Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Ganderkesee

Auftraggeber: Gemeinde Ganderkesee

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Hamburg, am 23.12.2016

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

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 nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

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

Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 040 / 30 99 77 78 – 0
Telefax: 040 / 30 99 77 78 – 9
E-Mail: katharina.staiger@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im April 2016 beauftragte die Gemeinde Ganderkesee die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 zu aktualisieren. Anlass ist die Tatsache, dass das vorhandene Einzelhandelskonzept nicht mehr aktuell ist.

Der GMA standen für die Erstellung der Untersuchung Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamtes für Statistik Niedersachen, der Gemeinde Ganderkesee sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung.

Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische und bauleitplanungsrechtliche Entscheidungen der Gemeinde Ganderkesee. 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. 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 nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, den 23.12.2016
KST baz wym

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Grundlagen**	**6**
1.	Aufgabenstellung und Methodik	6
2.	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	8
2.1	Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	8
2.2	Konsumentenverhalten im Wandel	11
2.3	Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	12
2.4	Mittelfristige Entwicklungstrends	12
3.	Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	13
II.	**Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Ganderkesee**	**15**
1.	Makrostandort Ganderkesee	15
2.	Standortgefüge des Einzelhandels	21
3.	Aktueller Einzelhandelsbestand	22
4.	Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich	23
5.	Ergebnisse der Bürgerbefragung	24
5.1	Merkmale der Befragten	24
5.2	Räumliche Einkaufsorientierung	25
5.3	Bewertung der Geschäfte, der Einkaufsmöglichkeiten und der Ortsgestaltung	27
5.4	Vorschläge zur Verbesserung der Einkaufssituation	28
5.5	Online-Einkaufshäufigkeit	29
5.6	Bewertung der Einkaufs- und Servicewegweiser	30
III.	**Nachfragesituation**	**32**
1.	Kongruenzraum	32
2.	Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des örtlichen Einzelhandels	34
3.	Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbindung	35
IV.	**Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes**	**37**
1.	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose	37
2.	Bewertung und branchenbezogene Potenziale des Einzelhandels	37

2.1 Quartiersnahe Versorgungsstruktur 37
2.2 Branchenbezogene Entwicklungspotenziale 41

V. Einzelhandelskonzept für Ganderkesee 44

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes 44

2. Sortimentskonzept 44

3. Standortkonzept 47
3.1 Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ 48
3.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche 49
3.3 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Ganderkesee 50
3.4 Nahversorgungszentrum Bookholzberg 51
3.5 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung 54

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes 54

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Methodik

Das Einzelhandelskonzept dient als sachlich fundierte Grundlage zur Bewertung der branchen- und standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel der Gemeinde Ganderkesee. Es bildet als umsetzungsorientiertes Steuerungsinstrument die Basis für weitere Planungen, wobei primär der großflächige Einzelhandel (ab 800 m² Verkaufsfläche) planungsrechtlich und raumordnerisch zu begleiten ist.

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis, wobei es sich überwiegend um primärstatistisches Datenmaterial handelt, d. h. es wurde durch die GMA erfasst und ausgewertet.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen aller Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet im Juli 2016 erfasst. Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Definition der Verkaufsfläche:

> „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc.[1] Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik.“

Die Betriebe wurden folgenden Lagekategorien zugeordnet:

- zentrale Lagen: zentrale Versorgungsbereiche einer Kommune
- siedlungsräumlich integrierte Lagen: mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in mind. drei Himmelsrichtungen)
- siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen: kein bzw. nur geringer Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung).

Eine **Aufnahme der Nutzungen** erfolgte in der Ortsmitte von Ganderkesee und von Bookholzberg, wobei neben den genutzten Einheiten z. B. durch Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen auch leerstehende Ladeneinheiten erfasst wurden. Die Nutzungskartierung wird kartografisch dargestellt. Die Kartierungen bilden eine wichtige Grundlage zur sachgerechten Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.

[1] Vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabakwaren
Drogeriewaren	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apothekerwaren
Blumen, Tiernahrung	Schnittblumen, Tiernahrung
Schreibwaren	Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren, Büroartikel, Bastelbedarf
Spielwaren	Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sportbekleidung, Sportschuhe
Unterhaltungselektronik / Multimedia	Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Elektrohaushaltsgeräte	Elektrogroßgeräte (z. B. Spül- / Waschmaschine, Kühlschrank, Herd), Elektrokleingeräte (z. B. Föhn, Bügeleisen, Toaster)
Hausrat	Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren, Wohnaccessoires
Heimtextilien	Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Bettwaren (auch z. B. Decken, Kopfkissen), Zierkissen, Gardinen / Zubehör, Wolle, Stoffe / Zubehör
Möbel, Einrichtung	Möbel, Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Rahmen / Bilder, Leuchten / Zubehör, Matratzen / Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (u.a. Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör(ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Fahrräder / Zubehör, Campingwaren, Musikalien, Waffen, Jagdbedarf, Angelbedarf, Gebrauchtwaren, Reitsportartikel, Erotikartikel, Sanitätswaren

GMA-Darstellung 2016

Bei der Auswertung der Einzelhandelsdaten erfolgt eine Differenzierung des periodischen und aperiodischen Bedarfs in Anlehnung an die Vorgaben des Landesraumordnungsprogramms:

- **Periodischer Bedarf:** Güter, die von den Verbrauchern i. d. R. unmittelbar nach dem Kauf ver- oder gebraucht werden; dazu zählen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apothekerwaren, Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitschriften / Zeitungen, Schreibwaren.

- **Aperiodischer Bedarf:** Sortimente mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, z. B. Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel.

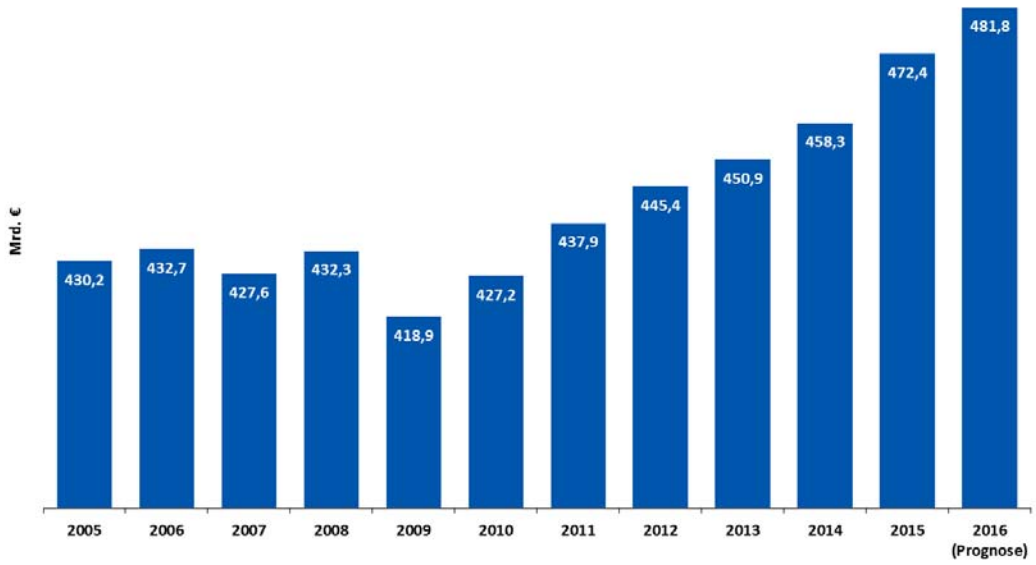
Zudem wurden die Kundenwohnorte bei famila, Inkoop, Lidl und Aldi bzw. Inkoop und Aldi (Bookholzberg), Edeka Schierbrok sowie Netto (Heide) erfragt. Mit dieser Befragung wurden die Umlandbedeutung bzw. Nachfrageverflechtungen innerhalb der Gemeinde aufgezeigt. Das Einkaufsverhalten, die Bewertung des örtlichen Einzelhandelsangebotes und Ergänzungswünsche zum Einzelhandel waren Gegenstand einer **Bürgerbefragung**, wobei 400 BürgerInnen telefonisch befragt wurden und 160 sich an der Onlinebefragung beteiligten. Da im Rahmen des Konzeptes umsetzungsorientierte Maßnahmen abgeleitet werden, wurden die wesentlichen Ergebnisse in **drei Arbeitskreissitzungen** (August / September 2016) mit Vertretern der Verwaltung, des Rates, dem örtlichen Einzelhandel und der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer vorgestellt und erörtert. Um die städtebauliche Situation jeweils zu bewerten, erfolgte ein sog. Ortsrundgang in den Ortsmitten von Bookholzberg und Ganderkesee mit Vertretern des Arbeitskreises. Im Anschluss an die Begehung wurden in einer dritten Arbeitskreissitzung die wesentlichen Ergebnisse diskutiert und erörtert.

2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Mit einem Umsatz von über 470 Mrd. € ist der stationäre Einzelhandel die drittstärkste Wirtschaftsgruppe in Deutschland; etwa jeder sechste Arbeitsplatz entfällt auf den Einzelhandel. Der Umsatz in Deutschland ist in den letzten zehn Jahren fast kontinuierlich jedes Jahr gestiegen, die Zunahme lag bei rd. 9 % (+ rd. 40 Mrd. €).

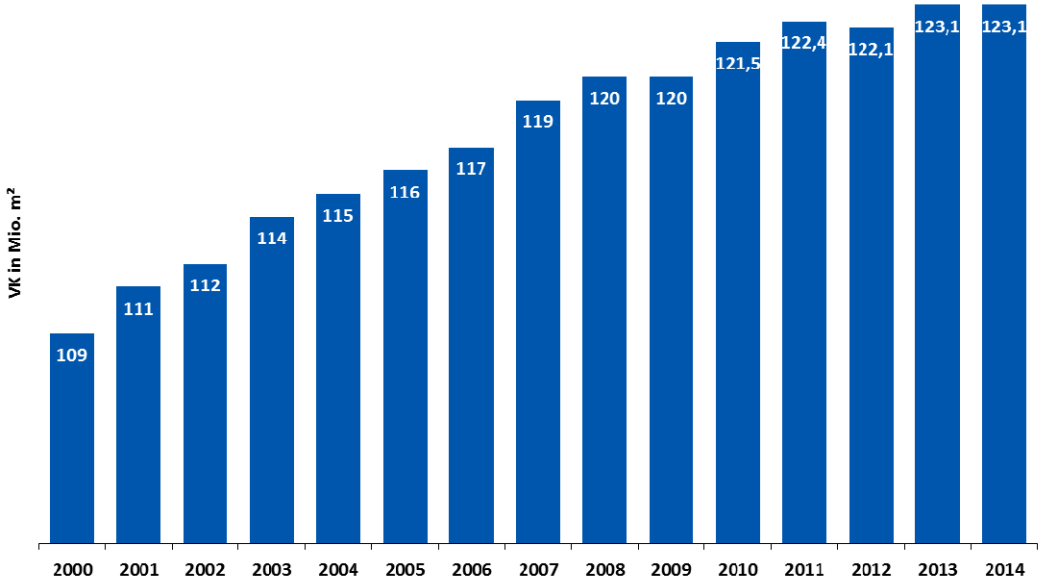
Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland



Quelle: Handelsdaten aktuell 2015, Netto-Umsatz im Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken, GMA-Darstellung

Bundesweit war bis 2010 eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion im Einzelhandel zu verzeichnen, wohingegen sich der Zuwachs in den Folgejahren deutlich verringerte.

Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014



Quelle: Handelsdaten aktuell 2015, GMA-Darstellung

Seit Jahrzehnten vollzieht sich ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Der Anteil von Einzelunternehmen nahm von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.[2] Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Internethandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren[3]. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. **„Retail Brands“**) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Für Shoppingcenter zeichnen sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab.[4]

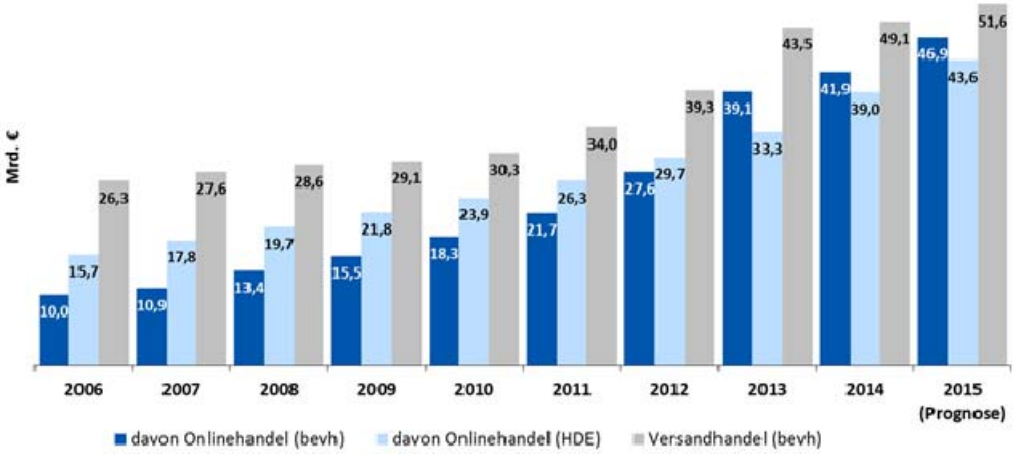
2 GMA-Grundlagenforschung.

3 Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

4 Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2006 und 2015 nur ein leichtes Plus (rd. 9 %) verzeichnete, verdoppelte der online Einzelhandel fast seinen Umsatz.

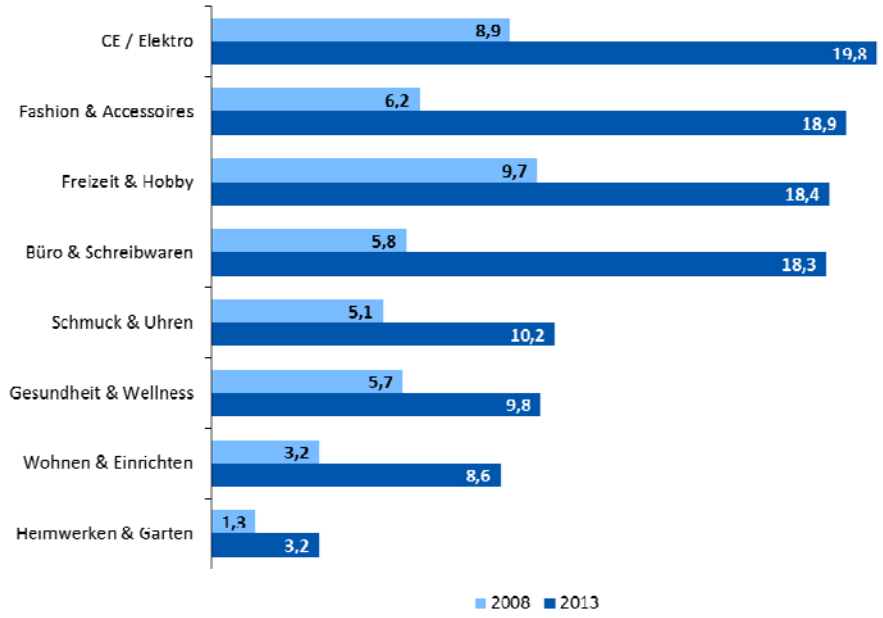
Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Quelle: Handelsdaten aktuell 2015; bevh, GMA-Darstellung

Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar, da viele (stationäre) Einzelhändler auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. In Großstädten zeigt sich, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen.

Abbildung 4: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen



Quelle: statista.de, GMA-Darstellung

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des **Lebensmitteleinzelhandels** in Deutschland kommt **discountierenden Angebotsformen** (z.B. Lebensmitteldiscounter, Sonderposten) zu, deren Vertriebskonzepte auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Lebensmitteldiscounter verfügen über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %[5] in über 16.000 Filialen. Supermärkte und SB-Warenhäuser konnten ebenfalls in den letzten Jahren noch expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen hohen Rückgang. So verringerte sich deren Anzahl von über 12.800 (2009) auf etwa 9.600 Geschäfte (2014).

Als **Standorte** für großflächige Discounter, Supermärkte oder SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert.

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels

Daten	Discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m²	ab 1.200 m²	ab 2.500 m²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m²	ab 5.000 m²	ab 7.000 m²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

GMA-Standortforschung 2015, ca.-Werte

2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, führte zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus. Zudem hat sich in den letzten Jahren der Typus des **„hybriden Verbrauchers“** herausgebildet. Er erwirbt teure Markenware und unmittelbar im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Auch die geänderte Mobilität der Verbraucher löste eine Reihe von Veränderungen aus. Der Anstieg der Mobilität …

- …löste eine **Stadt-Umland-Wanderung** aus, d. h. es entstanden um die Stadtzentren herum neue Wohnstandorte. Ab einer gewissen Größe dieser Siedlungsbereiche waren die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Versorgungslagen gegeben.
- … ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.

5 Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

- … bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.

Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping". Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs" profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot.

