Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Edeka Marktes Maltzahn in Großheide

AUFTRAGGEBER: Gemeinde Großheide

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Köln, den 11.03.2022

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

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

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

Quelle Foto Deckblatt: GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

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

Büro Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek

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

Vorbemerkung

Im Juli 2021 erteilt die Gemeinde Großheide, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag, die beabsichtigte Erweiterung des Edeka-Marktes in der Ortsmitte zu bewerten.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch das Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Hage und Westerholt ausgelöst werden und ob daraus mögliche schädliche städtebauliche Effekte bzw. Funktionsstörungen, insbesondere in zentralen Versorgungsbereichen, resultieren können.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), der Gemeinde Großheide, des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Im Juli 2021 wurden sämtliche Betriebe mit periodischen Sortimenten in Großheide, Hage und Westerholt aufgenommen und bewertet. Aufgrund Anmerkungen zum Einzugsgebiet seitens der Raumordnung des Landkreises Aurich wurde eine Anpassung im März 2022 vorgenommen.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 11.03.2022
KST/TN-aw

Inhaltsverzeichnis Seite

I. Grundlagen 5

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung 5

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben 5

3. Daten zum Vorhaben 6

3.1 Allgemeine Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel 6

3.2 Verkaufsflächen und Sortimente des Vorhabens 7

4. Makrostandort Großheide 8

5. Mikrostandort im Ortsteil Großheide 10

II. Relevante Angebotssituation 12

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme 12

2. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Großheide 12

3. Angebotssituation im periodischen Bedarf im Umland 13

III. Bewertung der raumordnerischen Ziele 17

1. Konzentrationsgebot 17

2. Integrationsgebot 17

3. Kongruenzgebot 17

3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Kaufkraft 17

3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet 18

3.3 Umsatzprognose und Umsatzherkunft 18

3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes 21

4. Beeinträchtigungsverbot 21

4.1 Wettbewerbliche Wirkungen 21

4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes 22

IV. Zusammenfassung 24

Verzeichnisse 25

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Edeka wird seit langem in der Schloßstraße in Ecklage zum Poppenweg im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte“ auf einer Verkaufsfläche von ca. 820 m² betrieben und soll zunächst in der ersten Stufe auf ca. 1.500 m² und später auf ca. 1.800 m² erweitert werden. In der Vorkassenzone ist eine Bäckerei-Filiale mit einer Verkaufsfläche von ca. 20 m² (ohne gastronomische Fläche) integriert. Diese Bäckerei-Filiale soll auf ca. 40 m² erweitert werden. Die Erweiterung dient in erster Linie der Anpassung an eine für einen Vollsortimenter moderne Einheit. Der Markt wirkt aus Kundensicht sehr beengt (geringe Regalbreite, schmale Gänge zwischen den Warenträgern, Kassenzone). Auch logistische Abläufe lassen sich auf der Bestandsfläche nicht optimal darstellen.

Der Edeka-Markt liegt im Geltungsbereich eines qualifizierten Bebauungsplans mit der Ausweisung als Mischgebiet. Die jetzige Fläche des Edeka-Marktes ist mit ca. 3.000 m² nicht ausreichend, um das Vorhaben umzusetzen. Deshalb werden die östlich des Poppenwegs liegenden unbebauten Grundstücke herangezogen, wobei der Poppenweg z. T. verlegt wird. Für den Standort wird ein neuer Bebauungsplan mit der Ausweisung als Sondergebiet aufgestellt.

Da die erweiterte Filiale (ebenso wie der Bestandsmarkt) als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens zu untersuchen. Die vorliegende Analyse bildet die Grundlage für die raumordnerische Bewertung des Vorhabens. Dabei sind die Gebote der Landes- und Regionalplanung zu prüfen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

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

> *„1. Einkaufszentren,*
>
> *2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
>
> *3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
>
> *sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

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

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Stadt und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

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

3. Daten zum Vorhaben

3.1 Allgemeine Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Zu den prägenden Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel, welche bundesweit zwischenzeitlich fast nur noch in großflächigen Einheiten (ab 800 m² Verkaufsfläche) entwickelt werden, gehören Lebensmitteldiscounter und Supermärkte. Bei **Lebensmitteldiscountern** handelt es sich um ein Vertriebskonzept mit konsequenter Niedrigpreispolitik. Diese verfügen über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %[2], wobei bundesweit über 16.000 Lebensmitteldiscounter vortreten sind. In den vergangenen Jahren flachte sich deren Expansion deutlich ab. Im Vordergrund steht mittlerweile die Optimierung vorhandener Filialen. **Supermärkte** und **SB-Warenhäuser** expandierten ebenfalls in den letzten Jahren, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen hohen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl kleinerer Lebensmittelgeschäfte von über 12.800 (2009) auf etwa 8.600 Geschäfte (2018)[3].

Supermärkte und Lebensmitteldiscounter unterscheiden sich insbesondere in Bezug auf die Anzahl der im festen Sortiment geführten Artikel. In einem Lebensmitteldiscounter werden ohne wöchentliche Aktionswaren zwischen 1.200 Artikel (Aldi Nord) und 4.000 Artikel (Netto Marken-Discount) angeboten. Ein Supermarkt führt auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² bereits über 15.000 Artikel und auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.800 m² über 30.000 Artikel. Der Angebots- und Umsatzschwerpunkt entfällt sowohl bei Discountern als auch bei Supermärkten auf den periodischen Bedarf, wenngleich mit unterschiedlichen Anteilen. Bei Discountern liegt dieser Anteil bei ca. 85 %, bei kleineren Supermärkten bei ca. 95 % und bei großen Supermärkten bei etwa 75 %. Hinsichtlich des Sortiments werden Biowaren, regionale, internationale und fair gehandelte Produkte ausgebaut und in fast allen Discountern, Supermärkten, Bio-Märkten sowie in kleineren Geschäften geführt. Auch im Verbraucherverhalten scheint langsam das Bewusstsein zu wachsen, lokale und regionale Produkte verstärkt einzukaufen.

[2] Quelle: EHI, handelsdaten aktuell, 2019.

[3] Quelle: EHI, handelsdaten aktuell, 2019.

Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel und im Drogeriehandel optimieren und modernisieren ihr **Standortnetz** konsequent, d. h. Neubau (i. d. R. mit Green building-Standard) und Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.

Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen

mögliche / typische Angebotselemente	Einwohnerzahl im Einzugsgebiet	Verkaufsfläche in m² (ca.-Werte)
Großer Supermarkt (z. B. Famila, E-Center, Rewe Center)	15.000	ab 2.500
Supermarkt (z. B. Rewe, Edeka, Combi, K+K)	6.000 – 7.000	1.800
Netto Marken-Discount	4.000	800 – 1.200
Penny	4.000	800 – 1.200
Lidl	5.000 – 6.000	1.300 – 1.500
Aldi-Nord	5.000 – 6.000	1.200 – 1.400

GMA-Standortforschung 2020

Die Erweiterungen werden sowohl in Supermärkten als auch in Discountern angestrebt, um

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

Während bei Aldi-Nord und Lidl bereits viele der Filialen auf ein zukunftsfähiges Format erweitert wurden, zeigen sich bei Supermärkten in Abhängigkeit vom Betreiber deutliche Unterschiede. So zeigt sich bei Edeka Minden noch ein Nachholbedarf, so neben Großheide z. B. auch bei Edeka Kruse in Marienhafe.

3.2 Verkaufsflächen und Sortimente des Vorhabens

Bei Edeka handelt es sich um einen Supermarkt, dessen Umsatzschwerpunkt auf periodische Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Apothekerwaren, Tiernahrung, Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften) entfällt. Im Randsortiment werden nur wenige Sortimente, wie Kleintextilien, Strumpfwaren, Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Elektrowaren, Bücher, Schreib- / Spielwaren geführt. Einschließlich der Verkaufsfläche der Bäckerei-Filiale entfällt eine Verkaufsfläche von 793 m² bzw. 95 % der gesamten Verkaufsfläche auf das periodische Kernsortiment. Auch nach der Erweiterung entfällt ca. 95 % auf das Kernsortiment.

Der Großteil der geplanten Erweiterung entfällt auf das periodische Kernsortiment, während die aperiodischen Randsortimente um nur 55 m² erhöht werden sollen. Diese prozentuale Aufteilung ändert sich auch nicht nach der Erweiterung.

Tabelle 2: Verkaufsflächen Bestand und Planung

Sortiment	Verkaufsfläche in m²		
	Bestand	Plan	Saldo
Nahrungs- / Genussmittel mit Getränke	700	1.540	840
Drogeriewaren, freiverkäufliche Arzneimittel	60	120	60
Tiernahrung	15	40	25
Zeitungen / Zeitschriften	12	25	13
Schnittblumen	6	15	9
periodisches Kernsortiment	**793**	**1.740**	**947**
Kleintextilien, Strumpfwaren	11	25	14
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	9	20	11
Elektrowaren	11	25	14
Bücher, Schreib- / Spielwaren	14	30	16
aperiodische Randsortimente	**45**	**100**	**55**
Summe	**838**	**1.840**	**1.002**

Quelle: Angaben des Betreibers mit Bäckerfiliale.

Eine Erhöhung der Artikelzahlen ist sowohl im Kernsortiment als auch im Randsortiment im Zuge der Erweiterung nicht geplant.

4. Makrostandort Großheide

Die Gemeinde Großheide zählt aktuell ca. 8.700 Einwohner[4] und ist als Grundzentrum ausgewiesen. Zu den nächstgelegenen Zentralen Orten zählen die Grundzentren Hage, Westerholt und Moordorf (Südbrookmerland), welche unmittelbar an das Siedlungsgebiet von Großheide angrenzen. Das nächstgelegene Mittelzentrum stellt Norden dar. In den letzten 5 Jahren zeichnete sich Großheide durch eine leichte Einwohnerzunahme aus. Diese lag deutlich über dem Durchschnitt im Landkreis Aurich.

Tabelle 3: Einwohnerveränderung in der Gemeinde Großheide im Vergleich

Daten	Einwohner (31.03)		Veränderung 2016 / 2021	
	2016	2021	abs.	in %
Aurich	41.725	42.308	583	1,4
Baltrum	603	591	-12	-2,0
Großefehn	13.923	14.137	214	1,5
Großheide	**8.537**	**8.698**	**161**	**1,9**
Hinte	7.050	7.207	157	2,2
Ihlow	12.309	12.470	161	1,3
Juist	1.634	1.540	-94	-5,8
Krummhörn	12.153	11.847	-306	-2,5
Norden	25.195	24.755	-440	-1,7

[4] Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Daten	Einwohner (31.03)		Veränderung 2016 / 2021	
	2016	2021	abs.	in %
Norderney	6.000	5.985	-15	-0,3
Südbrookmerland	18.591	18.270	-321	-1,7
Wiesmoor	13.104	13.321	217	1,7
Dornum	4.738	4.469	-269	-5,7
Brookmerland, SG	13.411	13.310	-101	-0,8
Hage, SG	11.131	11.239	108	1,0
LK Aurich	**190.104**	**190.147**	**43**	**0,02**
Niedersachsen	**7.936.262**	**8.007.888**	**71.626**	**0,9**

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen.

Die Gemeinde ist sehr weitläufig und wird gebildet durch den Kernort Großheide und die Ortsteile Arle, Berumerfehn, Coldinne, Menstede, Ostermoordorf, Südarle, Südcoldinne, Westerende und Westermoordorf. Der Schwerpunkt entfällt auf Großheide mit ca. 3.700 Einwohnern. In den übrigen Ortsteilen leben unter 1.000 Einwohner[5]. Unter den Ortsteilen konnte Großheide einen Zuwachs zwischen 2020 und 2021 um 44 Einwohner verbuchen, d. h. fast die Hälfte der Einwohnerzuwächse zwischen 2020 und 2021 (+ 107) entfällt auf Großheide selbst. Mit Ausnahme von Menstede, Südarle und Westerende verzeichneten auch die übrigen kleineren Ortsteile Einwohnerzuwächse (2020 – 2021).

