

# Auf- stellung

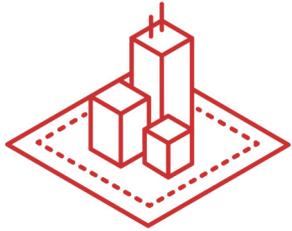
## Regionales Einzelhandelskonzept für den Landkreis Cloppenburg

Ausschuss für Planung und Umwelt | 22.11.2018 | Kreishaus Landkreis Cloppenburg

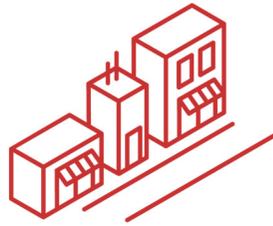
Jens Nußbaum

# STADT+HANDEL

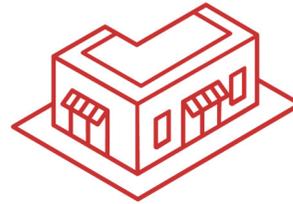
bundesweit tätig für öffentliche und private Auftraggeber



Stadtentwicklung



Innenstadtentwicklung



Projektentwicklung



Invest/Assetmanagement



Stadtmarketing



BID & Standortgemeinschaften



Kommunikation



Forschung

# Die Rolle des regionalen Einzelhandelskonzeptes

## Untersuchungsanlass

- Aufbau und Entwicklung einer fortschreibbaren **regionalen Datenbasis**
- Ableitung verbindlicher **Leitvorstellungen** zur Einzelhandelsentwicklung (insb. Möbeleinzelhandel)
- Aufstellung einzelhandelsspezifischer **Entwicklungsziele** und deren Einordnung in den regionalen Kontext
- regional angepasste **Konkretisierungen der Ziele der Raumordnung** (z. B. vor dem Hintergrund der Umsetzung des Kongruenzgebotes)
- Schaffung einer fundierten, **behördlichen Beurteilungsgrundlage** für ein aktuell diskutiertes Möbelvorhaben im Mittelzentrum Cloppenburg

# Konzeptbausteine

Erhebung	Aktuelle Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes im Landkreis Cloppenburg (inkl. Stadt Cloppenburg)	
Analyse	<b>Angebotsanalyse</b> Bestandserhebung Sekundärstatistik	<b>Nachfrageanalyse</b> Sekundärstatistik
	<b>Städtebauliche Analyse</b> Bestandsanalyse Sekundärstatistik	
	Umsatzberechnung und Bewertung	
Leitlinien	<b>Absatzwirtschaftliche Entwicklungsprognose</b> für alle für den Möbelhandel betrachtungsrelevanten (Rand-)Sortimente	
Konzeption	<b>Regionales Einzelhandelskonzept</b>	
	<b>Darstellung/Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP</b>	<b>Regionale Sortimentsliste</b>
	<b>Ableitung raumverträglicher Randsortimentsgrößen für das diskutierte Möbelvorhaben</b>	<b>Ableitung von mittelzentralen Kongruenzräumen für aperiodische Güter</b>

Beteiligung und Kommunikation | Ergebnispräsentation

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

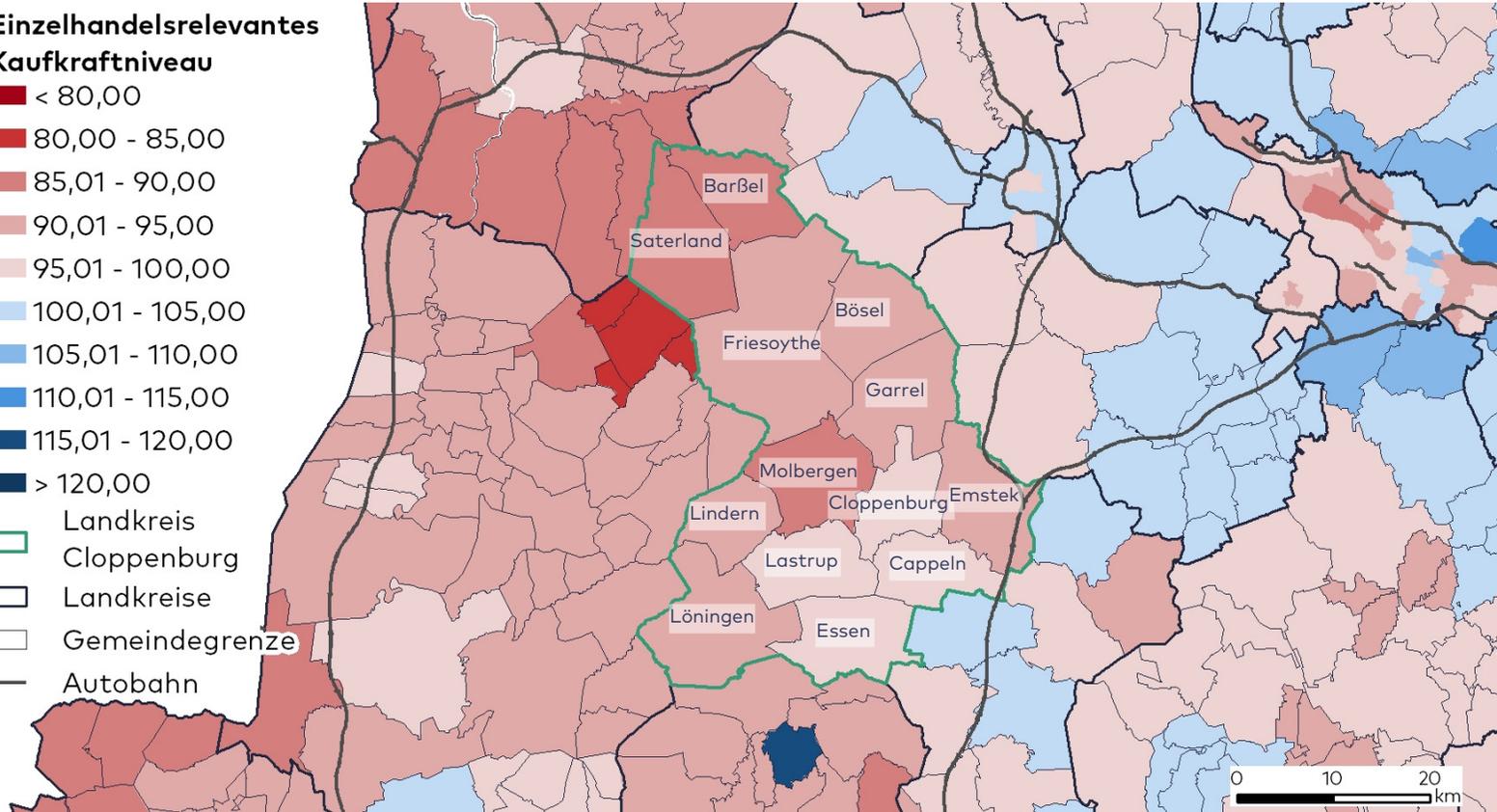
# Wesentliche Analyseergebnisse

- 1) Wesentliche Analyseergebnisse
- 2) Regionale Sortimentsliste
- 3) Abgrenzung der Kongruenzräume
- 4) Ableitung von Randsortimentsgrößen
- 5) Ausblick