2.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Seitens der Einzelhandelsunternehmen werden **Standortfaktoren und Standortqualitäten** immer wieder neu bewertet. In den vergangenen Jahren waren folgende Trends festzustellen:

- Die **Konzentration** führte in Innenstädten nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes.
- Der hohe Anteil des Onlinehandels führte in den Innenstädten z.T. zu Frequenzrückgängen und einem Rückgang einzelner Branchen.[6]
- Die 1b- und 1c-Lagen verloren an Bedeutung, was sich u.a. in einer hohen **Fluktuation, Mindernutzungen, z. B. durch Spielhallen und Leerstandsbildung** zeigte.
- Mittelständische Betriebe bzw. inhabergeführte Fachgeschäfte verloren Marktanteile.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit dem von der GMA und einem Stuttgarter Fachanwalt entwickelten Instrument „Kommunales Einzelhandelskonzept" „gesteuert". Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen[7].

2.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel durch die weitergehende **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt. Die GMA schätzt die **Entwicklung des Einzelhandels** wie folgt ein:

- **Verkaufsflächen wachsen noch moderat**
  Der Verkaufsflächenzuwachs wird sich stärker als bislang in Innenstädten / Ortsmitten und in integrierten Lagen vollziehen.

6 Dies zeigt sich im Schuheinzelhandel, z.B. Schließung von Filialen bei der Schuhkette Görtz oder bei Buchhandlungen, z.B. Schließung von Filialen bei Thalia, Hugendubel.

7 Vgl. hierzu: W. Spannowski, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

- **Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort**
  Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden. Dies gilt in besonderem Maße für die neuen Bundesländer, wo viele Betriebe über eine unzureichende Eigenkapitaldecke verfügen.

- **Fachmärkte und Discounter boomen**
  Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

- **Filialisierungswelle hält an**
  Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

- **Internet-Shopping gewinnt weiter an Bedeutung**
  Das „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt selektiv hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher sehr kostenintensiv ist.

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei werden folgende Gebietskategorien unterschieden:

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen. Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten, in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO). Hingegen sind diese nur ausnahmsweise in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten zulässig (§§ 2 und 3 BauNVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung findet zweistufig statt:

- Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² VK) dann:
- Liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden. Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder Entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt. Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich-investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Ganderkesee

1. Makrostandort Ganderkesee

Die zwischen dem Oberzentrum Oldenburg und dem Mittelzentrum Delmenhorst gelegene Gemeinde Ganderkesee wird aus einer Vielzahl an Ortsteilen gebildet. Die Gemeinde grenzt mit den Ortsteilen Heide, Elmeloh und Hoykenkamp an Delmenhorst an. Nach dem derzeit gültigen Raumordnungsprogramm[8] des Landkreises Oldenburg sind innerhalb der Gemeinde Ganderkesee und Bookholzberg als Grundzentren ausgewiesen. Bei der zentralörtlichen Einstufung handelt es sich um einen Grundsatz der Raumordnung, wobei es um die Konzentration der Siedlungstätigkeit auf ein System leistungsfähiger Orte mit Versorgungsfunktion für Verflechtungsbereiche geht. Unterschieden werden Grund-, Mittel- und Oberzentren[9], welchen unterschiedliche Einrichtungen und Angebote zugewiesen werden:

- Oberzentrum: …. für den spezialisierten höheren Bedarf
- Mittelzentrum: …für den gehobenen Bedarf
- Grundzentrum: …für den allgemein täglichen Grundbedarf.

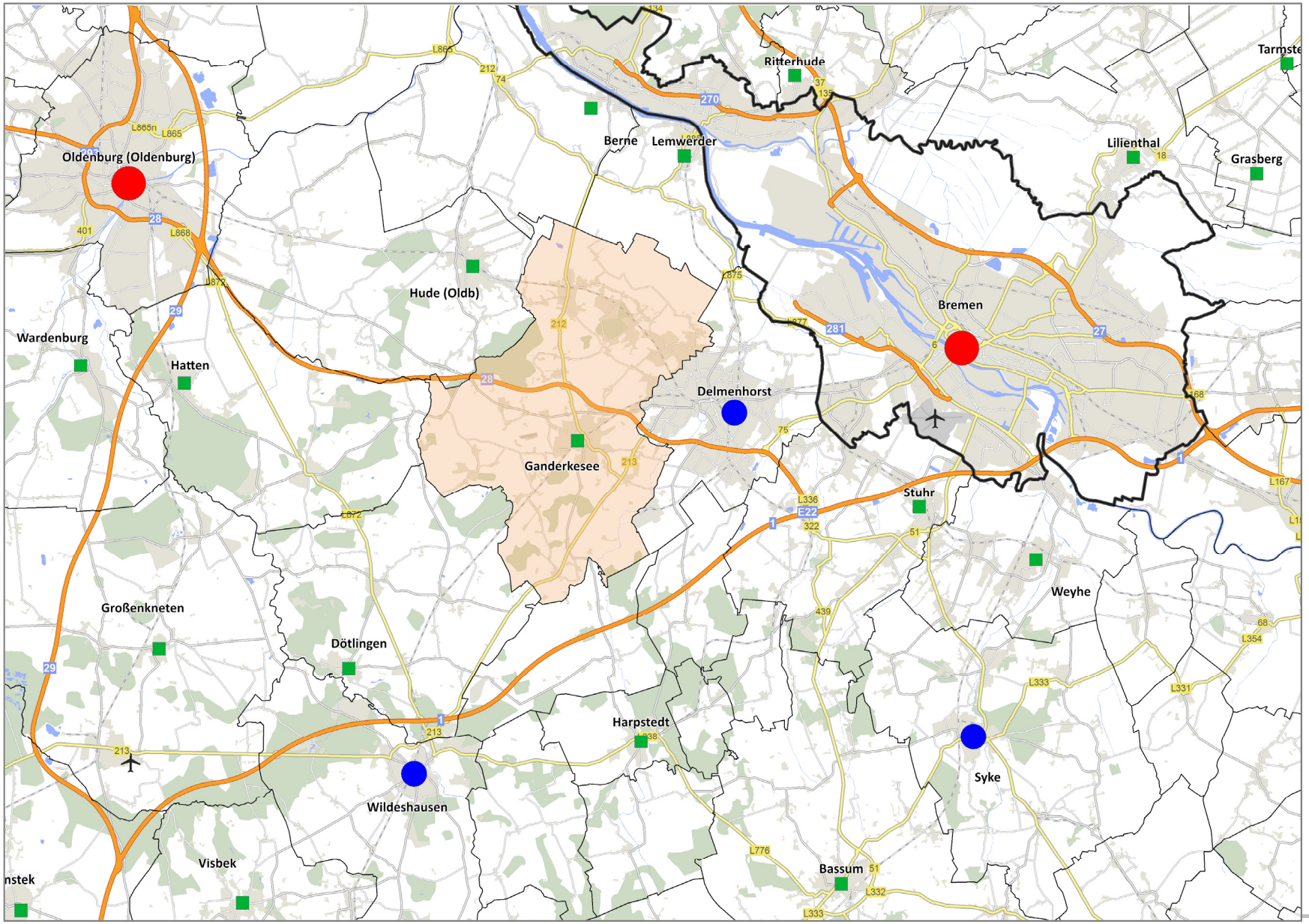
Mit fast 31.000 Einwohnern ist Ganderkesee die größte Gemeinde im Landkreis Oldenburg. Bezeichnend für die Gemeinde war eine deutliche Zunahme um über 500 Einwohner (2012 – 2015), wobei diese Zunahme (relativ) in etwa auf dem Niveau der benachbarten Grundzentren Dötlingen und Hatten lag. Unter den Grundzentren im Landkreis Oldenburg verzeichnete Großenkneten die höchste relative Einwohnerzunahme. Hingegen zeigte sich in den benachbarten Grundzentren der Wesermarsch Lemwerder und Berne eine stagnative Tendenz.

Das Einwohnerwachstum in Ganderkesee resultierte aus Wanderungsgewinnen, während die natürliche Bevölkerungsbilanz negativ ausfiel. Im Zeitraum 2012 bis 2015 zogen insgesamt 6.647 Personen nach Ganderkesee, denen 5.547 Fortzüge gegenüberstanden (Saldo: + 1.073 Personen). Im Vergleichszeitraum wurden 925 Kinder geboren, während 1.386 Sterbefälle zu verzeichnen waren (Saldo: - 461 Personen).

8 Das regionale Raumordnungsprogramm für den Landkreis Oldenburg wird momentan neu aufgestellt.

9 Die Ober-/ Mittelzentren werden im Landesraumordnungsprogramm und Grundzentren in regionalen Raumordnungsprogramm zugeordnet.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum

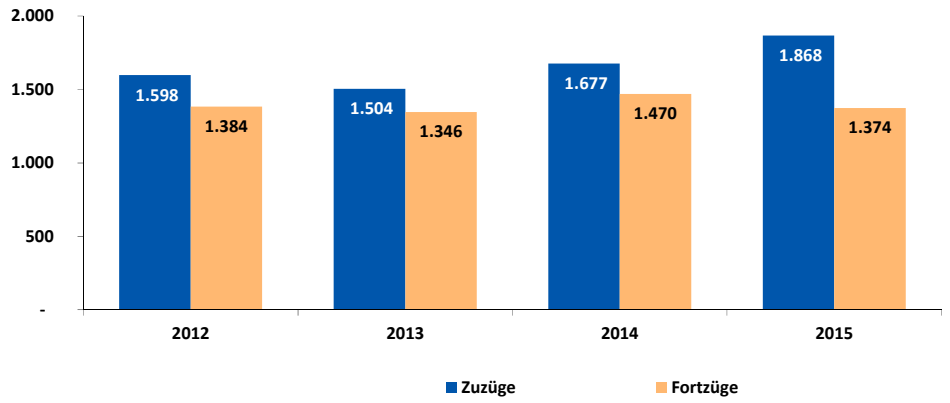
erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung der Gemeinde Ganderkesee im Vergleich

Daten	Einwohner (31.12.)		Veränderung 12 / 15	
	2012	2015	abs.	in %
Dötlingen	6.090	6.212	+ 122	+ 2,0
Ganderkesee	**30.412**	**30.943**	**+ 531**	**+ 1,7**
Großenkneten	14.106	15.208	+1.102	+ 7,8
Hatten	13.648	13.986	+ 338	+ 2,5
Hude (Oldb.)	15.853	16.166	+ 313	+ 2,0
Wardenburg	15.545	15.804	+ 259	+ 1,7
Wildeshausen	18.866	19.390	+ 524	+ 2,8
SG Harpstedt	10. 893	10.899	+ 6	+ 0,1
LK Oldenburg	**125.413**	**128.608**	**+ 3.195**	**+ 2,5**
Delmenhorst	73.588	76.323	+ 2.735	+ 3,7
Lemwerder	6.920	6.940	+ 20	+ 0,3
Berne	6.858	6.896	+ 38	+ 0,6
Niedersachsen	**7.778.995**	**7.926.599**	**147.604**	**+ 1,9**

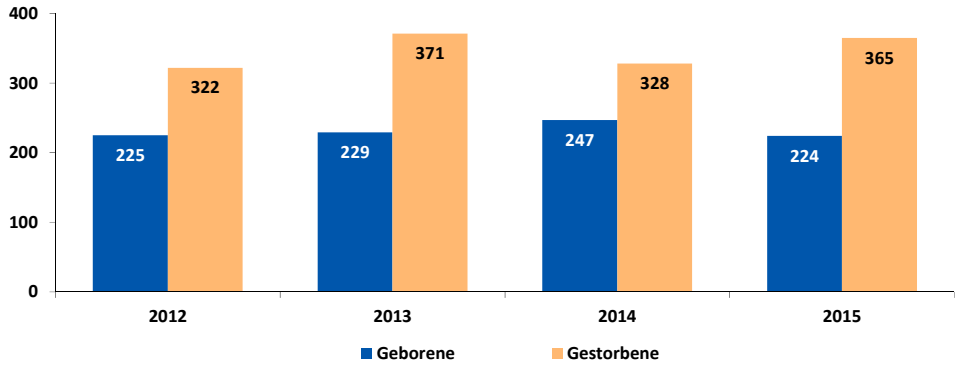
Quelle: LSN online

Abbildung 5: Wanderungsbilanz in Ganderkesee 2012 – 2015



Quelle: LSN

Abbildung 6: Natürliche Bevölkerungsentwicklung in Ganderkesee 2012 – 2015



Quelle: LSN

Perspektivisch dürfte ebenfalls mit Wanderungsgewinnen zu rechnen sein, da kurzfristig eine Reihe an Baumöglichkeiten für etwa 250 – 300 Wohneinheiten vorgesehen sind. Bei einer durchschnittlichen Belegung von ca. 2,5 Personen / Wohneinheit leitet sich ein Potenzial von ca. 600 Einwohner ab. Die Planungen beziehen sich auf folgende Gebiete:

- Bookholzberg, südlich Nutzhorner Straße: ca. 80 – 100 WE[10], ca. 2018 Baubeginn
- Elmeloh, Agnes-Miegel-Straße: ca. 15 WE, ca. 2017 Baubeginn
- Bockhorn, westlich Brüninger Weg: ca. 35 WE, ca. 2018 Baubeginn
- Ganderkesee, südlich Oldenburger Straße: ca. 90 – 100 WE, ca. 2018 / 2019 Baubeginn
- Ganderkesee, nördlich Bergedorfer Straße: ca. 80 – 100 WE, ca. 2017 Baubeginn

Entsprechend der Verteilung der 25 Ortsteile ist für die Gemeinde eine Aufteilung in die Teilräume Ganderkesee, Bookholzberg und Heide mit unterschiedlichen Nachfrageverflechtungen im Einzelhandel bezeichnend. Nach dem aktuellen Entwurf des Landesraumordnungsprogramms (LROP) wird der Verflechtungsbereich für ein Grundzentrum als sog. „Kongruenzraum“ bezeichnet, so dass ein Kongruenzraum für die Grundzentren Ganderkesee und Bookholzberg abzugrenzen ist. Diese Abgrenzungen orientieren sich an den Ergebnissen der Wohnorterhebung vor den Lebensmittelmärkten. Differenziert nach diesen Räumen verteilen sich die Einwohner wie folgt:

- Kongruenzraum Ganderkesee: ca. 14.570 Einwohner
- Kongruenzraum Bookholzberg: ca. 8.580 Einwohner
- Bereich Heide: ca. 8.270 Einwohner[11].

Innerhalb der einzelnen Teilräume verlief die Einwohnerentwicklung unterschiedlich. Im Kongruenzraum Ganderkesee konzentriert sich die Zunahme auf Ganderkesee und auf Almsloh (Gebiet Urneburger Straße)

Tabelle 4: Einwohnerentwicklung im Kongruenzraum Ganderkesee

	Einwohner (31.12)		Veränderung 12 / 15	
Daten	**2012**	**2015**	**abs.**	**in %**
Ganderkesee I+II	9.013	9.238	225	2,5
Almsloh	688	748	60	8,7
Bergedorf	408	401	-7	-1,7
Bookhorn	1.059	1.064	5	0,5
Bürstel	330	351	21	6,4

10 WE = Wohneinheiten.

11 Quelle: Gemeinde Ganderkesee, nur Hauptwohnsitze.

Fortsetzung der Tabelle 4

Daten	Einwohner (31.12)		Veränderung 12 / 15	
	2012	2015	abs.	in %
Falkenburg / Habbrügge	841	875	34	4,0
Havekost	164	160	-4	-2,4
Hengsterholz	270	268	-2	-0,7
Holzkamp	122	114	-8	-6,6
Hoyerswege	354	379	25	7,1
Immer	385	397	12	3,1
Schlutter	266	264	-2	-0,8
Steinkimmen	304	314	10	3,3
Kongruenzraum Ganderkesee	**14.204**	**14.573**	**369**	**2,6**

Quelle: Gemeinde Ganderkesee, nur Hauptwohnungen

Im Kongruenzraum des Grundzentrums Bookholzberg verbuchte Bookholzberg selbst eine Einwohnerzunahme, während die kleineren Ortsteile Einwohner verloren.