Perspektivisch ist von einer zumindest stabilen Einwohnerzahl bzw. einer leichten Einwohnerzunahme auszugehen, zumal neue Wohngebiete geplant sind. So ist am Poppenweg in Ecklage zum Thünerweg auf einer Fläche von ca. 2,4 ha ein neues Baugebiet mit ca. 20 – 25 Bauplätzen geplant. Dieses Baugebiet liegt ca. 400 – 500 m südlich des Edeka-Marktes. Ein weiteres Wohngebiet ist auf einer Fläche von ca. 1,9 ha im Bereich des Kleinheider Weges in Ecklage zum Alten Gang geplant.[6]

In 2020 waren in Großheide **1.028 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte**[7] am Arbeitsort registriert. In Relation zur Einwohnerzahl entfielen 120 Beschäftigte auf 1.000 Einwohner, dieser Wert ist in etwa mit den Nachbarkommunen vergleichbar (SG Hage: 108 Beschäftigte, Südbrookmerland: 162 Beschäftigte jeweils je 1.000 Einwohner). Das umfangreichste Angebot an Arbeitsplätzen bietet im Landkreis Aurich das gleichnamige Mittelzentrum (ca. 22.600), hier kommen 536 Beschäftigte auf 1.000 Einwohner.

Die Gemeinde Großheide verzeichnete 522 Einpendler, denen 2.825 Auspendler gegenüberstanden. Der überwiegende Teil der Auspendler arbeitet in Norden, Emden und Aurich. Die Zahl der Ein- und Auspendler ist für die Einzelhandelsentwicklung von Bedeutung, da auf dem Weg von und zur Arbeit häufig Einkäufe erledigt werden. Entsprechend des negativen Pendlersaldos sind für den Einzelhandel der Gemeinde Großheide kaum überörtliche Nachfrageverflechtungen auszumachen.

Die Gemeinde Großheide hat in 2019 / 2020 ein Einzelhandelskonzept erstellen lassen mit einem Standort und Sortimentskonzept. Als einziger zentraler Versorgungsbereich wurde die

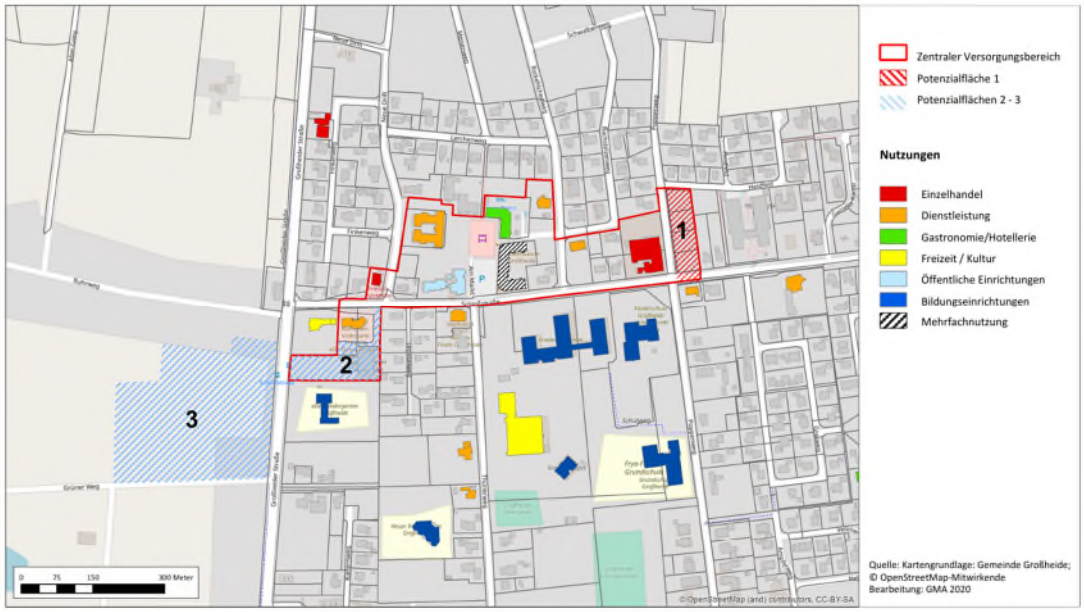
5 Quelle: Angaben der Gemeindeverwaltung

6 Angaben der Gemeindeverwaltung

7 Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2020

Ortsmitte abgegrenzt. Neben Edeka und einer Apotheke sind weitere Nutzungen aus Gastronomie und Hotellerie, Kreditinstitute (Volksbank, Sparkasse), medizinische Praxen, Friseure und eine Fahrschule vorzufinden. Die geplante Erweiterung des Edeka-Marktes war im Einzelhandelskonzept bereits Gegenstand der Betrachtung, hierbei wurden die unbebauten Flächen östlich des Poppenwegs als Potenzialflächen eingestuft. Die weiteren Potenzialflächen (südlich des Schloßes und westlich der Großheider Straße) kamen für die geplante Erweiterung des Edeka-Marktes nicht in Frage.

Abbildung 1: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte



5. Mikrostandort im Ortsteil Großheide

Der Edeka-Markt liegt in städtebaulich integrierter Lage im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte an der Schloßstraße in Ecklage zum Poppenweg. Die Zu- und Abfahrt zu den ebenerdigen Stellplätzen erfolgt vom Poppenweg aus. Die Stellplätze befinden sich größtenteils nördlich des Eingangsbereichs; wenige Stellplätze sind straßenbegleitend am Poppenweg angeordnet. Für Fußgänger und Fahrradfahrer gibt es eine weitere Anbindung in den Bachstelzenweg.

Die Erweiterung des Edeka-Marktes erfordert eine Neuordnung des gesamten Standortbereichs einschließlich der Stellplatzanlage. Da die jetzige Fläche von Edeka mit rd. 3.000 m² zu klein ist, werden die östlich des Poppenwegs liegenden unbebauten Grundstücke mit einbezogen werden. Der Poppenweg wird auf einem kurzen Teilabschnitt nördlich der jetzigen Stellplätze bis in den Rotkehlchenweg verlegt.

Im Umfeld des Edeka Marktes sind verschiedene Nutzungen vorhanden, wobei sich zudem zwischen Thünerweg und Poppenweg die Friederiken-Schule und ein Kindergarten befinden, sodass sich zahlreiche Kopplungseinkäufe ergeben.

