



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Straße Am Bahnhof in Soltau als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu
einem Erweiterungs- und
Ergänzungsvorhaben



Endbericht

Im Auftrag der Carls Retail 4 GmbH
Hamburg, 19.12.2019



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Straße Am Bahnhof in Soltau als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu einem Erweiterungs- und Ergänzungsvorhaben

Projektnummer: DLP2353

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Uwe Seidel

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Aaron Albertsen, Ulrike Rehr

Im Auftrag der

Carlus Retail 4 GmbH

Billeweg 43

21465 Wentorf bei Hamburg

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	IV
	Tabellenverzeichnis	V
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	1
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	3
2.1	Mikrostandort	3
2.2	Vorhabenkonzeption	7
3	Rahmendaten des Makrostandorts	9
3.1	Lage im Raum	9
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	10
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	13
4.1	Methodische Vorbemerkungen	13
4.2	Wettbewerb im Raum	13
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	14
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	16
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	18
5.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur in Soltau	18
5.1.1	Verkaufsflächenstruktur	18
5.1.2	Umsatzstruktur	23
5.2	Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage im zentralen Versorgungsbereichen und den Ergänzungsstandorten	25
5.2.1	Innenstadt Soltau	25
5.2.2	Ergänzungsstandorte in der Stadt Soltau	27

6	Vorhaben- und Wirkungsprognose	29
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	29
6.1.1	Erweiterung Rewe-Verbrauchermarkt	29
6.1.2	Ableitung perspektivisch tragfähiger Flächenpotenziale für die Ansiedlung ergänzender Einzelhandelsnutzungen	33
6.2	Wirkungsprognose	35
6.2.1	Vorbemerkungen	35
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen durch die Rewe-Erweiterung	36
6.2.3	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel	37
6.2.4	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Tiernahrung/Tierbedarf	40
6.2.5	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Wäsche	41
6.2.6	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Schuhe/Lederwaren	41
6.2.7	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren	42
6.2.8	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sportbedarf/Camping	43
6.2.9	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	44
6.2.10	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat, GPK	45
6.2.11	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Elektrobedarf	46
6.2.12	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	47
6.2.13	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Möbel	48
7	Bewertung des Vorhabens	50
7.1	Zu den Bewertungskriterien	50
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	52

7.3	Zu den Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung	53
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	56
7.5	Zur Kompatibilität mit dem Strategie- und Handlungskonzept der Stadt Soltau	57
8	Fazit	61

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	3
Abbildung 2: Ein- und Ausfahrt des Vorhabenstandorts	4
Abbildung 3: Rewe Center-Verbrauchermarkt auf dem Gelände	5
Abbildung 4: tedi-Filiale auf dem Gelände	5
Abbildung 5: Kreuzung der Straßen Am Bahnhof und Walsroder Straße	6
Abbildung 6: Bushaltestelle am Vorhabenstandort	6
Abbildung 7: Lage im Raum	9
Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	14
Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens	15
Abbildung 10: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation	20
Abbildung 11: Aldi-Lebensmitteldiscounter – Böhmeide 45 (Zone 1)	21
Abbildung 12: Lidl-Lebensmitteldiscounter – Am Alten Stadtgraben 5, ZVB Innenstadt (Zone 1)	21
Abbildung 13: Penny-Lebensmitteldiscounter – Celler Straße 6 (Zone 1)	22
Abbildung 14: Netto Lebensmitteldiscounter – Harburger Straße 25 (Zone 1)	22
Abbildung 15: Netto-Lebensmitteldiscounter – Lüneburger Straße 42–46 (Zone 2)	23
Abbildung 16: Edeka Center-Verbrauchermarkt – Lüneburger Straße 97 (Zone 2)	23
Abbildung 17: Einzelhandelsbetriebe entlang der Marktstraße im ZVB Innenstadt	26
Abbildung 18: Einzelhandelsbetriebe am Hagen im ZVB Innenstadt	26
Abbildung 19: Fachmarktzentrum Soltauer Alm	27
Abbildung 20: Designer Outlet Soltau	28
Abbildung 21: Strategieempfehlung aus dem Strategie – und Handlungskonzept Soltau: „Stärken stärken“	57

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur des Rewe-Verbrauchermarkts (Erweiterung)	7
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	11
Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	16
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	17
Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenstruktur innerhalb der Stadt Soltau	19
Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Umsatzstruktur innerhalb der Stadt Soltau	24
Tabelle 7: Marktanteile des erweiterten Rewe-Verbrauchermarkts innerhalb des Einzugsgebiets	30
Tabelle 8: Umsatzstruktur des erweiterten Rewe-Markts	30
Tabelle 9: Marktanteile des Rewe-Verbrauchermarkts (Status quo)	31
Tabelle 10: Umsatzstruktur des Rewe-Verbrauchermarkts (Status quo)	31
Tabelle 11: Umsatzzuwachs des Rewe-Verbrauchermarkts durch Vorhabenrealisierung	32
Tabelle 12: Marktanteilszuwachs des Rewe-Verbrauchermarkts durch Vorhabenrealisierung	32
Tabelle 13: Abschöpfungspotenziale möglicher ergänzender Nutzungen	33
Tabelle 14: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur möglicher ergänzender Nutzungen	34
Tabelle 15: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf durch die Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts	37
Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf durch die Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts und die Drogeriemarkt-Ansiedlung	39
Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Tiernahrung/Tierbedarf	40
Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Bekleidung/Wäsche	41
Tabelle 19: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Schuhe/Lederwaren	42

Tabelle 20: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Spielwaren	43
Tabelle 21: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Sportbedarf/Camping	44
Tabelle 22: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	45
Tabelle 23: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Hausrat/GPK	46
Tabelle 24: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Elektrobedarf	47
Tabelle 25: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör	48
Tabelle 26: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Möbel	49

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Stadt Soltau befindet sich an der Straße Am Bahnhof ein Rewe-Verbrauchermarkt (inklusive Bäcker) mit einer Verkaufsfläche von 3.200 qm. Dieser Markt soll auf eine Verkaufsfläche von etwa 3.450 qm erweitert werden, was einem Verkaufsflächenzuwachs von etwa 250 qm entspricht. Zusätzlich soll(en) auf dem Gelände ein bzw. mehrere ergänzende Fachmärkte planerisch ermöglicht werden. Für diese soll ebenfalls eine Verträglichkeitsprüfung für realistisch mögliche Sortimente/Verkaufsflächengrößen erfolgen.

Die Vorhabenrealisierung soll über die Aufstellung eines Bebauungsplans erfolgen, aktuell wird eine Ausweisung als Kerngebiet erwogen. Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand somit in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen einer solchen Planung unter besonderer Beachtung der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung. Zudem war das Vorhaben auf seine Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung zu prüfen. Prüfmaßstab war damit § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit dem LROP Niedersachsen 2017. Daneben war die Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept (Strategie- und Handlungskonzept Soltau) zu prüfen und zu bewerten.

1.2 Vorgehensweise

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

- Darstellung und Bewertung des Mikrostandorts und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung und Bewertung des Vorhabens;
- Darstellung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen etc.);
- Herleitung des Einzugsgebiets des Vorhabens u.a. auf Basis der regionalen Wettbewerbsstrukturen des vorhabenrelevanten Einzelhandels sowie kartografische Darstellung;
- Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens;

- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im bestehenden Einzelhandel;
- Versorgungsstrukturelle Analyse des Versorgungsniveaus im Einzugsgebiet;
- Städtebauliche Analyse der Ausgangslage im betroffenen zentralen Versorgungsbereich und sonstiger wesentlicher Standortbereiche zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen;
- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen bzw. deren Veränderungen durch die Vorhabenrealisierung (Rewe-Erweiterung); Ableitung tragfähiger Entwicklungspotenziale für den ergänzenden Fachmarkt/die ergänzenden Märkte;
- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben zu Lasten des bestehenden Einzelhandels im Einzugsgebiet;
- Intensive städtebauliche und raumordnerische Bewertung des Vorhabens unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung;

Um die Verträglichkeitsanalyse für das Vorhaben bearbeiten zu können, wurden eine Reihe von Primär- und Sekundärerhebungen durchgeführt:

- Sekundäranalysen der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Vor-Ort-Erhebung der einzelhandelsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Intensive Begehungen des Mikrostandorts und der wesentlichen Wettbewerbsstandorte.

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 Kreuzung Walsroder Straße und der Straße Am Bahnhof in sehr zentraler Lage in Soltau. Der Bahnhof und Busbahnhof (9 Linien) liegen darüber hinaus in Sichtweite. Aus Richtung Süden kommend hat der Standort, aufgrund der Lage, eine Funktion als „Entree in die Stadt“.



Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Das Rewe-Center befindet sich in einem Verbundstandort mit einer weiteren Handelsimmobilie, die aktuell durch einen tedi-Nonfood-Discounter genutzt wird. Die

Ladeneinheiten sind von außen über die gemeinsame Stellplatzanlage erreichbar. Diese ist über die Straße Am Bahnhof anzufahren. Eine weitere kleine Stellplatzfläche kann auch von der Walsroder Straße angefahren werden.

Die verkehrliche Anbindung des Vorhabenstandorts ist sowohl individualverkehrlich als auch mit dem ÖPNV (Bahnhof, Busbahnhof) als sehr gut zu bewerten. Allerdings sind aktuell die Stellplätze auf dem Grundstück bereits stark ausgelastet. Im Falle einer weiteren Ausdehnung der Verkaufsfläche ist für genügend adäquate Stellplätze zu sorgen.

Im Standortumfeld sind neben den genannten bestehenden Einzelhandelsnutzungen sowie einer Apotheke (auf dem Grundstück in Richtung Innenstadtkern) v.a. öffentliche Einrichtungen (z.B. Agentur für Arbeit) sowie Wohnhäuser vorhanden. Entlang der Walsroder Straße dominieren Mischnutzungen mit Einzelhandel oder sonstigem Gewerbe in den Erdgeschosslagen.

Nach dem ‚Strategie- und Handlungskonzept Soltau 2040‘ liegt der Standort im erweiterten Innenstadtbereich, etwa 200 m vom Kernbereich bzw. dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich entfernt. Das Grundstück grenzt somit mittelbar an den Innenstadtbereich an. Damit kann der Standort funktionale Ergänzungsaufgaben für die Innenstadt übernehmen.