# Nachfrageanalyse

## Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Landkreis Cloppenburg und Umgebung

### Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau



### Kaufkraftniveau

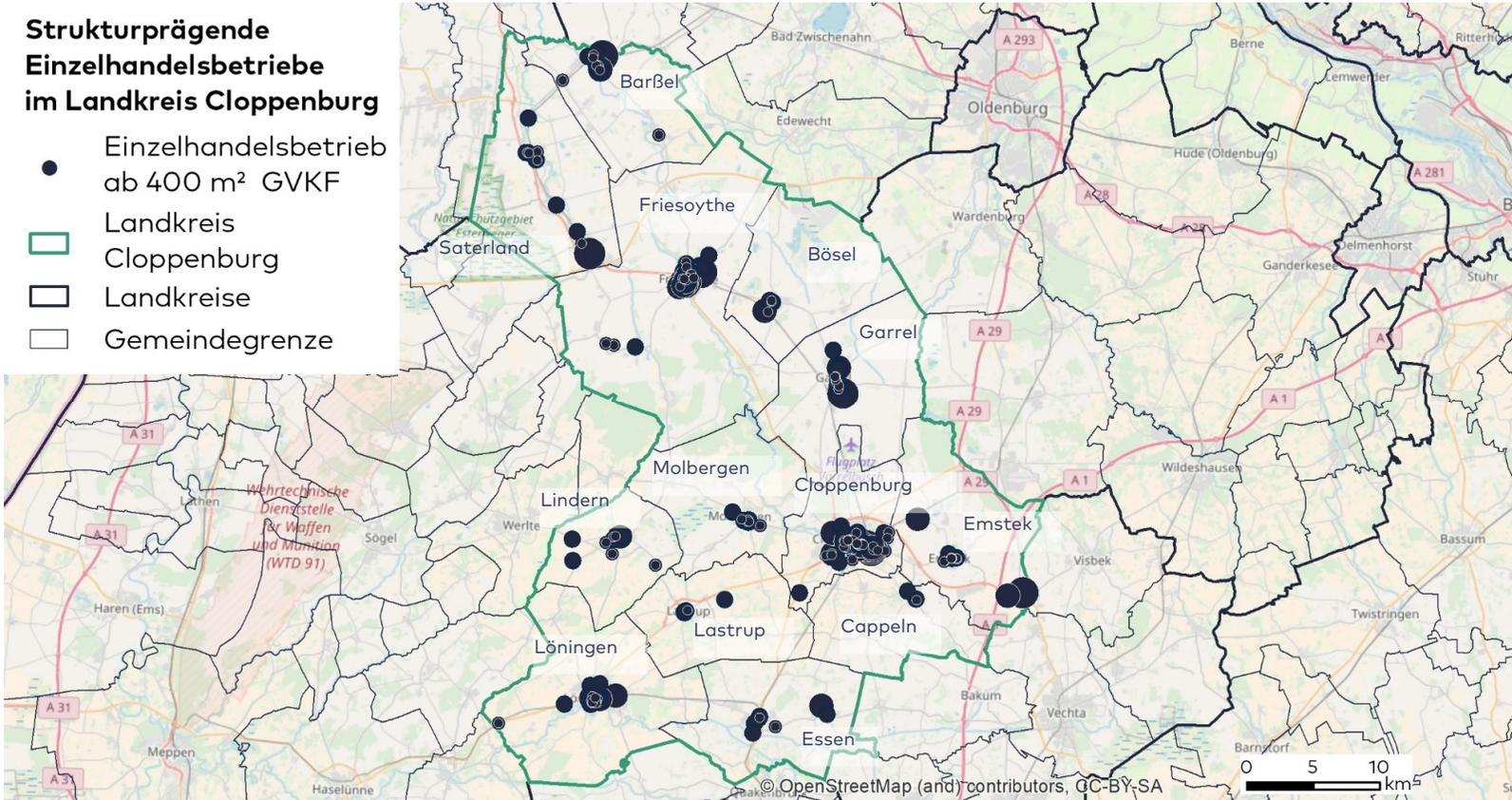
Landkreis Cloppenburg	93
Niedersachsen	99
Deutschland	100

# Angebotsanalyse

## Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe im Landkreis Cloppenburg

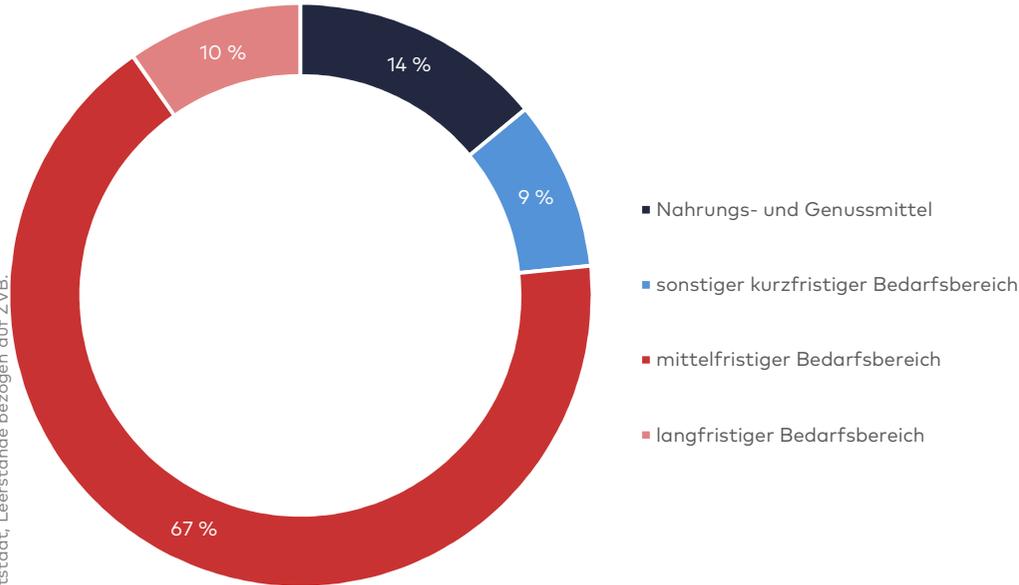
### Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe im Landkreis Cloppenburg

- Einzelhandelsbetrieb ab 400 m<sup>2</sup> GVKF
- ▭ Landkreis Cloppenburg
- ▭ Landkreise
- ▭ Gemeindegrenze



# Städtebauliche Analysen

## Beispiel: Innenstadtzentrum Cloppenburg (Kenndaten)



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Einwohner(-prognose); Landkreis Cloppenburg (Stand: 30.09.2017), nur Hauptwohnsitz; Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> gerundet; \* Betriebe/Verkaufsfläche bezogen auf Gesamtstadt; Leerstände bezogen auf ZVB.

