



Verträglichkeitsgutachten zur Erweiterung des LIDL-Lebensmitteldiscounters in Neustadt am Rügenberge, Landwehr 9

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34 23568 Lübeck
T 0451-389 68 0
F 0451-289 68 21
cima.luebeck@cima.de
www.cima.de



Projektleiter: Martin Kremming
Bearbeitung: Jan Weckenbrock

Lübeck, 27. April 2017

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung+ Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH in Lübeck.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung.....	5
2 Ausführungen zum Planvorhaben.....	6
3 Untersuchungsgebiet und Wettbewerbsanalyse.....	9
3.1 Definition des Untersuchungsgebietes.....	9
3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet.....	11
3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	11
3.2.2 Nahversorgungszentrum Auenland.....	12
3.2.3 Nahversorgungszentrum Mandelsloh.....	13
3.2.4 Nahversorgungszentrum Mardorf.....	14
3.2.5 Nahversorgungszentrum Hagen.....	15
4 Wirkungsprognose.....	16
4.1 Umsatzerwartung des Planvorhabens.....	16
4.2 Ökonomische Wirkungsprognose.....	18
4.2.1 Vorbemerkungen zur Umsatzumlenkungsquote.....	18
4.2.2 Herkunft des Umverteilungsumsatzes.....	20
4.2.3 Auswirkungsanalyse der Umsatzumverteilung.....	22
5 Raumordnerische Vorgaben und deren Bewertung.....	24
6 Abschließende Bewertung und Empfehlung.....	28
7 Methodik.....	29

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Lage des Vorhabenstandortes in der Kernstadt Neustadt am Rübenberge.....	7
Abb. 2: Planvorhabenstandort LIDL, Landwehr 9.....	7
Abb. 3: Vorhabenstandort LIDL, Landwehr 9.....	8
Abb. 4: Vorhabenstandort LIDL, Landwehr 9.....	8
Abb. 5: Vorhabenstandort und Untersuchungsgebiet.....	10
Abb. 6: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (schematische Darstellung).....	12
Abb. 7: Abgrenzung des NVZ Auenland (schematische Darstellung).....	13
Abb. 8: Abgrenzung des NVZ Mandelsloh (schematische Darstellung).....	14
Abb. 9: Abgrenzung des NVZ Mardorf (schematische Darstellung).....	14
Abb. 10: Abgrenzung des NVZ Hagen (schematische Darstellung).....	15
Abb. 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur der LIDL-Erweiterung.....	17
Abb. 12: Umsatzherkunft des Planvorhabens Erweiterung LIDL.....	20
Abb. 13: Umverteilungseffekte des Planvorhabens: Lebensmittel/ Reformwaren.....	22
Abb. 14: Kongruenz des Planvorhabens.....	26
Abb. 15: Die 32 cima-Sortimente.....	29

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Erstellung einer Verträglichkeitsuntersuchung zur Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters an der Landwehr 9 in Neustadt am Rübenberge

Auftraggeber

Lidl Vertriebs- GmbH & Co. KG
Adolf-Oesterheld-Straße 32
31515 Wunstorf

Untersuchungszeitraum

März bis April 2017

Untersuchungsdesign

- Bewertung des Mikrostandortes des Planvorhabens
- Analyse der vorhabenrelevanten Angebotssituation in den tangierten Zentren und an weiteren relevanten Wettbewerbsstandorten
- Umsatzschätzung des Planvorhabens
- Ermittlung der Umsatzherkunft des Planvorhabens
- Dokumentation der Umsatzverlagerungen durch Ermittlung der ökonomischen Auswirkungen auf den Einzelhandel
- Darstellung und Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen auf die baurechtlich schützenswerten Einzelhandelsstrukturen (Zentren)

Methodische Grundlagen

Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Planvorhabens geht die cima von einem „Worst-Case-Ansatz“ aus. Das bedeutet, dass bei den Berechnungen die maximal zu erwartenden Umverteilungswirkungen dargestellt werden.

Die Ermittlung der Leistungsdaten des vorhabenrelevanten Einzelhandels basiert auf einer Aktualisierung des vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestandes im gesamten Untersuchungsgebiet durch die cima im April 2017.

Die Berechnung der Umsätze für den Einzelhandel erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2016 (Umsatz je m² Verkaufsfläche p.a.) für insgesamt 32 Branchen. Die Untersuchung bezieht sich schwerpunktmäßig auf den periodischen Bedarfsbereich, bestehend aus der folgenden Warengruppe:

- Lebensmittel, Reformwaren

2 Ausführungen zum Planvorhaben

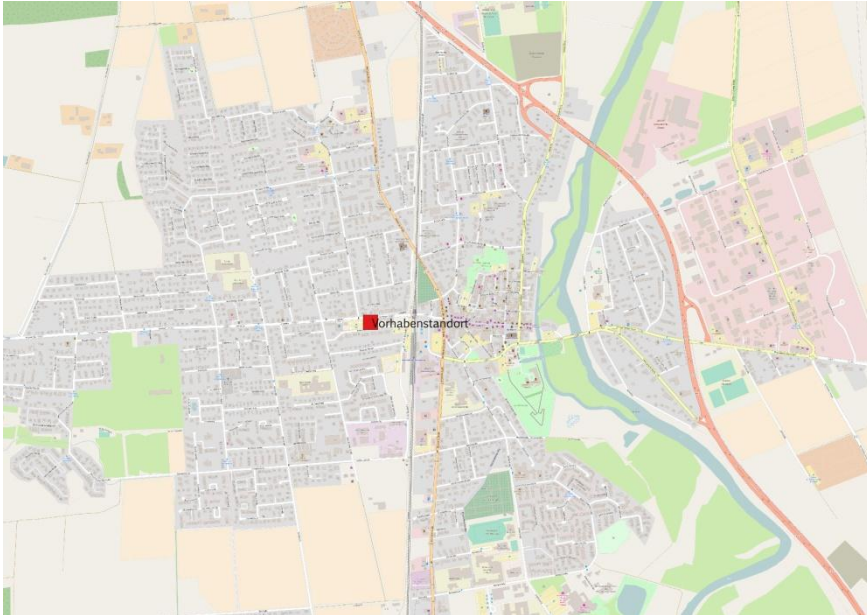
Das Vorhaben sieht die Verkaufsflächenerweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters am Standort Landwehr 9 in Neustadt am Rübenberge vor. In diesem Zuge soll die aktuelle Verkaufsfläche von etwa 800 m² um 200 m² auf dann 1.000 m² erweitert werden.

Der Vorhabenstandort befindet sich verkehrsgünstig gelegen an der Landwehr, die das westliche Wohngebiet der Kernstadt mit dem Innenstadtbereich verbindet und erschließt als zentrale Hauptausfallstraße in westlicher Richtung den Stadtteil Mardorf am Steinhuder Meer sowie die nächste Nachbargemeinde Rehburg-Loccum. Im Bereich der Neustädter Innenstadt besteht eine direkte Verknüpfung zur Bundesstraße B 442 in Richtung Wunstorf. Auch die als östliche Ortsumgehung um die Kernstadt herum führende autobahnähnlich ausgebaute Bundesstraße B 6 von Nienburg/Weser nach Hannover kann über die Herzog-Erich-Allee problemlos erreicht werden.

Der direkte Standortumfeld besteht überwiegend aus Wohnbebauung, darunter sowohl freistehende Einfamilien- und Reihenhäuser als auch mehrgeschossige Gebäude. Da sich der nächste Lebensmittelmarkt erst in ca. 500 m Entfernung befindet, kommt dem Lidl-Lebensmitteldiscounter eine wichtige Nahversorgungsfunktion zu. Durch die verkehrsgünstige Lage dient er jedoch auch für PKW-Kunden aus nahezu der gesamten Kernstadt sowie dem westlichen Stadtteil Mardorf als attraktiver Einkaufsort.

Die Anbindung an den ÖPNV ist durch die räumliche Nähe des Mardorfer Bahnhofs/ ZOB gegeben. Durch die Lage innerhalb eines weiträumigen Wohngebietes besteht zudem eine sehr gute fußläufige Erreichbarkeit.