Tabelle 5: Einwohnerentwicklung im Kongruenzraum Bookholzberg

Daten	Einwohner (31.12)		Veränderung 12 / 15	
	2012	2015	abs.	in %
Bookholzberg I+II	4.996	5.048	52	1,0
Gruppenbühren I+II	448	450	2	0,4
Hohenböken	330	325	-5	-1,5
Neuenlande	475	467	-8	-1,7
Rethorn	1.262	1.226	-36	-2,9
Stenum	1.074	1.061	-13	-1,2
Kongruenzraum Bookholzberg	**8.585**	**8.577**	**-8**	**-0,1**

Quelle: Gemeinde Ganderkesee, nur Hauptwohnungen

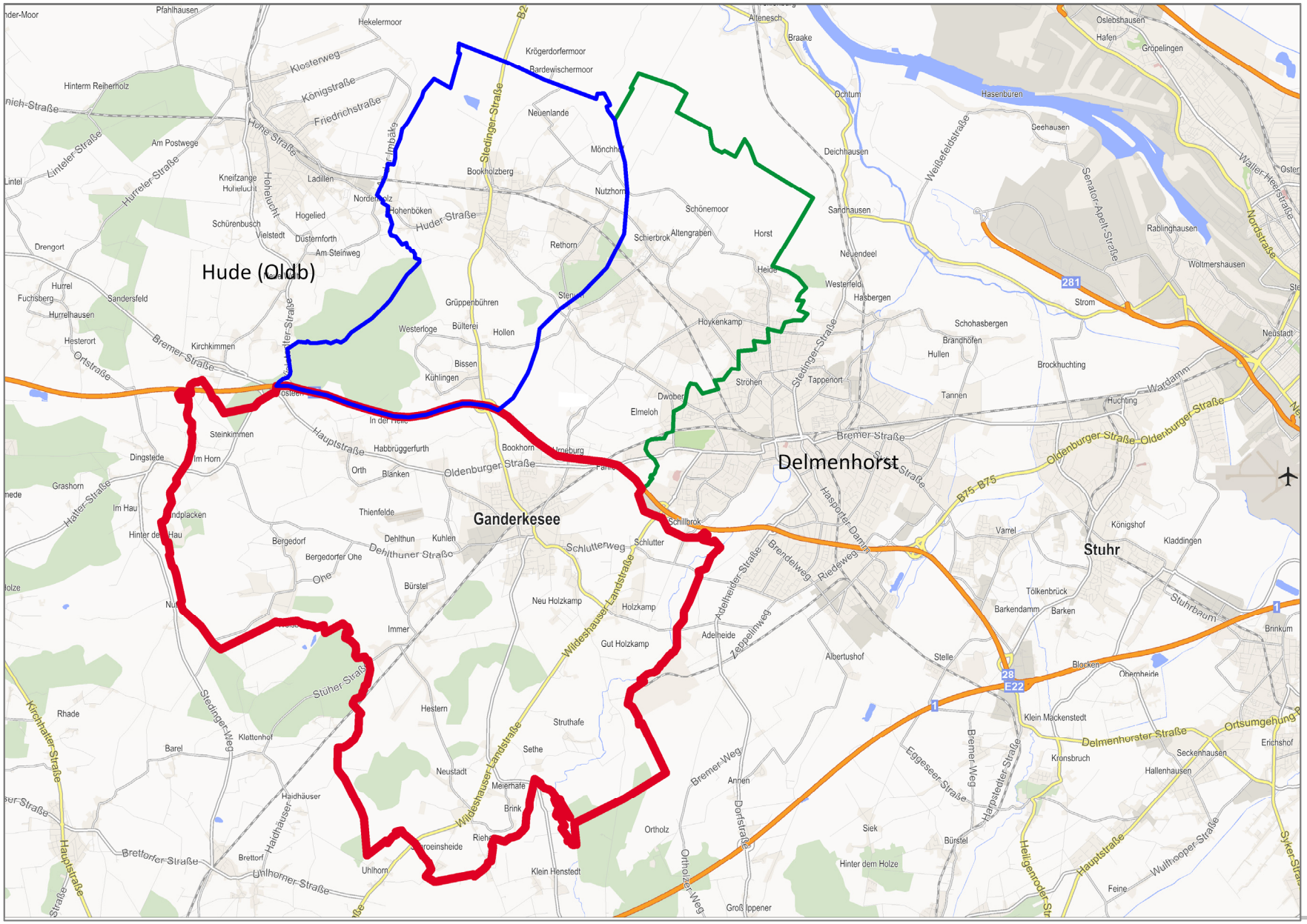
Im Bereich um den Ortsteil Heide nahm die Einwohnerzahl wiederum um ca. 150 Personen zu, wovon die Hälfte in etwa auf den Ortsteil Hoykenkamp entfiel.

Tabelle 6: Einwohnerentwicklung im Raum Heide / Schierbrok

Daten	Einwohner (31.12)		Veränderung 12 / 15	
	2012	2015	abs.	in %
Heide I+I	3.663	3.674	11	0,3
Hoykenkamp	1.087	1.166	79	7,3
Elmeloh I+II	1.399	1.417	18	1,3
Schierbrok / Schönemoor	1.963	2.009	46	2,3
Raum Heide / Schierbrok	**8.112**	**8.266**	**154**	**1,9**

Quelle: Gemeinde Ganderkesee, nur Hauptwohnungen

Karte 2: Kongruenzräume innerhalb der Gemeinde Ganderkesee



Legende

- Kongruenzraum Ganderkesee
- Kongruenzraum Bookholzberg
- Raum Heide / Schierbrok

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

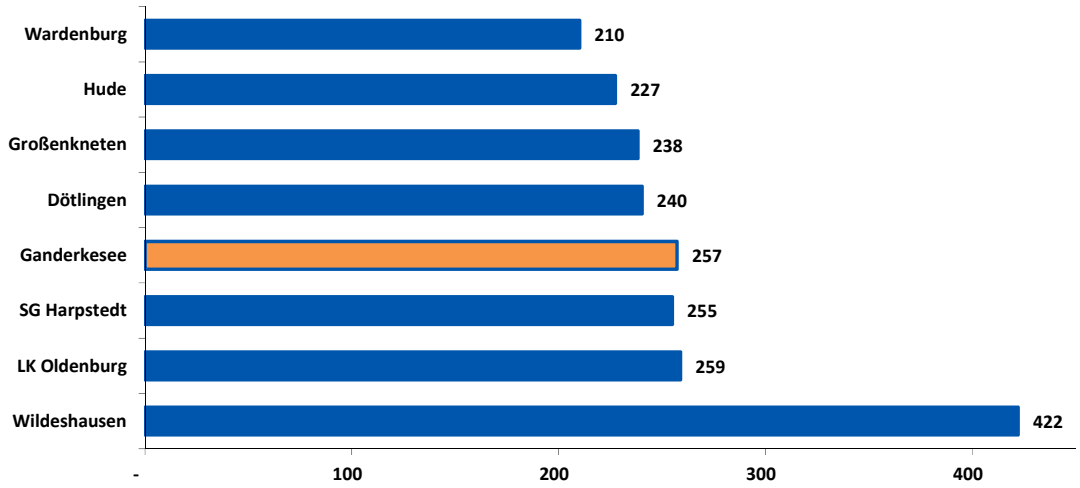
In 2015 waren in Ganderkesee **7.961 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte**[12] am Arbeitsort registriert. In Relation zur Einwohnerzahl liegt in der Gemeinde ein Besatz von 257 Beschäftigten / 1.000 Einwohner vor, welcher auf dem Niveau des Landkreises liegt. Das umfangreichste Arbeitsplatzangebot findet sich im Mittelzentrum Wildeshausen mit 422 Beschäftigten / 1.000 Einwohner. Gegenüber dem Jahr 2014 nahm die Beschäftigtenzahl um über 400 Personen zu, was primär mit einer neuen Betriebsansiedlung zusammenhängt. In 2015 pendelten 5.211 Personen in die Gemeinde ein, denen 9.104 Auspendler gegenüberstanden.

Tabelle 7: Ein- / Auspendlersaldo von Ganderkesee im Vergleich

Gemeinde	Einpendler	Auspendler	Saldo
Ganderkesee	5.211	9.104	- 3.893
Großenkneten	2.325	4.976	- 2.651
Hatten	1.468	4.465	- 2.997
Hude	2.183	4.799	- 2.616
Wardenburg	2.160	4.974	- 2.814
Wildeshausen	4.804	4.547	+ 257

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2015, GMA-Darstellung

Abbildung 7: Beschäftigtenbesatz der Gemeinde Ganderkesee im Vergleich



GMA-Darstellung 2016

2. Standortgefüge des Einzelhandels

In Ganderkesee sind folgende Standortlagen im Einzelhandel hervorzuheben:

- In **Ganderkesee** konzentriert sich der Geschäftsbesatz auf die Raiffeisen-, Rathausstraße, Grüppenbührener Straße, unmittelbar angrenzende Teilbereiche der Mühlen-, Wittekindstraße, Bergedorfer Straße sowie den Marktplatz. Neben den Supermärkten famila und Inkoop, dem Aldi-Discounter und den Filialisten Rossmann,

12 Bundesagentur für Arbeit, Stichtag 30. Juni 2015.

KiK, Ernsting´s family sind eine Reihe an inhabergeführten Fachgeschäften, u.a. Schuh Denker, Jeans Scheune, Cactus fashion, Ganter Optik, Blumen Tönjes, Samenhaus Melle, Apotheken und Bäckereien ansässig.

- In **Bookholzberg** reihen sich die Betriebe entlang der Hauptdurchgangsachse Stedinger Straße auf. Frequenzbringer sind der Inkoop-Supermarkt und der Aldi-Discounter, welche einen Verbundstandort bilden. Inhabergeführte Fachgeschäfte sind kaum mehr vertreten (Rose Optik, Hasselberg Elektro / Leuchten, Blumenfee).
- Großflächige Fachmärkte sind in Gewerbegebietslage in Bookhorn (BBM Baumarkt, Osca Möbeldiscount) sowie in der Westtangente (Raiffeisenmarkt) und in Urneburg (Fleur Garden) lokalisiert.

In den weiteren Ortsteilen sind keine zusammenhängenden Einkaufslagen und Einzelhandelsbetriebe, welche eine Versorgungsfunktion für den jeweiligen Ortsteil übernehmen, vorhanden. Größere Einzelhandelsbetriebe (Supermarkt, Discounter) sind in einzelnen Ortsteilen, wie in Heide (Netto-Discounter), in Elmeloh mit dem neu angesiedelte Netto-Discounter sowie in Schierbrok mit dem Edeka Supermarkt lokalisiert.

3. Aktueller Einzelhandelsbestand

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in Ganderkesee 131 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 36.000 m² ansässig.

Tabelle 8: Einzelhandelsbestand der Gemeinde Ganderkesee

Daten	Anzahl	Verkaufsfläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	45	13.590
Gesundheit, Körperpflege	10	1.100
Blumen, zool. Bedarf	9	820
Bücher, Schreib- / Spielwaren	4	430
Bekleidung, Schuhe, Sport	18	4.600
Elektrowaren, Medien, Foto	6	270
Hausrat, Einrichtung, Möbel	11	4.120
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	13	10.310
Optik / Uhren, Schmuck	6	320
Sonstige Sortimente	10	890
Einzelhandel insg.	**131**	**36.050**

GMA-Erhebungen 09 / 2016, die Verkaufsfläche der Betriebe mit mehreren Branchen (Lebensmittelsupermarkt, Discounter, Baumarkt, Drogeriemarkt) wurde mit der Gesamtverkaufsfläche dem jeweiligen Kernsortiment zugeordnet.

Seit der letzten Vollerhebung des Einzelhandels (2009 / 2010) verringerte sich die Zahl der Betriebe von 148 auf 131, was überwiegend auf Aufgaben im kleinteiligen Facheinzelhandel[13] und der 3 Schlecker-Filialen zurückzuführen ist. Dieser Rückgang stellt allerdings keine Besonderheit der Gemeinde Ganderkesee dar, sondern ist vielmehr der allgemeinen Marktentwicklung im Einzelhandel geschuldet. Gegenüber 2010 erhöhte sich die Verkaufsfläche um ca. 3.000 m², was primär aus den Erweiterungen und Neuansiedlungen im Lebensmittelsektor resultiert.

Nach Lagen differenziert, verteilt sich das Einzelhandelsangebot wie folgt:

	Anzahl	**VK in m²**
Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Ganderkesee	58	12.700
Nahversorgungszentrum Ortsmitte Bookholzberg	11	2.650
Integrierte Lagen	47	6.500
Nicht integrierte Lagen (Gewerbegebiet)	15	14.200

4. Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich

Für ein besseres Verständnis der quantitativen Einzelhandelsausstattung in Ganderkesee werden Vergleichsdaten aus bundesweiten Erhebungen der GMA in Gemeinden mit 20.000 – 30.000 Einwohnern herangezogen. Im Vergleich zu anderen Orten ähnlicher Größe ist für Ganderkesee eine geringe Betriebszahl (Betriebe / 1.000 Einwohner) bezeichnend.

	periodischer Bedarf	**aperiodischer Bedarf**	**insgesamt**
Ganderkesee:	2,1	2,2	4,3
Referenzwert:	3,6	9,5	8,1

Die Verkaufsfläche / 1.000 Einwohner fällt in Ganderkesee eher gering aus:

	periodischer Bedarf	**aperiodischer Bedarf**	**insgesamt**
Ganderkesee:	515 m²	650 m²	1.165 m²
Referenzwert:	755 m²	1.255 m²	2.010 m².

Der geringe Geschäftsbesatz in der Gemeinde ist der „Sandwich-Position“ zwischen Oldenburg, Delmenhorst und der Nähe zu Bremen bzw. Stuhr-Brinkum geschuldet. Insbesondere das Facto-

13 U. a. Drogerie Kruse, Brandes Schreib- / Spielwaren, Deichmann, Härtel Eisen- / Haushaltswaren, Gärtnerei Melle, Stöbermarkt.

ry-Outlet-Center in Brinkum wurde in den letzten Jahren sukzessive im Bekleidungssektor ausgebaut, so dass das FOC u. a. von Kaufkraftzuflüssen aus der Gemeinde Ganderkesee profitiert.

5. Ergebnisse der Bürgerbefragung

5.1 Merkmale der Befragten

An der Haushaltsbefragung[14] nahmen 559 Personen teil, davon 398 Personen telefonisch und 161 online. Bezogen auf die Haushalte in der Gemeinde wurden etwa 4 % der Haushalte befragt, was noch als repräsentativ gewertet werden kann. Allerdings zeigen sich deutliche Unterschiede hinsichtlich einzelner Bauerschaften. Während die Beteiligung in Almsloh, Bookholzberg, Ganderkesee, Habbrügge, Hengsterholz, Schlutter und Stenum gut ausfiel, beteiligten sich BürgerInnen aus Steinkimmen, Schönemoor und Grüppenbühren kaum an der Befragung. Die telefonische Befragung spricht aufgrund der rückläufigen Anzahl an Festnetzanschlüssen verstärkt die Generationen über 45 Jahren an. An Onlinebefragungen nehmen aufgrund der Internetaffinität v. a. Jüngere teil. Durch die Kombination beider Befragungsmethoden konnten so alle Altersgruppen in Ganderkesee erreicht werden. Differenziert nach Altersgruppen liegt der Schwerpunkt bei den 46 – 65-Jährigen:

Befragte	**absolut**	**in %**
unter 25 Jahre	25	4,5
26 – 45 Jahre	137	24,5
46 bis 65 Jahre	232	41,4
älter als 65 Jahre	164	29,3

Schwerpunktmäßig wurden BürgerInnen aus Ganderkesee (187) und Bookholzberg (132) befragt. Aus Heide nahmen 50 Personen, aus Schierbrok 22, aus Rethorn 17, aus Stenum 15, aus Hoykenkamp und Elmeloh jeweils 14 sowie aus Bookhorn 13 an der Befragung teil. Aus den übrigen Ortsteilen wurden jeweils weniger als 10 BürgerInnen befragt, aus Schönemoor und Steinkimmen konnten nur Einzelne befragt werden.

Auf die Frage „Seit wann leben Sie in Ganderkesee?“ antworteten 96 % aller Befragten, von denen fast die Hälfte schon immer in der Gemeinde lebt:

	absolut	**in %**
seit den 1940er / 1950er Jahren	7	1,6
seit den 1960er Jahren	17	3,0
seit den 1970er Jahren	40	7,1
seit den 1980er Jahren	49	8,8
seit den 1990er Jahren	59	10,5
seit den 2000er Jahren	62	11,1
seit den 2010er Jahren	45	8,0

[14] Eine Person nahm aus dem Umland an der Befragung teil, diese wurde nicht in die Grundgesamtheit einbezogen, da die Befragung auf die Wohnbevölkerung von Ganderkesee abzielte.

5.2 Räumliche Einkaufsorientierung

Frage: „Wo kaufen Sie folgende Waren am Häufigsten ein?“

Bei dieser Fragestellung wurde zwischen 11 Sortimenten und den Einkaufsorten Ganderkesee (Kernort, Bookholzberg, sonstiges Gemeindegebiet) Bremen, Delmenhorst, Hude und dem Internet / Versandhandel differenziert. Zudem konnte ein weiterer Einkaufsort namentlich genannt werden. Je Branche wurde allerdings nur ein Einkaufsort erfasst. Anhand dieser Frage werden erste Anhaltspunkte für branchenbezogene Stärken / Schwächen des örtlichen Einzelhandels deutlich.