### Siedlungsstruktur

Versorgungsbereich	Stadt Cloppenburg inkl. Kongruenzraum
Einwohner Gesamtstadt	34.597
Relative Einwohnerentwicklung bis 2023	+ 4,2 %

### Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig*
Anzahl der Betriebe	139	50 %
Gesamtverkaufsfläche in m <sup>2</sup>	40.200	35 %
Anzahl der Leerstände	14	9 %
Zentrenergänzende Funktionen	100	-

# Städtebauliche Analysen

## Beispiel: Innenstadtzentrum Cloppenburg (Einzelhandelsstruktur)

### Funktion

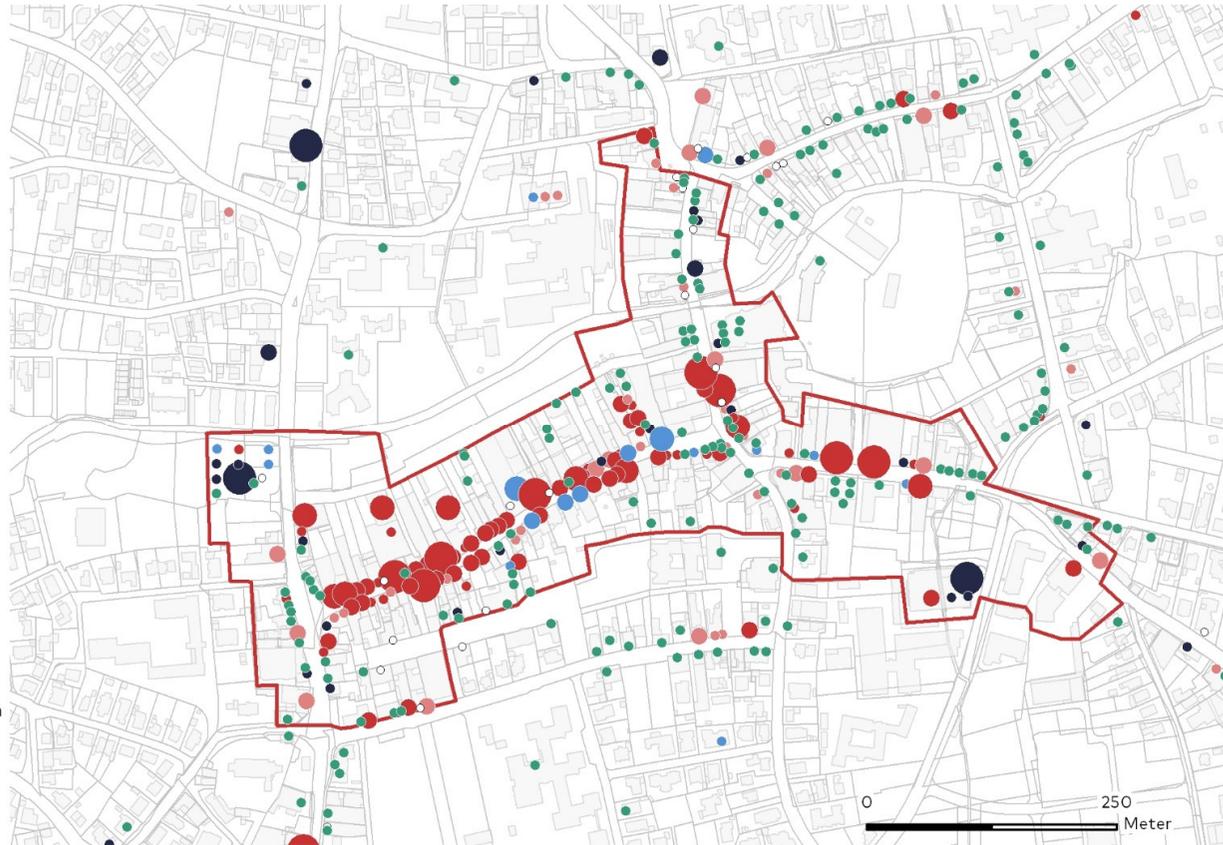
- Nahrungs- und Genussmittel
- Kurzfristiger Bedarf
- Mittelfristiger Bedarf
- Langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

### Betriebsgrößenstruktur in m<sup>2</sup>

- < 100 m<sup>2</sup>
- 100 - 399 m<sup>2</sup>
- 400 - 799 m<sup>2</sup>
- 800 - 3.999 m<sup>2</sup>
- ≥ 4.000 m<sup>2</sup>

### Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ ZVB-Abgrenzung gemäß kommunales EHK