Abb. 1: Lage des Vorhabenstandortes in der Kernstadt Neustadt am Rübenberge



Kartenbasis: OSM 2017
Bearbeitung: cima 2017

Abb. 2: Planvorhabenstandort LIDL, Landwehr 9



Quelle: Google Earth Pro 2017
Bearbeitung: cima 2017

Abb. 3: Vorhabenstandort LIDL, Landwehr 9



Foto: cima 2017

Abb. 4: Vorhabenstandort LIDL, Landwehr 9



Foto: cima 2017

3 Untersuchungsgebiet und Wettbewerbsanalyse

3.1 Definition des Untersuchungsgebietes

Die cima geht davon aus, dass das Einzugsgebiet der erweiterten LIDL-Filiale an der Landwehr im Wesentlichen dem des Bestandsobjekts entspricht. Da es sich nicht um eine Neuansiedlung handelt, sondern lediglich eine Vergrößerung des Verkaufsraums stattfindet, wird die Gesamtattraktivität des Einkaufsstandorts für potentielle Kunden kaum verändert. Darüber hinaus ist das Einzugsgebiet aufgrund anderer Lebensmitteldiscounter-Filialen, die ebenso wie das Bestandsobjekt schon seit vielen Jahren dort angesiedelt sind, so wieso von vornherein begrenzt.

Das prognostizierte betriebswirtschaftliche Einzugsgebiet des Planvorhabens dürfte sich im Kern auf die Stadt Neustadt am Rübenerberge beschränken. Innerhalb des betriebswirtschaftlichen Einzugsgebietes des Planvorhabens leben somit insgesamt rd. 44.000 Einwohner.

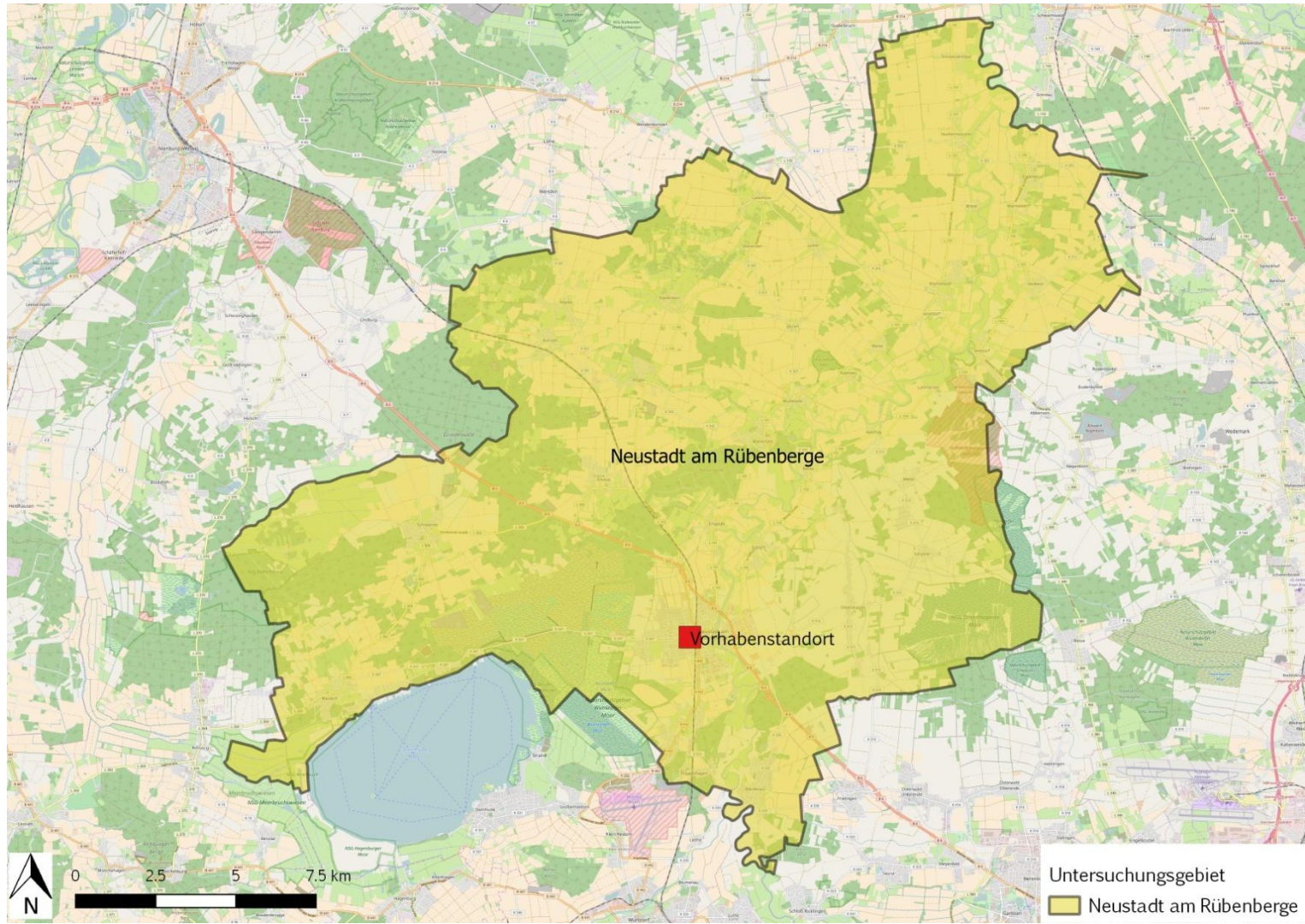
Im konkreten Fall wird das Untersuchungsgebiet vorrangig durch die bestehende Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel definiert. Bedingt durch den insgesamt geringen Verkaufsflächenzuwachs ist davon auszugehen, dass sich der Wirkungsbereich des Planvorhabens auf das Stadtgebiet von Neustadt am Rübenerberge beschränkt.

Da es sich zudem nicht um eine Neuansiedlung, sondern lediglich eine Erweiterung eines bestehenden Marktes handelt, werden nur geringe Veränderungen der aktuell existierenden Kunden- und Kaufkraftströme ausgelöst. Auch wird das Einzugsgebiet des Marktes durch die Erweiterung nahezu nicht verändert, da es aufgrund des Vorhandenseins einer zweiten Lidl-Filiale im Neustädter Gewerbegebiet Ost von vornherein begrenzt ist. Letztere richtet sich auf-

grund der verkehrsgünstigen Lage direkt an der Bundesstraße B 6 mehrheitlich an Kunden aus den nördlichen Stadtteilen

Durch Vor-Ort-Erhebungen wurde schließlich erfasst, ob und in welchem Umfang innerhalb des definierten Untersuchungsgebietes wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstrukturen vorzufinden sind. Die Einzelhandelsstandorte innerhalb des Untersuchungsgebietes und die dort vorgefundenen Einzelhandelsstrukturen werden in den nachfolgenden Kapiteln beschrieben.

Abb. 5: Vorhabenstandort und Untersuchungsgebiet



Kartenbasis: OSM 2017
Bearbeitung: cima 2017

3.2 Vorhabenrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Für die Beurteilung der Auswirkungen zur Verkaufsflächenerweiterung eines LIDL Lebensmitteldiscounters in Neustadt am Rübenberge ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation erforderlich. Die Attraktivität der konkurrierenden Wettbewerber innerhalb des Untersuchungsgebietes wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen des cima-Teams im April 2017 erfasst. Insbesondere die Lage, die Betriebsform und die Größe der Wettbewerber sind dabei von Bedeutung.

Im Kontext des hier vorliegenden Verträglichkeitsgutachtens erfolgte eine vollständige Erhebung aller Wettbewerber in der vorhabenrelevanten Branchen Lebensmittel/ Reformwaren in den zentralen Versorgungsbereichen, sowie den sonstigen Lagen des gesamten Untersuchungsgebietes.

Die Stadt Neustadt am Rübenberge weist ein mehrstufiges Zentrumsystem auf, in dem neben dem Hauptzentrum Innenstadt zusätzlich vier Nahversorgungszentren existieren. Diese befinden sich in der nördlichen Kernstadt (Auenland) sowie in den ländlichen Stadtteilen Mardorf, Mandesloh und Hagen. In dem im Jahr 2015 erstellten Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept wurden diese fünf Standorte als zentrale Versorgungsbereiche festgelegt. Die dort vorgenommenen räumlichen Abgrenzungen haben sich seitdem nicht verändert und werden im Rahmen dieser Untersuchung für alle zentralen Versorgungsbereiche unverändert übernommen.