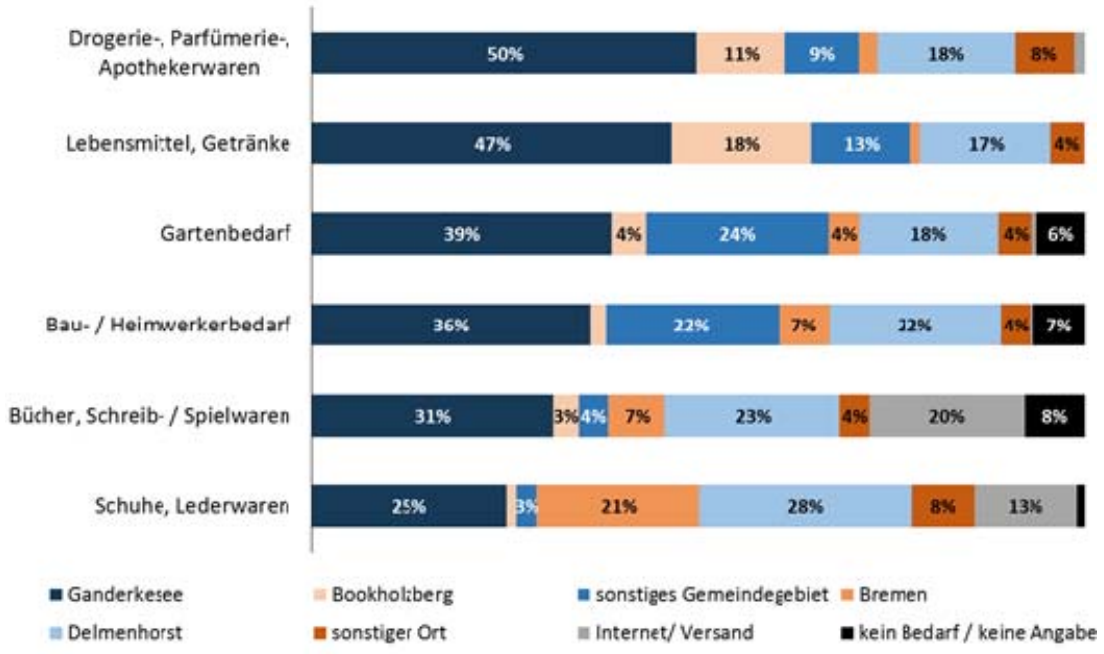
Der Einzelhandel in der Gemeinde Ganderkesee wird am stärksten beim Kauf von Drogerie-, Parfümerie-, Apothekerwaren, Lebensmitteln / Getränken bevorzugt. Hier kaufen ca. 70 % bzw. 78 % schwerpunktmäßig ein. Entsprechend des umfangreichen Angebotes bei Lebensmitteln / Getränken und auch bei Gesundheit / Körperpflege wird Ganderkesee selbst am häufigsten genannt. Auch in den Sortimenten Gartenbedarf bzw. Bau- / Heimwerkerbedarf besteht eine ausgeprägte Ausrichtung auf den ortsansässigen Einzelhandel. Beim Gartenbedarf fällt auf, dass hier nicht nur Ganderkesee selbst, sondern auch übrige Standorte (zusammengefasst im sonstigen Gemeindegebiet) von etwa einem Viertel genannt wurden. Dies hängt mit dem Standort der großflächigen Märkte (BBM und Fleur Garden) zusammen.

Beim Kauf von Büchern, Schreib- / Spielwaren wird der lokale Einzelhandel noch von etwa einem Drittel bevorzugt. Bei diesen Sortimenten ist der hohe Anteil des Internet- bzw. Versandhandels zu berücksichtigen. Hier gibt jeder Fünfte an, schwerpunktmäßig im Netz einzukaufen.[15] Bei Schuhen / Lederwaren ist noch jeder Vierte auf den lokalen Einzelhandel ausgerichtet. Auffällig ist, dass auch hier noch ein geringer Teil Bookholzberg angibt, obwohl das dortige Schuhfachgeschäft schon seit Längerem geschlossen ist. Im Sortiment Bekleidung fällt die Bevorzugung des lokalen Einzelhandels mit etwa 17 % vergleichsweise gering aus. Dies gilt auch für die übrigen abgefragten Branchen, so insbesondere bei Möbeln / Einrichtungsbedarf, hier geben nur noch rd. 4 % Ganderkesee als Haupteinkaufsort an.

Das Mittelzentrum Delmenhorst spielt in nahezu allen Branchen eine große Rolle als Einkaufsort. Dies gilt in besonderem Maße bei Schuhen / Lederwaren, Heimtextilien, Elektrowaren / Medien / Foto und bei Möbeln bzw. Einrichtungsbedarf. Bremen wird v. a. bei den Sortimenten Bekleidung (ca. 30 %) und Schuhe / Lederwaren (ca. 21 %) als bevorzugter Einkaufsort genannt. Im Sortiment Bekleidung fand möglicherweise eine Verwechslung zwischen Brinkum – hier ist im Ochtum-Park ein umfangreiches Angebot an factory outlets vorhanden – und Bremen statt.

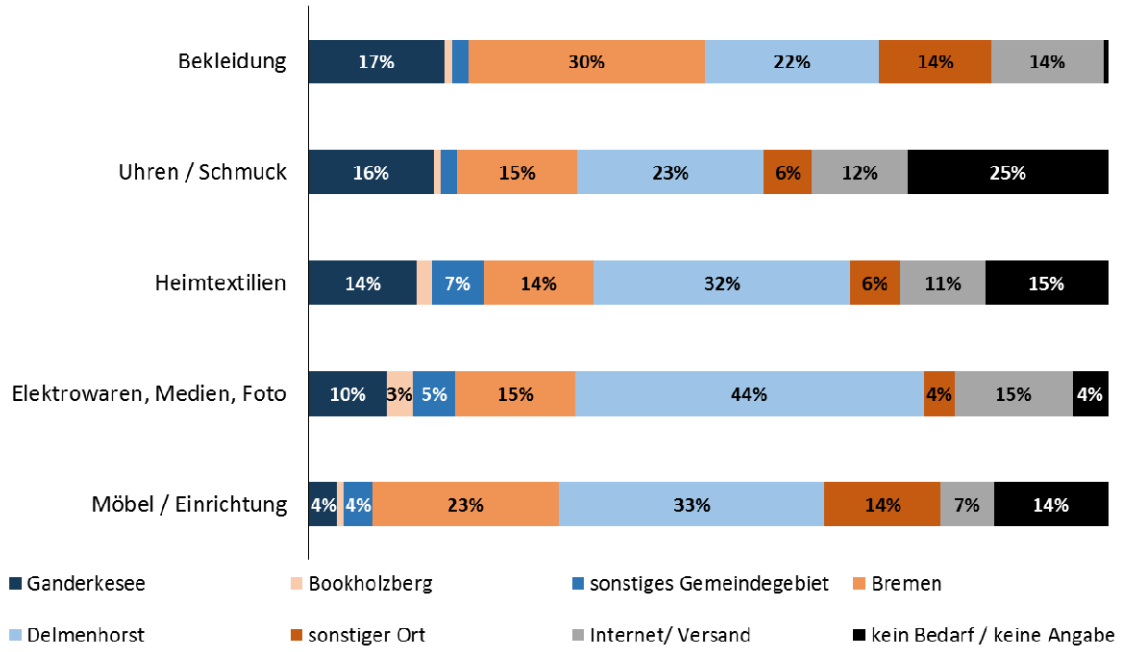
15 Zu beachten ist, dass die Angaben bei Befragungen nicht immer mit dem tatsächlichen Einkauf identisch ist, d. h. eher höherer Internetanteil.

Abbildung 8: Räumliche Einkaufsorientierung (1)



GMA-Befragung 2016

Abbildung 9: Räumliche Einkaufsorientierung (2)



GMA-Befragung 2016

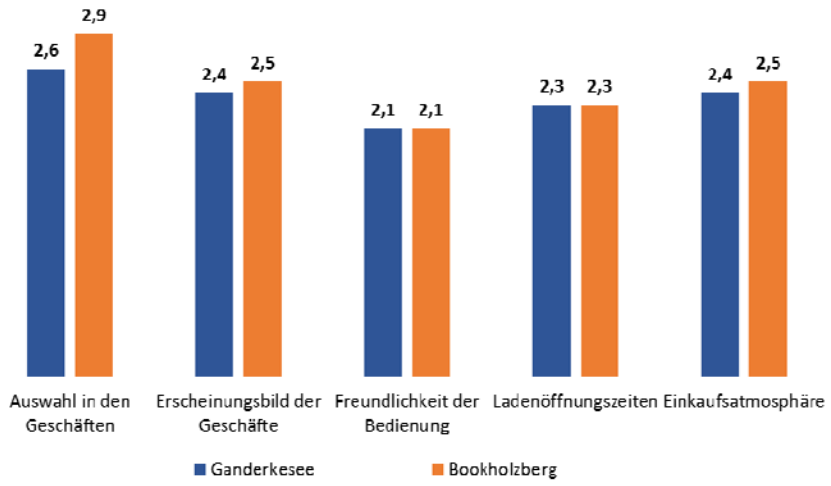
5.3 Bewertung der Geschäfte, der Einkaufsmöglichkeiten und der Ortsgestaltung

Frage: „Wie bewerten Sie die Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten sowie die Ortsgestaltung?“

Bei dieser Fragestellung wurde zwischen der Ortsmitte von Ganderkesee und Bookholzberg unterschieden. Bezogen auf den Einzelhandel sollte die Auswahl und das Erscheinungsbild der Geschäfte, die Freundlichkeit der Bedienung, die Ladenöffnungszeiten und die Einkaufsatmosphäre bewertet werden. Hinsichtlich des öffentlichen Raums standen die Kriterien Sauberkeit / Sicherheit, Übersichtlichkeit / Orientierung, Barrierefreiheit und Möblierung / Begrünung zur Bewertung an. Bewertet wurde nach dem Schulnotensystem.

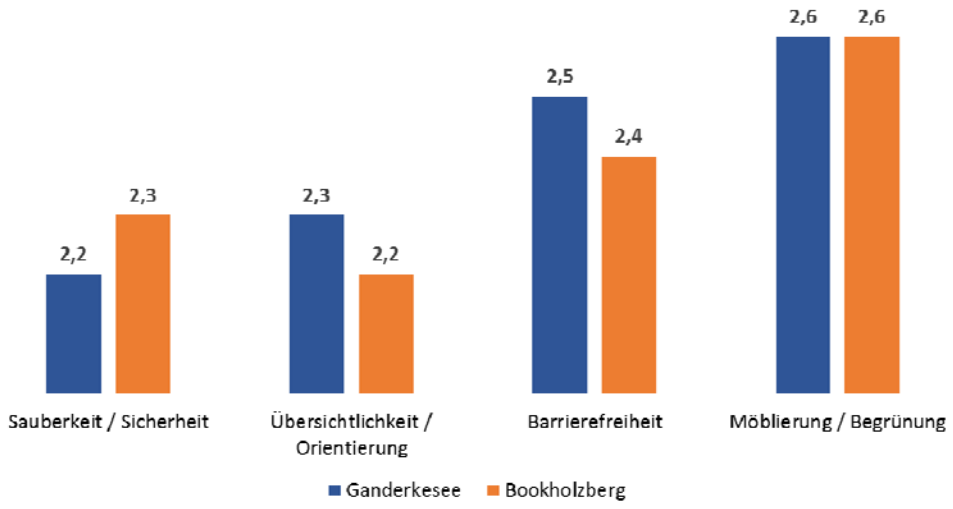
Unter den neun abgefragten Aspekten wurden die Kriterien „Sauberkeit / Sicherheit“ sowie „Übersichtlichkeit / Orientierung“ am besten bewertet. Etwas ungünstiger wurde hingegen die Auswahl in den Geschäften, aber auch die Möblierung / Begrünung beurteilt. Bezogen auf das Angebot in Bookholzberg wird die Auswahl in den Geschäften negativer gesehen. Alle weiteren ausgewählten Aspekte des Einzelhandels in Bookholzberg wurden mit gut bis befriedigend bewertet.

Abbildung 10: Bewertung ausgewählter Aspekte zum Einzelhandel



GMA-Befragung 2016, Bewertung anhand von Schulnoten.

Abbildung 11: Bewertung ausgewählter Aspekte zum öffentlichen Raum



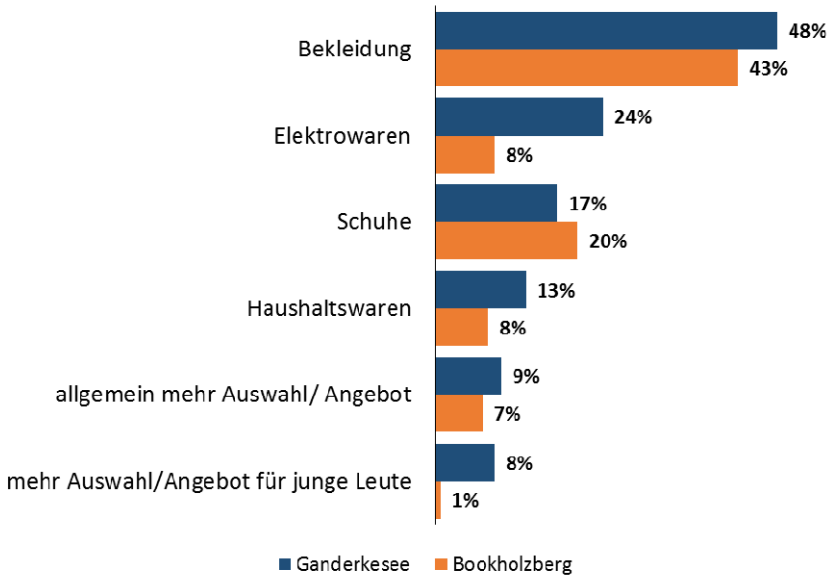
GMA-Befragung 2016, Bewertung anhand von Schulnoten

5.4 Vorschläge zur Verbesserung der Einkaufssituation

Frage: „Gibt es Angebotslücken im Einzelhandelsangebot? Falls ja, was sollte ergänzt werden und an welchen Standorten?“

Hinsichtlich der Standorte wurde wiederum zwischen Ganderkesee, Bookholzberg und weiteren Standorten im Gemeindegebiet unterschieden. Mit rd. 57 % sieht die Mehrheit der Einwohner von Ganderkesee, die diese Frage beantworteten, Ergänzungsbedarf. In der Ortsmitte Ganderkesee wurden v. a. die Branchen Bekleidung, Elektrowaren, Schuhe sowie Haushaltswaren als fehlend angeführt.

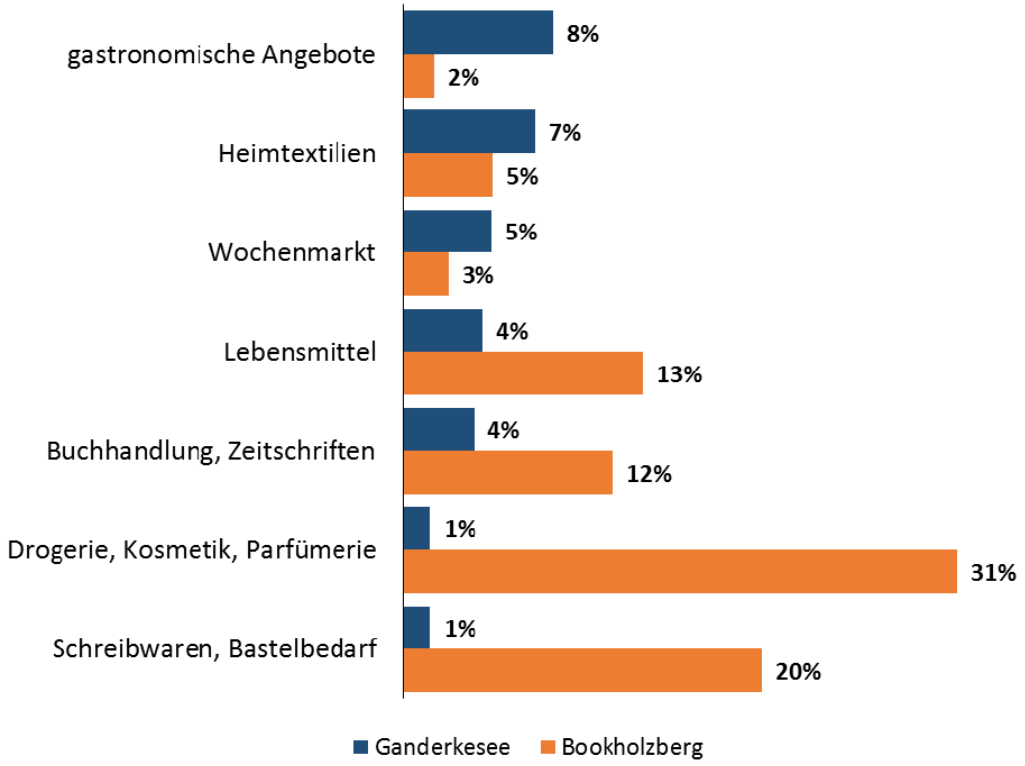
Abbildung 12: Angebotslücken in der Ortsmitte Ganderkesee bzw. in Bookholzberg (a)



GMA-Befragung 2016

Wie auch in anderen GMA-Befragungen wird ein Drogeriemarkt gewünscht, i. d. R. Rossmann, sofern dieser noch nicht ansässig ist. Dies wird auch als Ergänzungsbedarf für die Ortsmitte von Bookholzberg gesehen. Weiterhin werden v. a. Schreibwaren / Bastelbedarf als Ergänzung genannt, was mit der Schließung des Schreibwarengeschäftes zusammenhängen wird.