Abbildung 2: Ein- und Ausfahrt des Vorhabenstandorts



Abbildung 3: Rewe Center-Verbrauchermarkt auf dem Gelände



Abbildung 4: tedi-Filiale auf dem Gelände



Abbildung 5: Kreuzung der Straßen Am Bahnhof und Walsroder Straße



Abbildung 6: Bushaltestelle am Vorhabenstandort

2.2 Vorhabenkonzeption

Anlass der Planung ist die geplante Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts in der Straße Am Bahnhof in Soltau. Dabei soll die Verkaufsfläche von derzeit rd. 3.200 qm auf dann rd. 3.450 qm erweitert werden, was einem Verkaufsflächenzuwachs von etwa 250 qm entspricht.

Der Sortimentsschwerpunkt des Verbrauchermarkts liegt auch nach der Erweiterung in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Damit stellt der Betrieb einen **typischen Nahversorgungsanbieter** dar. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente¹ liegt bei ca. 10 %.

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur des Rewe-Verbrauchermarkts

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	2.880	225	3.105
aperiodischer Bedarf	320	25	345
Gesamt	3.200	250	3.450

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers

Tabelle 1: Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur des Rewe-Verbrauchermarkts (Erweiterung)

Zusätzlich soll(en) auf dem Gelände ein Fachmarkt/mehrere Märkte planerisch ermöglicht werden. Diese Einzelhandelsnutzung(en) sind jedoch noch nicht hinreichend konkretisiert. Für den Standort ist eine Ausweisung als MK-Gebiet vorgesehen. Damit wären am Standort Einzelhandelsnutzungen ohne Beschränkung möglich. Im Folgenden ist in diesem Zusammenhang auszuloten, welche Einzelhandelsnutzungen (in qm Verkaufsfläche) tragfähig und damit auch realistischer Weise erwartbar sowie in dem Zusammenhang auch verträglich entwickelbar wären und die größten Synergiepotenziale für die Innenstadt induzieren.

Das Vorhaben soll somit über eine Bauleitplanung realisiert werden und ist damit 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.

Für den Rewe-Markt gilt es zudem, auch Folgendes zu berücksichtigen: Auch wenn bei einem Erweiterungsvorhaben grundsätzlich das gesamte neue Vorhaben hinsichtlich seiner Gestalt und Ausstrahlungswirkung baurechtlich zu prüfen ist, muss berücksichtigt werden, dass der bestehende Betrieb seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert hat. Daher ist nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz in der Wirkungsanalyse für das Vorhaben prüfungsrelevant, der sich aus der Verkaufsflächenenerweiterung und der allgemein zu erwartenden Attraktivitätssteigerung des

¹ Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel.

Marktes ergibt.² Schließlich ist der bestehende Betrieb bereits heute Bestandteil des Einzelhandelsgefüges.

An der Straße Am Bahnhof in Soltau soll der bestehende Rewe-Verbrauchermarkt von derzeit rd. 3.200 qm Verkaufsfläche auf rd. 3.450 qm Verkaufsfläche erweitert werden. Zusätzlich soll(en) ein Fachmarkt/mehrere Märkte auf dem Gelände planerisch ermöglicht werden.

Das Vorhaben soll über eine Bauleitplanung realisiert werden und ist damit 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.

² Vgl. u.a. Urteile des OVG Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum

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.

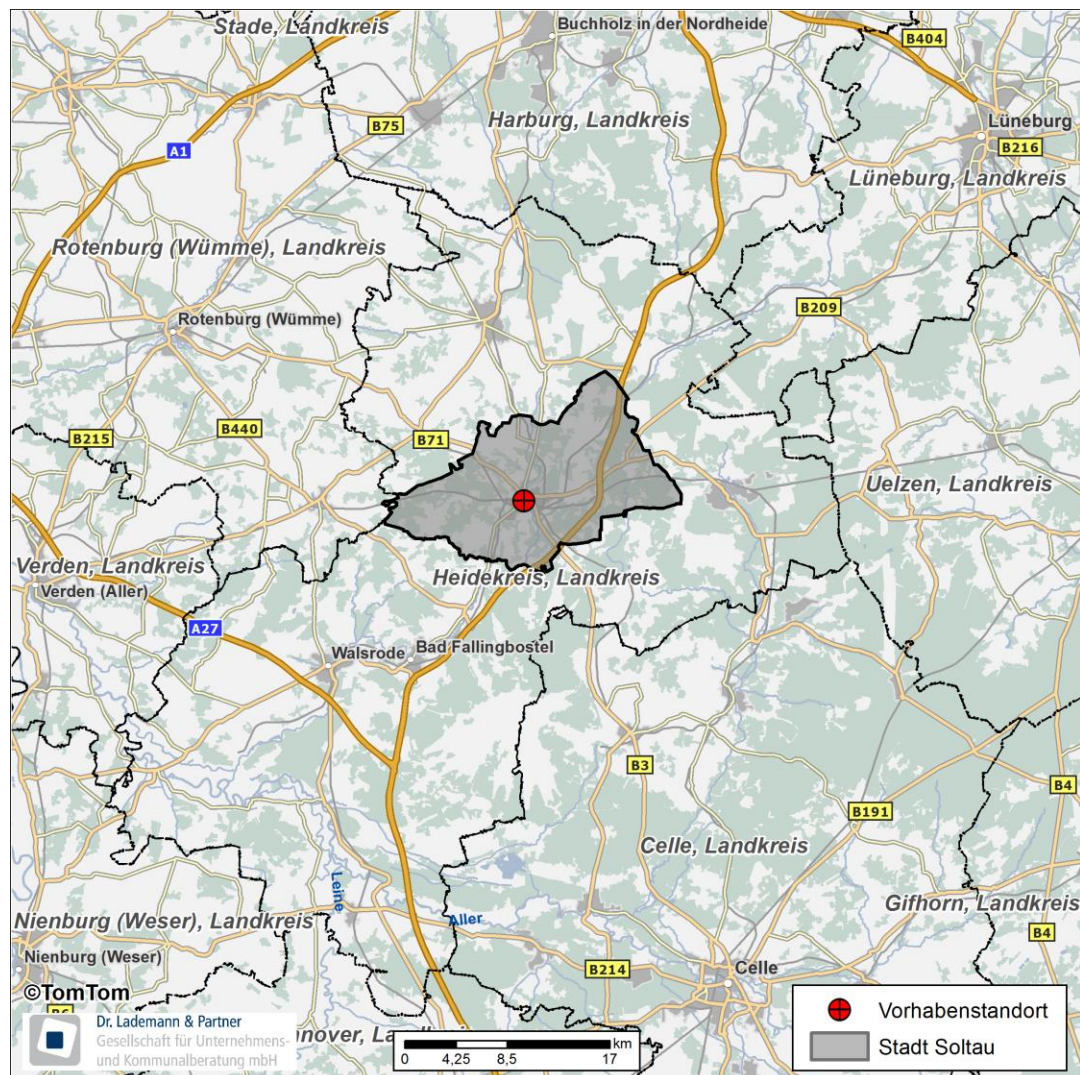


Abbildung 7: Lage im Raum

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 rd. 0,2 % p.a. leicht positiv. Im regionalen Vergleich waren die Einwohnerzuwächse in Bad Fallingb., Bismarck 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

Gemeinde, Landkreis, Land	2014	2018	abs.	+/- 14/18	Veränderung
				in %	p.a. 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 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Soltau kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research³, 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**⁴ 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 in Soltau induzieren insbesondere aufgrund der perspektivisch leicht negativen Einwohnerentwicklung sowie der im Landesvergleich unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer keine signifikanten zusätzlichen Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Soltau. Dies wurde bei der nachfolgenden Tragfähigkeitsanalyse und Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

³ 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).

⁴ 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 vorhabensspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in der Straße Am Bahnhof in Soltau übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld, 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.

Das Einzugsgebiet des Vorhabens insgesamt wird von der Ausstrahlungswirkung des Rewe-Verbrauchermarkts geprägt, sodass insgesamt von einem einheitlichen Einzugsgebiet für alle Untersuchungskomponenten auszugehen ist. Im Wettbewerb steht das Vorhaben insbesondere mit den typgleichen Verbrauchermärkten und typähnlichen Lebensmitteldiscountern. Darüber hinaus sind räumlich-funktionale Barrieren (z.B. Verkehrsstrassen, Flüsse) sowie das eigene Filialnetz von Rewe zu berücksichtigen.

4.2 Wettbewerb im Raum

In der nachfolgenden Karte sind die großräumigen Wettbewerbsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel dargestellt, welche die räumliche Ausprägung des Einzugsgebiets beeinflussen.

Die vorhabenrelevante Wettbewerbssituation in Soltau wird überwiegend durch Lebensmitteldiscounter geprägt. Im unmittelbaren Umfeld befinden sich ein Lidl-Lebensmitteldiscounter (rd. 600 m nordöstlicher Richtung) und ein Aldi-Lebensmitteldiscounter (rd. 400 m östlicher Richtung). Hinzu kommen mit zwei Netto-Markendiscountern und einem Penny drei weitere Lebensmitteldiscounter im weiteren Umfeld dazu. Den einzigen weiteren Vollsortimenter im Stadtgebiet stellt das Edeka-Center in rd. 2 km östlicher Entfernung dar. Außerhalb der Kernstadt nimmt die Einzelhandelsdichte stark ab, was mit der geringen Bevölkerungsdichte zu erklären ist. Die nächsten Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter befinden sich wieder in den Städten/Gemeinden Neuenkirchen (rd. 11 km nordwestlicher Richtung), Bispingen (rd. 17 km nordöstlicher Richtung), Wietzendorf (rd. 16 km südöstlicher Richtung) und

Dorfmark (rd. 11 km südlicher Richtung). Der nächstgelegene Rewe-Verbrauchermarkt aus dem eigenen Filialnetz ist in rd. 18 km in der Stadt Bad Fallingborstel gelegen.