Darüber hinaus existiert am östlichen Rand der Kernstadt ein Sonderstandort für großflächigen Einzelhandel, welcher aufgrund seiner Eigenschaften als Gewerbegebietslage abseits von Wohngebieten nicht als zentraler Versorgungsbereich eingestuft wurde. Im

gesamten Stadtgebiet sind zudem diverse weitere Einzelhandelsbetriebe in Solitär- bzw. Streulagen angesiedelt, welche nicht die Kriterien einen zentralen Versorgungsbereichs erfüllen.

Nachfolgend werden die zentralen Versorgungsbereiche, sowie sonstige bedeutende Wettbewerbslagen des Lebensmitteleinzelhandels hinsichtlich ihrer vorhabenrelevanten Angebotsausstattung und Leistungsfähigkeit beschrieben. Die jeweilige Bewertung basiert auf der gutachterlichen Einschätzung jedes Einzelstandorts im Rahmen einer Begutachtung vor Ort durch die cima.

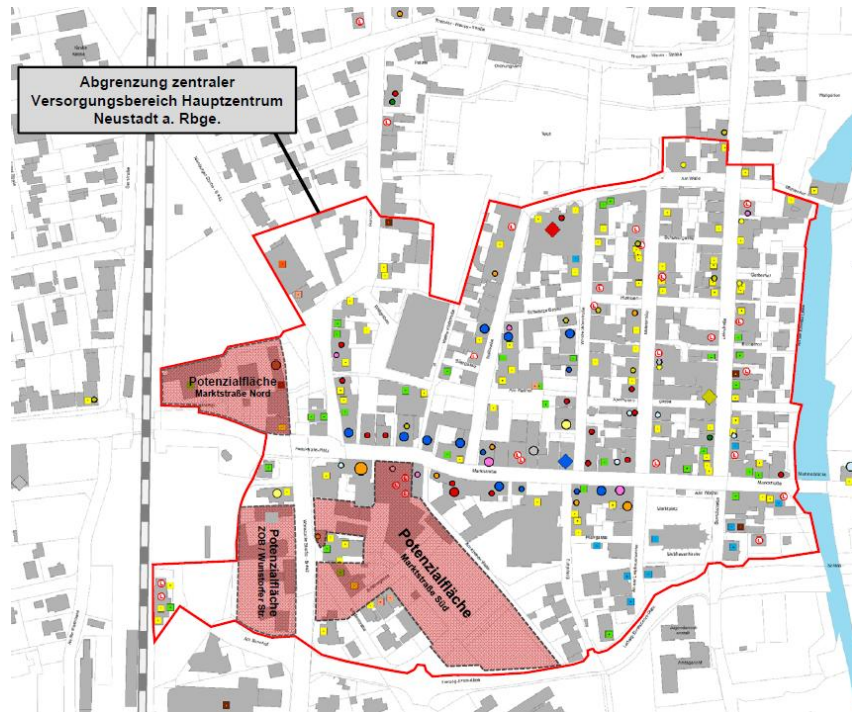
3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

In der Kernstadt befindet sich der überwiegende Teil des Einzelhandelsbestands im Hauptzentrum, dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und nimmt aufgrund der städtebaulichen Qualitäten und der Angebotsvielfalt gesamtstädtische Versorgungsfunktionen wahr.

Das vorhabenrelevante Einzelhandelsangebot des zentralen Versorgungsbereiches konzentriert sich auf kleinflächige Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk, kleineren Spezialanbieter, einem Reformhaus (BACHER), sowie einem Lebensmittelvollsortimenter mit Magnetfunktion (JIBI) in der Straße Am Walle.

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wurden insgesamt 17 Betriebe mit vorhabenrelevanten Sortimente vorgefunden, die bei einer Gesamtverkaufsfläche 1.345 qm einen Umsatz von rd. 6,7 Mio. € (brutto p.a.) erwirtschaften.

Abb. 6: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (schematische Darstellung)



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt am Rübenberge 2015

einer Verkaufsfläche von rd. 2.575 qm einen vorhabenrelevanten Umsatz von rd. 12,2 Mio. € (brutto p.a.) erzielen.

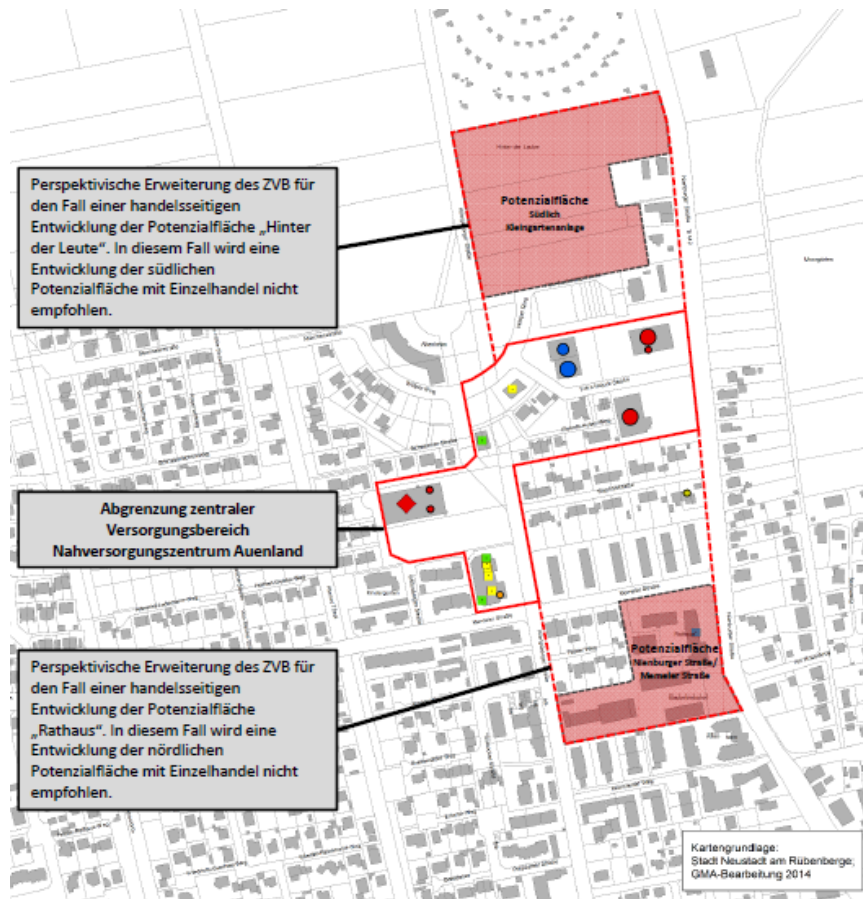
Als Magnetbetriebe wirken an diesem Standort die beiden Lebensmittel-discounter ALDI und NETTO, sowie mit EDEKA LUSTFELD ein Lebensmittelvollsortimenter. Das Angebot wird durch weitere kleinteilige Anbieter, unter anderem aus dem Lebensmittelhandwerk arrondiert.

3.2.2 Nahversorgungszentrum Auenland

Das Nahversorgungszentrum Auenland liegt im nördlichen Bereich der Neustädter Kernstadt und umfasst den Bereich zwischen der Königsberger Straße und Erika-Najork-Straße.