Abbildung 13: Angebotslücken in der Ortsmitte Ganderkesee bzw. in Bookholzberg (b)



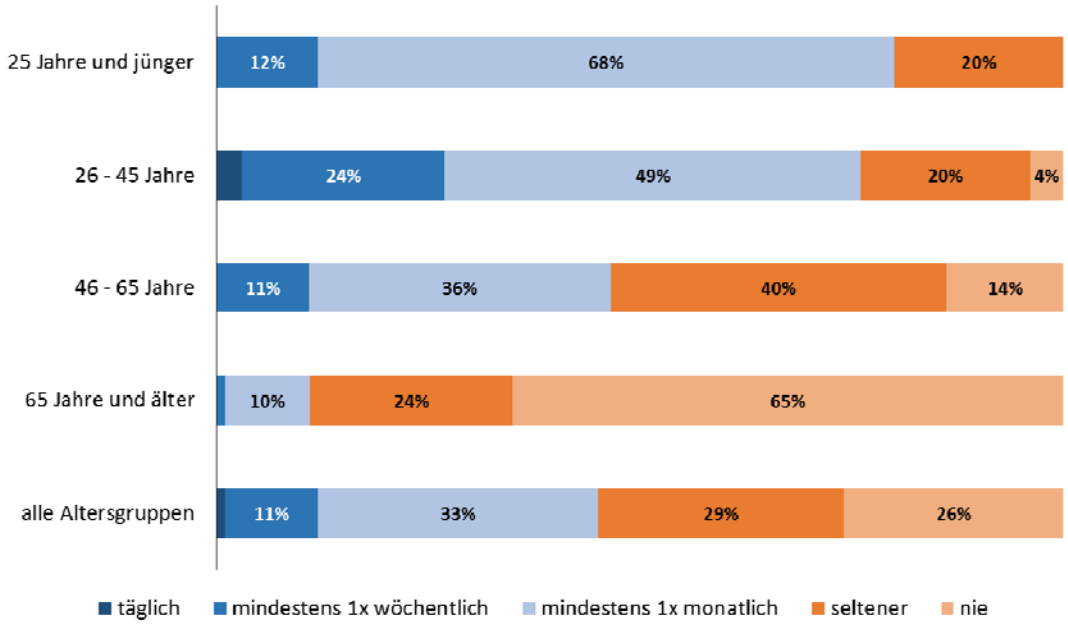
GMA-Befragung 2016

5.5 Online-Einkaufshäufigkeit

Frage: „Wie häufig kaufen Sie online ein?“

Etwa ein Viertel aller Befragten gab an, nie online einzukaufen, während bereits ein Drittel mindestens einmal im Monat und 11 % mindestens einmal wöchentlich online einkauft. Erwartungsgemäß ist die Einkaufshäufigkeit bei den jüngeren Altersgruppen stärker ausgeprägt, so geben rd. zwei Drittel der Altersgruppe 25 Jahre und jünger an, dass sie mindestens einmal im Monat online einkaufen. In dieser Altersgruppe gibt es keinen Befragten, der nie online einkauft. Auch bei den 26 – 45-Jährigen ist der Onlineeinkauf vergleichsweise stark ausgeprägt, während die Affinität mit zunehmendem Alter etwas abnimmt. So sind bei den 65-Jährigen und älter fast zwei Drittel vertreten, die nie online einkaufen.

Abbildung 14: Online-Einkaufshäufigkeit



GMA-Befragung 2016

5.6 Bewertung der Einkaufs- und Servicewegweiser

Frage: „Sind Ihnen die Einkaufs- und Servicewegweiser bekannt? Wenn ja, wie bewerten Sie die Einkaufs- und Servicewegweiser?“

Die Einkaufs- und Service-Wegweiser wurden 2008 im Rahmen der „Quartiersinitiative Niedersachsen“ geplant und 5 davon aufgestellt.

GMA-Aufnahmen 2016

Bei der Bewertung der Einkaufs- und Service-Wegweiser ist eine große Unkenntnis zu verzeichnen. So machten jeweils zu den abgefragten Kriterien über 60 % bzw. 70 % der Befragten aus Bookholzberg, Heide und den weiteren Ortsteilen keine Angabe zu diesen Wegweisern bzw. kannten diese nicht. Insbesondere Befragte aus Heide und den weiteren Ortsteilen äußerten sich kaum hierzu oder nahmen diese bisher überhaupt nicht wahr.

Tabelle 9: Bewertung der Wegweiser

Kriterien	in % der Befragten			
	aus Ganderkesee	**aus Book-holzberg**	**aus Heide**	**aus den sonstigen Ortsteilen**
hilfreich	32	20	16	24
nicht hilfreich	21	7	12	16
k.A. / Servicewegweiser unbekannt	**47**	**73**	**72**	**60**
am richtigen Standort	34	23	14	25
nicht am richtigen Standort	18	4	14	12
k. A. / Servicewegweiser unbekannt	**48**	**73**	**72**	**64**
ansprechend gestaltet	37	21	20	25
nicht ansprechend gestaltet	16	6	8	14
k. A. / Servicewegweiser unbekannt	**47**	**73**	**72**	**61**
übersichtlich	33	21	18	27
unübersichtlich	20	5	10	12
k. A./ Servicewegweiser unbekannt	**47**	**74**	**72**	**62**

GMA-Haushaltsbefragung 2016, n = 559; in % der Befragten; k. A. = keine Angaben

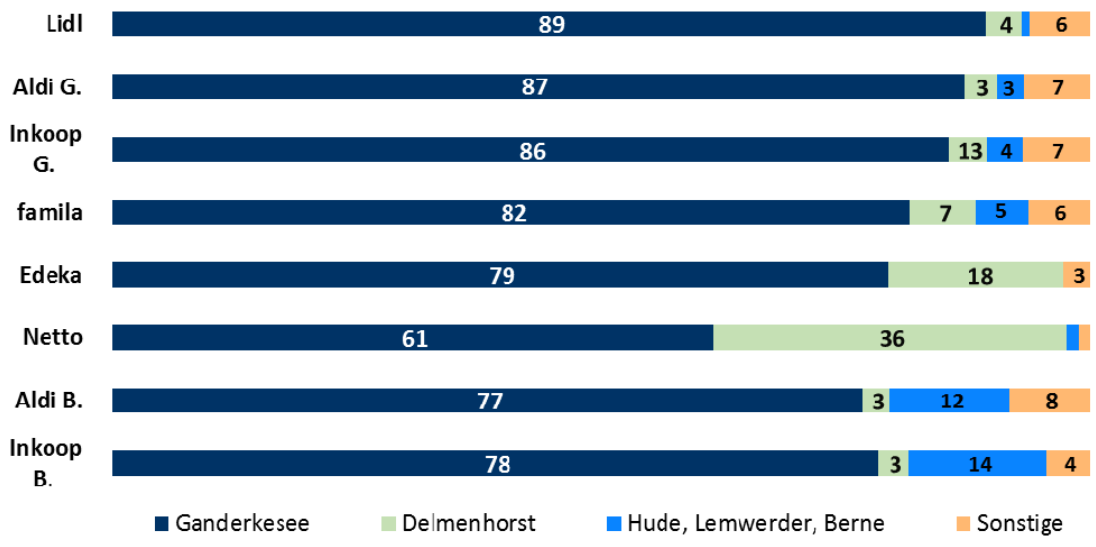
Von den Befragten aus Ganderkesee konnten immerhin über die Hälfte die abgefragten Kriterien bewerten. Dabei überwog jeweils die positive Einschätzung, d. h. die Wegweiser wurden als hilfreich, am richtigen Standort, ansprechend und als übersichtlich bewertet. Vor dem Hintergrund der fehlenden Wahrnehmung der Befragten aus den weiteren Ortsteilen verfehlen diese Wegweiser offenbar das Ziel, potenzielle Kunden über Angebote in der Ortsmitte von Ganderkesee zu informieren.

III. Nachfragesituation

1. Kongruenzraum

Um die beiden Kongruenzräume für das Grundzentrum Ganderkesee und Bookholzberg abgrenzen zu können, erfolgte eine Kundenbefragung vor den Lebensmittelmärkten[16]. Insgesamt gaben 2.033 Kunden ihren Wohnort an. Von den Märkten / Discountern weist die Netto-Filiale in Heide den höchsten auswärtigen Kundenanteil auf, so v.a. viele Kunden aus Delmenhorst. Beim Edeka Supermarkt in Schierbrok kaufen auch viele Kunden aus Delmenhorst ein. Bei Aldi und Inkoop in Bookholzberg sind Kunden aus Hude, Lemwerder und Berne stark vertreten. Bei den Discountern / Supermärkten in Ganderkesee kaufen ebenfalls Kunden aus Delmenhorst, Hude sowie aus der Wesermarsch ein, wenngleich der Anteil im Vergleich zu Aldi und Inkoop in Bookholzberg deutlich geringer ausfällt. Wenig vertreten sind in allen Märkten / Discountern Kunden aus Dötlingen und Hatten. Selbst aus Bremen und Oldenburg waren Kunden zu verzeichnen, was u. a. im Zusammenhang mit Pendlerbewegungen stehen dürfte. Unter der Rubrik „sonstige Orte“ wurden über 30 Kommunen[17] sowie Urlauber zusammengefasst. Im Vergleich zur Kundenwohnorterhebung in anderen Grundzentren bewegt sich dieser sog. Streukundenanteil auf einem durchschnittlichen Niveau.

Abbildung 15: Kundenanteile nach Standorten



GMA-Kundenwohnorterhebung 04 / 2016

16 Von den Kunden des Netto-Markendiscounts in Heide war rd. ein Drittel nicht bereit, ihren Wohnort anzugeben. Insofern fällt hier die Kundenzahl gering aus.

17 U. a. Weyhe, Stuhr, Edewecht, Friesoythe, Rastede, Cloppenburg, Wilhelmshaven, Elsfleth, Bremerhaven, Rotenburg (Wümme), Bassum, Nienburg, Worpswede, Brake, Hamburg, Hannover, Hameln, Münster, Paderborn, Berlin, Kiel.

Tabelle 10: Kundenverteilung im Umland

Wohnort	Ganderkesee				Schierbrok	Heide	Bookholzberg	
	Lidl	Aldi	Inkoop	famila	Edeka	Netto	Aldi	Inkoop
Delmenhorst	10	10	12	20	40	30	6	11
Hude	1	5	8	7	-	1	14	27
Lemwerder	1	2	2	4	-	-	6	8
Berne	-	1	1	5	-	-	7	13
Dötlingen	2	4	-	3	-	-	-	-
Hatten	1	1	-	3	-	-	1	1
Harpstedt	-	1	1	3	-	-	1	-
Wildeshausen	1	1	2	-	-	-	-	-
Bremen	3	5	1	1	1	1	3	4
Oldenburg	-	2	2	1	-	-	1	1
Sonstige Orte	10	6	15	8	5	-	12	9
Summe Auswärtige	**29**	**38**	**44**	**55**	**46**	**32**	**51**	**74**
alle Kunden	**272**	**294**	**304**	**299**	**222**	**83**	**219**	**340**

GMA Kundenwohnorterhebung 08 / 2016

Die Kundenbefragung zeigt, dass mit Ausnahme des Netto-Discounters in Heide, der auswärtige Kundenanteil bei unter 30 % liegt. Berücksichtigt man die Vorgaben der Landesraumordnung in Bezug auf das „Kongruenzgebot“, so soll der überwiegende Anteil des Umsatzes mit der ortsansässigen Bevölkerung erwirtschaftet werden. Das Kongruenzgebot wird eingehalten, wenn über 70 % des Umsatzes mit Kunden aus dem Ort erzielt werden. Im Falle der Lebensmittelmärkte (Ausnahme: Netto in Heide) wird diese Vorgabe erfüllt. Damit wird der grundzentrale Kongruenzraum jeweils nicht überschritten.

Setzt man die Kundenzahl in Relation zur jeweiligen Einwohnerzahl, so ergibt sich die sog. Kundendichte, welche in Ganderkesee, Bookholzberg und Schierbrok am höchsten ausfällt. Die Schwankungen innerhalb der Ortsteile sind sehr unterschiedlich. So kaufen BürgerInnen aus randlich gelegenen Ortsteilen wenig im Lebensmitteleinzelhandel in Ganderkesee, Bookholzberg, Schierbrok oder Heide ein, so z. B. aus Elmeloh, Schönemoor, Steinkimmen.

Tabelle 11: Kundenverteilung innerhalb der Gemeinde Ganderkesee

Wohnort	Ganderkesee				Schierbrok	Heide	Bookholzberg	
	Lidl	Aldi	Inkoop	famila	Edeka	Netto	Aldi	Inkoop
Ganderkesee	175	185	187	179	2	1	5	8
Bookholzberg	12	6	7	21	10	1	125	200
Schierbrok	3	7	3	3	87	2	6	7
Holzkamp	2	-	4	-	1	-	-	-
Immer	7	6	8	3	-	-	-	-
Rethorn	-	2	4	2	16	-	20	30
Falkenburg	7	6	16	5	-	-	1	1
Bergedorf	3	10	3	5	-	-	-	1
Hohenböken	1	-	2	1	-	-	5	6
Schlutter	4	-	4	4	-	-	-	-
Bürstel	6	3	1	4	-	-	-	-
Stenum	1	-	1	2	26	1	2	4
Hengsterholz	1	4	1	2	-	-	-	-
Havekost	-	-	1	3	-	-	-	-
Hoyerswege	5	1	3	-	-	-	-	
Bookhorn	10	8	4	4	-	-	-	-
Grüppenbühren	3	1	1	2	-	-	1	2
Habbrügge	2	1	2	-	-	-	-	-
Heide	-	5	3	3	11	41	2	1
Hoykenkamp	-	2	1	1	12	1	1	1
Almsloh	1	2	3	-	2	-	-	1
Neuenlande	-	-	-	-	1	-	-	4
Elmeloh	-	5	1	-	8	-	-	-
Schönemoor	-	-	-	-	-	4	-	-
Steinkimmen	-	2	-	-	-	-	-	-
Summe Ganderkesee	**243**	**256**	**26-**	**244**	**176**	**51**	**168**	**266**

GMA Kundenwohnorterhebung 08 / 2016

Neben den Ergebnissen der Kundenbefragung wurden die Lage der Ortsteile, die Verkehrsverbindungen, aber auch die Nähe zu Konkurrenzstandorten berücksichtigt. Zum Kongruenzraum Ganderkesee wurden 13 weitere Ortsteile mit insgesamt ca. 14.600 Einwohnern gerechnet. Der Kongruenzraum Bookholzberg bezieht sich auf den Kernort und fünf Ortsteile, insgesamt ca. 8.600 Einwohner. Die weiteren Ortsteile werden mit ca. 8.300 Einwohnern Heide zugeordnet.

2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des örtlichen Einzelhandels

Das Kaufkraftpotenzial wird für den stationären Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Autohandel) berechnet. Die jährliche Pro-Kopf-Ausgabe lag in Deutschland[18] bei ca. 5.570 €, davon entfallen ca. 2.798 € auf den periodischen Bedarf[19]. Neben den Pro-Kopf-Ausgaben ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. MB Research errechnet den

18 Eigene Berechnungen.

19 Bei Apotheken wird lediglich der Kaufkraftanteil der nicht verschreibungspflichtigen Medikamente berücksichtigt.

Kaufkraftindex auf der Grundlage der Steuerstatistik. In Ganderkesee lag im Jahr 2016 mit 102,4 ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau vor.

Entsprechend des Kaufkraftniveaus wurde der durchschnittliche Ausgabesatz für den Einzelhandel gewichtet, d. h. in Ganderkesee lag der Ausgabesatz bei € 5.704 p. a. pro Einwohner und damit etwa € 134 über dem Bundesdurchschnitt. Das Kaufkraftvolumen für den gesamten Einzelhandel ist in der Gemeinde Ganderkesee mit ca. 179 Mio. € p. a. zu beziffern.

Tabelle 12: Kaufkraftvolumen in der Gemeinde Ganderkesee 2015

Daten	Kaufkraftvolumen in Mio. €			
	Raum Ganderkesee	Raum Bookholzberg	Raum Heide	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	30,4	17,9	17,2	65,5
Gesundheit. Körperpflege	6,0	3,6	3,4	13,0
Blumen, Tiernahrung	2,1	1,2	1,2	4,5
Schreibwaren, Zeitschriften	3,3	1,9	1,9	7,0
periodischer Bedarf	**41,8**	**24,6**	**23,7**	**90,0**
Bücher, Spielwaren	0,6	0,4	0,4	1,4
Bekleidung, Schuhe, Sport	10,4	6,1	5,9	22,4
Elektrowaren, Medien, Foto	8,0	4,7	4,5	17,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	9,0	5,3	5,1	19,5
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	7,4	4,3	4,2	15,9
Optik / Uhren, Schmuck	1,7	1,0	1,0	3,8
Sonstige Sortimente	4,2	2,5	2,4	9,0
aperiodischer Bedarf	**41,4**	**24,3**	**23,5**	**89,2**
Summe	**83,1**	**48,9**	**47,1**	**179,2**

GMA-Berechnungen 04 / 2016

3. Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbindung

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung einer Gemeinde sowie für deren Entwicklungspotenzial dient die Zentralitätskennziffer. Diese lässt sich durch eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz in Ganderkesee errechnen. Dabei deuten Zentralitätswerte über 100 % eine hohe Kaufkraftbindung und Umsatzzuflüsse aus dem Umland an.