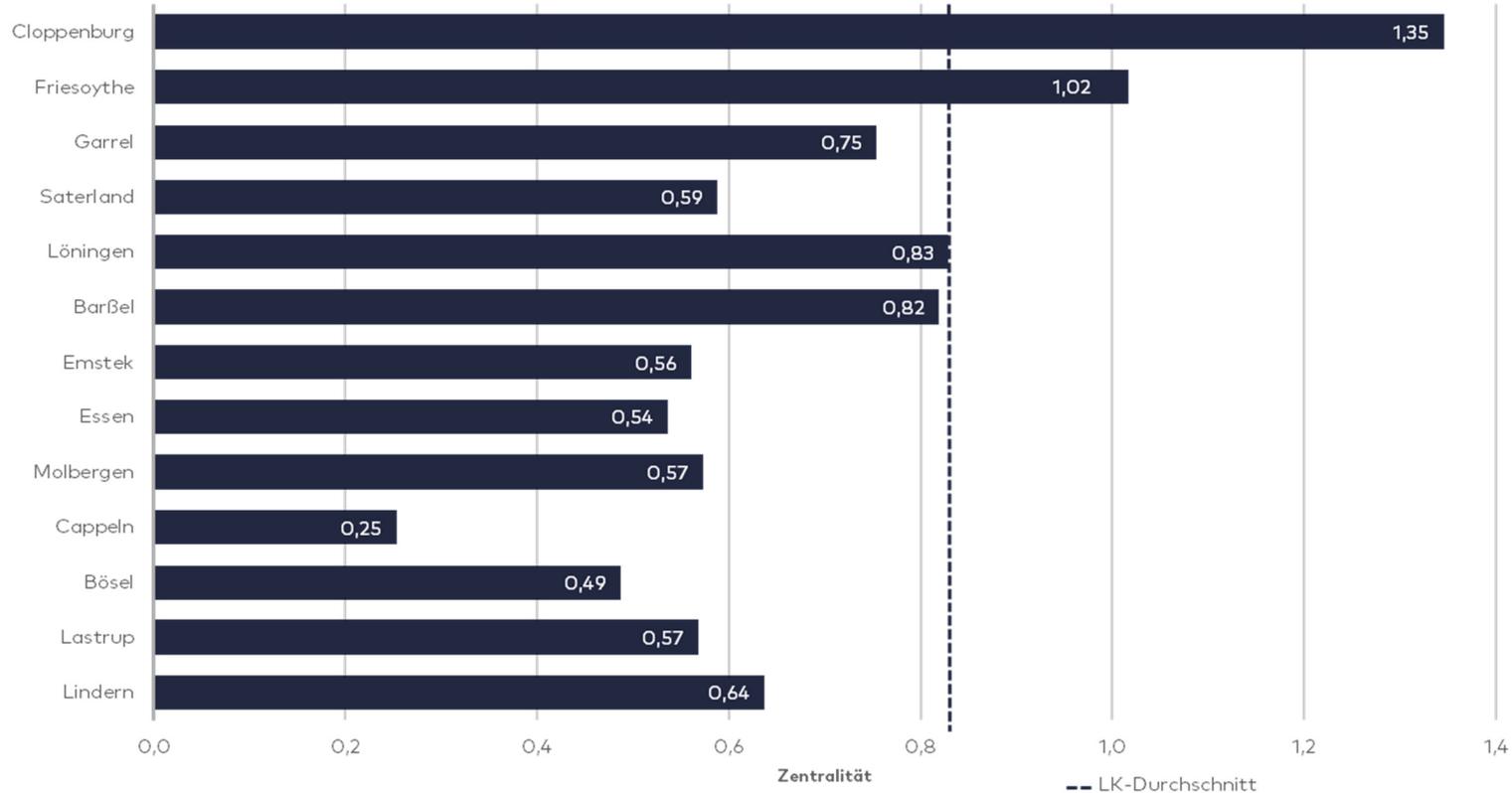
### Bewertung

- Magnetbetriebe: Kaufland, H&M, C&A, zwei großflächige Bekleidungsfachmärkte, Edeka
- Zwei Drittel der VKF im mittelfristigen Bedarfsbereich
- Hoher Anteil an innenstadttypischen Leitsortimenten (u.a. Bekleidung, Schuhe, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör)
- Zwei wichtige Nahversorgungspole im ZVB gemäß mittelzentraler Versorgungsfunktion
- Hohe Einzelhandelsdichte entlang der Hauptfrequenzlage Lange Straße
- Ausdünnung der Angebotsstruktur in nördlichen und östlichen Standortbereichen
- Einzelhandelsbesatz geprägt durch hohen Anteil an Filialisten, ergänzt durch inhabergeführte Betriebe
- Wenige Leerstände (insb. in Hauptfrequenzlage Lange Straße)
- Geringe Dichte an einzelhandelsnahen Dienstleistungen, vor allem (hochwertige) Gastronomieangebote
- Strukturell gut aufgestelltes Innenstadtzentrum mit Entwicklungsspielräumen zur weiteren Attraktivierung der Funktionsvielfalt im Bereich der zentrenergänzenden Funktionen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; Kartengrundlage: Landkreis Cloppenburg.

# Einzelhandelszentralität

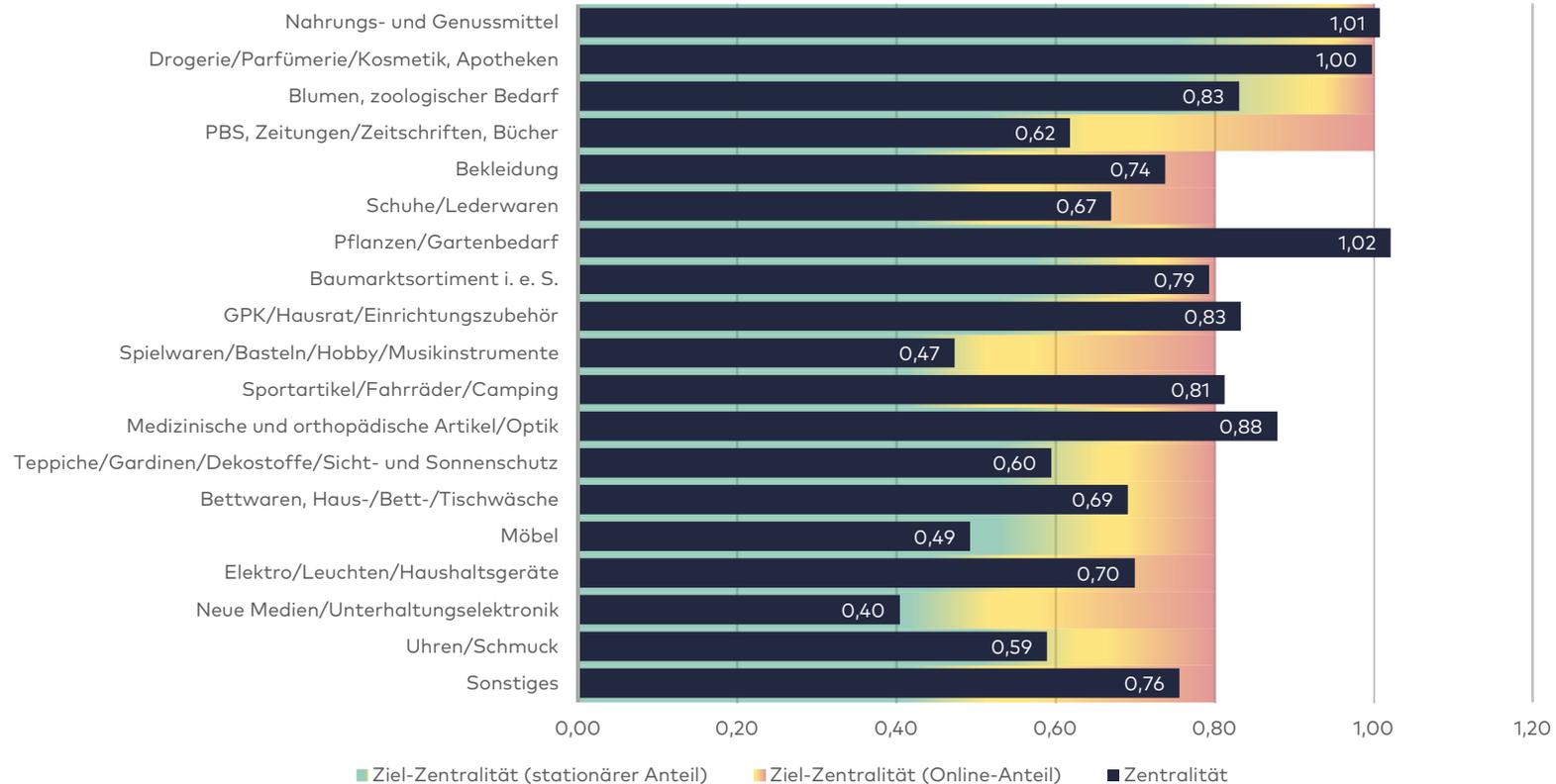
## Zentralität nach Kommunen (Einzelhandelszentralität insgesamt)