Foto 1: Eingang Edeka

Foto 2: Großheide Poppenweg

Fotos GMA 2021

II. Relevante Angebotssituation

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Im Juli 2021 wurden die für das Vorhaben relevanten Wettbewerber in Großheide erhoben. Hierzu zählen Betriebe, welche Sortimente des periodischen Bedarfs führen (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Getränkemärkte, Sonderpostenmärkte, Nahversorger, Bäcker, Fleischer, Fachgeschäfte, Apotheken).

2. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Großheide

Im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte“ stellt Edeka Maltzahn den Frequenzbringer dar, neben der Bäckerfiliale im Edeka ist die einzige Apotheke der Gemeinde hier verortet. Der Angebotsschwerpunkt im periodischen Bedarf entfällt bedingt durch den großflächigen Supermarkt Stürenburg und die beiden Lebensmitteldiscounter Aldi und Netto Marken Discount. auf Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte.

Der **Edeka-Markt Stürenburg in der Großheider Straße** liegt am Ortsausgang in Richtung Berumbur und weist eine Verkaufsfläche von ca. 1.450 m² auf. Eine Besonderheit für einen Supermarkt stellt das umfangreiche Sortiment „Wolle, Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche, Heimtextilien“, auf einer Verkaufsfläche von ca. 150 m² dar. Der Markt weist mit Blick auf die Zu- und Abfahrt (in einer Kurve an der Hauptverkehrsachse) und das geringe Parkplatzangebot ungünstige Bedingungen auf.

Die **Aldi-Filiale** in der Coldinner Straße weist eine Verkaufsfläche von rd. 800 m² auf. Die Filiale liegt damit unter der Größe für moderne Aldi-Nord Märkte (in Grundzentren z. T. auf ca. 1.200 – 1.300 m² Verkaufsfläche), wenngleich die raumordnerischen Voraussetzungen zur Erweiterung an diesem Standort nicht gegeben sind und auch keine Anfragen zur Erweiterung eingereicht wurden.

Ebenfalls in der Coldinner Straße ist eine Filiale von **Netto Marken-Discount** mit einer Verkaufsfläche von knapp 800 m² ansässig, welche um ca. 160 m² am jetzigen Standort erweitert werden soll.

Tabelle 4: Strukturprägende Wettbewerber mit periodischen Kernsortimenten in Großheide

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m² (ca.-Werte)
Großheide, Großheider Straße	Edeka Stürenburg	1.450
Großheide, Coldinner Straße	Aldi	800
	Netto Marken-Discount	800, geplant ca. 1.050

GMA-Erhebung 07/2021. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

Das Angebot bei **Drogeriewaren und pharmazeutischen Artikeln** beschränkt sich auf die Teilsortimente in den Supermärkten und Lebensmitteldiscountern sowie auf die Apotheke.

Ergänzt wird das Angebot durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks, ein Blumenhaus und Tankstellen-Shops. In Berumerfehn sind zwei Tankstellen-Shops und in Westerende eine Bäckerfiliale und ein Tankstellen-Shop vorhanden.

Insgesamt liegt in Großheide eine Verkaufsfläche von ca. 3.300 m² (ohne Edeka, Bäckereifiliale) in den Betrieben mit periodischem Kernsortiment vor. Auf dieser wird ein Umsatz von ca. 15 – 16 Mio. € p.a. (ohne Edeka, Bäckereifiliale) erzielt.

3. Angebotssituation im periodischen Bedarf im Umland

Für das Grundzentrum **Hage** wurde im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes (2014) ein zentraler Versorgungsbereich für die Ortsmitte abgegrenzt. Dieser erstreckt sich entlang der Hauptstraße und umfasst angrenzende Straßenzüge, wie z. B. Am Edenhof und Baantjebur[8].

Abbildung 2: Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Hage

Quelle: Kartengrundlage Landkreis Aurich 2014; Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im März 2014; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2014

Zu den Frequenzbringern gehören die beiden großflächigen Supermärkte **Edeka und Combi** sowie eine **Aldi Filiale.** Bei Aldi und Combi handelt es sich um eine stark frequentierte Verbundlage mit einer Apotheke, einem Blumenladen und einer Bäckerfiliale in der Vorkassenzone. Auch bei Edeka ist in der Vorkassenzone eine Bäckerfiliale integriert. Ergänzt wird das Angebot im periodischen Bedarf im zentralen Versorgungsbereich durch einen Bioladen, Bäcker, Fleischer, Fischfeinkost, Apotheke und Tankstellen-Shops.

[8] Einzelhandels-und Zentrenkonzept Hage, Stadt und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Juni 2014

Im zentralen Versorgungsbereich von Hage liegt eine Verkaufsfläche von ca. 5.000 m² in Betrieben mit periodischem Kernsortiment vor; der Umsatz wird auf ca. 22 – 23 Mio. € p.a. prognostiziert.

Tabelle 5: Strukturprägende Wettbewerber mit periodischen Kernsortimenten in Hage

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m² (ca.-Werte)
Hage, zentraler Versorgungsbereich, Baantjebur	Edeka Kruse	2.180
Hage, zentraler Versorgungsbereich, Am Edenhof	Aldi	780
	Combi	1.620
Hage, Hauptstr.	Lidl	750

GMA-Erhebung 07/2021. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

Westlich an den zentralen Versorgungsbereich angrenzend ergänzt eine **Lidl Filiale** das Angebot im periodischen Bedarf.

Die Gemeinde **Westerholt** ist das einzige Grundzentrum in der Samtgemeinde Holtriem. Allerdings liegt kein aktuelles Einzelhandelskonzept vor, sodass ein zentraler Versorgungsbereich nur aufgrund der faktischen Prägung abgegrenzt werden konnte. Dieser erstreckt sich entlang der Hauptdurchgangsachsen Dornumer Straße, Nordener Straße und Auricher Straße. Hier sind **Edeka Maltzahn, Lidl, Aldi** und **Rossmann** als strukturprägende Betriebe mit periodischem Kernsortiment zu nennen, welche die Frequenzbringer darstellen. Zudem sind inhabergeführte Fachgeschäfte, Filialisten und verschiedene komplementäre Nutzungen, u. a. Gastronomie, medizinische Praxen, Dienstleister vertreten. Für Aldi ist eine Erweiterung auf ca. 1.300 m² Verkaufsfläche und für Lidl auf ca. 1.440 m² Verkaufsfläche[9]. genehmigt.

