwarten. Dem Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht. Für den Tierfachmarkt mit rd. 450 qm Verkaufsfläche ist bezogen auf den (nicht schützenswerten) Standort Almhöhe mit Umverteilungswirkungen von rd. 22 % zu rechnen, die in der Abwägung berücksichtigt werden müssten. Je nach weiterer Entwicklung des Fachmarktzentrums Soltauer Alm ist es zum Erhalt der mittelzentralen Funktionswahrnehmung zu empfehlen, an der Lüneburger Straße eine „baurechtliche Reserve“ für einen Tierfachmarkt zu schaffen.

7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente innenstadtrelevant sind, nur innerhalb der **städtebaulich integrierten Lagen** zulässig. Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.

Die Komponenten Getränkemarkt und Drogeriemarkt sind dabei dem periodischen/nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich (90 % der Verkaufsfläche entfallen darauf), der Tierfachmarkt dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf, der nicht auf städtebaulich integrierte Lagen zu verweisen ist, zuzuordnen.

Nach dem LROP 2017 können neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zu mindestens 90 % der Vorhabenverkaufsfläche periodische Sortimente sind, ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zugelassen werden, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.

Der Standort ist im Strategie- und Handlungskonzept der Stadt Soltau nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen⁷. Der nächst gelegene zentrale Versorgungsbereich der Stadt – die Soltauer Innenstadt – beginnt in rd. 1,5 km Entfernung vom Vorhabenstandort. Damit befindet er sich nicht mehr in fußläufiger Entfernung. Der Standort an der Lüneburger Straße übernimmt vor diesem Hintergrund mit Edeka Ehlers bereits aktuell eine wesentliche Nahversorgungsaufgabe insbesondere für das östliche Stadtgebiet und sichert die verbrauchernahe Versorgung der hier lebenden Bevölkerung in siedlungsintegrierter Lage (rd. 3.400 Einwohner im fußläufigen Umfeld) ab. Auch über den ÖPNV ist der Standort sehr gut zu erreichen.

Das Vorhaben ist mit dem städtebaulichen Integrationsgebot im Sinne der Ausnahmeregelung in Einklang zu bringen. Gleichwohl ist zu empfehlen, in einer (Teil-)Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzepts den Standort in das Zentrengefüge der Stadt zu integrieren, um auch dem planerischen Willen der Stadt Ausdruck zu verleihen.

7.5 Zur Kompatibilität mit dem Strategie- und Handlungskonzept Soltau

Auf Seite 70 ff des Strategie- und Handlungskonzepts der Stadt Soltau aus 2014 heißt es wie folgt: *„Die zentralörtliche Position der Stadt Soltau sollte vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für das Umland gestärkt werden. Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei neben der allgemeinen quantitativen Verbesserung künftig in erster Linie an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden. Die Bemühungen zielen dabei insbesondere darauf ab, die tradierten Einzelhandelslagen (Innenstadt, Almhöhe, DOS) zu sichern und zu stärken und Erosionstendenzen zu stoppen bzw. umzukehren.*

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzusteuern:

⁷ Dieses stammt allerdings aus 2014 und damit noch aus einer Zeit vor der Fortschreibung des LROP in 2017.



Abbildung 20: Strategieempfehlung aus dem Strategie – und Handlungskonzept Soltau: „Stärken stärken“

*Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „**Stärken stärken**“, hierbei*

- *Positionierung der Innenstadt als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transportsensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt ein Mindestmaß an großflächigen und sogkräftigen Magnetbetrieben vorzuhalten, da diesen Frequenzerzeugende Wirkung zukommt. Die Soltauer Altstadt mit der Fußgängerzone bietet zudem erhebliches Potenzial für arrondierende Nutzungen und wirkt auf die Verbraucher im Marktgebiet identitätsfördernd.*
- *Der autoorientiert gelegene Fachmarktstandort Almhöhe (Gewerbegebiet Almhöhe mit dem FMZ Soltauer Alm) ist als funktionaler Ergänzungsstandort zu behandeln. Der Schwerpunkt dieses Standorts sollte eher dem ‚Lastkauf‘ i.S. des Versorgungseinkaufs entsprechen. D.h., das Profil soll hier auch zukünftig auf den rein versorgungsorientierten Einkauf typischer ‚Kofferraumsortimente‘ ausgerichtet sein und sich damit auf ein zur Innenstadt arbeitsteiliges, fachmarktorientiertes Profil konzentrieren. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte vor allem auf dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich liegen. Nahversorgungs- und zentrenrelevante Großflächen tragen zur Funktionsergänzung dieser Lagen bei (wenn verträglich).*