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel

# Einzelhandelszentralität

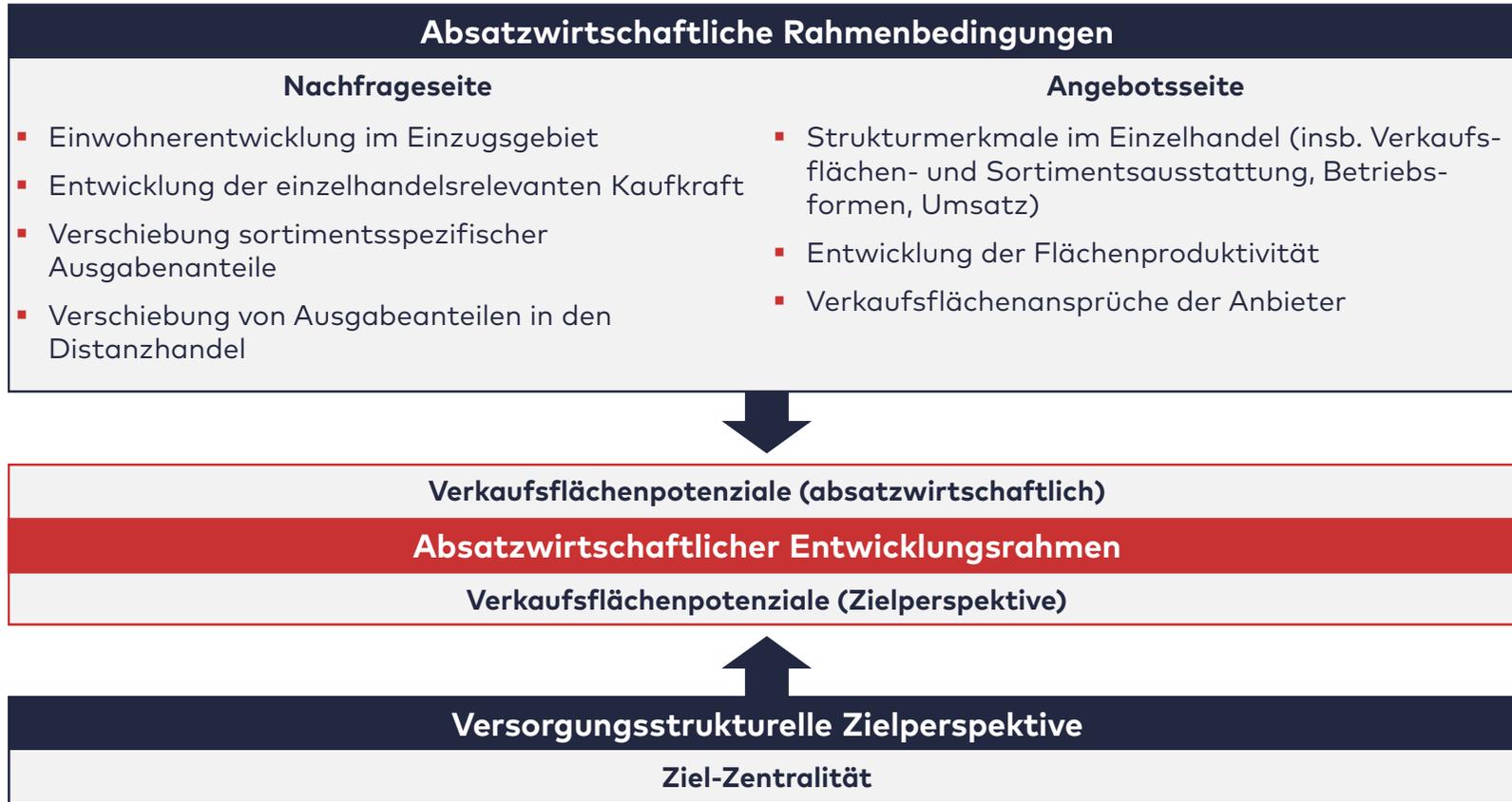
## Zentralität und Ziel-Zentralität nach Warengruppen (Landkreis insgesamt)



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

# Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

## Eingangsparameter



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

## Verkaufsflächenpotenziale für 2023

Warengruppe	Bestand in m <sup>2</sup> VKF	VKF-Potenzial in Bezug auf Bestands-VKF				Orientierungswert in m <sup>2</sup> VKF
		> 0 %	> 10 %	> 20 %	> 30 %	
Nahrungs- und Genussmittel	85.020					
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	14.720					
Blumen, zoologischer Bedarf	7.190					
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	5.800					
Bekleidung	42.310					
Schuhe/Lederwaren	10.450					
Pflanzen/Gartenbedarf	46.500					
Baumarktsortiment i. e. S.	51.890					
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	21.460	■	□	□	□	200
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	5.610					
Sportartikel/Fahrräder/Camping	10.610					
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	2.830					
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	3.910	■	■	■	■	1.600
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche	5.380	■	■	■	□	1.100
Möbel	25.180	■	■	■	■	17.000
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	7.840	■	■	□	□	1.100
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	5.630					
Uhren/Schmuck	1.460					

rd. 4.000 m<sup>2</sup>  
Potenzial für  
Randsortimente

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

# Regionale Sortimentsliste

- 1) **Wesentliche Analyseergebnisse**
- 2) **Regionale Sortimentsliste**
- 3) **Abgrenzung der Kongruenzräume**
- 4) **Ableitung von Randsortimentsgrößen**
- 5) **Ausblick**

# Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

## Zentrenrelevant sind Sortimente, die ...

- ... prägend für die Zentren sind (**Einzelhandelsstruktur**),
- ... Besucher anziehen (**Besuchersfrequenz**),
- ... einen geringen Flächenanspruch haben (**Integrationsfähigkeit**),
- ... für einen attraktiven Branchenmix eines Zentrums notwendig sind bzw. selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind (**Kopplungsaffinität**),
- ... vom Kunden überwiegend mitgenommen werden können (**Transportfähigkeit**)
- ... künftig stärker in zentraler Lage vertreten sein sollten (**besondere Zielperspektive**)

### Darüber hinaus Berücksichtigung von:

- Empfehlungen des LROP Niedersachsen
- Ortstypische Sortimentslisten aus kommunalen Einzelhandelskonzepten
- Warengruppenverzeichnis (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes

# Detailbetrachtung

## Beispiel: Campingartikel (ohne Campingmöbel)

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	x	lediglich rd. 2 % der VKF in ZVB bzw. städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; keine landkreisweite Prägung der ZVB/siL
Besuchfrequenz	(✓)	nicht nur zieleinkauforientiertes Publikum, jedoch eingeschränkte als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	(x)	häufig in Sportabteilungen von Kaufhäusern und Sportfachmärkten mit hohem Flächenbedarf; aktuell jedoch wieder verstärkt in Outdoor-Stores
Kopplungsaffinität	(✓)	trotz spitzerer Zielgruppe und Tendenzen zum Zieleinkauf ebenfalls höhere Wahrscheinlichkeit von Kopplungseinkäufen im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
Transportfähigkeit	(✓)	Transportfähigkeit überwiegend gegeben; nur vereinzelte, sperrige Artikel (z. B. Zelte und spezielles Zubehör)
Empfehlung LROP Niedersachsen	✓	Erläuterung des LROP Niedersachsen sieht Sortiment i. d. R. als zentrenrelevant an
Kommunale Steuerung	(x)	in zwei kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen
Besondere Entwicklungsperspektive	(✓)	durchaus innenstadtaffine Betriebsformate mit Hauptsortiment Campingartikel (ohne Campingmöbel) vorhanden; Beitrag zur Stärkung der ZVB
<b>Empfehlung</b>	<b>Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment</b>	