Im **periodischen Bedarf** steht in der Gemeinde Ganderkesee ein Kaufkraftvolumen von ca. 90 Mio. € zur Verfügung. Der Umsatz in den Betrieben, welche diese Sortimente anbieten, ist mit ca. 65 – 66 Mio. € zu beziffern. Somit leitet sich eine Zentralität von ca. 73 % ab, was für ein Grundzentrum eher gering ausfällt. In diesem Umsatz ist der Umsatz der neuen Netto-Filiale in Elmeloh noch nicht berücksichtigt, da diese erst Ende Oktober 2015 eröffnete. Durch diese neue Filiale wird sich die Zentralität leicht erhöhen. Grundzentren mit einem sehr umfangrei-

chen Einzelhandelsangebot weisen Zentralitäten von über 80 % auf. Insofern zeigt sich noch Ausbaupotenzial, welches für bestehende Betriebe genutzt werden sollte.

Im **aperiodischen Bedarf** steht ein Kaufkraftvolumen von ca. 89 Mio. € zur Verfügung. Der Umsatz beläuft sich auf ca. 34 – 35 Mio. €, sodass die Zentralität bei ca. 39 % liegt. Für den **gesamten Einzelhandel** liegt die Zentralität in Ganderkesee bei rd. 56 %. Dieser Wert bewegt sich für ein Grundzentrum mit über 30.000 Einwohnern auf einem eher geringen Niveau, was der Lage bzw. Nähe zu Konkurrenzstandorten und der spezifischen Siedlungsstruktur geschuldet ist.

Tabelle 13: Einzelhandelsrelevante Zentralität des Einzelhandels von Ganderkesee

Daten	Kaufkraft Mio. €	Umsatz Mio. €	Zentralität in %
Nahrung- und Genussmittel	65,5	51 - 52	79
Drogerie- / Apothekerwaren	13,0	8 - 9	63
Blumen / Tiernahrung	4,5	3 - 4	72
Schreibwaren, Zeitschriften	7,0	2 - 3	35
periodischer Bedarf	**90,0**	**65 - 66**	**73**
übrige Branchen*	89,2	34 - 35	39
Einzelhandel gesamt	**179,2**	**99 - 100**	**56**

GMA-Berechnungen 06 / 2016, beim Umsatz handelt es sich um ca.-Werte.

Von der Kaufkraft wird im gesamten Einzelhandel etwa 48 % oder ca. 86 Mio. € gebunden, d. h. über 90 Mio. € fließen insbesondere nach Delmenhorst, Brinkum, Bremen und Oldenburg ab. Die höchsten Kaufkraftabflüsse zeigen sich in den Branchen Bekleidung, Schuhe, Sportbekleidung, Elektrowaren und im Bau- und Heimwerker- / Gartenbedarf mit Abflüssen von jeweils rd. 14 – 15 Mio. €. Insofern ist hier das umfangreichste Ausbaupotenzial rein rechnerisch gegeben.

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens in Ganderkesee bis zum Prognosehorizont 2020 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von künftigen Entwicklungen des Verbraucherverhaltens, z. B. Online-Einkäufe sowie den soziodemografischen Faktoren abhängig. Das Geburtendefizit in der Gemeinde der letzten Jahre konnte durch Wanderungsgewinne kompensiert werden. Von diesen Wanderungsgewinnen dürfte die Gemeinde auch in den nächsten Jahren noch profitieren, zumal etliche neue Wohngebiete derzeit kurzfristig realisiert werden. Hingegen ist ein Geburtenüberschuss nicht zu erwarten. Für den Prognosezeitraum gehen wir entsprechend den Wohneinheiten in Neubaugebieten von ca. 32.000 Einwohner (+ ca. 600 Einwohner) aus. Neben dem Plus an Einwohnern bedingt eine leichte Steigerung der bundesweiten Pro-Kopf-Ausgabe von ca. € 5.570 p. a. auf € 5.680 p. a. eine Zunahme des Kaufkraftvolumens:

Kaufkraftvolumen in Mio. €	2015	2020	Saldo
insgesamt	179,2	186,1	+ 6,9
davon periodischer Bedarf	90,0	93,9	+ 3,9.

2. Bewertung und branchenbezogene Potenziale des Einzelhandels

2.1 Quartiersnahe Versorgungsstruktur

Für ein hinsichtlich der Größe des Ortes angemessenes Grundversorgungsangebot[20] sind eine Reihe verschiedener Faktoren, wie z. B. die Größe der Betriebe, Sortimentszusammensetzung, räumliche Verteilung der Betriebe im Gemeindegebiet, Verhältnis der Betriebstypen zueinander, entscheidend. Dabei wird die Angebotsstruktur und -qualität insbesondere durch großflächige[21] Supermärkte bzw. Lebensmitteldiscounter geprägt. Wichtig ist mit Blick auf die quartiersnahe Versorgung deren räumliche Verteilung innerhalb des Ortes.

Zur Bewertung der quartiersnahen Versorgungsstruktur wurde um die Standorte der Supermärkte und Discounter jeweils ein Radius von 1.000 m angesetzt, welcher einer fußläufigen Entfernung von etwa zehn Gehminuten entspricht. Es soll aufgezeigt werden, wie viele Einwohner in kurzer Distanz zu einem Lebensmittelmarkt wohnen und damit „theoretisch“ zum Lebensmittelmarkt zu Fuß gehen könnten.

20 Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- / Parfümerie- / Apothekerwaren, Schreibwaren, Zeitschriften / Zeitungen, Blumen, Tiernahrung.

21 Ab einer Verkaufsfläche von 800 m².

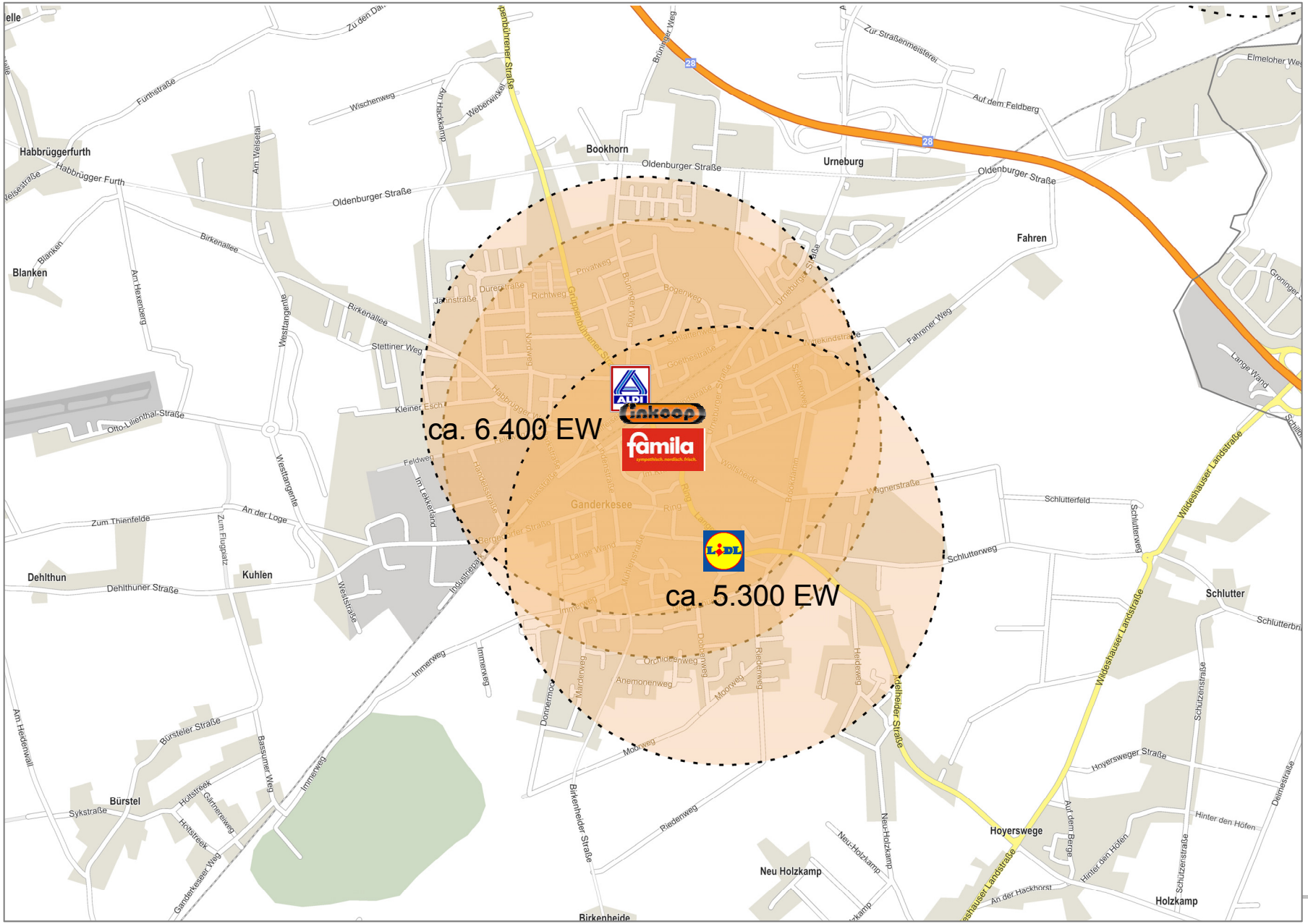
Dieser Radius ist nicht identisch mit dem tatsächlichen Einzugsgebiet eines Lebensmittelmarktes. Das Einzugsgebiet eines großflächigen Lebensmittelmarktes geht über diese fußläufigen Radien i. d. R. deutlich hinaus, was die Ergebnisse der Kundenwohnortbefragungen der Supermärkte und Discounter zeigt. Grundsätzlich ist es aufgrund der spezifischen Standortanforderungen der Betreiber von Supermärkten und Lebensmitteldiscounter kaum möglich, die jeweiligen Betriebe mitten in Wohngebieten zu entwickeln. Die Betreiber bevorzugen in ländlichen Gemeinden Standorte ausschließlich an Hauptverkehrsachsen, so dass eine gute Pkw-Erreichbarkeit gewährleistet wird. Dies zeigt auch die Neuansiedlung der Netto-Filiale in der Elmeloher Straße.

Im Ortsteil Ganderkesee liegen fast alle Wohnquartiere mit Ausnahme eines kleinen Bereichs der Wohnquartiere entlang der Urneburger Straße sowie der Birkenallee in diesem fußläufigen Radius. Bedingt durch die Standortnähe von famila und Inkoop / Aldi sind bei diesen drei Betrieben fast identische fußläufige Radien mit ca. 6.400 Einwohnern vorhanden. Bezogen auf die Einwohnerzahl von Ganderkesee (ca. 9.240 Einwohnern) werden bereits fast 70 % aller Einwohner erreicht. Im 1.000 m-Radius um den Lidl Discounter leben ca. 5.300 Einwohner, was etwa 57 % aller Einwohner von Ganderkesee entspricht. Sämtliche geplante Neubaugebiete in Ganderkesee werden ebenfalls in kurzer Distanz zu einem Lebensmittelmarkt liegen. Optimierungsbedarf besteht folglich nicht mehr.

In Bookholzberg versorgen Aldi und Inkoop etwa 4.100 Einwohner im 1.000 m-Radius. Bezogen auf die ca. 5.050 Einwohner von Bookholzberg müssen damit über 80 % der Einwohner nur bis zu 1.000 m aufwenden, um zum nächsten Lebensmittelmarkt zu gelangen. Selbst die Wohnquartiere zwischen der Nutzhorner Straße und der Stedinger Straße liegen z.T. noch innerhalb des 1.000 m-Radius. Auch das geplante Neubaugebiet „Südlich Nutzhorner Straße“ wird in großen Teilen noch innerhalb des 1.000 m-Radius liegen.

Im Kerneinzugsgebiet (1.000 m-Radius) des Edeka Marktes in Schierbrok leben ca. 2.400 Einwohner. Es umfasst Schierbrok, große Teile von Schönemoor und Teile von Stenum. Bezogen auf die Einwohner von Schierbrok und Schönemoor (ca. 2.000 Einwohner) leben quasi alle in diesem fußläufigen Radius.

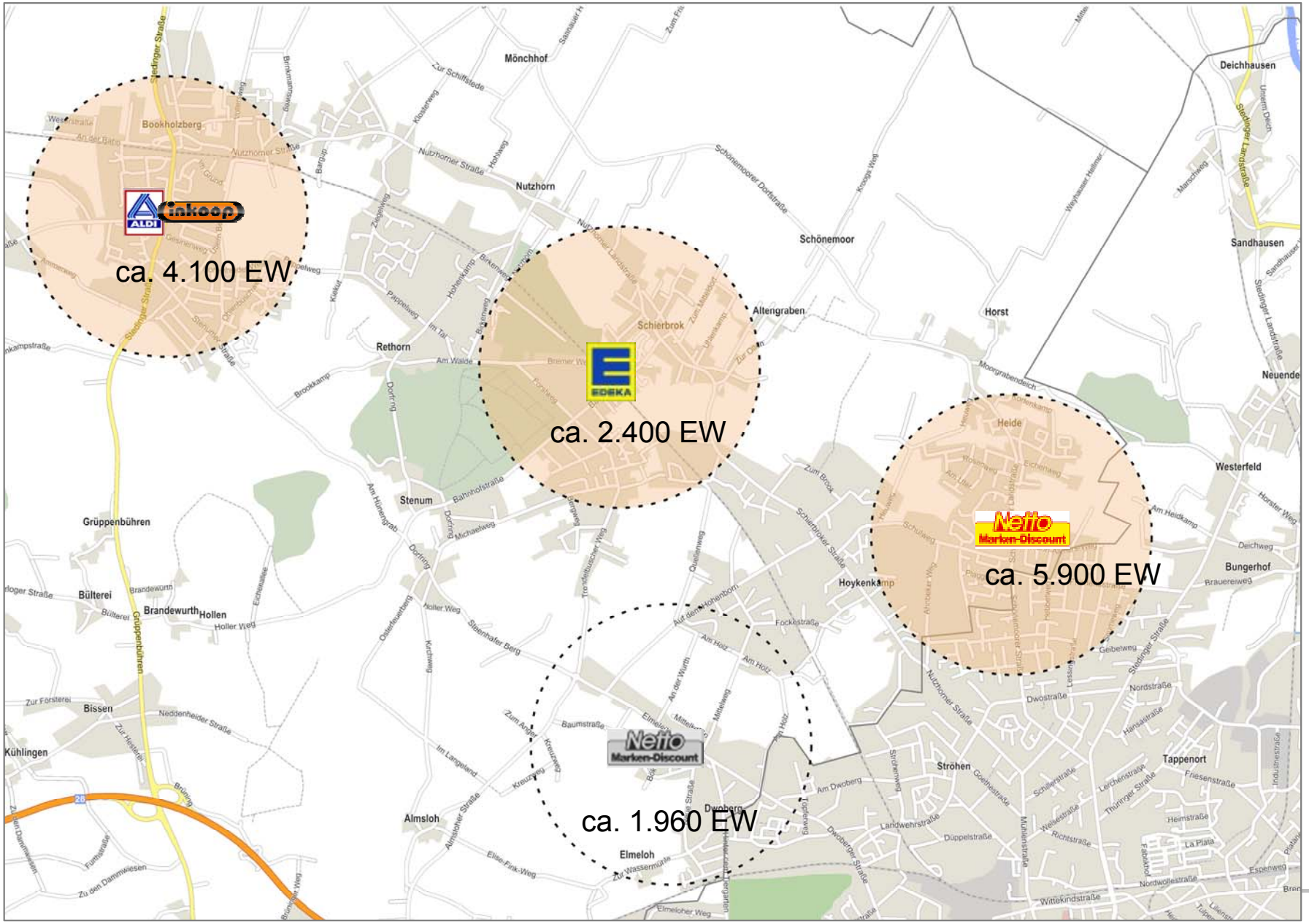
Karte 3 : Nahversorgungssituation in Ganderkesee



1.000-m-Radius

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

Karte 4 : Nahversorgungssituation in Bookholzberg, Schierbrok, Heide und Elmeloh



1.000-m-Radius

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

Im 1.000 m-Radius um den Netto Discounter in Heide leben ca. 5.900 Einwohner, wovon große Teile zum Delmenhorster Stadtgebiet zählen. In Heide leben knapp 3.700 Einwohner, d. h. diese Netto-Filiale ist damit optimal innerhalb des Siedlungsgebietes von Heide platziert.