- *Das Designer Outlet Soltau ist als zentralitätsbildender Standort für höherwertige Outlet-Angebote zu behandeln. Aufgrund dieser Sortimentsspezifika (2.-Wahl-Sortimente, ausgelistete Ware, Premiummarken) verfügt das Outlet-Center über ein regionales Einzugsgebiet mit hoher Streuwirkung sowie ein hohes touristisches Potenzial (Erlebniskonsum sowie Spontaneinkäufe der Durchreisenden).*
- *Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden, sofern es sich dabei nicht um die Absicherung von Vorhaben handeln sollte, die eindeutig der wohnortnahen Grundversorgung dienen.“*

Grundsätzlich gilt es, die Strategie der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung weiter zu verfolgen, wengleich darauf zu verweisen ist, dass zu dem „3er-Gefüge“ Innenstadt-Almhöhe-DOS die Almhöhe nur noch eingeschränkt beiträgt und es verstärkt darum geht, dadurch freigewordene Potenziale (weiterhin) in Soltau zu binden. Die Vorhabenkomponenten Getränkemarkt und Drogeriemarkt sind dem nahversorgungsrelevanten Bedarf zuzuordnen und tragen damit zur Absicherung und Stärkung der verbrauchernahen Versorgung v.a. für das östliche Stadtgebiet bei. Dies deckt sich auch mit den Strategieempfehlungen aus dem Strategie- und Handlungskonzept. Voraussichtlich wird sich aus Tragfähigkeitsgründen kein zweiter Tierfachmarkt in Soltau ansiedeln. Aber im Falle einer Aufgabe des Tierfachmarkts am Standort Almhöhe ist es zum Erhalt der mittelzentralen Funktionswahrnehmung zu empfehlen, an der Lüneburger Straße eine „baurechtliche Reserve“ zu schaffen, um einem Tierfachmarkt eine neue Ansiedlungsperspektive zu bieten. Die Stärkung und Sicherung der zentralörtlichen Position ist schließlich wichtige Prämisse und Zielsetzung des Strategie- und Handlungskonzepts.

Fazit

8 Fazit

Edeka Ehlers am Standort Lüneburger Straße 97 in Soltau hat sich in der jüngeren Vergangenheit neu aufgestellt und in diesem Zusammenhang auch die Verkaufsflächen erweitert. Damit ist das Baurecht für den Standort aktuell vollständig ausgeschöpft. Edeka möchte den eigenen Standort gleichwohl weiterentwickeln und durch eine Fachmarktnutzung ergänzen. Für die dafür vorgesehene Grundstücksfläche besteht derzeit eine GEE-Ausweisung. Für die Realisierung des Vorhabens ist eine Änderung in ein SO-Gebiet vorgesehen.

Die Edeka favorisiert in diesem Zusammenhang die Ansiedlung **eines Getränkemarkts oder eines Drogeriemarkts mit bis zu rd. 800 qm Verkaufsfläche.** Darüber hinaus sollte geprüft werden, welche Sortimente in welchem Umfang noch verträglich integrierbar aber auch realistisch umsetzbar wären. Vor dem Hintergrund der fehlenden ZentrenEinstufung des Standorts sollte der Fokus dabei auf nicht-zentrenrelevante Fachmärkte gelegt werden. Auch ist auf die begrenzte Flächenverfügbarkeit auf dem Areal zu verweisen, sodass hier insbesondere ein **Tierfachmarkt** in Frage käme.

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der perspektivisch leicht negativen Einwohnerentwicklung sowie der im Landesvergleich unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer keine zusätzlichen Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Soltau.

Soltau ist raumordnerisch als **Mittelzentrum** eingestuft und übernimmt damit bei den kurz-, mittel- und langfristigen Sortimenten die qualifizierte Versorgungsfunktion. Für den periodischen Bedarf ist das eigene Stadtgebiet als relevanter Kongruenzraum anzusehen.

Insgesamt beträgt das **Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens in Soltau aktuell gut 25.100 Personen.** Perspektivisch ist mit einem leichten Rückgang des Einwohner- und damit des Nachfragepotenzials zu rechnen.

Im Segment **Nahrungs- und Genussmittel** wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 12.800 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 59,2 Mio. € Umsatz generiert. In der Soltauer Innenstadt beträgt das relevante Verkaufsflächenvolumen rd. 1.300 qm, das Umsatzvolumen rd. 8,1 Mio. €.

Im Segment **Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel** wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 2.100 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 12,2 Mio. € Umsatz generiert. In der Soltauer Innenstadt beträgt das relevante Verkaufsflächenvolumen rd. 800 qm, das Umsatzvolumen rd. 4,6 Mio. €. Hier befindet sich auch der einzige Drogeriemarkt innerhalb des Einzugsgebiets. Das übrige Angebot wird v.a. als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe vorgehalten.

Im nicht-zentrenrelevanten **Segment Tiernahrung/Tierbedarf** wird auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 600 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets rd. 1,0 Mio. € Umsatz generiert. Der einzige Tierfachmarkt befindet sich am Standort Almhöhe.