Zum Zeitpunkt der vorhabenrelevanten Einzelhandelserhebung wurden im NVZ Auenland insgesamt 6 Betriebe vorgefunden, die auf

Abb. 7: Abgrenzung des NVZ Auenland (schematische Darstellung)



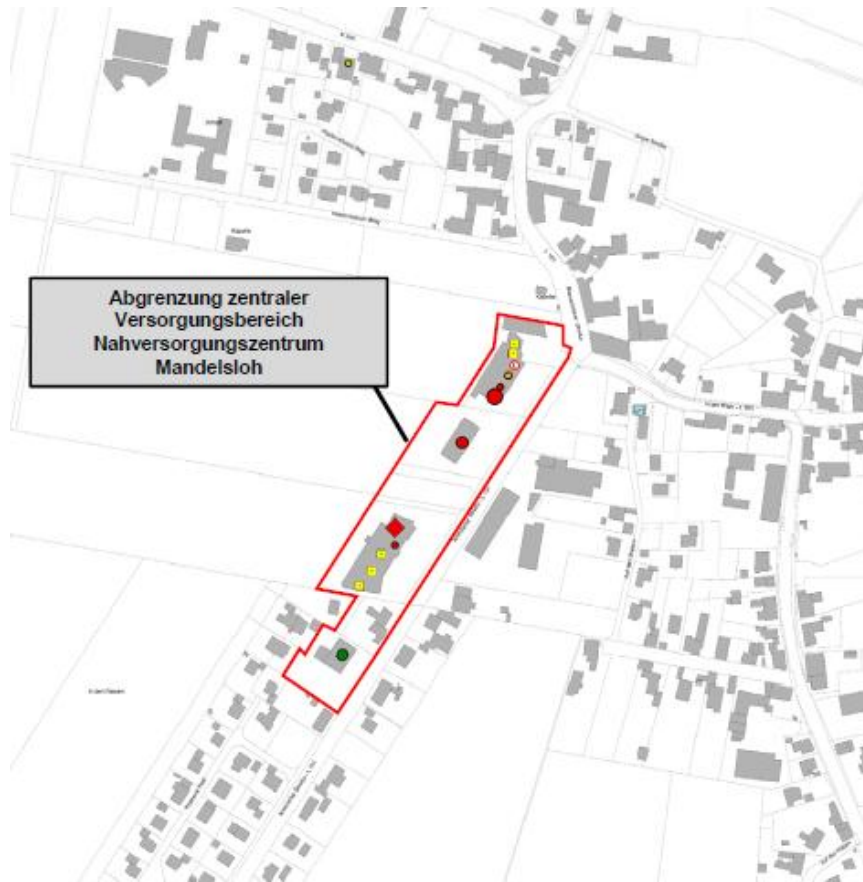
Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt am Rübenberge 2015

3.2.3 Nahversorgungszentrum Mandelsloh

Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Mandelsloh liegt im gleichnamigen Stadtteil entlang der Amedorfer Straße. Der Standort übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Siedlungsgebiete im nördlichen Stadtgebiet, kann aufgrund der guten verkehrlichen Anbindung, sowie der guten Stellplatzsituation aber auch als autokundenorientiert eingestuft werden.

Als wichtigste Betriebe sind COMBI und PENNY zu nennen. Das Angebot der beiden Lebensmittelbetriebe wird durch einen Getränkemarkt, sowie zwei Bäckereien ergänzt. Diese 5 Betriebe erwirtschaften auf einer Fläche von rd. 2.095 qm einen vorhabenrelevanten Umsatz von ca. 8,4 Mio. € (brutto p.a.).

Abb. 8: Abgrenzung des NVZ Mandelsloh (schematische Darstellung)

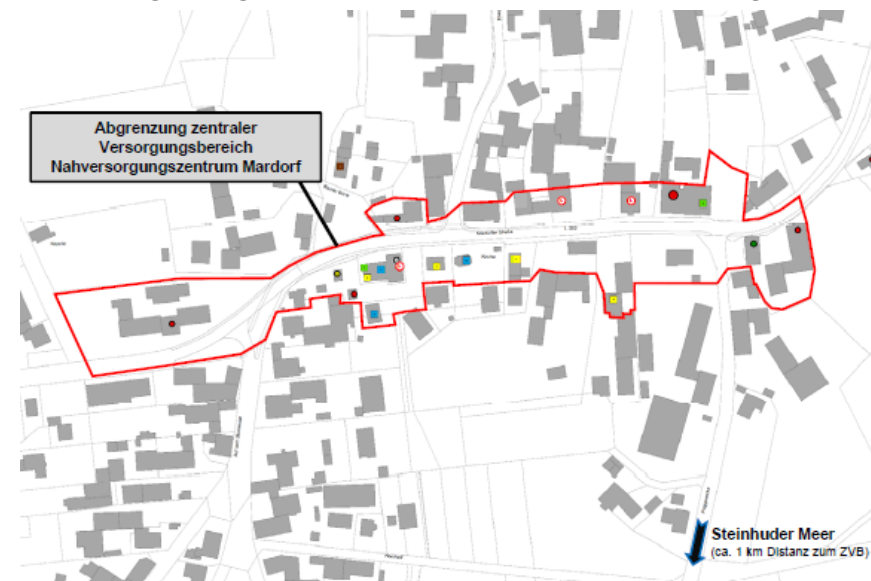


Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt am Rügenberge 2015

3.2.4 Nahversorgungszentrum Mardorf

Das NVZ Mardorf liegt im westlichen Grenzgebiet von Neustadt und erstreckt sich entlang der Mardorfer Straße. Der wesentliche Betrieb an diesem zentralen Versorgungsbereich ist ein kleinflächiger MARKANT-Lebensmittelmarkt, ergänzt durch einen kleinteiligen Hofladen. Aufgrund der geringen Ausstattung, sowie der räumlichen Entfernung zur Neustädter Kernstadt besteht eine vergleichsweise geringe Konkurrenzsituation zum Vorhabenstandort.

Abb. 9: Abgrenzung des NVZ Mardorf (schematische Darstellung)

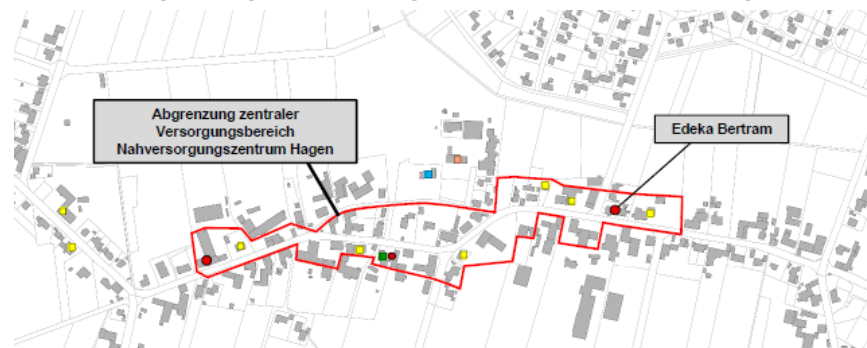


Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt am Rügenberge 2015

3.2.5 Nahversorgungszentrum Hagen

Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Hagen verläuft entlang der Hagener Straße. Der vorhabenrelevante Einzelhandelsbesatz ist vergleichsweise gering und verteilt sich auf einen kleinflächigen Lebensmittelmarkt (BERTRAM), sowie einem TO-TO/LOTTO-Geschäft. Das Angebot wird durch weitere zentrenprägende Dienstleistungen erweitert. Neben der Versorgungsfunktion für den eigenen Stadtteil, übernimmt der zentrale Versorgungsbereich ebenso die Versorgung des Stadtteils Dudensen.

Abb. 10: Abgrenzung des NVZ Hagen (schematische Darstellung)



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt am Rübenberge 2015

Solitär-/ Streulagen im Untersuchungsgebiet

Außerhalb der beschriebenen zentralen Versorgungsbereiche sind innerhalb des Untersuchungsgebietes weitere Betriebe mit vorhabenrelevanten Sortimenten zu nennen.

In der Kernstadt sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vor allem ein REWE-Markt (Siemensstraße), EDEKA LUSTFELD (Landwehr), sowie ein Getränkemarkt (TRINKGUT) in der Wunstorfer Straße zu nennen.

Eine weitere große Einzelhandelsagglomeration befindet sich im Standortbereich Gewerbegebiet Ost. Das Einzelhandels umfasst hier nahezu ausschließlich filialisierte Fachmarktkonzepte. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier bei Sortimenten des periodischen Bedarfsbereichs. Der Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels präsentiert sich insgesamt als äußerst leistungsstark und richtet sich aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage an PKW-Kunden aus dem gesamten Stadtgebiet von Neustadt am Rübenberge. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels konkurriert er dabei jedoch in hohem Maße mit anderen Einkaufsstandorten. Da sämtliche Lebensmitteldiscounter auch jeweils noch eine zweite Filiale innerhalb der Kernstadt betreiben verfügt lediglich der Verbrauchermarkt aufgrund seiner Größenordnung von ca. 4.500 qm über eine besondere Wettbewerbsposition.