Das Kerneinzugsgebiet des neuen Netto Discounters in der Elmeloher Straße bezieht sich auf knapp 2.000 Einwohner, welche für die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Netto Discounters alleine nicht ausreichend sind. Bedingt durch die Nähe zu Delmenhorst werden Teilbereiche des Delmenhorster Stadtgebietes durch diese Filiale mit versorgt. Das neu geplante Wohngebiet in Elmeloh, Agnes-Miegel-Straße, wird ebenfalls innerhalb des 1.000 m-Radius des neuen Netto Discounters liegen.

Die größte räumliche Versorgungslücke besteht in Rethorn, wobei kaum Chancen zu deren Schließung etwa durch einen Lebensmittelmarkt gegeben sind, d.h. bei rd. 1.230 Einwohnern ist selbst ein kleiner Supermarkt (unter 800 m² Verkaufsfläche) oder ein Discounter wirtschaftlich nicht tragfähig. Selbst für eine Bäckerei werden über 2.500 Einwohner im Kerneinzugsgebiet benötigt.

2.2 Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Für die unterschiedlichen Branchen ergeben sich folgende Entwicklungspotenziale:

- Bei **Nahrungs- und Genussmitteln** sind die Betriebstypen Supermarkt bzw. SB-Warenhaus und Lebensmitteldiscounter angebotsprägend. Ein Bedarf für Neuansiedlungen dieser Betriebstypen besteht nicht mehr.
- Mit den **Discountern** Aldi (2x), Lidl und Netto Markendiscount (2 x) ist ein ausreichendes Angebot vorhanden, auch wenn vereinzelt Optimierungsbedarf besteht. So liegt die Verkaufsfläche von Aldi in Bookholzberg mit ca. 750 m² deutlich unter den mittlerweile angestrebten Formaten (ca. 1.200 – 1.400 m²) von Aldi Nord. Die Aldi Filiale in Ganderkesee weist hingegen eine Verkaufsfläche von ca. 1.000 m² auf. Mittelfristig dürfte mit einer Erweiterung zu rechnen sein. Lidl ist mit ca. 980 m² VK in der Langen Straße in Ganderkesee vertreten, wobei Lidl Einheiten zwischen ca. 1.300 – 1.500 m² anstrebt, so dass sich mittelfristig Erweiterungsbedarf[22] abzeichnet. Die Verkaufsfläche der Netto-Filiale in Heide fällt mit rd. 700 m² fällt klein aus. Eine Erweiterung auf ein großflächiges Format ist jedoch nicht möglich ist, da diese-Filiale hohe Umsatzanteile mit Kunden aus Delmenhorst aufweist, d.h. das Kongruenzgebot wird nicht eingehalten.
- Nach dem Neubau und der Erweiterung wird **famila** auf einer Verkaufsfläche von ca. 4.200 m² betrieben, davon ca. 850 m² im separaten Getränkemarkt. In dieser Einheit

[22] Seitens der Betreiber von Aldi und von Lidl wurden die Erweiterungsabsichten noch nicht bekundet.

werden weitere Sortimente, z.B. Haushaltswaren, Fahrrad / Zubehör, Autozubehör, Elektrowaren, Spielwaren geführt. Ein Erweiterungsbedarf besteht nicht.

- Mit den **Supermärkten** Inkoop (2 Einheiten) und einem Edeka Markt ist ein angemessenes Angebot vorhanden. Der Edeka Markt weist mit ca. 700 m² (zzgl. Konzessionäre) eine zu geringe Größe auf und wird aktuell am jetzigen Standort auf ca. 1.300 m² erweitert. Wegen der wichtigen Versorgungsfunktion dieses Marktes gerade mit Blick auf die Nähe des Ortsteils Rethorn ist diese Erweiterung dringend erforderlich. Bei Inkoop (Bookholzberg) fällt die Verkaufsfläche (ca. 1.450 m²) kleiner als die in Ganderkesee (ca. 1.650 m²) aus, so dass ggf. eine Erweiterung in Frage kommt.
- Das Angebot bei **Drogerie-, Parfümerie-, Apothekerwaren** verteilt sich auf acht Apotheken, dem Drogeriemarkt Rossmann und Lebensmittelmärkte, welche dieses Sortiment im Randsortiment führen. Berücksichtigt man die Einwohnerzahl (über 31.000 Einwohner), so wäre noch ein Drogeriemarkt vertretbar. Dies wäre für das Grundzentrum Bookholzberg durchaus erstrebenswert, wobei die von den Drogeriemarktbetreibern benötigte Mantelbevölkerung zu beachten ist. So sind für Rossmann über 8.000 Einwohner im Kerneinzugsgebiet notwendig, bei dm über 20.000 Einwohner. Mit knapp 8.600 Einwohner im Kongruenzraum Bookholzberg würde gerade noch die Voraussetzung für einen Rossmann Drogeriemarkt erfüllt werden.
- Im Sortiment **Blumen** ist mit neun Blumengeschäften ein angemessenes Angebot vorhanden. Falls hier Erweiterungen vollzogen werden würden, dürften diese nicht die Schwelle der Großflächigkeit (800 m² VK) überschreiten. Insofern ist eine Steuerung durch ein Einzelhandelskonzept für diese Branche nicht notwendig.
- **Schreibwaren / Bücher** werden in den Lebensmittelmärkten, in drei Fachgeschäften[23] und einer Buchhandlung geführt. Buchhandlungen sind in Grundzentren oftmals angesichts der hohen online-Anteile nicht mehr vertreten, so dass dieses Angebot eine Besonderheit darstellt.
- Das Angebot bei **Bekleidung**[24] ist für die Größe Ganderkesees unterdurchschnittlich ausgeprägt und weist keinen guten Mix an Betriebstypen (u. a. Fachgeschäfte, Fachmärkte) auf. Hier besteht Ergänzungsbedarf, wenngleich kaum mit Ansiedlungen von großflächigen Modehäusern zu rechnen ist. Besonders hervorzuheben ist das Angebot an Kindermoden mit zwei Fachgeschäften und dem bundesweit agierenden Filialisten Ernstings Family.
- Im **Schuhsegment** ist mit Schuh Denker und Schrittmacher ein geringes Angebot vorhanden, so dass sich ein Ergänzungs- und Erweiterungsbedarf, v. a. des Schuhfachgeschäftes abzeichnet.

23 Davon eines in Elmeloh.

24 Einer der größten Anbieter in der Weststraße (ca. 750 m² VK) ist nur noch zeitweise geöffnet.

- In den Branchen **Optik / Akustik** und **Uhren / Schmuck** sind sechs inhabergeführte Fachgeschäfte vorhanden, was für die Größe angemessen ist.
- Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto** bestehen sechs kleinteilige Fachgeschäfte. Diese Branche kann allerdings aufgrund der mittlerweile hohen online-Umsatzanteile nur noch sehr schwer im stationären Einzelhandel ergänzt werden.
- Im Sortiment **Einrichtung / Möbel** ist mit Osca Möbel, zwei Küchenstudios, einem Fachgeschäft für Wasserbetten, verschiedenen Betrieben für Raumgestaltung / Raumausstattung sowie einem Fachgeschäft für Stoffe, Wolle und Matratzen ein umfangreicher Betriebstypenmix vorhanden. Das Möbelsegment ist in Form eines weiteren großflächigen Möbelmarktes angesichts der Nähe zu Delmenhorst und zu Möbel Zurbrüggen nicht ausbaufähig.
- Im **Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf** sind ein Raiffeisenmarkt, zwei großflächige Baumärkte (BBM in der Rudolf-Diesel-Straße, Garms in Hoykenkamp), das Gartencenter Fleur Garden sowie einer Reihe an spezialisierten Fachgeschäften ansässig. Mit Blick auf die hohen Kaufkraftabflüsse in dieser Branche ist durchaus Potenzial für Erweiterungen in Bestandsobjekten gegeben.
- Das Angebot bei **Fahrrädern / Zubehör** fällt mit drei Fahrradfachgeschäften durchschnittlich aus, wobei die jeweiligen Einheiten etwas klein ausfallen.
- Weitere Fachgeschäfte unterschiedlicher Branchen, z. B. für Angelbedarf, Reitsport und Second Hand runden das Angebot ab. Auffallend ist das Fehlen eines Sonderpostenmarktes, welcher üblicherweise in Grundzentren mit dieser hohen Einwohnerzahl vertreten ist. Als Besonderheit für ein Grundzentrum ist das Angebot an Sanitätswaren in einem Fachbetrieb hervorzuheben.

V. Einzelhandelskonzept für Ganderkesee

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels ist ein Einzelhandelskonzept zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte. Dieses berücksichtigt die übergeordneten Ziele der Landesplanung und des Regionalen Raumordnungsprogrammes. Die wesentlichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Ganderkesee werden wie folgt gesehen:

- Stärkung und Sicherung der quartiersnahen Versorgung
- Stärkung der Ortsmitte von Ganderkesee und von Bookholzberg als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort.

Die Stärkung der beiden Ortsmitten als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort setzt die Nutzung der Erdgeschosslagen maßgeblich durch Einzelhandel voraus, da damit das städtebauliche Erscheinungsbild und die Einkaufsatmosphäre verbessert werden kann.

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt:

- Die Erstellung eines sortimentsbezogenen Leitbildes der Stadtentwicklungsplanung, das als Grundlage für die weitere Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben heranzuziehen ist (**= Sortimentskonzept**),
- die Formulierung von räumlichen Prioritäten hinsichtlich der Weiterentwicklung der Flächen des Einzelhandels nach Standorten (**= Standortkonzept**). Mit der Festlegung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO.

Mit dem Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Entwicklung der Gemeinde Ganderkesee geschaffen werden. Es ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die entsprechenden Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt.

2. Sortimentskonzept

Für das **Sortimentskonzept** ist zunächst festzuhalten, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstrukturen heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können. Diese Sortimente werden als **zentrenrelevant** bezeichnet.

Zudem wurde innerhalb der zentrenrelevanten Sortimente die Gruppe der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dargestellt, da diese Sortimente grundsätzlich zwar auch zentrenrelevant

sind, gleichzeitig aber eine möglichst wohnortnahe Versorgung im Grundbedarf anzustreben ist. Damit kommen neben dem Ortskern auch Standorte in Frage, welche sich angrenzend zu Wohnlagen befinden und somit ein fußläufiges Einzugsgebiet erschließen können. Zudem werden gerade Lebensmittel oft in Betriebsformen angeboten, die auf Großmengeneinkäufe ausgelegt sind. Diese Konzepte stellen höhere Anforderungen an Größe der Verkaufsfläche, Erreichbarkeit und Stellplatzangebot. Im Falle von Erweiterungsvorhaben ist eine sorgfältige Prüfung im Hinblick auf Lage, Sortimentszusammensetzung und der daraus resultierenden Auswirkungen auf das Zentrum erforderlich.

Das Angebot an **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für zentrale Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten ggf. aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der Verkehrsfrequenz sogar erwünscht.

Zur Bewertung der Sortimente werden folgende Kriterien zugrunde gelegt:

Tabelle 14: Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Kriterium	Prüfmaßstäbe
Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in der Ortsmitte	Alltagstauglichkeit, Zielgruppenansprache
Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
Synergien mit anderen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
Städtebauliche Ziele, Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde	Anteil der Verkaufsfläche in der Ortsmitte

GMA Zusammenstellung 2016

In Ganderkesee sind in der nachfolgenden Übersicht die Sortimente als nahversorgungs- und zentrenrelevant bzw. nicht zentrenrelevant eingestuft. Die Sortimentsliste gilt für die gesamte Gemeinde und bildet die Basis für die Beurteilung großflächiger Einzelhandelsvorhaben (Erweiterungen in Bestandsobjekten und Neuansiedlungen).

Tabelle 15: Sortimentsliste des Einzelhandels von Ganderkesee

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Sanitätswaren	Eisenwaren, Werkzeug
Bücher, Spielwaren, Bastelartikel	Badeinrichtungen, Sanitärartikel, Fliesen
Bekleidung, Wäsche, Sportbekleidung	Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial
Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe / Zubehör	Rollläden, Rollos, Markisen
Baby- / Kinderartikel	Farben, Lacke, Tapeten
Schuhe, Lederwaren	Holz, Bauelemente
Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik	Teppiche / Bodenbeläge
Kunstgegenstände, Bilder / Rahmen / Spiegel, Wohnaccessoires	baumarktrelevante Haushaltswaren (z.B. Leitern, Wäscheständer, Aufbewahrungsboxen)
Haus- / Tisch- / Bettwäsche, Zierkissen	Arbeitsbekleidung
Bettwaren (Decken, Kopfkissen)	Gartenbedarf, Pflanzen, Gartengeräte, Gartenmöbel
Matratzen / Zubehör	Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf
Uhren / Schmuck	Möbel, Küchen, Büromöbel, Antiquitäten
Foto / Zubehör	Lampen / Leuchten
Optik / Akustik	Elektrogroßgeräte
Musikalien	Campingartikel
Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik	Sportgroßgeräte
Computer / Zubehör, Telekommunikation	Reitsportartikel
Gardinen / Zubehör	Angel-, Jagdbedarf
Kinderwagen / Autokindersitze	Auto- / Motorradzubehör
Nahversorgungsrelevante Sortimente	Fahrrad / Zubehör
Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren	
Drogerie-, Parfümerie-, Apothekerwaren	
Papier-/ Schreibwaren, Zeitschriften, Zeitungen	
Schnittblumen	
Tiernahrung	

GMA-Empfehlungen auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung 2016

Mit Bezug auf das Sortimentskonzept ist auch die Problematik der sog. Randsortimente in die Betrachtung mit einzubeziehen. **Um einen geordneten Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten zu gewährleisten, sollte bei Ansiedlungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche die Summe der zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche des Betriebes nicht überschreiten.** Bei der Bewertung großflächiger Einzelhandelsvorhaben wird zwischen dem sog. Kernsortiment und den zentren- bzw. nicht zentrenrelevanten Randsorti-

menten differenziert, um so die jeweiligen Verkaufsflächenanteile der Randsortimente zu bestimmen. Die Basis dazu bildet die Sortimentsliste der Gemeinde Ganderkesee.

Die Sortimentsdifferenzierung erweist sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher. So können mit dem Instrumentarium der Baunutzungsverordnung zentrenrelevante Sortimente in nicht integrierten Gewerbegebieten ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- Die positive Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen werden ausgeschlossen.
- Die negative Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen werden zugelassen.

Mit diesen Festsetzungen bestehen für Städte und Gemeinden Differenzierungsmöglichkeiten, mit denen zentrenrelevante Sortimente in den Randbereichen auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit ausgeschlossen werden können, um damit zentrale Versorgungsbereiche zu stärken oder weiterzuentwickeln. Gleichzeitig ist generell darauf hinzuweisen, dass alle bestehenden Betriebe Bestandsschutz genießen.

Da die Entwicklungspotenziale sehr begrenzt sind, sollte in den Gewerbegebietslagen eine restriktive Ansiedlung hinsichtlich zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente verfolgt werden. Dies ist letztlich nur durch entsprechende Ausschlüsse in den jeweiligen Bebauungsplänen umsetzbar. Ein schlüssiges Gesamtkonzept muss damit neben konkreten Maßnahmen in den zentralen Versorgungsbereichen auch durch eine entsprechende Bebauungsplanung in den übrigen Standortlagen abgesichert werden. Sortimentsausschlüsse in Gewerbegebietslagen sind daher als flankierende Maßnahmen zur Stabilisierung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches zu sehen.

3. Standortkonzept

Aufgrund der Siedlungsstruktur, der Vielzahl der Ortsteile und der faktischen Prägung können in der Gemeinde zwei zentrale Versorgungsbereiche ausgemacht werden:

- Hauptzentrum „Ortsmitte“ Ganderkesee
- Nahversorgungszentrum Bookholzberg

3.1 Begriff „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen[25]:

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten“ zu erwarten sein dürfen.
- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Städten nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

> „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse

[25] Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

> Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt - ggf. auch nur eines Teiles des Stadtgebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. […].
>
> „Zentral“ sind Versorgungsbereiche nicht nur dann, wenn sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung der Stadtweiten bzw. übergemeindlichen Versorgung dienen. […]. Vielmehr können auch Bereiche für die Grund- oder Nahversorgung zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB sein. Das Adjektiv „zentral“ ist nicht etwa rein geografisch in dem Sinne zu verstehen, dass es sich um einen räumlich im Zentrum der jeweiligen Stadt gelegenen Bereich handeln muss, es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. Der Zusatz „zentral“ geht über die Bedeutung des Wortteils „Versorgungsbereich“ hinaus, sodass eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich diesen allein noch nicht zu einem „zentralen“ Versorgungsbereich macht. Dem Bereich muss vielmehr die Bedeutung eines Zentrums für die Versorgung zukommen. Dies ist zu bejahen, wenn die Gesamtheit der auf eine Versorgung der Bevölkerung ausgerichteten baulichen Nutzungen in dem betreffenden Bereich aufgrund der Zuordnung dieser Nutzungen innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung die Funktion eines Zentrums mit einem bestimmten Einzugsbereich hat, nämlich die Versorgung des gesamten Stadtgebiets oder eines Teilbereichs mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.“

Damit übernehmen zentrale Versorgungsbereiche die Funktion eines Zentrums zur Versorgung der Kommune bzw. eines Teilbereichs der Kommune mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen. Es handelt sich um **schutzwürdige Bereiche** i. S. des Baugesetzes, d. h. diese Bereiche dürfen durch Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in Ganderkesee selbst und in Nachbarkommunen in ihrer Funktionsfähigkeit nicht geschädigt werden.