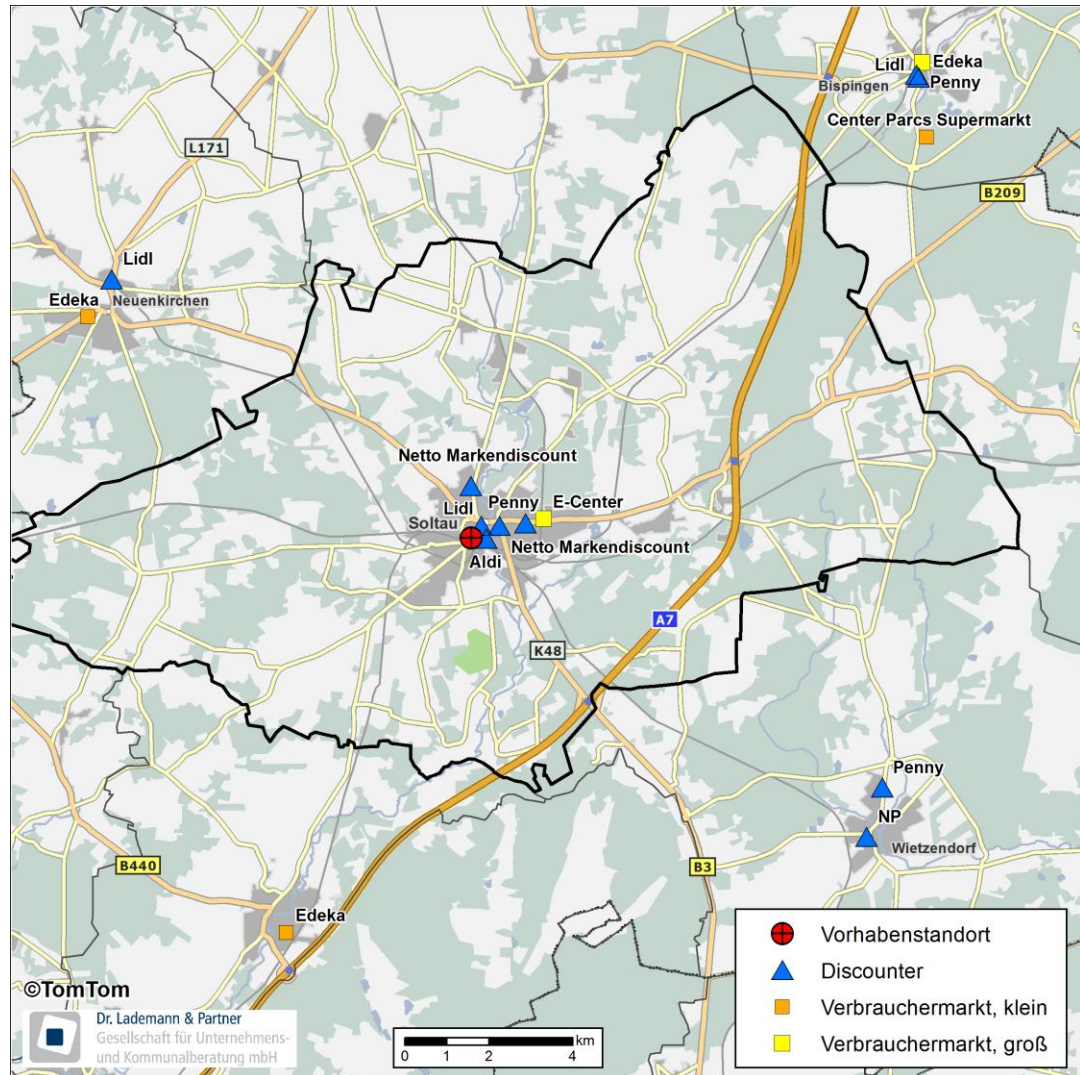


Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer durchschnittlichen bis intensiven Wettbewerbssituation in Soltau selbst auszugehen, wobei sich die Anbieter v.a. auf die Innenstadt und die westliche Kernstadt konzentrieren. Außerhalb der Kernstadt befinden sich keine strukturprägenden, 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 1 über das gesamte westliche Stadtgebiet von der Celler bzw. Harburger Straße ausgehend inklusive der Innenstadt und der Fachmarktagglomeration Almhöhe. Die Zone 2 deckt das östliche Stadtgebiet ab.

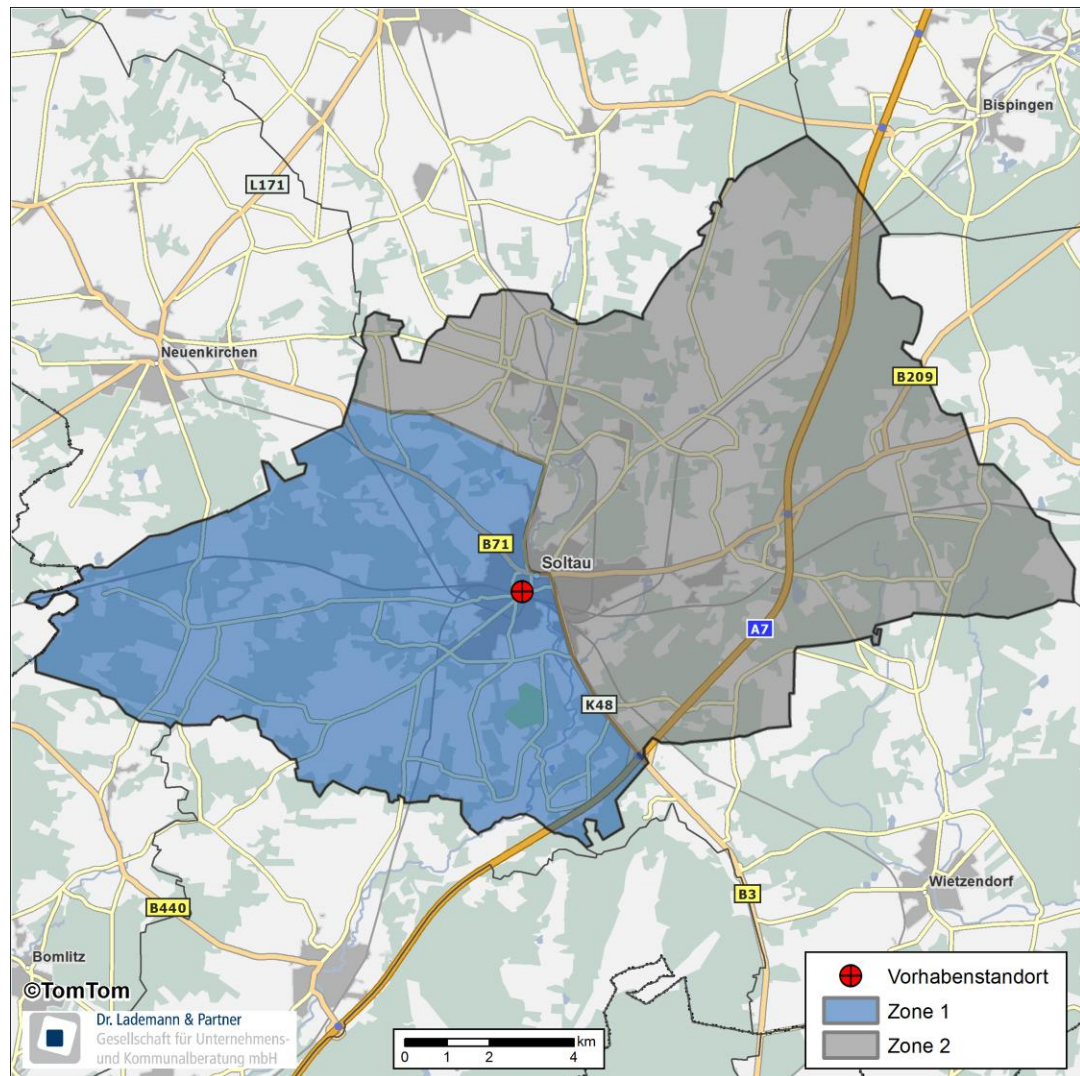


Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 21.260 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem relativ konstanten bis leicht rückläufigen **Einwohnerpotenzial in 2021** ausgegangen werden von insgesamt

rd. 21.240 Einwohnern.

Einzugsgebiet des Einzelhandelsvorhabens in Soltau

Bereich	2018	2021
Zone 1	10.038	10.030
Zone 2	11.219	11.210
Einzugsgebiet	21.257	21.240

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

Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft⁵ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes beträgt das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial aktuell rd. 145,4 Mio. €.

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2021 ist angesichts des prognostizierten marginalen Bevölkerungsrückgangs von einem leichten Rückgang des Nachfragepotenzials auszugehen auf

rd. 145,2 Mio. € (- 0,2 Mio. €).

⁵ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2019

Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens in 2021

Daten	Potenzial in Mio. €		
	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Kurzfristiger Bedarf	32,6	36,4	69,0
Nahrungs- und Genussmittel	28,2	31,6	59,8
Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel	3,7	4,2	7,9
Tiernahrung/Tierbedarf	0,6	0,7	1,3
Mittelfristiger Bedarf	16,5	18,5	35,0
Bekleidung/Wäsche	6,1	6,8	12,9
Schuhe, Lederwaren	1,6	1,8	3,4
Spielwaren, Hobbybedarf	1,3	1,4	2,7
Sportbedarf, Camping	1,7	1,9	3,6
Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren	2,2	2,5	4,7
Hausrat, GPK	3,6	4,1	7,7
Langfristiger Bedarf	19,5	21,8	41,3
Optik	1,0	1,1	2,0
Uhren, Schmuck	0,8	0,9	1,6
Elektrobedarf	5,7	6,4	12,1
Haus- und Heimtextilien, Einrichtungszubehör	1,6	1,8	3,4
Möbel	3,6	4,0	7,6
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör	6,8	7,6	14,4
Summe	68,6	76,7	145,2

Quelle: Eigene Berechnungen.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens in 2021 etwa 21.240 Personen. Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit leicht auf etwa 145,2 Mio. € zurückgehen.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage im betroffenen zentralen Versorgungsbereich und den wesentlichen Standortlagen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert.

5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur in Soltau

5.1.1 Verkaufsflächenstruktur

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation in Soltau wurde durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet⁶ des Vorhabens durchgeführt.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird in Soltau eine einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von

rd. 67.400 qm

vorgehalten. Mit rd. 22.800 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf das Sortiment Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör. Weitere Scherpunkte liegen in den Bereichen Bekleidung/Wäsche (rd. 12.100 qm) und Nahrungs- und Genussmittel (rd. 11.500 qm).