Das Angebot wird im periodischen Bedarf durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks, eine Apotheke und Tankstellen-Shops ergänzt. Die Verkaufsfläche ist mit ca. 4.150 m² zu beziffern. Auf dieser wurde ein Umsatz von ca. 21 – 22 Mio. € p.a. (ohne Erweiterungen von Aldi und Lidl) erzielt.

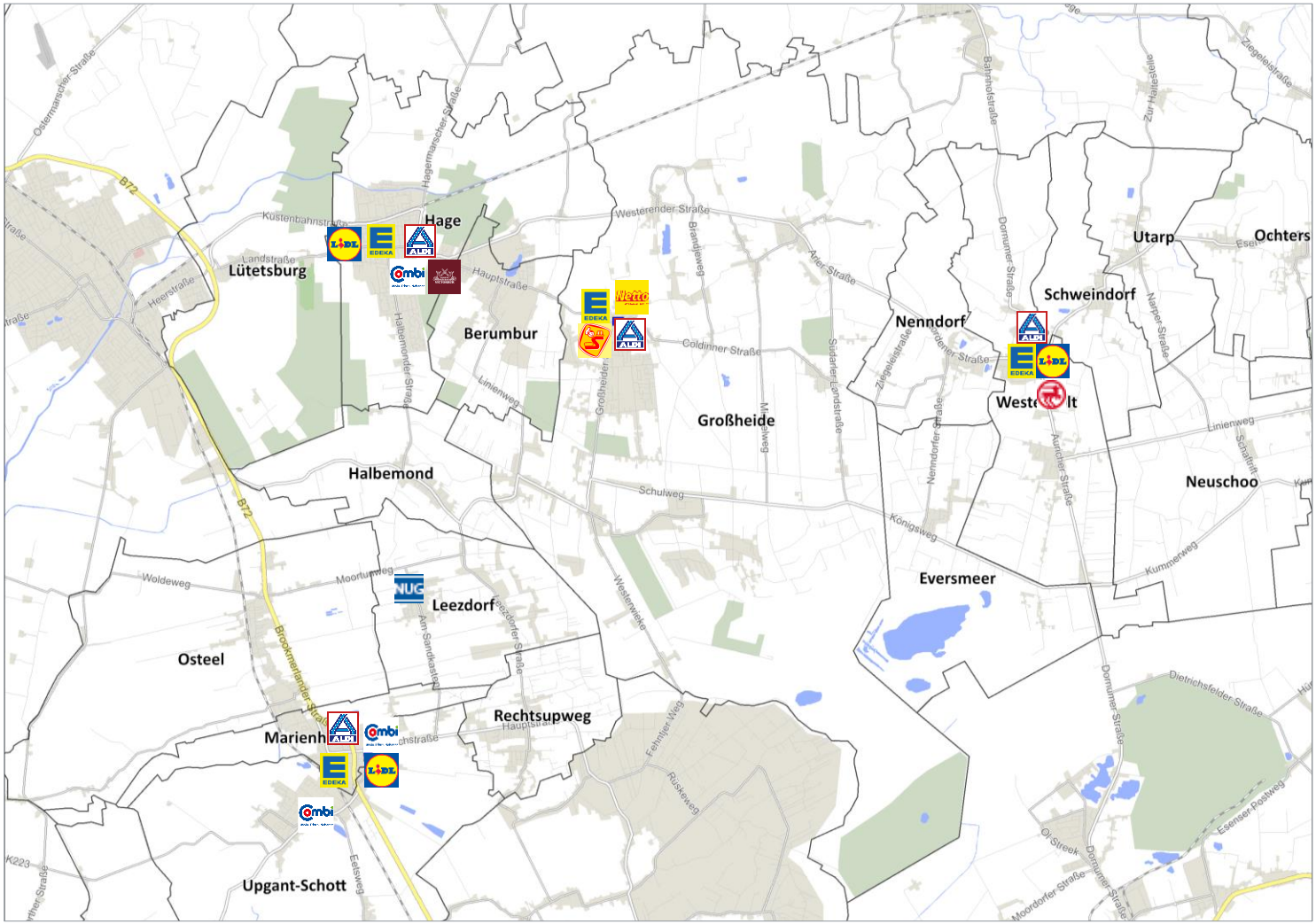
Tabelle 6: Strukturprägende Wettbewerber mit periodischen Kernsortimenten in Westerholt

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m² (ca.-Werte)
Westerholt, zentraler Versorgungbereich, Dornumer Straße	Aldi	750 (1.300 geplant)
Westerholt, zentraler Versorgungsbereich, Nordener Straße	Edeka Maltzahn	1.420
Westerholt, zentraler Versorgungbereich, Auricher Straße	Lidl	1.290, (1.440 m² geplant)
	Rossmann	640

GMA-Erhebung 07/2021. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

[9] Angaben der Raumordnung des Landkreises Aurich.

Karte 1: Die wesentlichen Wettbewerber in Großheide und im Umland



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2021

In **Leezdorf** (SG Brookmerland) bestehen kleinteilige Angebote (nah & gut, Bäckerfiliale). Im Grundzentrum **Marienhafe** ist im zentralen Versorgungsbereich der großflächige Edeka Supermarkt vertreten, welcher auf dem Areal des ehem. toom Baumarktes neu errichtet werden soll. Hier ist zudem die Ansiedlung eines Rossmann Drogeriemarktes vorgesehen. Die Nachnutzung des jetzigen Edeka-Marktes erfolgt durch Aldi-Filiale, welche verlagert wird.

Verschiedene großflächige Formate bei Vollversorgern sind mit Kaufland, E-Center, Edeka und Combi in **Norden** vertreten, welche Umsatzzuflüsse mit Verbrauchern aus Großheide generieren. Eine Reihe an großflächigen Supermärkten hat Aurich vorzuweisen, so z. B. E-Center Bruns, E-Center Cordes, Edeka oder Combi. Auch diese weisen z. T. Zuflüsse aus der Gemeinde Großheide auf.

III. Bewertung der raumordnerischen Ziele

1. Konzentrationsgebot

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

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

Der Ortsteil Großheide ist als Grundzentrum ausgewiesen. Der Standort befindet sich innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines Zentralen Ortes, daher ist das Konzentrationsgebot erfüllt.