✓ = Merkmal trifft zu (✓) = Merkmal trifft bedingt zu (x) = Merkmal trifft überwiegend nicht zu \* = Merkmal trifft nicht zu

# Detailbetrachtung

## Beispiel: Lampen/Leuchten

Merkmal für Zentrenrelevanz	Beurteilung	Begründung
Einzelhandelsstruktur	(x)	rd. 15 % der VKF in ZVB bzw. städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP verortet; nur bedingt landkreisweite Prägung der ZVB/siL
Besucherfrequenz	x	klassischer Zieleinkauf; geringe Bedeutung als innerstädtisches Leitsortiment
Integrationsfähigkeit	(x)	häufig als Randsortiment in großflächigen Betriebskonzepten (Möbelhäusern, Baumärkten, z. T. Elektronik-Fachmärkte); geringe Zahl an Fachgeschäften
Kopplungsaffinität	(x)	überwiegend Zielpublikum; Kopplungseinkäufe i. d. R. mit hohem Anteil im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich; aber auch Einrichtungszubehör
Transportfähigkeit	(✓)	Transportfähigkeit i. d. R. gegeben, sofern es keine überaus sperrigen bzw. großen Artikel sind
Empfehlung LROP Niedersachsen	✓	Erläuterung des LROP Niedersachsen sieht Sortiment i. d. R. als zentrenrelevant an
Kommunale Steuerung	(✓)	in drei kommunalen Listen als zentrenrelevant ausgewiesen
Besondere Entwicklungsperspektive	(x)	nur bedingtes Entwicklungspotenzial in Form von spezialisierten Fachgeschäften in ZVB; Trend geht hin zu Randsortiment in größeren Möbel- und Baumärkte
<b>Empfehlung</b>	<b>Einstufung als nicht zentrenrelevantes* Sortiment</b>	

✓ = Merkmal trifft zu (✓) = Merkmal trifft bedingt zu (x) = Merkmal trifft überwiegend nicht zu \* = Merkmal trifft nicht zu

# Regionale Sortimentsliste für den Landkreis Cloppenburg

## zentrenrelevante Sortimente

Augenoptik  
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)  
Bettwaren  
Bücher  
Campingartikel (ohne Campingmöbel)  
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel),  
Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände  
Elektrokleingeräte  
Fahrräder und Zubehör  
Glas/Porzellan/Keramik  
Haus-/Bett-/Tischwäsche  
Haushaltswaren (Hausrat)  
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/ Sonnenschutz)  
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware  
für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)  
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)  
Musikinstrumente und Musikalien  
Neue Medien/Unterhaltungselektronik  
Parfümerieartikel und Kosmetika  
Schuhe, Lederwaren  
Spielwaren  
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) (ohne Reitsportartikel und  
Sportgroßgeräte)  
Uhren/Schmuck  
Waffen/Jagdbedarf/Angeln

## nahversorgungsrelevante\* Sortimente

Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)  
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)  
Papier/Büroartikel/Schreibwaren  
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)  
(Schnitt-)Blumen  
Zeitungen/Zeitschriften  
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hier NUR:  
Zoologischer Bedarf)

## nicht zentrenrelevante\*\* Sortimente

Baummarktsortiment i. e. S.  
Elektrogroßgeräte  
Erotikartikel  
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)  
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)  
Kinderwagen  
Lampen/Leuchten  
Matratzen  
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)  
Pflanzen/Pflanzartikel  
Reitsportartikel  
Sportgroßgeräte  
Teppiche (Einzelware)  
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hier NUR: Lebendige  
Tiere)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \* gleichzeitig auch zentrenrelevant; \*\* gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant; erläutern, aber nicht abschließend.

# Abgrenzung der Kongruenzräume

- 1) Wesentliche Analyseergebnisse
- 2) Regionale Sortimentsliste
- 3) Abgrenzung der Kongruenzräume
- 4) Ableitung von Randsortimentsgrößen
- 5) Ausblick

# Rechtliche Grundlage

LROP Abschnitt 2.3 Ziffer 03 S. 3f.: „<sup>3</sup>In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral). <sup>4</sup>**Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere**

- **der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte,**
- **der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte,**
- **von grenzüberschreitenden Verflechtungen und**
- **der Marktgebiete von Mittel- und Oberzentren auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte**