⁶ Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 4 erläutert vorgenommen und umfasst das gesamte Stadtgebiet von Soltau.

Verkaufsflächenstruktur in Soltau

Branchen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm
Kurzfristiger Bedarf	51	13.965
Nahrungs- und Genussmittel	38	11.455
Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel	12	1.935
Tiernahrung/Tierbedarf	1	575
Mittelfristiger Bedarf	93	19.855
Bekleidung/Wäsche	62	12.105
Schuhe, Lederwaren	12	2.855
Spielwaren, Hobbybedarf	3	605
Sportbedarf, Camping	5	1.260
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	2	795
Hausrat, GPK	9	2.235
Langfristiger Bedarf	48	33.555
Optik	5	295
Schmuck, Uhren	8	450
Elektrobedarf	9	4.305
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	7	3.695
Möbel	6	1.980
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör	13	22.830
Summe	192	67.375

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenstruktur innerhalb der Stadt Soltau

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

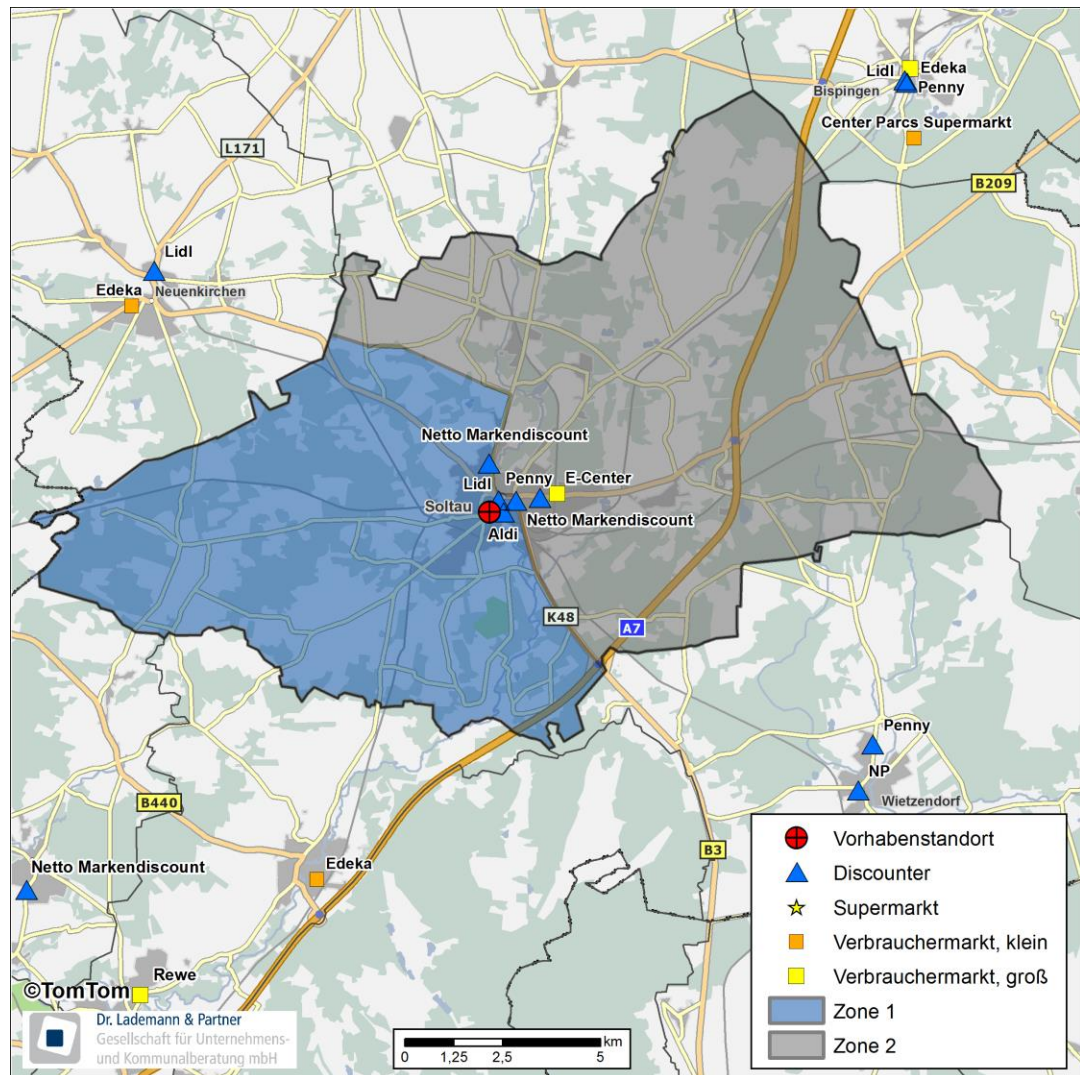


Abbildung 10: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation

Die flächengrößten nahversorgungsrelevanten Anbieter im Lebensmitteleinzelhandel (> 400 qm Verkaufsfläche; ohne Getränkemärkte) im Einzugsgebiet sind neben dem zu erweiternden Rewe-Verbrauchermarkt:

Zone 1:

- Aldi-Lebensmitteldiscounter, Böhmeide 45, sonstige Lage
- Lidl-Lebensmitteldiscounter, Am Alten Stadtgraben 5, ZVB Innenstadt
- Penny-Lebensmitteldiscounter, Celler Straße 6, sonstige Lage
- Netto Lebensmitteldiscounter, Harburger Straße 25, sonstige Lage

Zone 2:

- Netto-Lebensmitteldiscounter, Lüneburger Straße 42-46, sonstige Lage
- Edeka Center-Verbrauchermarkt, Lüneburger Straße 97, sonstige Lage

Bei der Anzahl der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels besteht im Einzugsgebiet ein deutliches Übergewicht zugunsten der Lebensmitteldiscounter: fünf Lebensmitteldiscounter stehen zwei Lebensmittelvollsortimenter gegenüber.



Abbildung 11: Aldi-Lebensmitteldiscounter – Böhmheide 45 (Zone 1)



Abbildung 12: Lidl-Lebensmitteldiscounter – Am Alten Stadtgraben 5, ZVB Innenstadt (Zone 1)



Abbildung 13: Penny-Lebensmitteldiscounter – Celler Straße 6 (Zone 1)



Abbildung 14: Netto Lebensmitteldiscounter – Harburger Straße 25 (Zone 1)



Abbildung 15: Netto-Lebensmitteldiscounter – Lüneburger Straße 42-46 (Zone 2)



Abbildung 16: Edeka Center-Verbrauchermarkt – Lüneburger Straße 97 (Zone 2)

5.1.2 Umsatzstruktur

Die Umsätze für den Einzelhandel in Soltau wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenndaten, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der **Brutto-Umsatz** des Einzelhandels in Soltau beläuft sich auf insgesamt

rd. 212,1 Mio. €.

Umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt mit rd. 54,6 Mio. € auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. Im Sortiment Bekleidung werden rd. 46,9 Mio. €, im Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör werden rd. 38,5 Mio. € generiert.

Umsatzstruktur in Soltau

Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Kurzfristiger Bedarf	13.965	66,6
Nahrungs- und Genussmittel	11.455	54,6
Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel	1.935	11,1
Tiernahrung/Tierbedarf	575	0,9
Mittelfristiger Bedarf	19.855	71,5
Bekleidung/Wäsche	12.105	46,9
Schuhe, Lederwaren	2.855	11,8
Spielwaren, Hobbybedarf	605	1,3
Sportbedarf, Camping	1.260	3,8
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	795	2,7
Hausrat, GPK	2.235	5,0
Langfristiger Bedarf	33.555	74,0
Optik	295	1,8
Schmuck, Uhren	450	4,2
Elektrobedarf	4.305	19,7
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	3.695	7,2
Möbel	1.980	2,6
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör	22.830	38,5
Summe	67.375	212,1

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Umsatzstruktur innerhalb der Stadt Soltau

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität** beträgt rd. 3.150 € je qm Verkaufsfläche und wird insbesondere von den umsatzstarken Lebensmittelbetrieben sowie von shoppingaffinen Sortimenten innerhalb des DOS getrieben.

Stellt man den Umsatz der Nachfrage der Soltauer Bevölkerung gegenüber, resultiert eine Einzelhandelszentralität von rd. 146 % für die Stadt Soltau, die auf deutliche Kaufkraftzuflüsse hindeutet. Bezogen auf einzelne Sortimente zeigen sich jedoch z.T. Zentralitätslücken. Diese beziehen sich v.a. auf die Sortimente Nahrungs- und

Genussmittel, Tiernahrung/Tierbedarf, Spielwaren/Hobby, Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren, Hausrat/GPK, Optik und Möbel.

Auf einer einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 67.375 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 212,1 Mio. € Umsatz generiert. Die Einzelhandelszentralität von etwa 146 % deutet auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Gleichwohl sind bezogen auf einzelne Sortimente Unterschiede zu konstatieren.

5.2 Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage im zentralen Versorgungsbereichen und den Ergänzungsstandorten

5.2.1 Innenstadt Soltau

Der Kernbereich der Innenstadt von Soltau umfasst den Bereich zwischen der Poststraße im Norden und der Straße Böhme 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 filialisierter 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 Verkaufsfläche von rd. 8.500 qm einen Umsatz von rd. 34,5 Mio. €.



Abbildung 17: Einzelhandelsbetriebe entlang der Marktstraße im ZVB Innenstadt



Abbildung 18: Einzelhandelsbetriebe am Hagen im ZVB Innenstadt

5.2.2 Ergänzungsstandorte in der Stadt Soltau

Neben der Innenstadt werden im Folgenden noch die beiden Ergänzungsstandorte im Soltauer Stadtgebiet gemäß Strategie- und Handlungskonzept beleuchtet.