2. Integrationsgebot

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

> *„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot)*
>
> *Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 5, Sätze 1 und 2)*

Der Standort von Edeka Maltzahn liegt in städtebaulich integrierter Lage im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Großheide.

3. Kongruenzgebot

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

> *„In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“*
>
> *„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“*

3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Kaufkraft

Zur Abgrenzung das Einzugsgebiet des Vorhabens wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- Projektkonzeptionen (u. a. Dimensionierung, Sortimentsstruktur)

- Erreichbarkeit des Standortes für potenzielle Kunden aus Großheide und dem Umland unter Berücksichtigung verkehrlicher Bedingungen
- Fahrzeitdistanz-Werten des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)
- relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum.

Das Einzugsgebiet des Vorhabens entspricht weitgehend dem grundzentralen Kongruenzraum, also der Gemeinde Großheide. Aufgrund der kurzen Entfernung wurde die Mitgliedsgemeinde Berumbur der SG Hage mit einbezogen. Insgesamt leben ca. 11.500 Einwohner[10] im Einzugsgebiet des Vorhabens:

- **Zone I:** Großheide ca. 3.700 Einwohner
- **Zone II:** Berumerfehn, Coldinne, Ostmoordorf, Südcoldinne, Westermoordorf, Menstede, Westerende ca. 4.080 Einwohner
- **Zone III:** Arle, Südarle, Berumbur ca. 3.730 Einwohner.

Die Ortsteile Arle und Südarle wurden zur Zone III gerechnet, da aufgrund der kurzen Entfernung zu den leistungsstarken Discountern und dem Edeka Markt in Westerholt eine starke Ausrichtung auf diese Betriebe besteht. Zudem wird durch die bereits genehmigten Erweiterungen von Aldi und Lidl die Attraktivität des Einkaufsortes Westerholt weiter erhöht. Die zu erwartende Kaufkraftabschöpfung mit Verbrauchern aus Arle und Südarle fällt im Vergleich zu den übrigen Ortsteilen der Gemeinde Großheide insofern bezogen auf das Vorhaben in Großheide geringer aus.

3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die Kaufkraft im Jahr 2020 pro Kopf der Wohnbevölkerung im **periodischen Bedarf** (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Apothekerwaren, Zeitschriften / Zeitungen, Schnittblumen, Tiernahrung) etwa 3.112 €.

Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau im Jahr 2020 in Großheide bei 83,4 und damit unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) und unter dem Referenzwert des Landkreises Aurich (92,6).

Im Einzugsgebiet liegt im periodischen Bedarf ein Kaufkraftvolumen von ca. 29,9 Mio. € vor, davon entfallen ca. 22,8 Mio. € auf die Gemeinde Großheide.

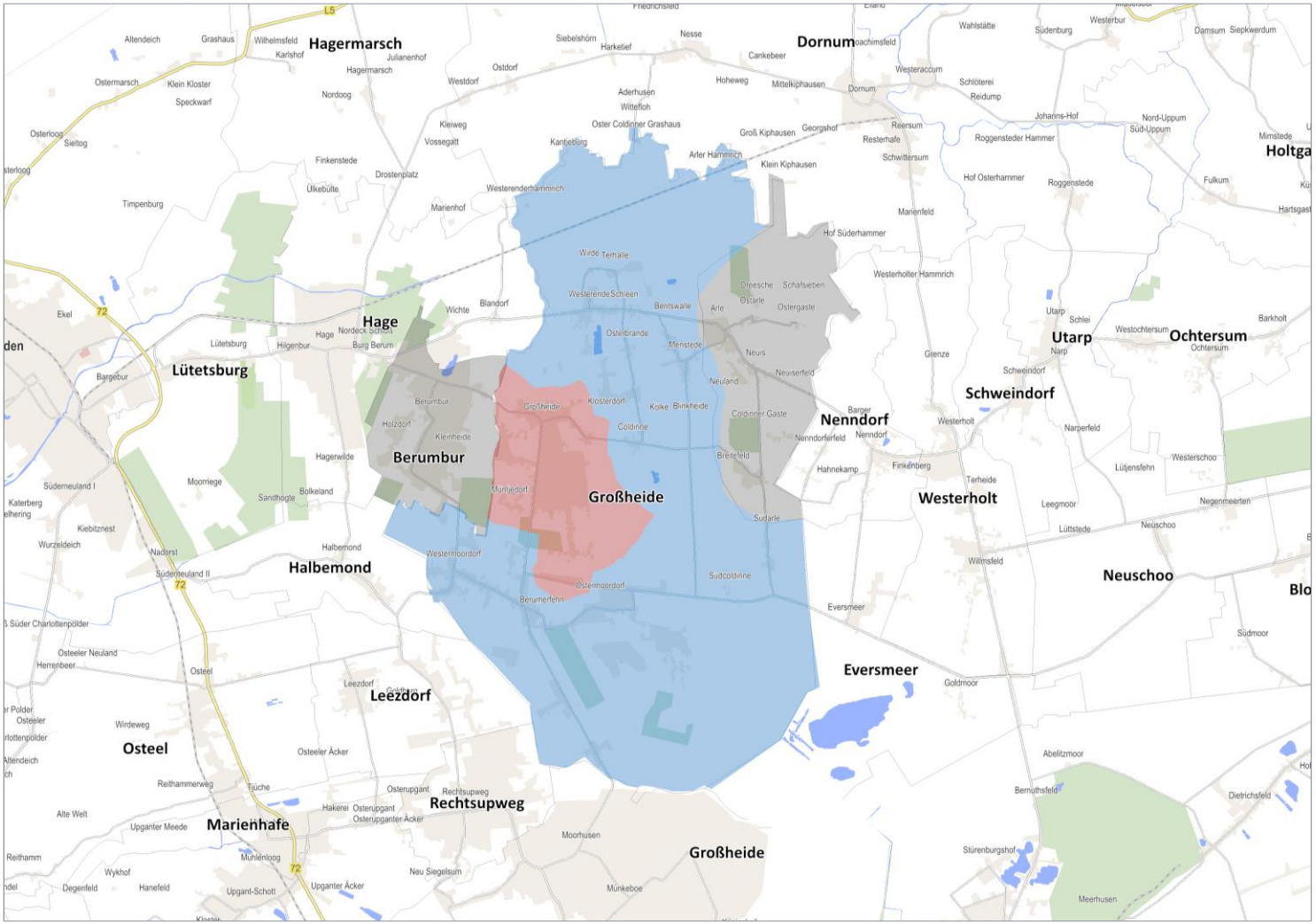
3.3 Umsatzprognose und Umsatzherkunft

Zur Berechnung des voraussichtlichen Umsatzes des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den Zonen des Einzugsgebietes[11]. Somit beschreibt das Modell in welchem

[10] Quelle Einwohnerzahlen: Angaben der Gemeindeverwaltung, bezogen auf Berumbur: Angaben LSKN.