Für einen Getränkemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche errechnet sich **ein Umsatzpotenzial** von rd. 1,4 Mio. €, für einen Drogeriemarkt mit rd. 800 qm von rd. 3,6 Mio. €. Für den Tierfachmarkt errechnet sich eine tragfähiges Umsatzpotenzial von rd. 0,6 Mio. €. Daraus ergibt sich eine realistisch und tragfähig ansiedelbare Verkaufsfläche von rd. 450 qm.

Die **Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines Getränkemarkts** mit rd. 800 qm Verkaufsfläche erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment Nahrungs- und Genussmittel Werte von im Schnitt etwa 2,1 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal etwa 2,4 % prospektiv für den ZVB Innenstadt Soltau zu erwarten. Bezogen auf das DOS, die Almhöhe sowie die Lagen in Wietzendorf (Zone 2) sind die absoluten Umsatzrückgänge prospektiv so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind. **Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind bei Ansiedlung des Getränkemarkts mit 800 qm nicht zu erwarten. Dem Beeinträchtigerungsverbot wird entsprochen.**

Die **Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines Drogeriemarkts** mit rd. 800 qm Verkaufsfläche (davon rd. 720 qm nahversorgungsrelevant) erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich insgesamt Werte von im Schnitt etwa 3,5 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal etwa 5,9 % prospektiv für den ZVB Innenstadt Soltau zu erwarten. Bezogen auf das DOS, die Almhöhe sowie die sonstigen Lagen in Wietzendorf (Zone 2) sind die absoluten Umsatzrückgänge prospektiv so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind. Betrachtet man nur das Teilsegment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel hinsichtlich der Auswirkungen auf die Soltauer Innenstadt mit dem einzigen Drogeriemarkt im Einzugsgebiet, errechnet sich eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von etwa 13 %. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist ein Rossmann-Drogeriemarkt vorhanden, auf welchen sich auch die dargestellten Auswirkungen konzentrieren werden. Der Rossmann-Markt weist einen zeitgemäßen Auftritt auf und profitiert von der frequentierten Lage innerhalb des Zentrums sowie der entspannten Wettbewerbssituation als einziger Drogeriemarkt im Untersuchungsraum. Zudem besitzt der Rossmann-Drogeriemarkt aufgrund seiner spezifischen Sortimentsstruktur im aperiodischen Bedarfsbereich auch einen gewissen Kleinkaufhaus-Charakter, welcher neben dem reinen Drogeriewareneinkauf auch auf mehrere Besuchs- und Kaufanlässe schließen lässt. Dies relativiert auch die Auswirkungen auf den Gesamtbetrieb, die bei etwa 10 bis 11 % liegen werden. Aus unserer Sicht bildet die Einwohnerzahl der Stadt Soltau eine tragfähige Plattform für mehr als einen leistungsfähigen Drogeriemarkt. **Dem**

Beeinträchtungsverbot wird bei Ansiedlung des Drogeriemarkts mit 800 qm Verkaufsfläche (noch) entsprochen.

Das geplante Angebot des **Tierfachmarkts ist dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich zuzuordnen.** Auch faktisch umfasst das relevante Angebot in der Soltauer Innenstadt nur rd. 20 qm Verkaufsfläche (Randsortiment). **Damit sind städtebauliche Auswirkungen durch die Ansiedlung auszuschließen.** Die höchsten Auswirkungen sind bezogen auf den Standort Almhöhe mit dem einzigen Tierfachmarkt mit rd. 22 % zu erwarten. Dabei handelt es sich jedoch nicht um einen schützenswerten Standortbereich im Sinne des Baurechts, sodass in der Abwägung auch höhere Auswirkungen in Kauf genommen werden können. Die Auswirkungen sind rein wettbewerblicher Natur. Aus unserer Sicht ist es erforderlich, die Entwicklungen am Standort Almhöhe im Blick zu behalten. **Voraussichtlich wird sich aus Tragfähigkeitsgründen kein zweiter Tierfachmarkt in Soltau ansiedeln. Aber im Falle einer Aufgabe des Tierfachmarkts am Standort Almhöhe ist es zum Erhalt der mittelzentralen Funktionswahrnehmung zu empfehlen, an der Lüneburger Straße eine „baurechtliche Reserve“ zu schaffen, um einem Tierfachmarkt eine neue Ansiedlungsperspektive zu bieten.**

Das Vorhaben wird zudem in allen untersuchten Ansiedlungsalternativen dem **Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.**

Das Vorhaben ist mit dem **städtebaulichen Integrationsgebot** im Sinne der Ausnahmeregelung des LROP in Einklang zu bringen. Gleichwohl ist zu empfehlen, in einer (Teil-)Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzepts den Standort in das Zentrengefüge der Stadt zu integrieren, um auch dem planerischen Willen der Stadt Ausdruck zu verleihen.

Hamburg, 28.11.2019

Uwe Seidel

Ulrike Rehr

Dr. Lademann & Partner GmbH