FMA Almhöhe

Die Fachmarktagglomeration 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 Verkaufsfläche von rd. 25.500 qm ein Umsatz von rd. 51,2 Mio. € erwirtschaftet. Der Angebotsschwerpunkt liegt dabei 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. Die Fachmarktagglomeration kann aktuell nur noch als eingeschränkt funktionsfähig bezeichnet werden. Allerdings laufen aktuell Bestrebungen zum Verkauf und damit für einen „Neubeginn“ am Standort. Damit würde das Vorhaben am Bahnhof auf einen stabilere Umsatzplattform treffen, was die prozentualen Umsatzumverteilungswirkungen reduzieren würde.



Abbildung 19: Fachmarktzentrum Soltauer Alm

Designer Outlet Soltau

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 einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche von etwa 9.300 qm ein Umsatz von rd. 46,1 Mio. € erwirtschaftet.** Die Sortimentsstruktur des Einzelhandelsbesatzes wird dabei im Wesentlichen 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 20: Designer Outlet Soltau

6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsstandorts 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.

Die Umsatzprognose für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten 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.

6.1.1 Erweiterung Rewe-Verbrauchermarkt

Für den erweiterten Rewe-Verbrauchermarkt ist davon auszugehen, dass er insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 7 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 17 %, in der Zone 2 sind etwa 11 % zu erwarten.

Marktanteile des Rewe-Verbrauchermarkts nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	32,6	36,4	69,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,6	4,2	9,8
Marktanteile	17%	11%	14%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	36,0	40,2	76,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,4	0,9
Marktanteile	1%	1%	1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	68,6	76,7	145,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,1	4,6	10,7
Marktanteile	9%	6%	7%

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

Tabelle 7: Marktanteile des erweiterten Rewe-Verbrauchermarkts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von rd. 18 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve⁷ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 3.800 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 13,0 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 12,0 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen Bedarf entfällt.

Umsatzstruktur des Vorhabens (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	3.105	3.850	12,0
aperiodischer Bedarf	345	3.000	1,0
Gesamt	3.450	3.800	13,0

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

Tabelle 8: Umsatzstruktur des erweiterten Rewe-Markts

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Verbrauchermarkt hat mit seinen aktuellen

⁷ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Besucher und Touristen, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder am Standort einkaufen).

Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Rewe-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 7 % bzw. 13 % im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Marktanteile des Rewe-Verbrauchermarkts im Einzugsgebiet (status quo)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	32,6	36,4	69,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,3	3,9	9,2
Marktanteile	16%	11%	13%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	36,0	40,3	76,3
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,4	0,8
Marktanteile	1%	1%	1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	68,6	76,7	145,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,8	4,3	10,0
Marktanteile	8%	6%	7%

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

Tabelle 9: Marktanteile des Rewe-Verbrauchermarkts (Status quo)

Derzeit stellt sich die **Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort** wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Rewe-Verbrauchermarkts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	2.880	3.900	11,2
aperiodischer Bedarf	320	3.200	1,0
Gesamt	3.200	3.830	12,3

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

Tabelle 10: Umsatzstruktur des Rewe-Verbrauchermarkts (Status quo)

Der **Umsatzzuwachs⁸** (inkl. Streuumsätzen) wird im worst-case insgesamt bei knapp 0,8 Mio. € liegen. Davon entfallen rd. 0,7 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

⁸ Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze in der Auswirkungsanalyse prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Dabei sei darauf hingewiesen, dass der Umsatz des Lebensmittelmarkts nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient eine Verkaufsflächenenerweiterung auch dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen. Allerdings wurden die Attraktivität und Ausstrahlungswirkung des Gesamtstandorts berücksichtigt.

Umsatzzuwachs des Rewe-Verbrauchermarkts (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	225	0,7
aperiodischer Bedarf	25	0,1
Gesamt	250	0,8

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 11: Umsatzzuwachs des Rewe-Verbrauchermarkts durch VorhabenrealisierungIm worst-case zeigen die **Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet** folgendes Bild:

Marktanteilszuwachs des Rewe-Verbrauchermarkts im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	32,6	36,4	69,0
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,3	0,6
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1,0%	0,7%	0,9%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	36,0	40,2	76,2
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,0	0,0	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,1%	0,1%	0,1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	68,6	76,7	145,2
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,3	0,7
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,5%	0,4%	0,5%

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

Tabelle 12: Marktanteilszuwachs des Rewe-Verbrauchermarkts durch Vorhabenrealisierung

Für den erweiterten Rewe-Markt ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von insgesamt rd. 7 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 13,0 Mio. €, davon rd. 12,0 Mio. € im periodischen Bedarf. Dies entspricht einem Umsatzzuwachs von rd. 0,8 Mio. €, davon rd. 0,7 Mio. € im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

6.1.2 Ableitung perspektivisch tragfähiger Flächenpotenziale für die Ansiedlung ergänzender Einzelhandelsnutzungen

Die Ableitung der tragfähigen Umsatzpotenziale für mögliche Einzelhandelsnutzungen am Standort Am Bahnhof basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Insgesamt ist nach den einzelnen Sortimentsbereichen im Zieljahr 2021 von folgenden maximalen Abschöpfungsleistungen auszugehen. Dabei ist keine Summenbildung möglich, da die mögliche Gesamtverkaufsfläche räumlich/grundstücksseitig begrenzt ist.

Marktanteile möglicher ergänzender Nutzungen			
	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	3,75	4,19	7,93
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,01	0,92	1,93
Marktanteile	27%	22%	24%
Tiernahrung/Tierbedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	0,60	0,67	1,27
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,18	0,13	0,31
Marktanteile	30%	20%	25%
Bekleidung/Wäsche			
Marktpotenzial (Mio. €)	6,10	6,82	12,91
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,91	0,68	1,60
Marktanteile	15%	10%	12%
Schuhe, Lederwaren			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,60	1,79	3,39
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,24	0,18	0,42
Marktanteile	15%	10%	12%
Spielwaren, Hobbybedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,27	1,42	2,70
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,17	0,14	0,31
Marktanteile	13%	10%	11%
Sportbedarf, Camping			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,68	1,88	3,57
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,22	0,19	0,41
Marktanteile	13%	10%	11%
Bücher/Zeitung, Schreibwaren			
Marktpotenzial (Mio. €)	2,23	2,49	4,72
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,22	0,12	0,35
Marktanteile	10%	5%	7%
Hausrat, GPK			
Marktpotenzial (Mio. €)	3,63	4,05	7,68
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,36	0,20	0,57
Marktanteile	10%	5%	7%
Optik			
Marktpotenzial (Mio. €)	0,97	1,08	2,04
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,13	0,11	0,23
Marktanteile	13%	10%	11%
Schmuck, Uhren			
Marktpotenzial (Mio. €)	0,77	0,87	1,64
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,10	0,09	0,19
Marktanteile	13%	10%	11%
Elektrobedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	5,72	6,39	12,11
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,74	0,64	1,38
Marktanteile	13%	10%	11%
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,62	1,81	3,42
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,21	0,18	0,39
Marktanteile	13%	10%	11%
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör			
Marktpotenzial (Mio. €)	6,82	7,63	14,45
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,68	0,38	1,06
Marktanteile	10%	5%	7%
Möbel			
Marktpotenzial (Mio. €)	3,59	4,01	7,60
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,54	0,40	0,94
Marktanteile	15%	10%	12%

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

Tabelle 13: Abschöpfungspotenziale möglicher ergänzender Nutzungen

Daraus ergeben sich unter Zugrundelegung realistischer/tragfähiger Flächenleistungen folgende Verkaufsflächen- und Umsatzpotenziale (inkl. Streuumsätzen von rd. 18 %):

Umsatz- und Verkaufsflächenstruktur möglicher ergänzender Nutzungen

Branchenmix	Umsatz in Mio. €	Flächen- produktivität*	Verkaufsfläche in qm
Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel (zzgl. Randsortimente eines Drogeriemarkts)	2,4	4.600	600
Tiernahrung/Tierbedarf	0,4	1.400	300
Bekleidung/Wäsche	1,9	2.650	800
Schuhe, Lederwaren	0,5	2.500	300
Spielwaren, Hobbybedarf	0,4	2.200	200
Sportbedarf, Camping	0,5	2.200	300
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	0,4	3.300	200
Hausrat, GPK	0,7	2.400	300
Optik	0,3	6.000	100
Schmuck, Uhren	0,2	5.500	100
Elektrobedarf	1,7	4.800	400
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	0,5	2.200	300
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör	1,3	1.800	800
Möbel	1,1	1.800	700

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

Tabelle 14: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur möglicher ergänzender Nutzungen

Hier zeigt sich, dass bei nahezu allen Sortimenten die tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale z.T. deutlich unter der Schwelle der Großflächigkeit liegen. Gleichwohl scheint die Ansiedlung (alternativ)

- eines Drogeriemarkts (Drogeriewaren aber auch Lebensmittel und aperiodische Sortimente als Randsortimente)
- eines Bekleidungsfachmarkts
- eines Schuhfachmarkts
- eines Einrichtungsfachmarkts (Möbel, Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör)

am realistischsten für diesen Standort zu sein.

Wichtig zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass bei den Fachmärkten zwar der Schwerpunkt auf einem Sortiment liegt, aber in der Regel auch andere Sortimente als Randsortimente darin vorgehalten werden, z.B. Lebensmittel und aperiodische Randsortimente eines Drogeriemarkts sodass, insgesamt z.B. für einen Drogeriemarkt eine Gesamtverkaufsfläche von knapp 800 qm abgeleitet werden kann.

Bei den Sortimenten mit nur 100 qm tragfähiger Verkaufsfläche (Uhren/Schmuck sowie Optik) wird auf eine detaillierte Wirkungsanalyse verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten. Das gleiche gilt für das nicht-

zentrenrelevante Segment Bau- und Gartenbedarf/KFZ-Zubehör, dessen Ansiedlung aufgrund der eingeschränkten Tragfähigkeitspotenziale und der fehlenden Standort-eignung ausgeschlossen werden kann.