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

Karte 2: Das Einzugsgebiet des Vorhabens



Legende:

- Zone I
- Zone II
- Zone III

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022

Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil der Kaufkraft in den Gemeinden des Einzugsgebietes an sich zu binden. Zudem lässt sich durch das Marktanteilkonzept die Umsatzherkunft ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens.

Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge zu. Es gibt keine Auskunft darüber, wo die Umsätze des Vorhabens bisher gebunden wurden und wie sich diese nach der Erweiterung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Umsatzverluste zu Lasten von Wettbewerbern werden nach Lagen nachfolgend ausführlich behandelt.

Für Edeka ist zunächst in der ersten Stufe eine Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² vorgesehen, im Bebauungsplan wird allerdings bereits eine Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² übernommen. Insofern erfolgt die Umsatzberechnung auf die Verkaufsfläche von ca. 1.800 m².

Für den Kernort Großheide wird die höchste Kaufkraftabschöpfung von ca. 30 % angenommen. Eine höhere Kaufkraftabschöpfung ist nicht realistisch, da im Kernort die beiden Discounter Aldi und Netto sowie Edeka Stürenburg ansässig sind und diese einen erheblichen Anteil von Kunden direkt aus Großheide aufweisen. Verbraucher aus den Ortsteilen der Gemeinde Großheide orientieren sich je nach Lage in die Grundzentren Hage, Westerholt und insbesondere in das Mittelzentrum Norden. Insofern ist von einer etwas geringeren Kaufkraftabschöpfung im Vergleich zum Kernort auszugehen. Aufgrund der starken Ausrichtung der Verbraucher aus Arle und Südarle nach Westerholt wird die Kaufkraftabschöpfung hier im Vergleich zu den übrigen Ortsteilen geringer angesetzt.

Lagebedingt sind Zuflüsse aus Berumbur zu erwarten, wenngleich die Kaufkraftabschöpfung bei max. 15 % liegen dürfte. Verbraucher aus Berumbur kaufen aufgrund der Nähe und der starken Wettbewerber im Grundzentrum Hage schwerpunktmäßig ein.

Wie bei jedem großflächigen Lebensmittelmarkt ist auch von einem gewissen Streuumsatz mit Durchfahrenden auszugehen, wenngleich dieser unter 5 % liegt. Dies hängt mit dem Standort zusammen, welcher nicht direkt an der Hauptdurchgangsachse Großheider Straße liegt.

Im periodischen Kernsortiment wird für das Vorhaben ein Umsatz von ca. 6,7 Mio. € prognostiziert.

Tabelle 7: Umsatzprognose für Edeka im Kernsortiment (periodischer Bedarf)

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. €	in %
Zone I (Großheide)	9,6	30	2,9	43,4
Zone II (Ortsteile)	10,6	20	2,1	31,8
Zone IIIa Arle, Südarle	3,6	15	0,4	5,8
Zone IIIb Berumbur	7,1	15	1,1	16,0
Streuumsätze			0,2	3,0
Summe	**29,9**	**-**	**6,7**	**100**

GMA-Berechnungen 03/2022, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Einschließlich des geringen Umsatzes im aperiodischen Bedarf (ca. 0,3 Mio. €) leitet sich ein Gesamtumsatz von ca. 7,0 Mio. € ab.

Die im Edeka ansässige Bäckerfiliale läuft schon auf der Bestandsfläche mit einem Umsatz von ca. 0,3 Mio. € sehr gut, sodass dieser Umsatz mit der Erweiterung des Edeka-Marktes nicht gesteigert werden kann. Eine Umsatzsteigerung ist eher im gastronomischen Bereich zu erwarten.

3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes

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

- Der Edeka-Markt wird auch nach der Erweiterung sein Einzugsgebiet in räumlicher Hinsicht nicht vergrößern, was mit der Lage und der Wettbewerbssituation im Umland, u. a. Hage, Westerholt, Marienhafe, Norden mit etlichen großflächigen Formaten zusammenhängt. Zudem ist in Westerholt Edeka ebenfalls vertreten, wobei es sich um denselben Kaufmann handelt, d. h. Umsatzzuflüsse sind insofern nicht anzunehmen.
- In den periodischen Sortimenten ist nach den landesplanerischen Vorgaben der grundzentrale Kongruenzraum, also die Gemeinde Großheide ausschlaggebend. Lediglich 30 % des Vorhabenumsatzes dürfen von außerhalb generiert werden. Bei Edeka werden alleine etwa 81 % des Umsatzes mit Verbrauchern aus dem grundzentralen Kongruenzraum erzielt, sodass das Kongruenzgebot eingehalten wird.

4. Beeinträchtigungsverbot

> *„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Entwicklung, die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden." (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 08)*

Für die Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes sind die für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen zu ermitteln.

4.1 Wettbewerbliche Wirkungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells[12] basiert. Im Wesentlichen fließen zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden:

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und

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

- der Distanzwiderstand, der sich aus der Distanz zwischen den einzelnen Wettbewerbsstandorten ergibt.

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

- Der Edeka-Markt wird auf der erweiterten Verkaufsfläche einen Umsatz von ca. 7,0 Mio. € erzielen, davon ca. 6,7 Mio. € im Kernsortiment.
- Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei Edeka um die Erweiterung eines seit Langem in Großheide vorhandenen Marktes handelt. Das Vorhaben wird nach der geplanten Erweiterung ein Einzugsgebiet erschließen, welches mit dem jetzigen Einzugsgebiet identisch ist. Eine Ausweitung des Sortimentsspektrums wird nicht erfolgen, da es sich um eine Ertüchtigung des Bestandsmarktes handelt. Auch nach der geplanten Erweiterung wird der jetzige Umsatz weiterhin gebunden werden.
- Die Bewertung möglicher Beeinträchtigungen durch die geplante Erweiterung erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge der Bestandsumsatz zu berücksichtigen. Der Mehrumsatz wird im Kernsortiment mit ca. 2,4 Mio. € beziffert.