Darüber hinaus verfügt der Stadtteil Bordenau über einen NP-Discounter, sowie der Stadtteil Helstorf über einen ALDI-Lebensmitteldiscounter.

4 Wirkungsprognose

4.1 Umsatzerwartung des Planvorhabens

In Neustadt am Rübenberge wird derzeit die Erweiterung der dort ansässigen LIDL-Filiale (Landwehr 9) von rd. 800 qm auf zukünftig 1.000 qm Verkaufsfläche diskutiert. Die Erweiterung soll dazu dienen, das Ladenlokal an aktuelle Standards des Unternehmens anzupassen und damit einen langfristigen Fortbestand der Filiale an diesem Standort abzusichern.

Es muss davon ausgegangen werden, dass als Folge der geplanten Verkaufsflächenerweiterung und Modernisierung des LIDL-Lebensmitteldiscounters an der Landwehr Umsatzumverteilungen innerhalb des Untersuchungsgebietes zu erwarten sind, die durch den Gutachter zu bewerten sind. Aus diesem Grund werden nachfolgend die Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für das Untersuchungsgebiet dargestellt.

Zur Berechnung der Umsätze sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der örtlichen Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet und der Region orientieren sowie auf Grundlage der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten entsprechender Betriebstypen und vergleichbarer Verkaufsflächendimensionierungen im Bundesdurchschnitt ermittelt worden sind. Dabei fand auch die Tatsache Berücksichtigung, dass der Betrieb in seiner Gesamtheit modernisiert werden soll, also auch auf den Bestandsflächen zukünftig eine höhere Umsatzleistung erzielen werden würde.

Die folgenden Verkaufsflächen (Erweiterungsflächen), die für die ökonomische Wirkungsanalyse angenommen wurden, basieren auf Angaben des Auftraggebers. Die Größen der Teilflächen für die Randsortimente ergeben sich aus den Erfahrungen der cima und

aus der Betrachtung der Sortimentsaufteilung in vergleichbaren Märkten in der Region.

Im Nichtlebensmittelbereich wird der Lebensmittelmarkt einen zusätzlichen Umsatz von ca. 0,1 Mio. € erreichen. Die Umverteilungen verteilen sich auf zahlreiche Branchen, sind in der Einzelbetrachtung sehr gering und verteilen sich zudem auf zahlreiche verschiedene Betriebe, die die projektrelevanten Randsortimente, z.T. ebenfalls nur als Randsortimente, führen. Wettbewerbswirkungen, aus denen negative städtebauliche Effekte resultieren, können daher mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachgewiesen werden und daher aus gutachterlicher Sicht ausgeschlossen werden.

Um die Bedeutung der Randsortimente in einem Lebensmitteldiscounter trotzdem angemessen zu beachten, hat die cima zumindest die wichtigsten, d.h. die umsatzstärksten und erfahrungsgemäß am häufigsten angebotenen Sortimentsgruppen bei der Umsatzprognose zu berücksichtigen. Dabei handelt es sich nach Erfahrungen der cima um die Warengruppen

- Drogerieartikel
- Bekleidung
- Hausrat, Geschenkartikel,
- Elektroartikel

Die Größen der Teilflächen für die einzelnen Warengruppen ergeben sich aus den Erfahrungen der cima und aus der Betrachtung der Sortimentsaufteilung in vergleichbaren LIDL-Märkten. Von diesen

Informationen ausgehend prognostiziert die cima für das Erweiterungsvorhaben nach dem „Worst-Case“-Ansatz einen maximal zu erwartenden Einzelhandelsumsatz (brutto) von ca. 1,0 Mio. € pro Jahr.

Abb. 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur der LIDL-Erweiterung

CIMA Warengruppe	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
Planvorhaben insgesamt	1.000	5,5
davon Lebensmittel, Reformwaren	800	4,7
davon sonstige Randsortimente	200	0,8
davon neu hinzukommende Flächen	200	1,0
davon Lebensmittel, Reformwaren	170	0,9
davon sonstige Randsortimente	30	0,1

Quelle: cima 2017

Der Umsatzzuwachs im Bereich der Randsortimente dürfte je Sortiment, bspw. in den Bereichen Bekleidung, Haushaltswaren oder Unterhaltungselektronik, bei jeweils unter 0,1 Mio. € liegen. Eine detaillierte wirkungsanalytische Prüfung der Auswirkungen dieser Umsatzanteile erfolgt daher nicht. Aufgrund des geringen Umsatzvolumens können zentrenschädigende Effekte von vornherein ausgeschlossen werden¹.

Untersuchungsrelevant ist somit der **Vorhabenumsatz im Sortiment Lebensmittel/ Reformwaren** in Höhe von rd. **0,9 Mio. €**.

¹ zur „Geringfügigkeit“ aperiodischer Randsortimente in Lebensmitteldiscountern vgl. z.B. HafenCity Universität Hamburg / Institut für Immobilienwirtschaft an der Universität Regensburg, „Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel“, März 2013

4.2 Ökonomische Wirkungsprognose

4.2.1 Vorbemerkungen zur Umsatzumlenkungsquote

Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Umsatzumlenkungsquote, die in Mio. € und in % ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine unzumutbare Auswirkung. Denn die Veränderung der bestehenden Wettbewerbslage allein ist baurechtlich irrelevant.² Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die sog. „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung).³

Bei der Beurteilung des Kaufkraftabzuges ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offen gelassen.⁴

Das OVG Koblenz und das OVG Lüneburg haben unmittelbare Auswirkungen gewichtiger Art angenommen (=„Abstimmungsschwellenwert“), wenn ein Planvorhaben der Standortgemeinde zu Lasten der Nachbargemeinde eine Umsatzumverteilung von wenigstens 10 % erwarten lassen.^{5 6}

² Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

³ OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6. 2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentrO)

⁴ BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BVerwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mühlheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01, S. 15 UA

⁵ Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, BauR 2002, 577 = NVwZ-RR 2001, 638; OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 309 = BRS 59, Nr. 70.

Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojektes in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.⁷

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojektes haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.⁸

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwertes“ ist ein Kaufkraftabfluss nach der obergerichtlichen Rechtsprechung zumeist erst dann, wenn die Umsatzumverteilung deutlich mehr als 10 % beträgt. Genannt wird – allerdings abhängig unter anderem vom maßgeblichen Sortiment – ein Mindestwert von etwa 20 bis 25 %.⁹ Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B

⁶ OVG Lüneburg, E. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01, BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 03,76; B. v. 30.10.2000, 1 M 3407/00, NStN 2001, 159 = NdsRPfl. 2001, 277

⁷ Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

⁸ OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201; OVG Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01 BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76 = auch Internetseite des OVG Lüneburg www.dbovg.niedersachsen.de.

⁹ OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, NVwZ-RR 2001, 638 = BauR 2002, 577; VGH München, Urteil vom 07.06.2000, 26 N 99.2961, NVwZ-RR 2001, 88 = BRS 63 Nr. 62.

51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzabfluss von bis zu 20 % für vertretbar gehalten und die Berufung zum OVG zugelassen.

Neuere Rechtsprechungen gehen demnach davon aus, dass erst bei einer Kaufkraftumlenkung von etwa 20 % schädliche Auswirkungen zu erwarten sind.¹⁰

Einschränkend muss angefügt werden, dass die Abwägung in Abhängigkeit vom Standort erfolgt. Außerdem geht die cima bei der Bewertung von Vorhaben davon aus, dass die reine Berechnung der Umsatzumlenkungsquote nicht allein ausschlaggebend für oder gegen die Realisierung eines Planvorhabens sein sollte. Es bleibt bei der Abwägung zu bedenken, dass der Umsatzabfluss nur ein Indiz im Sinne eines „Anfangsverdacht“ ist. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch „Trading-Down-Effekte“ gekennzeichnet sind. Maßgeblich sind bei Bewertungen letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzumverteilungen ab ca. 7 bis 11 % eintreten können. Diese Funktionsverluste können sich ausdrücken in städtischen Verödungen und zu erwartenden „Trading-Down-Effekten“.