**zu ermitteln, sofern er nicht im Regionalen Raumordnungsprogramm festgelegt ist.“**

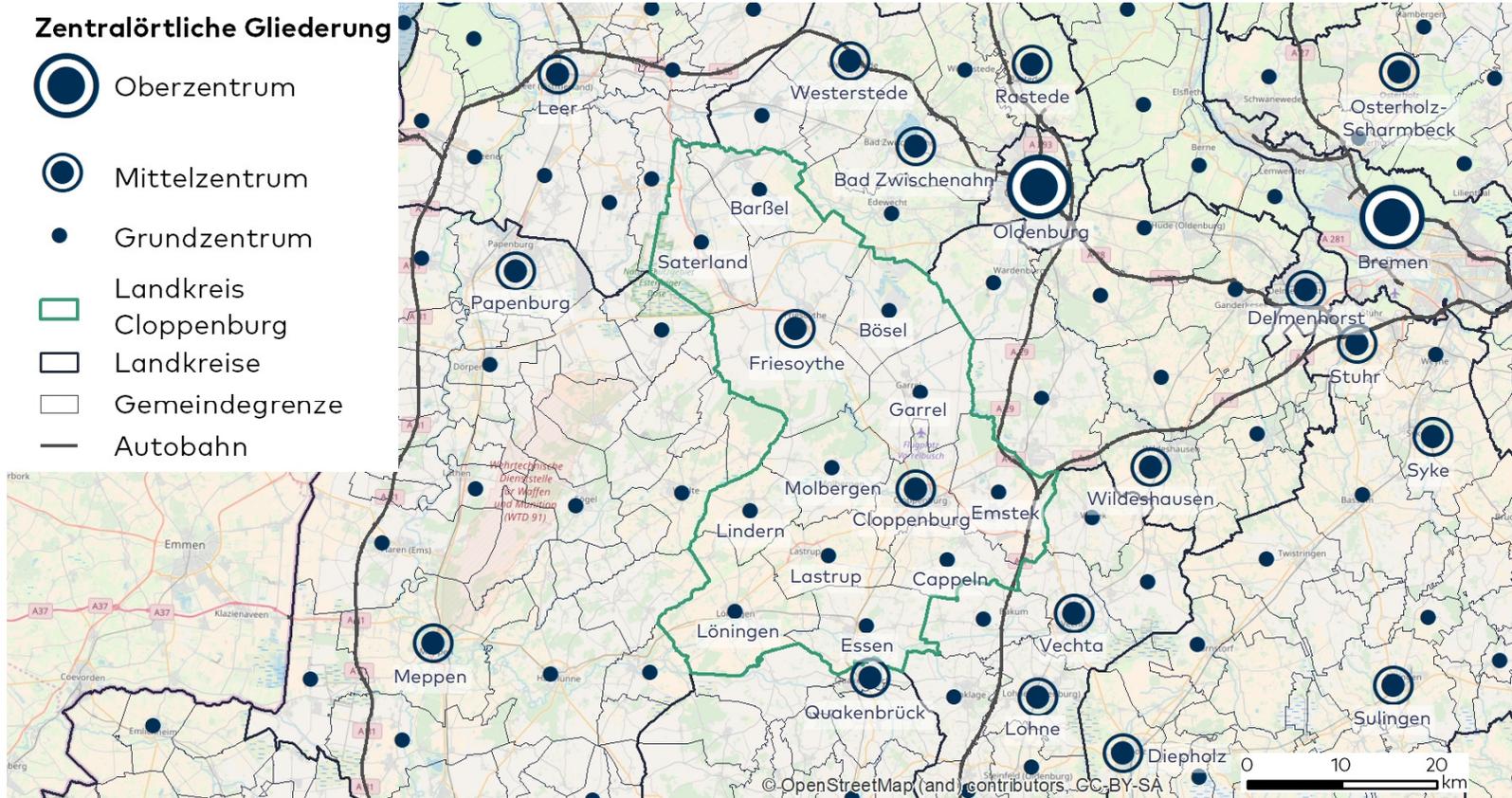
- Der aperiodische Kongruenzraum ist sortimentsübergreifend zu ermitteln.
- Kongruenzräume dürfen sich überlagern, hierbei ist eine jeweilige Abschöpfungsquote (z. B. MZ X 40%, MZ Y 60% der aperiodischen Kaufkraft in den überlagernden Bereichen) festzulegen.
- Kongruenzräume können über die Landesgrenze/Grenze des Landkreises hinausreichen.
- Kongruenzräume sind entweder kartografisch oder/und textlich festzulegen.

# Kriterien zur Ableitung der Kongruenzräume (aperiodisch)

## Übersichtskarte

### Zentralörtliche Gliederung

-  Oberzentrum
-  Mittelzentrum
-  Grundzentrum
-  Landkreis Cloppenburg
-  Landkreise
-  Gemeindegrenze
-  Autobahn

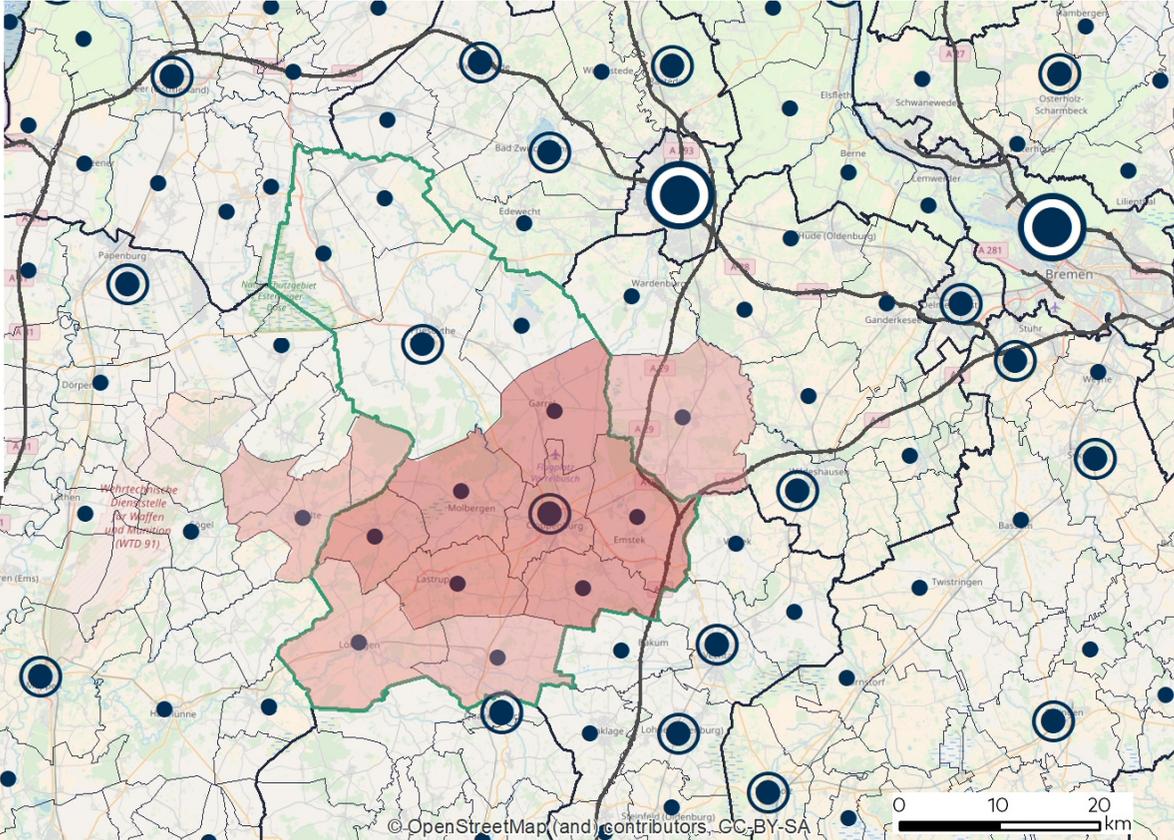


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

# Mittelzentrale Kongruenzräume für den aperiodischen Bedarf im Landkreis Cloppenburg (Empfehlung)

## Zentralörtliche Gliederung

-  Oberzentrum
-  Mittelzentrum
-  Grundzentrum
-  Landkreis Cloppenburg
-  Landkreise
-  Gemeindegrenze
-  Autobahn