Bezogen auf die geplante Erweiterung sind die in nachfolgender Tabelle dargestellten Umsatzumverteilungen zu erwarten:

Tabelle 8: Prognose der Umsatzumverteilung durch das Vorhaben im periodischen Kernsortiment

Kaufkraftbindung / Umverteilung	in Mio. €	in %
Kaufkraftbindung der bestehenden Filiale von Edeka Maltzahn	**4,3**	**-**
Umverteilung ggü. sonstigen Standorten in Großheide	0,8	5 – 6
Umverteilung ggü. Betrieben im zentralen Versorgungsbereich Hage	0,5	2 – 3
Umverteilung ggü. Betrieben zentraler Versorgungsbereich Westerholt	0,9	4– 5
Umverteilung ggü. Betrieben an weiteren Standorten, z.B. Norden, Aurich	0,2	< 1
Umsatz Vorhaben gesamt	**6,7**	

GMA-Berechnungen 2021; ca.-Werte gerundet

4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Um beurteilen zu können, ob aus den wettbewerblichen Auswirkungen auf die vorhandenen Betriebe städtebauliche Effekte entstehen können, wird der Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung als Hinweis herangezogen[13]. Dieser ist jedoch vor dem Hintergrund der örtlichen Gegebenheiten sowie möglicher Vorschädigungen der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche zu bewerten. Funktionsstörungen treten auf, wenn es infolge von Ladenleerständen zu einer Verringerung / Verschlechterung des Angebotes und der städtebaulichen Qualität kommt. Maßgeblich für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches

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

sind Magnetbetriebe, von deren Kundenfrequenz umliegende kleinere Einzelhandelsbetriebe profitieren. Sofern Magnetbetriebe aufgrund von hohen Umsatzrückgängen durch ein neues Vorhaben geschlossen werden, können sich nachteilige Wirkungen auf das Umfeld ergeben.

Für Edeka leitet sich im periodischen Kernsortiment ein Mehrumsatz von ca. 2,4 Mio. € ab. Der überwiegende Teil der zu erwartenden Umsatzrückgänge im periodischen Bedarf geht zu Lasten der Wettbewerber in Großheide (Edeka Stürenburg, Aldi und Netto Marken-Discount) an Standorten, welche städtebaulich nicht integriert sind. Die Umverteilung erreicht ca. 5 – 6 %, d. h. es handelt sich um wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz.

Zu Lasten der Betriebe im zentralen Versorgungsbereich in Hage wird eine Umverteilung von ca. 2 – 3 % und im zentralen Versorgungsbereich von Westerholt von ca. 4 – 5 % erwartet. Auch bei diesen Umverteilungen handelt es sich um wettbewerbliche Wirkungen, aus welcher keine Betriebsaufgaben resultieren. Dies führt nicht zu eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs.

Aufgrund der gleichbleibenden Sortimente im aperiodischen Bereich, ist mit der Erweiterung kein Mehrumsatz in dieser Sortimentsgruppe zu erwarten. Das Beeinträchtigungsverbot kann in allen Sortimenten eingehalten werden. Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung von Edeka Maltzahn in Großheide im zentralen Versorgungsbereich keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO einhergehen werden.

IV. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Vorhaben	▪ Erweiterung des Edeka-Supermarktes von ca. 800 m² auf ca. 1.800 m² Verkaufsfläche (2. Ausbaustufe)
Rechtsrahmen	▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Mikrostandort	▪ Standort im zentralen Versorgungsbereich Großheide
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▪ Einzugsgebiet erstreckt sich auf die Gemeinde Großheide ▪ Kaufkraft im periodischen Bedarf im Einzugsgebiet: ca. 22,8 Mio. €
Umsatzerwartung	▪ ca. 6,8 Mio. €, davon ca. 6,5 Mio. € im periodischen Kernsortiment
Umsatzumverteilungs-effekte	▪ Mehrumsatz: ca. 2,2 Mio. € im Kernsortiment ▪ Die Umsatzrückgänge zu Lasten bestehender Betriebe liegen jeweils unter 6 %, sodass es sich um rein wettbewerbliche Wirkungen handelt.
Konzentrationsgebot	**Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.** Der Standort liegt innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines zentralen Ortes.
Integrationsgebot	**Das Integrationsgebot wird erfüllt.** Der Standort liegt innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches.
Kongruenzgebot	**Das Kongruenzgebot ist in allen Sortimenten erfüllt.** Etwa 81 % des Umsatzes stammt aus dem grundzentralen Kongruenzraum.
Beeinträchtigungs-verbot	**Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.** Durch die geringen Umsatzrückgänge wird die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in Großheide und im Umland nicht beeinträchtigt. Negative Auswirkungen auf die Nahversorgung sind nicht zu erwarten.

GMA-Zusammenstellung 2021

Verzeichnisse

Seite

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	10
Abbildung 2:	Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Hage	13

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Eingang Edeka	11
Foto 2:	Großheide Poppenweg	11

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Die wesentlichen Wettbewerber in Großheide und im Umland	15
Karte 2:	Das Einzugsgebiet des Vorhabens	19

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen	7
Tabelle 2:	Verkaufsflächen Bestand und Planung	8
Tabelle 3:	Einwohnerveränderung in der Gemeinde Großheide im Vergleich	8
Tabelle 4:	Strukturprägende Wettbewerber mit periodischen Kernsortimenten in Großheide	12
Tabelle 5:	Strukturprägende Wettbewerber mit periodischen Kernsortimenten in Hage	14
Tabelle 6:	Strukturprägende Wettbewerber mit periodischen Kernsortimenten in Westerholt	14
Tabelle 7:	Umsatzprognose für Edeka im Kernsortiment (periodischer Bedarf)	20
Tabelle 8:	Prognose der Umsatzumverteilung durch das Vorhaben im periodischen Kernsortiment	22