Als Richtwert für die Verträglichkeit von Neuansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen verwendet die cima im Allgemeinen die oben genannte 10 %-Schwelle als wesentlichen Bewertungsmaßstab, so auch im vorliegenden Fall für die geplante Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des LIDL Lebensmitteldiscounters an der Landwehr in Neustadt am Rübenberge. Je nach Situation vor Ort sind dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich, um gegebenenfalls den speziellen Gegebenheiten gerecht zu werden. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung.

¹⁰ vgl. Prof. Dr. Berkemann, Großflächiger Einzelhandel: Auswirkungen der Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts auf die kommunale Praxis, Hannover 2006.

4.2.2 Herkunft des Umverteilungsumsatzes

Die geplante Verkaufsflächenerweiterung des LIDL Lebensmitteldiscounters an der Landwehr 9 wird in erster Linie eine Verlagerung von Kundenfrequenzen innerhalb des definierten Untersuchungsgebietes zur Folge haben. Daher ist abzuwägen, in wie weit der bestehende Einzelhandel innerhalb des räumlich definierten Bereiches durch Frequenzverluste und Umsatzumverteilungseffekte tangiert ist und ob negative städtebauliche Effekte zu erwarten wären. Die Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung und die zentralen Versorgungsbereiche sind dabei das maßgebliche Bewertungskriterium.

Die Prognose der Umsatzverlagerungen innerhalb der Einzelhandelsstrukturen geht auf den ökonometrischen Modellansatz nach Huff¹¹ zurück. In die Berechnungen fließen u.a. die Attraktivität aller konkurrierenden Einzelhandelsstandorte sowie das Abwägen des Zeitaufwandes zum Aufsuchen von unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten ein. Voraussetzung für die Entwicklung eines für das Untersuchungsgebiet spezifischen Verhaltensmodells ist die detaillierte Analyse der Einzelhandelsstrukturen innerhalb des festgelegten Bereiches. Die Attraktivität der relevanten zentralen Versorgungsbereiche wurde dabei ebenso gewürdigt wie die Attraktivität konkurrierender Einkaufsstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im sonstigen Untersuchungsgebiet.

¹¹ Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“. Die CIMA interpretiert das ökonometrische Prognosemodell nach Huff als ein Denkmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird. Daher wurden die Berechnungen mit den Ergebnissen der Ortsbegehungen und weiteren gutachterlichen Bewertungen abgestimmt.

Abb. 12: Umsatzherkunft des Planvorhabens Erweiterung LIDL

Umsatzherkunft durch Umverteilung in ...	in Mio. €	in %
Neustadt am Rübenberge	0,90	98,0
ZV Innenstadt	0,14	15,5
NVZ Auenland	0,26	28,5
NVZ Mandelsloh	0,02	2,5
NVZ Mardorf	0,02	2,7
NVZ Hagen	0,01	1,5
Sonstiges Stadtgebiet	0,43	47,3
sonstige Orte, diffuse Umsatzverlagerungen	0,02	2,0
Gesamtsumme	0,92	100,0

Quelle: CIMA 2017

Anmerkung: Rundungsdifferenzen möglich

Das in der vorliegenden ökonomischen Wirkungsprognose zu prüfende Vorhaben umfasst die Verkaufsflächenerweiterung des LIDL Lebensmitteldiscounters an der Landwehr 9 um 200 qm auf 1.000 qm Verkaufsfläche. Die ökonomische Wirkungsprognose hat ergeben, dass ca. 98,0 % des Vorhabenumsatzes in Höhe von rd. 0,92 Mio. € innerhalb des definierten Untersuchungsgebiets umverteilt werden würden. Da es sich hierbei um reine Umsatzumverteilung handelt, ist die Aufteilung der Umsatzherkunft auf die einzelnen Standorte innerhalb des Untersuchungsgebiets stark von dem vor

Ort vorhandenen Wettbewerb beeinflusst. Es handelt sich hierbei um die gesamte Umsatzherkunft des Erweiterungsvorhabens, je nach Wettbewerbssituation kann die Umsatzherkunft in den einzelnen Warengruppen stark variieren.

Mit rd. 47,3 % würde der Großteil des Vorhabenumsatzes innerhalb des **sonstigen Stadtgebietes**, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, umverteilt werden. Der Großteil davon fällt auf den Sonderstandort Gewerbegebiet Ost, in dem ebenso ein LIDL-Lebensmitteldiscounter angesiedelt ist. Die ermittelte Umsatzumverteilung ist hier in hohem Maße auf unternehmensinterne Verlagerungen zwischen den beiden LIDL-Filialen zurückzuführen.

Darüber hinaus wirken sich die Umsatzumverteilungen insbesondere auf die beiden nächstgelegenen Lebensmittelmärkte Edeka am Landwehr (rd. 500 m entfernt) und Rewe im Bereich Wunstorfer Straße/ Siemensstraße aus (Entfernung rd. 700 m). Zwar handelt es sich hier um Lebensmittelvollsortimenter, diese sprechen jedoch mit Bewohnern der westlichen Wohnquartiere und Pendlern aus dem Bereich Innenstadt/ Bahnhof ähnliche Kundengruppen wie die Lidl-Filiale an. Da beide Märkte Solitärstandorte darstellen, werden ihre Umsatzanteile als Bestandteil des sonstigen Stadtgebietes ausgewiesen.

Aufgrund der bestehenden Wettbewerbssituation innerhalb des Untersuchungsgebiets sowie der Art des Planvorhabens (Erweiterung eines bestehenden Betriebes um rd. 200 qm), finden die Umsatzumverteilungen vorrangig im nahen Umfeld des Lidl-Marktes statt. Auf das verhältnismäßig nahe gelegene **Nahversorgungszentrum Auenland**, in dem u. a. zwei Lebensmitteldiscounter angesiedelt sind, entfällt daher mit **ca. 28,5 %** der höchste Umsatzanteil eines Einzelstandorts.

Die Betriebe im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** tragen dagegen nur in einem deutlich geringeren Maße zu dem auf der Erweiterungsfläche erzielbaren Umsatz bei (rd. 15,5 %). Im vorha-

benrelevanten Hauptsortiment Lebensmittel, Reformwaren besteht zum einzigen Lebensmittelmarkt Jibi bzw. den kleinflächigen Betrieben des Lebensmittelhandwerks nur eine sehr begrenzte Konkurrenzsituation.

Die Umsatzanteile, die an Einkaufsstandorten in den **Nahversorgungszentren Mandelsloh, Mardorf und Hagen** umverteilt würden, betragen max. 2,7 % pro Einzelstandort und sind damit **nahezu bedeutungslos**. Dabei handelt es sich vor allem um Käufe von Pendlern, die zukünftig an den Planvorhabenstandort umverlagert werden. Grundsätzlich ist der überwiegende Teil der dortigen nahversorgungsrelevanten Kaufkraft jedoch bereits heute an anderen Standorten gebunden (u. a. am bereits bestehenden Lidl-Markt sowie dem nahe gelegenen Edeka-Markt). Das Planvorhaben entfaltet daher kaum Auswirkungen.

Bei der Bewertung des Planvorhabens bzw. bei der Berechnung der Umsatzumverteilungswirkungen gehen wir von einem „Worst-Case-Ansatz“ aus. Dieser stellt die maximal zu erwartenden Umverteilungswirkungen dar. Die nachfolgend ausgewiesenen Umsatzumverteilungsquoten beziehen sich nicht auf die vorhandene Nachfrage, sondern auf den im Einzelhandel getätigten Umsatz.