3.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der räumlichen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine konstituierende Funktion zu. Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken, d. h. reine Wohnhäuser, wahrgenommen. Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben“ gewährleistet. Jedoch kann sich die Attraktivität eines zentralen Versorgungsbereiches auch aus einer bestimmten Anzahl kleinerer Betriebe begründen, sofern eine hohe Funktionsdichte gegeben ist. Ergänzend werden bei der Abgrenzung die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt. Zur Abrundung kommen darüber hinaus städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Ringstraße, Topographie, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Rathaus, Stadthalle) zum Tragen.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs[26] erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei für ein Hauptzentrum folgende Anforderungen erfüllt sein müssen:

- Städtebauliche Integration
- Verschiedene Angebote aus Einzelhandel, Kreditinstituten, Ärzten, Dienstleistern, Gastronomie / Hotellerie, öffentliche Einrichtungen
- Die ansässigen Einzelhandelsbetriebe übernehmen weitgehend eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- möglichst hohe Nutzungsdichte und –mischung und möglichst kurze Wege zwischen den verschiedenen Angeboten / Nutzungen.

3.3 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Ganderkesee

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich zwischen der Grüppenbührener Straße, Raiffeisen-, Wittekind- und Rathausstraße sowie des Rings. Direkt angrenzende Teilbereiche der Mühlenstraße und der Bergedorfer Straße sind auch noch Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs. Im Bereich der Gruppenbührener Straße sind famila und Rossmann als Magnetbetriebe mit einer hohen Kundenfrequenz hervorzuheben, wobei die Verbindungswege zwischen famila und den Am Markt bzw. in der Rathausstraße ansässigen Fachgeschäften deutlich verbessert werden sollten. Weitere Magnetbetriebe sind Inkoop und Aldi an der Raiffeisenstraße, welche in kurzer Entfernung zu famila auf der gegenüberliegenden Seite der Bahnlinie lokalisiert sind.

Das Einzelhandelsangebot wird durch eine Vielzahl an Dienstleistungsbetrieben (u. a. Kreditinstitute, Friseure, Versicherungen), Ärzten, einem Hotel, gastronomischen Betrieben und öffentlichen Einrichtungen (u.a. Rathaus) ergänzt. Neben dem Einzelhandel sind über 90 weitere Nutzungen, so insbesondere zahlreiche Ärzte und Dienstleister, hier lokalisiert.

Foto 1: Verbundlage Inkoop / Aldi

Foto 2: famila

GMA 2016

[26] BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

Die 58 Einzelhandelsbetriebe vereinigen eine Verkaufsfläche von ca. 12.700 m² auf sich, der überwiegende Teil der Betriebe übernimmt eine Versorgungsfunktion für die gesamte Gemeinde (Ausnahme: Heide). Bezeichnend ist im Vergleich zu anderen Grundzentren die geringe Anzahl von Leerständen.

3.4 Nahversorgungszentrum Bookholzberg

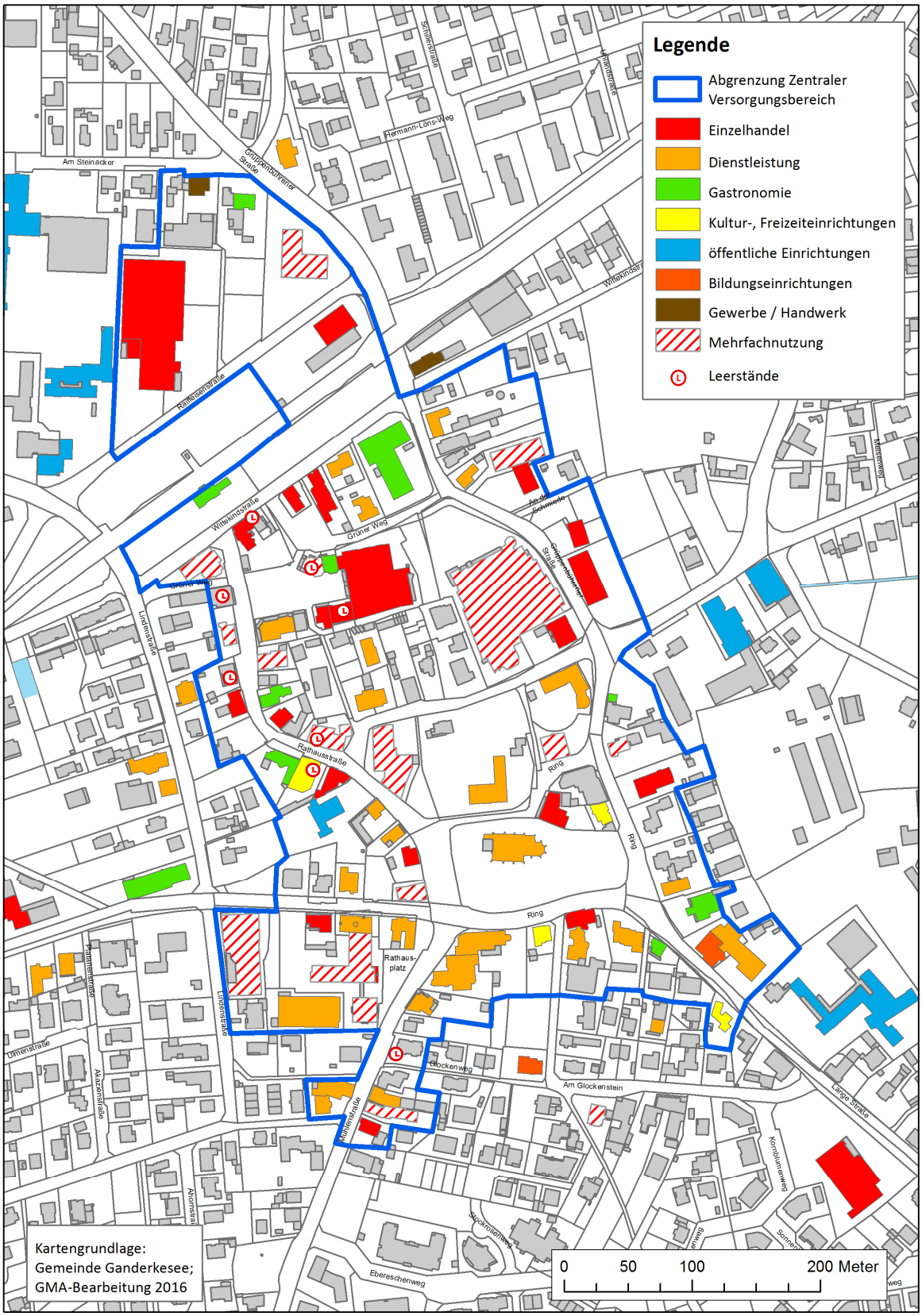
Im **Nahversorgungszentrum Bookholzberg** sind 11 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.650 m² mit den Frequenzbringern Aldi und Inkoop lokalisiert. Hinzu kommen etwa 30 komplementäre Nutzungen, u. a. Restaurants, Eiscafé, Volksbank, Landessparkasse, Versicherungen, Reisebüro, Fahrschule sowie das Bürgerbüro und die Gemeindebücherei.

Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich entlang der Hauptverkehrsachse Stedinger Straße zwischen der Einmündung August-Hinrich-Straße im Süden bzw. der Tulpenstraße im Norden und umfasst auch den Kirchplatz einschließlich der Bäckereifiliale. Nördlich davon sind keine Einzelhandelsgeschäfte mehr vorhanden, sodass dieses Teilstück der Stedinger Straße nicht mehr mit einbezogen wird. Südlich des Verbundstandortes von Aldi / Inkoop dünnt der Geschäftsbesatz merklich aus, bestehen aber noch flächenseitige Potenziale für weitere Einzelhandelsbetriebe. Insofern wird dieser Bereich in das Nahversorgungszentrum noch miteinbezogen.

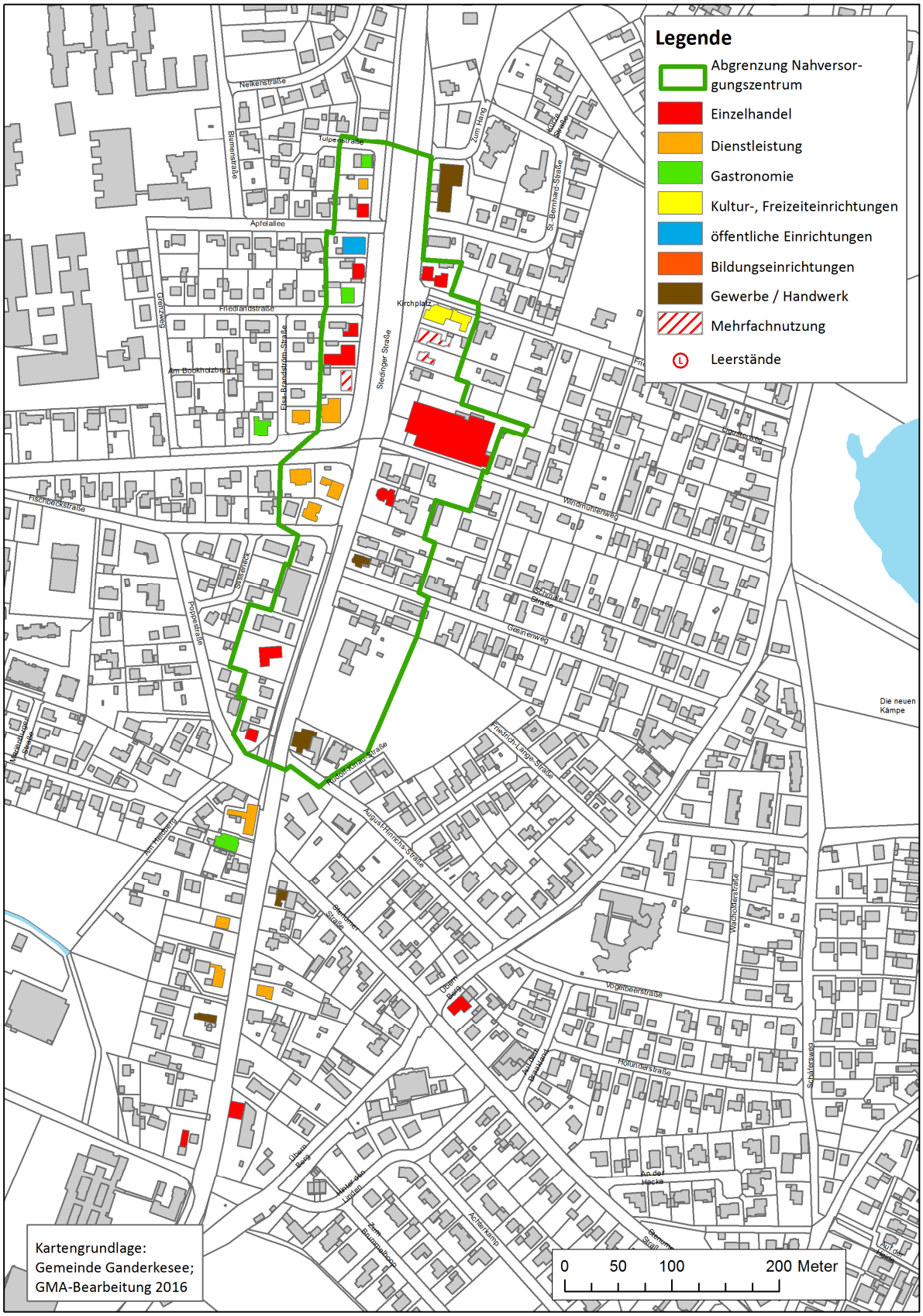
Foto 3: Stedinger Straße

Foto 4: Verbundlage um Aldi / Inkoop

Karte 5: Zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Ganderkesee



Karte 6: Nahversorgungszentrum Bookholzberg



3.5 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung werden standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben empfohlen. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Um den zentralen Versorgungsbereich in seiner Struktur nicht zu beeinträchtigen sowie in der Entwicklung nicht zu behindern, sollte in den Gewerbegebieten die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) ausgeschlossen werden. Die hier vorhandenen Betriebe genießen Bestandsschutz. In **sonstigen integrierten Lagen** sollten großflächige Betriebe unabhängig von den geführten Sortimenten **nicht angesiedelt werden.** Auch kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten nicht in sonstigen integrierten Standorten neu angesiedelt werden, da diese zu einer Belebung der Ortsmitte beitragen und deshalb in die Ortsmitte funktional betrachtet gehören.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Dies bezieht sich z. B. auf Kernsortimente Möbel-, Bau- und Gartenmärkte, deren zentrenrelevante Randsortimente auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK begrenzt werden sollte. Diese Begrenzung entspricht den Vorgaben des Landes- / Raumordnungsprogramms Niedersachsen 2012.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben außerdem eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass die Erweiterung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs den Vorgaben der Raumordnung entspricht. Darüber hinaus müssen sämtliche Vorhaben berücksichtigt und überprüft werden.

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Gemeinde Ganderkesee und Vertretern der Kaufmannschaft erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Pla-

nung herzustellen, sollte das Konzept durch den Rat der Gemeinde als Teil einer städtebaulichen Planung nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

Zudem sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in rechtsverbindliches Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innen-bereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat der Gemeinde beschlossen worden ist. Mittelfristig sollten die Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts bei einer Fortschreibung des Flächennutzungsplans berücksichtigt werden.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept ist als aktuelle Grundlagenuntersuchung der Einzelhandelsentwicklung in Ganderkesee zu verstehen, welche insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung in Abständen einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Verzeichnisse

Seite

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland 8

Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014 9

Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland 10

Abbildung 4: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen 10

Abbildung 5: Wanderungsbilanz in Ganderkesee 2012 – 2015 17

Abbildung 6: Natürliche Bevölkerungsentwicklung in Ganderkesee 2012 – 2015 17

Abbildung 7: Beschäftigtenbesatz der Gemeinde Ganderkesee im Vergleich 21

Abbildung 8: Räumliche Einkaufsorientierung (1) 26

Abbildung 9: Räumliche Einkaufsorientierung (2) 26

Abbildung 10: Bewertung ausgewählter Aspekte zum Einzelhandel 27

Abbildung 11: Bewertung ausgewählter Aspekte zum öffentlichen Raum 28

Abbildung 12: Angebotslücken in der Ortsmitte Ganderkesee bzw. in Bookholzberg (a) 28

Abbildung 13: Angebotslücken in der Ortsmitte Ganderkesee bzw. in Bookholzberg (b) 29

Abbildung 14: Online-Einkaufshäufigkeit 30

Abbildung 15: Kundenanteile nach Standorten 32

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur 16

Karte 2: Kongruenzräume innerhalb der Gemeinde Ganderkesee 20

Karte 3: Nahversorgungssituation in Ganderkesee 39

Karte 4: Nahversorgungssituation in Bookholzberg, Schierbrok, Heide und Elmeloh 40

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Ganderkesee 52

Karte 6: Nahversorgungszentrum Bookholzberg 53

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	7
Tabelle 2:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels	11
Tabelle 3:	Einwohnerentwicklung der Gemeinde Ganderkesee im Vergleich	17
Tabelle 4:	Einwohnerentwicklung im Kongruenzraum Ganderkesee	18
Tabelle 5:	Einwohnerentwicklung im Kongruenzraum Bookholzberg	19
Tabelle 6:	Einwohnerentwicklung im Raum Heide / Schierbrok	19
Tabelle 7:	Ein- / Auspendlersaldo von Ganderkesee im Vergleich	21
Tabelle 8:	Einzelhandelsbestand der Gemeinde Ganderkesee	22
Tabelle 9:	Bewertung der Wegweiser	31
Tabelle 10:	Kundenverteilung im Umland	33
Tabelle 11:	Kundenverteilung innerhalb der Gemeinde Ganderkesee	34
Tabelle 12:	Kaufkraftvolumen in der Gemeinde Ganderkesee 2015	35
Tabelle 13:	Einzelhandelsrelevante Zentralität des Einzelhandels von Ganderkesee	36
Tabelle 14:	Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	45
Tabelle 15:	Sortimentsliste des Einzelhandels von Ganderkesee	46

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Verbundlage Inkoop / Aldi	50
Foto 2:	famila	50
Foto 3:	Stedinger Straße	51
Foto 4:	Verbundlage um Aldi / Inkoop	51