6.2 Wirkungsprognose

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der **Wirkungsprognose** wird untersucht, wie sich der prognostizierte (Mehr-)Umsatz des Vorhabens 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 (zentraler Versorgungsbereich, Ergänzungsstandorte, 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 der Ansiedlungsalternativen sind nicht direkt am Marktanteil bzw. Marktanteilszuwachs 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 bzw. Marktanteilszuwachses) als auch die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem leichten **Marktrückgang** infolge des leichten 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 die Vorhaben in der Lage sein werden, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. der eigenen Einzugsgebietszone 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. der anderen Einzugsgebietszone. **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 sortimentsspezifische 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 durch die Rewe-Erweiterung

Das Rewe-Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 0,6 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Wirkungsverschärfend ist zu berücksichtigen, dass sowohl das Vorhaben selbst als auch die bereits vorhandenen Betriebe von einem Marktrückgang aufgrund von leichten Bevölkerungsrückgängen betroffen sein werden (zusammen <0,1 Mio. €). Darüber hinaus ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse auf sich umzulenken (rd. 0,1 Mio. €). Das Vorhaben wird aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher den Betrieben innerhalb des Einzugsgebiets von außerhalb bzw. der anderen Einzugsgebietszone zugeflossen sind (rd. 0,1 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,6 Mio. €. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet⁹ gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 1,1 %.

Die höchsten Auswirkungen ergeben sich dabei mit rd. 1,6 % für die sonstigen Lagen der Zone 1. An den übrigen untersuchten Lagebereichen sind die Wirkungen prospektiv darunter. Z.T. sind die absoluten Umsatzrückgänge <0,1 Mio. €, sodass 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.

⁹ Ohne die Bestandsumsätze von Rewe, um Wirkungen gegen „sich selbst“ nicht wirkungsmildernd zu berücksichtigen.

Wirkungsprognose des Rewe-Erweiterungsvorhabens in Soltau – Umsatzzuwachs (2021)

Periodischer Bedarf	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,12	0,01	0,21	0,34	0,00	0,25	0,25	0,59
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
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe am Marktrückgang in Mio. €	0,01	0,00	0,02	0,02	0,00	0,02	0,02	0,04
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,01	0,00	-0,01	-0,02	0,00	-0,11	-0,11	-0,13
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,04	0,00	0,07	0,11	0,00	0,00	0,00	0,11
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,16	0,01	0,29	0,46	0,00	0,15	0,15	0,62
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	1,3%	k.A.	1,6%	1,4%	k.A.	0,7%	0,7%	1,1%

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

Tabelle 15: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf durch die Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs Werte von im Schnitt etwa 1,1 %. Die höchsten Auswirkungen ergeben sich dabei mit rd. 1,6 % für die sonstigen Lagen der Zone 1.

6.2.3 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel

Hier gilt es zunächst zwei Punkte festzuhalten:

- Das klassische Angebot eines Drogeriemarkts umfasst zum einen schwerpunktmäßig das Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel, zum anderen aber auch das ebenfalls nahversorgungsrelevante Segment Nahrungs- und Genussmittel (etwa 10 % der Gesamtverkaufsfläche).
- 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 Gesamtbetriebs führt. Der Bereich Drogeriewaren trägt in der Mehrheit der betroffenen Betriebe nur zu einem relativ geringen Anteil zum

Gesamtumsatz bei. Somit wäre selbst bei sortimentsspezifischen 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 Kundenbindungsinstruments zu.

- Auch das Rewe-Erweiterungsvorhaben beinhaltet den vollständigen periodischen Bedarfsbereich – also sowohl Nahrungs- und Genussmittel als auch Drogeriewaren/Gesundheits- und Pflegeartikel, sodass bei einer zeitgleichen Realisierung, die Wirkungen kumuliert betrachtet werden müssen.

Vor diesem Hintergrund wird für die Ermittlung der Auswirkungen (Drogeriemarktansiedlung bei paralleler Rewe-Erweiterung) zunächst auf die Umsatzrückgänge im nahversorgungsrelevanten Bereich insgesamt abgestellt, um bewerten zu können, ob die Entwicklung 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 Teilsegment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel geworfen.

Die Rewe-Erweiterung und Drogeriemarktansiedlung wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen **nahversorgungsrelevanten (Mehr-) Umsatz** von rd. 2,8 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 auf sich umzulenken (rd. 0,7 Mio. €). Das Vorhaben wird aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher den Betrieben innerhalb des Einzugsgebiets von außerhalb bzw. der anderen Einzugsgebietszonen zugeflossen sind (rd. 0,5 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 2,6 Mio. €. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 3,9 %.

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. 7,2 % bezogen auf die Soltauer Innenstadt. Bezogen auf das DOS und die Almhöhe 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.

Wirkungsprognose Rewe-Erweiterung und Drogeriemarkt-Ansiedlung in Soltau – Umsatzzuwachs (2021)

Periodischer Bedarf	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,76	0,03	0,71	1,50	0,00	1,29	1,29	2,79
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
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe am Marktrückgang in Mio. €	0,01	0,00	0,02	0,02	0,00	0,02	0,02	0,04
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,09	0,00	-0,08	-0,17	0,00	-0,56	-0,56	-0,73
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,24	0,01	0,23	0,47	0,00	0,00	0,00	0,47
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,92	0,04	0,88	1,84	0,00	0,74	0,74	2,58
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	7,2%	k.A.	3,0%	4,2%	k.A.	3,4%	3,3%	3,9%

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

Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf durch die Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts und die Drogeriemarkt-Ansiedlung

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 gut 14 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die (parallele) Ansiedlung eines Drogeriemarkts und die Rewe-Erweiterung erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich insgesamt Werte von im Schnitt etwa 3,9 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal etwa 7,2 % prospektiv für den ZVB Innenstadt Soltau zu erwarten. 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 gut 14 %.

6.2.4 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Tiernahrung/Tierbedarf

Eine tragfähige Entwicklung im Segment Tiernahrung/Tierbedarf (rd. 300 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,3 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Tiernahrung/Tierbedarf im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 22,7 %.

Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass an allen untersuchten Standortbereichen die absoluten Umsatzrückgänge jeweils für sich genommen <0,1 Mio. € liegen werden, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Tiernahrung/Tierbedarf	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,01	0,11	0,06	0,18	0,00	0,13	0,13	0,31
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	-0,03	-0,01	-0,05	0,00	-0,08	-0,08	-0,12
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,01	0,08	0,04	0,14	0,00	0,06	0,06	0,19
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	k.A.	k.A.	19,6%	k.A.	k.A.	k.A.	22,7%

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

Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Tiernahrung/Tierbedarf

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Tiernahrung/Tierbedarf (rd. 300 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 22,7 % induzieren. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass an allen untersuchten Standortbereichen die absoluten Umsatzrückgänge jeweils für sich genommen <0,1 Mio. € liegen werden, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

6.2.5 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Wäsche

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Bekleidung/Wäsche (rd. 800 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 1,6 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 1,6 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Bekleidung/Wäsche im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 3,4 %.

Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 6,4 %.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Bekleidung/Wäsche	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,63	0,18	0,10	0,91	0,65	0,03	0,68	1,60
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
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe am Marktrückgang in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,11	-0,03	-0,02	-0,16	-0,03	0,00	-0,03	-0,19
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,02	0,00	0,00	0,02	0,16	0,01	0,16	0,19
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,54	0,16	0,09	0,78	0,78	0,04	0,82	1,60
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	6,4%	6,2%	k.A.	6,0%	2,4%	k.A.	2,4%	3,4%

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

Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Bekleidung/Wäsche

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Bekleidung/Wäsche (rd. 800 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 3,4 % induzieren. Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 6,4 %.

6.2.6 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Schuhe/Lederwaren

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Schuhe/Lederwaren (rd. 300 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,4 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und

Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,4 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Schuhe/Lederwaren im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 3,6 %.

Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 6,0 %.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Schuhe, Lederwaren	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,16	0,07	0,01	0,24	0,18	0,00	0,18	0,42
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,02	-0,01	0,00	-0,02	0,00	0,00	0,00	-0,03
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	0,02	0,03
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,15	0,07	0,01	0,22	0,20	0,00	0,20	0,42
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	6,0%	k.A.	k.A.	5,9%	2,5%	k.A.	2,5%	3,6%

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

Tabelle 19: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Schuhe/Lederwaren

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Schuhe/Lederwaren (rd. 300 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 3,6 % induzieren. Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 6,0 %.

6.2.7 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Spielwaren (rd. 200 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,3 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Spielwaren im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 14,4 %.

Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass an allen untersuchten Standortbereichen die absoluten Umsatzrückgänge jeweils für sich genommen <0,1 Mio. € liegen werden, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Spielwaren	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,06	0,03	0,07	0,17	0,00	0,14	0,14	0,31
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,02	-0,01	-0,03	-0,06	0,00	-0,14	-0,14	-0,20
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,03	0,02	0,04	0,08	0,00	0,00	0,00	0,08
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,07	0,04	0,08	0,19	0,00	0,01	0,01	0,19
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	k.A.	k.A.	14,6%	k.A.	k.A.	k.A.	14,4%

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

Tabelle 20: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Spielwaren

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Spielwaren (rd. 200 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 14,4 % induzieren. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass an allen untersuchten Standortbereichen die absoluten Umsatzrückgänge jeweils für sich genommen <0,1 Mio. € liegen werden, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

6.2.8 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sportbedarf/Camping

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Sportbedarf/Camping (rd. 300 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,4 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,4 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Sportbedarf/Camping im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 9,3 %.

Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 8,4 %. Lagebezogen sind auch nur in der Innenstadt die Wirkungen rechnerisch nachweisbar.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Sportbedarf/Camping	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,18	0,00	0,04	0,22	0,16	0,03	0,19	0,41
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,04	0,00	-0,01	-0,04	-0,10	-0,02	-0,12	-0,17
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,09	0,00	0,02	0,11	0,00	0,00	0,00	0,11
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,23	0,01	0,05	0,29	0,06	0,01	0,07	0,35
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	8,4%	k.A.	k.A.	8,9%	k.A.	k.A.	k.A.	9,3%

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

Tabelle 21: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Sportbedarf/Camping

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Sportbedarf/Camping (rd. 300 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 9,3 % induzieren. Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 8,4 %. Lagebezogen sind auch nur in der Innenstadt die Wirkungen rechnerisch nachweisbar.

6.2.9 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Bücher/Zeitungen/Schreibwaren (rd. 200 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,4 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Bücher/Zeitungen, Schreibwaren im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 7,3 %.

Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 8,8 %. Lagebezogen sind auch nur in der Innenstadt die Wirkungen rechnerisch nachweisbar.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Bücher/Zeitung, Schreibwaren	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,14	0,02	0,06	0,22	0,00	0,12	0,12	0,35
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,04	-0,01	-0,02	-0,06	0,00	-0,09	-0,09	-0,15
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,10	0,01	0,05	0,17	0,00	0,03	0,03	0,20
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	8,8%	k.A.	k.A.	8,3%	k.A.	k.A.	k.A.	7,3%

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

Tabelle 22: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Bücher/Zeitung, Schreibwaren

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Bücher/Zeitung, Schreibwaren (rd. 200 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 7,3 % induzieren. Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 8,8 %. Lagebezogen sind auch nur in der Innenstadt die Wirkungen rechnerisch nachweisbar.

6.2.10 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat, GPK

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Hausrat/GPK (rd. 300 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,6 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,4 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Hausrat/GPK im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 7,5 %.

Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 9,0 %.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Hausrat, GPK	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,15	0,08	0,13	0,36	0,00	0,20	0,20	0,57
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-0,03	-0,02	-0,03	-0,07	0,00	-0,12	-0,12	-0,19
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,12	0,06	0,11	0,29	0,00	0,08	0,08	0,37
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	9,0%	k.A.	8,6%	9,0%	k.A.	k.A.	k.A.	7,5%

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

Tabelle 23: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Hausrat/GPK

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Hausrat/GPK (rd. 300 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 7,5 % induzieren. Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den ZVB Innenstadt Soltau mit rd. 9,0 %.

6.2.11 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Elektrobedarf

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Elektrobedarf (rd. 400 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 1,4 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 1,3 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Elektrobedarf im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 6,7 %.

Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den Standort Almhöhe mit rd. 6,9 %.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Elektrobedarf	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,04	0,69	0,01	0,74	0,10	0,54	0,64	1,38
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	-0,07	0,00	-0,07	-0,08	-0,48	-0,56	-0,64
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,03	0,52	0,01	0,56	0,00	0,00	0,00	0,56
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,07	1,15	0,01	1,24	0,01	0,07	0,08	1,31
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	6,9%	k.A.	6,8%	k.A.	5,1%	5,1%	6,7%

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

Tabelle 24: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Elektrobedarf

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Elektrobedarf (rd. 400 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 6,7 % induzieren. Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den Standortbereich Almhöhe mit rd. 6,9 %. In der Innenstadt sind die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar.

6.2.12 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör (rd. 300 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,4 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,4 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 5,6 %.

Die höchsten Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den Standort Almhöhe mit rd. 6,0 %.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,03	0,15	0,04	0,21	0,05	0,14	0,18	0,39
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	-0,01	0,00	-0,02	0,00	-0,01	-0,01	-0,03
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,02	0,02	0,03
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,02	0,14	0,04	0,20	0,05	0,15	0,20	0,40
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	6,0%	k.A.	6,3%	k.A.	5,2%	5,0%	5,6%

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

Tabelle 25: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör (rd. 300 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 5,6 % induzieren. Die höchsten lagebezogenen Umverteilungswirkungen ergeben sich dabei für den Standortbereich Almhöhe mit rd. 6,0 %. In der Innenstadt sind die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar.

6.2.13 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Möbel

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Möbel (rd. 700 qm) wird mit Kunden aus dem Einzugsgebiet einen Umsatz von rd. 0,9 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem Einzelhandelsumsatz im Bereich Möbel im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 7,6%.

Hier ist zu berücksichtigen, dass an allen untersuchten Standortbereichen die absoluten Umsatzrückgänge jeweils für sich genommen < 0,1 Mio. € liegen werden, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Soltau (2021)

Möbel	ZVB Innenstadt Soltau	Almhöhe	Sonstige Lage	Zone 1 Gesamt	DOS	Sonstige Lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,00	0,37	0,17	0,54	0,00	0,40	0,40	0,94
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
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
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,00	-0,29	-0,14	-0,43	0,00	-0,32	-0,32	-0,74
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen in Mio. €	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	0,00	0,08	0,04	0,11	0,00	0,08	0,08	0,20
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	k.A.	k.A.	k.A.	8,4%	k.A.	k.A.	k.A.	7,6%

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

Tabelle 26: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment Möbel

Eine tragfähige Entwicklung im Bereich Möbel (rd. 700 qm) wird eine durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von etwa 7,6 % induzieren. Hier ist zu berücksichtigen, dass an allen untersuchten Standortbereichen die absoluten Umsatzrückgänge jeweils für sich genommen <0,1 Mio. € liegen werden, sodass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind.

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Vorhaben in Soltau ist 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 Niedersachsen¹⁰ und der Regionalplanung für den Heidekreis zu berücksichtigen. Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit eines großflächigen 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 Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral). [...]

¹⁰ Vgl. LROP Niedersachsen 2017.

Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 von 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 verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Nach § 11 Abs. 3 Bau NVO ist neben den bereits angesprochenen Belangen zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung mehr als unwesentlich beeinträchtigt und 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 vorgeschlagenen/abgeleiteten Einzelhandelsnutzungen entsprechen jeweils dem mittelfentralen Versorgungsauftrag.

Das Einzugsgebiet ist für alle möglichen Vorhabenkomponenten mit dem Stadtgebiet gleichzusetzen. Abgesehen von Streuumsätzen (rd. 18 %) rekrutiert das Vorhaben somit seine Umsätze mit Kunden aus der Stadt Soltau, sodass weder im periodischen noch im aperiodischen Bedarfsbereich der jeweilige Kongruenzraum wesentlich überschritten wird.

Der 70/30 %-Regelvermutung zur Feststellung der Kompatibilität mit dem Kongruenzgebot wird somit für alle möglichen Vorhabenkomponenten erfüllt.

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

Die Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts sowie mögliche ergänzende Einzelhandelsnutzungen am Standort Am Bahnhof in Soltau werden dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.

7.3 Zu den Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung

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).

Für das Vorhaben ist bei Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts auf 3.450 qm sowie bei Aktivierung der für den Standort tragfähigen Umsatz- und Verkaufsflächenpotenziale von folgenden Umverteilungswirkungen auszugehen:

Rewe-Erweiterung:

Hier werden die maximalen Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf (sonstige Lagen der Zone 1) unter 2 % liegen. Mehr als unwesentliche Auswirkungen

auf die Innenstadt und die verbrauchernahe Versorgung können ganz klar ausgeschlossen werden. Vielmehr trägt die Erweiterung dazu bei, einen bestehenden Nahversorger zukunftsfähig und modern abzusichern.

In dem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass es bei der angestrebten MK-Ausweisung grundsätzlich denkbar wäre, auf die zusätzliche Fachmarktfäche zu verzichten und den Verbrauchermarkt um weitere rd. 800 qm zu erweitern. Eine überschlägige Modellrechnung für diese gleichwohl (theoretische) Annahme zeigt, dass auch dann die Umsatzumverteilungswirkungen mit max. gut 7 % noch in einer verträglichen Größenordnung liegen würden.

Segment Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel:

Die kumulierten Umsatzumverteilungswirkungen durch die Rewe-Erweiterung und die Ansiedlung eines Drogeriemarkts erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich insgesamt Werte von im Schnitt etwa 3,9 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal etwa 7,2 % prospektiv für den ZVB Innenstadt Soltau zu erwarten. Bezogen auf das DOS und die Almhöhe 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 gut 14 %. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist ein Rossmann-Drogeriemarkt vorhanden, auf welchen sich voraussichtlich auch die dargestellten Auswirkungen konzentrieren würden. 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.

Segmente Tiernahrung/Tierbedarf, Spielwaren und Möbel:

In diesen drei Sortimentsbereichen lassen sich nur Umsatzumverteilungswirkungen bezogen auf das Einzugsgebiet insgesamt nachweisen (Umsatzrückgänge insgesamt >0,1 Mio. €). Bezogen auf die einzelnen untersuchten Lagebereiche sind die absoluten Umsatzrückgänge so gering, dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachgewiesen werden können. Gleichwohl die prozentualen Umsatzumverteilungsquoten bezogen auf das Gesamteinzugsgebiet bei Tiernahrung/Tierbedarf und Spielwaren deutlich über 10 % liegen, ist insgesamt somit nicht von mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die bestehenden Strukturen auszugehen. Vor dem Hintergrund des nur sehr geringen Tragfähigkeitspotenzials in diesen beiden Sortimenten ist es ohnehin nicht realistisch, dass diese als eigenständige Betriebe umgesetzt werden, sondern eher als Randsortiment eines anderen Betriebs (z.B. eines Drogeriemarkts).

Übrige Sortimente:

In allen übrigen untersuchten Sortimentsbereichen werden die prospektiven Umsatzumverteilungswirkungen sowohl bezogen auf das Einzugsgebiet insgesamt als auch bezogen auf einzelne Lagebereiche z.T. deutlich unter 10 % liegen, sodass von tragfähigen Nutzungen keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen ausgehen werden.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann bei Realisierung der Rewe-Erweiterung sowie der Umsetzung der tragfähigen Umsatz- und Verkaufsflächenpotenziale (max. Gesamtverkaufsfläche von rd. 800 qm) weitgehend ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Zur Frage nach der Einhaltung des städtebaulichen Integrationsgebots wurde von der Kanzlei GSK Stockmann am 28. Juni 2019 eine juristische Stellungnahme vorgelegt, die hier aufgegriffen werden soll:

„Der Standort ist nach dem im Integrationsgebot niedergelegten Maßstab nach unserer Einschätzung städtebaulich integriert. Er befindet sich zwischen Bahnhof und dem weniger als 200 m entfernten zentralen Versorgungsbereich der Stadt Soltau, welche funktional eng miteinander verbunden sind. Beide sind innerhalb weniger Gehminuten fußläufig erreichbar. Ferner ist der Standort in ein umfassendes Angebot anderer Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen eingebettet, unter anderem befinden sich unmittelbar angrenzend ein Ärztehaus, die Agentur für Arbeit sowie eine Geschäftsstelle der AOK. [...] Der Standort des REWE Lebensmittelvollsortimenters am Bahnhof liegt außerhalb des aktuell planerisch festgelegten Zentralen Versorgungsbereichs. Der Festsetzung eines Kerngebiets steht dies wie dargestellt nicht entgegen. Es erscheint jedoch sinnvoll, bei der Fortschreibung oder Neuerstellung des Soltauer Einzelhandelskonzepts den Standort als Teil des zentralen Versorgungsbereichs auszuweisen. Dies ist ohne weiteres möglich. [...] Es spricht viel dafür, dass der Standort des REWE Lebensmittelvollsortimenters am Bahnhof aufgrund der tatsächlichen Verhältnisse schon heute als Zentraler Versorgungsbereich qualifiziert werden kann. Die am Standort vorhandenen Einzelhandelsnutzungen, gastronomischen Angebote und Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen, wie das Ärztehaus, die Agentur für Arbeit u.a. dienen der Versorgung der Bevölkerung in einem zentralen Einzugsbereich der Stadt Soltau. Der Standort ist fußläufig erreichbar und verkehrstechnisch gut erschlossen. All diese Merkmale eines Zentralen Versorgungsbereichs sind erfüllt. [...] Bei der planerischen Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche hat eine Gemeinde planerisch-gestalterisches Ermessen. Keinesfalls ist sie darauf beschränkt, die tatsächlichen Verhältnisse bloß nachzuzeichnen. Vielmehr kann sie aktiv planend versuchen, die Entwicklung in die eine oder andere Richtung zu lenken und etwa zentrale Versorgungsbereiche dort festlegen, wo heute noch keine Dichte entsprechender Nutzungen vorhanden ist, nach den planerischen Vorstellungen der Gemeinde jedoch entstehen soll. Vor diesem Hintergrund begegnet es keinerlei Bedenken, wenn die Stadt Soltau den Standort des REWE Lebensmittelvollsortimenters am Bahnhof bei der Fortschreibung ihres Einzelhandelskonzepts als Zentralen Versorgungsbereich festlegt. Mit entsprechender Begründung liegt es nahe, den Standort als Teil des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt festzulegen und auch den zwischen ihm und dem heutigen Zentralen Versorgungsbereich liegenden Bereich (Distanz ca. 200 m) in den künftigen Zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen. Die städtebaulich-fachliche Begründung müsste das Einzelhandelskonzept liefern. Unüberwindbare rechtliche Hürden gibt es nicht.“

Das Vorhaben steht nicht im Widerspruch zum städtebaulichen Integrationsgebot. Gleichwohl ist eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts zu empfehlen.

7.5 Zur Kompatibilität mit dem Strategie- und Handlungskonzept der Stadt Soltau

Auf Seite 70 ff des Strategie- und Handlungskonzepts der Stadt Soltau 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:



Abbildung 21: 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, wenngleich darauf zu verweisen ist, dass zu dem „3er-Gefüge“ Innenstadt-Almhöhe-DOS die Almhöhe aktuell nur noch eingeschränkt beiträgt. Auch wenn es Ziel ist, den Standort Almhöhe zu stabilisieren, geht es auch verstärkt darum, dadurch frei gewordene Potenziale (weiterhin) in Soltau zu binden – insbesondere in der Innenstadt des Mittelzentrums. In diese Strategie zählt auch die Entwicklung am Standort Am Bahnhof ein, der die Innenstadt funktional ergänzt.

Ab Seite 98 f heißt es dann zu den Entwicklungsperspektiven der Soltauer Innenstadt:
„Als übergeordnete Strategie zur Weiterentwicklung der Soltauer Innenstadt sollen als Ergebnis der gemeinsamen Diskussion mit den Akteuren der Soltauer Stadtentwicklung die Szenarien II (Innenstadtstadtstärkung durch konzentrierten Ausbau des Einzelhandelsangebots) und III (Multifunktionalität) weiterverfolgt werden.

Für die Soltauer Innenstadt bedeutet dies, dass:

- *die Innenstadt aus dem Kern heraus weiterentwickelt werden muss und daher vorrangig zu prüfen ist, wie die rückwärtigen Bereiche der Marktstraße für Einzelhandelsnutzungen aktiviert werden können (konzentrierte Ansprache der Immobilieneigentümer).*
- *derzeit mittelflächige Betriebe (300-800 qm Verkaufsfläche) in der bisherigen Struktur der Innenstadt nicht unterzubringen sind und daher Potenzialflächen in der Innenstadt geschaffen werden müssen.*
- *die Innenstadt (als Ganzes) künftig aus drei Bereichen bestehen soll: Die Altstadt (Marktstraße mit künftigem Anker Filzwelt), der Hagen und ein so genannter Innenstadt-Ergänzungsbereich jenseits der Straße ‚Am Alten Stadtgraben‘.*
- *dieser Innenstadt-Ergänzungsbereich nur dann sinnvoll entwickelt werden kann, wenn die Straße Am Alten Stadtgraben parallel zum Hagen verkehrsberuhigt wird und die künftige Verkehrsführung des Durchgangsverkehrs über den Rühberg erfolgt (im Zusammenhang mit dem künftigen Kreisverkehr).*
- *kurz-bis mittelfristig insgesamt 1.500-2.000 qm Verkaufsfläche neu in der Innenstadt realisiert werden sollen, die vorrangig auf den Bereich Mode (Textil, Young Fashion, Schuhe) entfallen sollen.*
- *am konsumigen, mittelpreisigen Profil der Innenstadt festgehalten werden soll, um die Kunden aus dem Marktgebiet (Soltau und Umland) adäquat anzusprechen (‚H&M und Vero Moda statt Prada‘).*“

Der Vorhabenstandort Am befindet sich zwar außerhalb des definierten Kernbereichs der Soltauer Innenstadt, stellt allerdings als Eingang zu Innenstadt eine wichtige Potenzialfläche/Ergänzungsfläche für die Innenstadt dar, auf der mittel-/großflächige Flächeneinheiten geschaffen werden können, von deren Frequenzen auch die Soltauer Altstadt profitieren kann. Vor dem Hintergrund der städtebaulich und siedlungsstrukturell integrierten Lage sollte die Chance genutzt werden, v.a. nah- und zentrenrelevante Nutzungen anzusiedeln.

Fazit

8 Fazit

In der Stadt Soltau befindet sich an der Straße Am Bahnhof ein Rewe-Verbrauchermarkt (inklusive Bäcker) mit einer Verkaufsfläche von 3.200 qm. Dieser Markt soll auf eine Verkaufsfläche von etwa 3.450 qm erweitert werden, was einem Verkaufsflächenzuwachs von etwa 250 qm entspricht. Zusätzlich soll(en) auf dem Gelände ein bzw. mehrere ergänzende Fachmärkte angesiedelt bzw. planerisch ermöglicht werden. Für diese soll ebenfalls eine Verträglichkeitsprüfung für realistisch mögliche/tragfähige Sortimente erfolgen.

Die Vorhabenrealisierung soll über die Aufstellung eines Bebauungsplans erfolgen, aktuell wir eine Ausweisung als Kerngebiet erwogen. Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand somit in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen unter besonderer Beachtung der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung. Zudem war das Vorhaben auf seine Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung zu prüfen. Prüfmaßstab war damit § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit dem LROP Niedersachsen 2017. Daneben war die Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept (Strategie- und Handlungskonzept Soltau) zu prüfen und zu bewerten.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Soltau induzieren insbesondere aufgrund der perspektivisch leicht negativen Einwohnerentwicklung sowie der im Landesvergleich unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer keine signifikanten 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 Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens in 2021 etwa 21.240 Personen. Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit leicht auf etwa 145,2 Mio. € zurückgehen.

Auf einer einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 67.375 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 212,1 Mio. € Umsatz generiert. Die Einzelhandelszentralität von etwa 146 % deutet auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Gleichwohl sind bezogen auf einzelne Sortimente Unterschiede zu konstatieren.

Für den erweiterten Rewe-Markt ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb seines Einzugsgebiets von insgesamt rd. 7 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein

Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 13,0 Mio. €, davon rd. 12,0 Mio. € im periodischen Bedarf. Dies entspricht einem Umsatzzuwachs von rd. 0,8 Mio. €, davon rd. 0,7 Mio. € im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Die Ableitung der **tragfähigen Umsatzpotenziale** für mögliche ergänzende Einzelhandelsnutzungen am Standort Am Bahnhof basierte auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Hier zeigt sich, dass bei nahezu allen Sortimenten die tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale z.T. deutlich unter der Schwelle der Großflächigkeit liegen. Gleichwohl scheint die Ansiedlung (alternativ)

- eines Drogeriemarkts (Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel aber auch Lebensmittel und aperiodische Sortimente als Randsortimente)
- eines Bekleidungsfachmarkts
- eines Schuhfachmarkts
- eines Einrichtungsfachmarkts (Möbel, Haus- und Heimtextilien/Einrichtungszubehör)

am realistischsten für diesen Standort zu sein.

Wichtig zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass bei den Fachmärkten zwar der Schwerpunkt auf einem Sortiment liegt, aber in der Regel auch andere Sortimente als Randsortimente darin vorgehalten werden, z.B. Lebensmittel und aperiodische Randsortimente eines Drogeriemarkts sodass, insgesamt z.B. für einen Drogeriemarkt eine Gesamtverkaufsfläche von knapp 800 qm abgeleitet werden kann.

Die Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts sowie mögliche ergänzende Einzelhandelsnutzungen am Standort Am Bahnhof in Soltau werden dem **Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.**

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann bei Realisierung der Rewe-Erweiterung sowie der Umsetzung der tragfähigen Umsatz- und Verkaufsflächenpotenziale weitgehend ausgeschlossen werden. **Dem Beeinträchtungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.**

In dem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass es bei der angestrebten MK-Ausweisung grundsätzlich denkbar wäre, auf die zusätzliche Fachmarktfäche zu verzichten und den Verbrauchermarkt um weitere rd. 800 qm zu erweitern. Eine überschlägige Modellrechnung für diese gleichwohl (theoretische) Annahme zeigt, dass auch dann die Umsatzumverteilungswirkungen mit max. gut 7 % noch in einer verträglichen Größenordnung liegen würden.

Das Vorhaben steht nicht im Widerspruch zum städtebaulichen Integrationsgebot. Gleichwohl ist eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts zu empfehlen.

Hamburg, 19. Dezember 2019

Uwe Seidel

Ulrike Rehr

Dr. Lademann & Partner GmbH