4.2.3 Auswirkungsanalyse der Umsatzumverteilung

Abb. 13: Umverteilungseffekte des Planvorhabens: Lebensmittel/ Reformwaren

Verkaufsflächenerweiterung LIDL-Lebensmitteldiscounter in Neustadt am Rübenberge, Landwehr 9			
cima Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren	Umsatz aktuell in Mio. €	Umsatz- umverteilung in Mio. €	Umsatz- umverteilung in %
Stadt Neustadt am Rübenberge gesamt	85,6	0,9	1,1
davon			
ZV Innenstadt	6,7	0,1	2,1
NVZ Auenland	12,2	0,3	2,1
NVZ Mandelsloh	8,4	***	0,3
NVZ Mardorf	1,6	***	1,5
NVZ Hagen	1,1	***	1,2
Sonstiges Stadtgebiet	55,6	0,4	0,8
Umsatzumverteilungen von außerhalb des Untersuchungsgebietes		0,0	

Quelle: cima 2017

*** Umverteilungsumsatz unterhalb der Nachweisgrenze

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt, dass das Planvorhaben zur Verkaufsflächenerweiterung des LIDL-Marktes an der Landwehr 9 in Neustadt am Rübenberge um 200 qm Verkaufsfläche messbare Umsatzverteilungen ausgelöst werden würden, die jedoch in allen Bereichen deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwertes (= 10% Umsatzverteilung) liegen würden. Im Folgenden wird in einer genaueren Betrachtung der Umsatzumverteilungseffekte geprüft, ob ggf. schädliche Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO identifizierbar sind:

In der Warengruppe Lebensmittel und Reformwaren, auf die ca. 170 qm Verkaufsfläche des Erweiterungsvorhabens entfallen, wurde mit rd. 2,1 % die höchsten Umsatzverteilungsquoten für den **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**, sowie dem **Nahversorgungszentrum Auenland** gemessen. Das vorhabenrelevante Angebot in der Innenstadt besteht vorwiegend aus dem JIBI-Markt, sowie diversen Betrieben aus dem Lebensmittelhandwerk. Das Angebot im NVZ Auenland besteht aus zwei Lebensmitteldiscountern (ALDI und NETTO), einem Vollsortimenter (EDEKA), zwei Bäckereien und einem Tabakwarengeschäft. Sowohl die Innenstadt als auch das NVZ Auenland wird als ausreichend leistungsfähig eingeschätzt, negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind eindeutig nicht zu erwarten.

In den weiteren zentralen Versorgungsbereichen NVZ Mandelsloh, NVZ Mardorf und NVZ Hagen sind maximal Umsatzumverteilungen von rd. 1,5 % zu erwarten, die vorwiegend durch die vorhandenen Lebensmittelmärkte zustande kommen. Auch hier sind jedoch keine

negativen städtebauliche Folgen zu erwarten, da der Bestandsumsatz der Märkte zum größten Teil von der den Märkte umgebenden Wohnbevölkerung generiert wird. Das projektierte Planvorhaben steht mit diesen Nahversorgungsbetrieben folglich kaum im Wettbewerb.

Auch für die Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (max. 0,8 %) sind allenfalls unwesentliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen zu erwarten. Negative städtebauliche Folgen, etwa eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung, können auch hier eindeutig ausgeschlossen werden.

Die ökonomische Wirkungsprognose hat keinerlei Hinweise auf schädliche Auswirkungen des Planvorhabens auf die Nahversorgungsstrukturen oder auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Untersuchungsgebiet aufgezeigt.

Somit sind durch das Planvorhaben allenfalls absatzwirtschaftliche Effekte zu erwarten, die jedoch eindeutig keine negativen städtebaulichen Folgen hätten. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung kann ausgeschlossen werden.

Das Planvorhaben zur Erweiterung der LIDL-Filiale an Landwehr 9 in Neustadt am Rübenberge kann eindeutig als verträglich im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO bewertet werden. Negative städtebauliche Folgen können eindeutig ausgeschlossen werden.

5 Raumordnerische Vorgaben und deren Bewertung

Die Beurteilung der raumordnerischen Verträglichkeit des Vorhabens erfolgt unter Beachtung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Niedersachsen. Hier ist vor allem das Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2017¹² zu beachten.

Gemäß LROP Niedersachsen soll in allen Gemeinden auf ein zeitgemäßes Angebot des allgemeinen, täglichen Grundbedarfs hingewirkt werden. Dabei soll ebenso die Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen für alle Bevölkerungsgruppen sichergestellt sein.

Neustadt am Rübenberge ist als ein Mittelzentrum definiert. Somit sind die Einzelhandelsangebote an der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der Nachfrage im Verflechtungsbereich auszurichten. Für die vorhabenrelevanten Sortimente Lebensmittel/ Reformwaren ist jedoch auch in einem Mittelzentrum der grundzentrale Verflechtungsbereich, d.h. das eigene Stadtgebiet maßgeblich.

Die im Zusammenhang mit dem konkret zu prüfenden Vorhaben in Neustadt zu berücksichtigenden Vorgaben sind:

- **Kongruenzgebot:** Das Kongruenzgebot beinhaltet, dass Art und Umfang des Planvorhabens dem Grad der zentralörtlichen Bedeutung der Standortgemeinde und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen müssen; von einer angemessenen Gesamtstruktur des Einzelhandels ist auszugehen, wenn nicht mehr als 30 % des zu erwartenden Umsatzes des Planvorhabens in allen oder in einzelnen Sortimentsgrup-

pen außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes der Ansiedlungsgemeinde erzielt wird.

- **Konzentrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsprojekte dürfen nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes der Standortgemeinde angesiedelt werden.
- **Integrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsansiedlungen ab 800 qm Verkaufsfläche mit einem zentrenrelevanten Kernsortiment dürfen nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen realisiert werden. Darüber hinaus müssen diese Flächen in das ÖPNV-Netz eingebunden sein.
- **Abstimmungsgebot:** Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind ab einer Verkaufsfläche von 800 m² abzustimmen.
- **Beeinträchtungsverbot:** Bei großflächigen Neuansiedlungen ist das Beeinträchtungsverbot zu beachten. Gemäß Beeinträchtungsverbot dürfen Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne der Raumordnung weder die bestehenden, ausgeglichenen Versorgungsstrukturen bzw. deren Verwirklichung, noch die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung der Standortgemeinde und der Nachbargemeinden wesentlich beeinträchtigen.

¹² Das LROP ist im Januar 2017 vom Landtag beschlossen worden.

Kongruenzgebot

„In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03 Satz 2)

„In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzraum aperiodisch mittel und oberzentral).“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03 Satz 3)

„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.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03 Satz 5)

„Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 03 Satz 6)

Negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung in der Neustadt am Rügenberge sowie im zentralörtlichen Verflechtungsbereich sind somit im Sinne der Fortschreibung des Kongruenzgebotes dann anzunehmen, wenn – von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen abgesehen – mehr als 30 % des voraussichtlichen Gesamtumsatzes des Planvorhabens im aperiodischen Bedarfsbereich von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes der Stadt Neustadt sowie im periodischen Bedarfsbereich außerhalb des Stadtgebietes der Stadt Neustadt stammt.

Die cima hat die nachfolgende Berechnung zur Kaufkraftherkunft für das Planvorhaben erstellt. Zu beachten ist dabei, dass es sich nicht wie in der ökonomischen Wirkungsprognose um die Umsatzherkunft, also den im Einzelhandel gebundenen Umsatz handelt, sondern um die Kaufkraftherkunft, d.h. den Wohnort der Kunden. Für die aperiodischen Sortimente geht die cima auf Grundlage des Marktgebietes des Einzelhandels (vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt am Rügenberge, GMA 2015) davon aus, dass der maßgebliche Kongruenzraum nicht über das eigene Stadtgebiet hinaus geht. Der Kongruenzraum für die periodischen, als auch die aperiodischen Sortimente ist daher das Stadtgebiet Neustadt am Rügenberge.

Aus der Berechnung zur Kaufkraftherkunft geht entsprechend hervor, dass rd. 93 % der vorhabenrelevanten Kaufkraft aus dem Kongruenzraum der Stadt Neustadt stammen würden. Der Anteil auswärtiger Kaufkraft liegt insgesamt bei 7 %. Die 30 % Schwelle des Kongruenzgebotes wird nicht erreicht.

Das Planvorhaben entspricht grundsätzlich dem Kongruenzgebot.

Abb. 14: Kongruenz des Planvorhabens

	Ort der Kaufkraftherkunft	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Potenzial- bindung in %	Umsatzanteil	
				in Mio. €	in %
Lebensmittel, Reformwaren	Neustadt am Rübenberge	96,7	5	4,4	93
	außerhalb			0,3	7
	Summe			4,7	100
Drogerie- artikel	Neustadt am Rübenberge	13,7	2	0,3	94
	außerhalb			0,0	6
	Summe			0,3	100
Bekleidung	Neustadt am Rübenberge	18,8	1	0,1	97
	außerhalb			0,0	3
	Summe			0,1	
Hausrat, Geschenkartikel	Neustadt am Rübenberge	3,8	4	0,1	98
	außerhalb			0,0	2
	Summe			0,1	
Elektroartikel	Neustadt am Rübenberge	4,7	3	0,1	96
	außerhalb			0,0	4
	Summe			0,1	
insgesamt	Neustadt am Rübenberge	137,7		5,1	93
	außerhalb			0,4	7
	Summe			5,5	100

Quelle: cima 2017

Konzentrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 04)

Das RROP der Region Hannover beinhaltet keine Abgrenzung des zentralen Siedlungsgebietes. Der Planvorhabenstandort befindet sich jedoch innerhalb der Grenzen des zentralörtlichen Standortes,

sowie innerhalb des vorhandenen und bauleitplanerisch gesicherten Siedlungsbereiches. Es ist daher davon auszugehen, dass der Standort ebenso Teil des zentralen Siedlungsgebietes ist.

Das Konzentrationsgebot kann somit als erfüllt angesehen werden.

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.“ (a.a.O., Ziffer 05 Sätze 1 und 2)

Bei der geplanten Erweiterung des Lebensmitteldiscounters handelt es sich um ein Vorhaben mit zentrenrelevantem, periodischem Kernsortiment. Der Vorhabenstandort befindet sich in einer städtebaulich integrierten Lage.

Eine Einbindung in das ÖPNV-Netz ist über eine Bushaltestelle in unmittelbarer Umgebung gewährleistet.

Das Vorhaben erfüllt die Vorgaben des Integrationsgebotes.

Abstimmungsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 07, Satz 1)

Bei dem Planvorhaben handelt es sich nicht um ein neues Einzelhandelsgroßprojekt, sondern um die Erweiterung und Modernisierung eines bereits bestehenden Betriebes.

Es ist davon auszugehen, dass die Stadt Neustadt eine interkommunale Abstimmung im planungsrechtlich üblichen Umfang durchführen wird.

Beeinträchtigerungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versor-

gungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werde.“ (Abschnitt 2.3, Ziffer 08)

In Kapitel 4 wurde eine vertiefende Einzelfallprüfung auf Basis einer ökonomischen Wirkungsanalyse des Planvorhabens (§ 11 Abs. 3 BauNVO) vorgenommen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Planvorhaben nicht tangiert.

6 Abschließende Bewertung und Empfehlung

In Neustadt am Rübenberge wird derzeit die Erweiterung eines LIDL-Lebensmitteldiscounters an der Landwehr 9 diskutiert. Der LIDL-Markt soll von derzeit rd. 800 qm auf 1.000 qm Verkaufsfläche erweitert werden.

Die größere Verkaufsfläche dient dazu, die Filiale an den aktuellen Standard des Unternehmens anzupassen. Dazu gehört unter anderem, dass die Gänge im Verkaufsraum verbreitert werden, um ein bequemerer Begegnen mit Einkaufswagen, Kinderwagen etc. zu ermöglichen. Zudem sollen die Regalhöhen reduziert werden, um den Kunden die Erreichbarkeit der Waren zu erleichtern und eine bessere Orientierung innerhalb der Filiale zu ermöglichen. Für die internen Betriebsabläufe ermöglicht die Erweiterung u.a. ein leichteres Rangieren mit Hubwagen und das Aufstellen größerer Warenmengen, wodurch für das Personal der Aufwand für das Nachfüllen von Waren reduziert wird. Die geplante Erweiterung dient somit vor allem der Optimierung der Wirtschaftlichkeit des LIDL-Marktes – was wiederum der Sicherung des langfristigen Fortbestandes der Unternehmenspräsenz in Neustadt am Rübenberge dient. Eine Ausweitung des Sortiments ist im Vergleich zur bestehenden Filiale nicht geplant.

Der Vorhabenstandort befindet sich verkehrsgünstig gelegen an der Landwehr, die das westliche Wohngebiet der Kernstadt mit dem Innenstadtbereich verbindet und erschließt als zentrale Hauptausfallstraße in westlicher Richtung den Stadtteil Mardorf am Steinhuder Meer sowie die nächste Nachbargemeinde Rehburg-Loccum. Im Bereich der Neustädter Innenstadt besteht eine direkte Verknüpfung zur Bundesstraße B 442 in Richtung Wunstorf

Das direkte Standortumfeld besteht überwiegend aus Wohnbebauung, darunter sowohl freistehende Einfamilien- und Reihenhäuser als auch mehrgeschossige Gebäude. Da sich der nächste Lebensmittelmarkt erst in ca. 500 m Entfernung befindet, kommt dem Lidl-Lebensmitteldiscounter eine wichtige Nahversorgungsfunktion zu. Durch die verkehrsgünstige Lage dient er jedoch auch für PKW-Kunden aus nahezu der gesamten Kernstadt sowie dem westlichen Stadtteil Mardorf als attraktiver Einkaufsort.

Die ökonomische Wirkungsprognose hat ergeben, dass das Vorhaben keinerlei negative städtebauliche Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO auslösen würde. Das bedeutet, dass eine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Versorgungsstrukturen im Untersuchungsgebiet ausgeschlossen werden kann.

Auch im Sinne der raumordnerischen Vorgaben kann das Planvorhaben eindeutig als verträglich eingestuft werden.

Aus Sicht der cima ist das Planvorhaben insbesondere im Sinne einer Sicherung bestehender Nahversorgungseinrichtungen in Neustadt am, Rübenberge positiv zu bewerten. Unter zusammenfassender Betrachtung aller relevanten Aspekte kann die cima die Realisierung des Planvorhabens im geprüften Umfang empfehlen.

7 Methodik

Die Analyse des Einzelhandels im Untersuchungsgebiet wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Die Ermittlung der Daten auf der Angebotsseite erfolgte auf Basis bestehender cima-Daten, welche für die vorliegende Untersuchung im April 2017 vorhabenrelevant aktualisiert und fortgeschrieben wurden.

Dabei wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Bestandserhebung der vorhabenrelevanten Einzelhandelsflächen
- Erfassung von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Branchenmix (32 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 cima Waren-gruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt sowie Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 15 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen (kurzfristigen) und den aperiodischen (mittel- und langfristigen) Bedarf

Abb. 15: Die 32 cima-Sortimente

Lebensmittel	Antiquitäten, Kunstgegenstände
Reformwaren	Eisenwaren, Baumarktartikel
Arzneimittel (Apotheken)	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Drogerie- und Parfümeriewaren	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
Schnittblumen, Floristik	Elektrogeräte, Leuchten
Oberbekleidung	Unterhaltungselektronik
Wäsche, sonstige Bekleidung	Foto
Heimtextilien	Optik, Hörgeräteakustik
Sportartikel	Uhren, Schmuck
Schuhe	Lederwaren
Sanitätswaren	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Bücher	Fahrräder
Schreibwaren	Kfz-Zubehör
Spielwaren	Computer, Büro-/ Telekommunikation
Zoobedarf	Pflanzen, Gartenbedarf
Möbel	Zeitschriften, Zeitungen

Quelle: cima 2017

Die von der cima differenzierten Betriebstypen

Fachgeschäft

- Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

Fachmarkt

- Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt (Lebensmittel-Vollsortimenter)

- Ca. 400 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmittel-Discounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 600 und 1.400 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot eigener Kundenparkplätze.

Warenhaus

- In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

- In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

- Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie und Dienstleister, i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Quelle: cima 2017

Die Berechnung der Kennzahlen der Nachfrageseite erfolgte mit der folgenden Methodik:

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in %
 - (Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel: Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2015)
 - Periodischer Bedarf: 2.972 € /Einwohner p. a.
 - Aperiodischer Bedarf: 2.696 € /Einwohner p. a.
 - Ausgabesatz gesamt: 5.668 € /Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz (gewichtet mit der KKZ)