## KONGRUENZFRAUM CLOPPENBURG

**Bevölkerung:** 141.337 Einwohner  
(Stand: 30.09.2017)

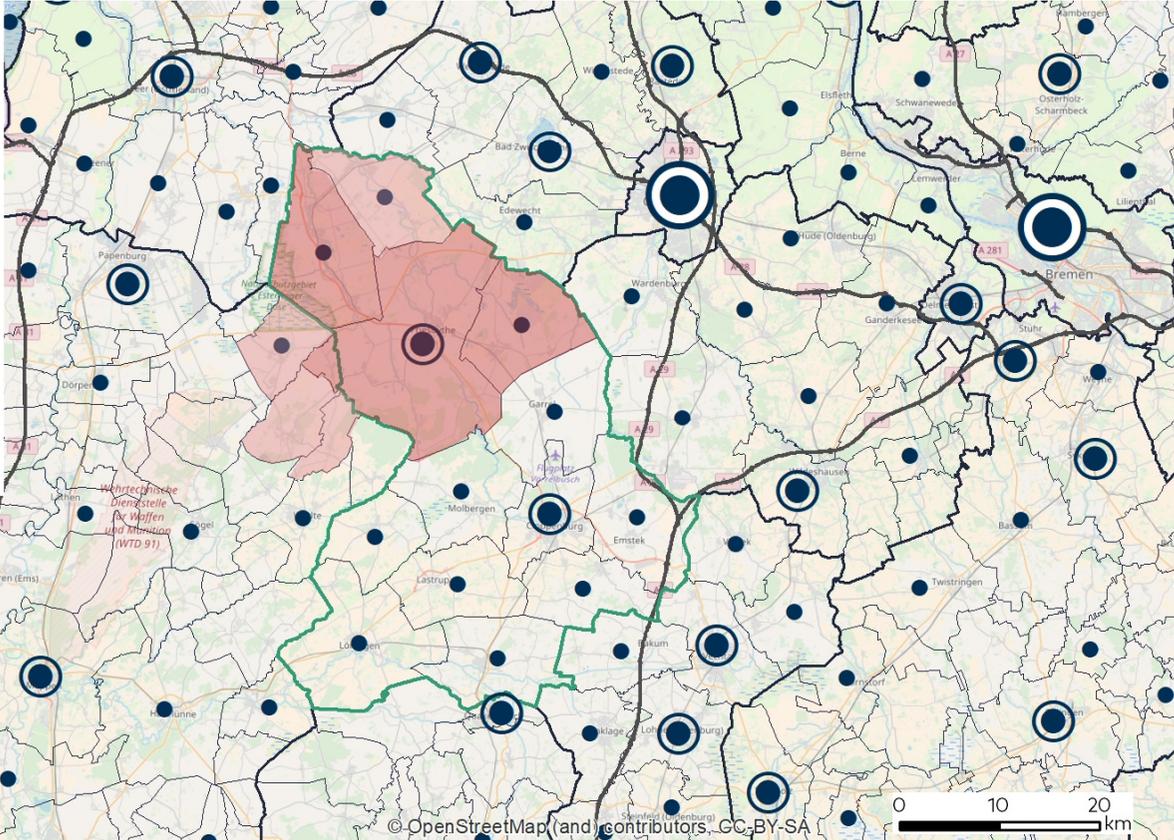
### Kaufkraftabschöpfung (Vorschlag):

- 100 % Stadt Cloppenburg
- 100 % Gemeinde Garrel
- 100 % Gemeinde Emstek
- 100 % Gemeinde Cappeln (Oldenburg)
- 100 % Gemeinde Lastrup
- 100 % Gemeinde Lindern (Oldenburg)
- 100 % Gemeinde Molbergen
- 75 % Stadt Lönninge
- 50 % Gemeinde Großkneten
- 50 % Gemeinde Essen (Oldenburg)
- 50 % Gemeinde Vrees
- 25 % Gemeinde Spahnharrenstätte
- 25 % Stadt Werlte

# Mittelzentrale Kongruenzräume für den aperiodischen Bedarf im Landkreis Cloppenburg (Empfehlung)

## Zentralörtliche Gliederung

-  Oberzentrum
-  Mittelzentrum
-  Grundzentrum
-  Landkreis Cloppenburg
-  Landkreise
-  Gemeindegrenze
-  Autobahn



## KONGRUENZRAUM FRIESOYTHE

**Bevölkerung:** 67.247 Einwohner  
(Stand: 30.09.2017)

## Kaufkraftabschöpfung (Vorschlag):

- 100 % Stadt Friesoythe
- 100 % Gemeinde Bösel
- 100 % Gemeinde Saterland
- 100 % Gemeinde Hilkenbrook
- 75 % Gemeinde Barbel
- 50 % Gemeinde Lorup
- 50 % Gemeinde Rastdorf
- 25 % Gemeinde Esterwegen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert); OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

# Möbelvorhaben im Lichte des Kongruenzgebotes

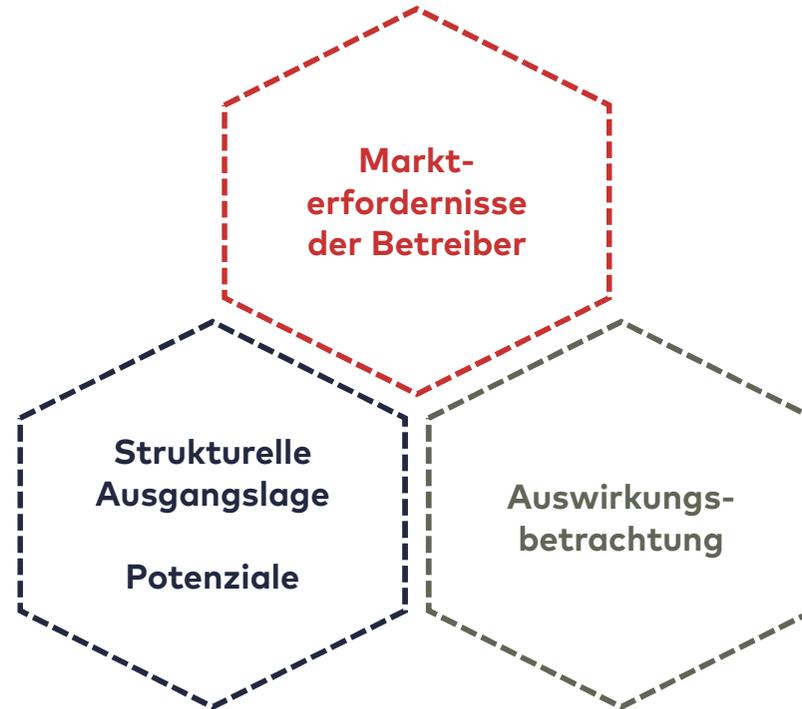
Kongruenzraum	Kaufkraft je Einwohner (Möbel) in Euro	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro (Möbel)
Friesoythe	278	67.247	16,1
Cloppenburg	291	141.337	33,7

- Die sortimentspezifische Kaufkraft im Bereich Möbel ist im Kongruenzraum Cloppenburg mit rd. 33,7 Mio. Euro **mehr als doppelt so hoch**, als die sortimentspezifische Kaufkraft im Kongruenzraum Friesoythe (rd. 16,1 Mio. Euro).
- Die überregionale Verkehrsanbindung von Cloppenburg ist als **signifikant besser** zu bewerten als die Verkehrsanbindung von Friesoythe.
- ➔ **Aus regionaler Sicht erscheint die Verortung eines möglichen Möbelvorhabens in Form eines Wohnkaufhauses im Kongruenzraum Cloppenburg als zielführend (Mikrostandort ist entscheidend).**
- Bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 1.300 – 1.700 Euro/m<sup>2</sup> kann der Umsatz eines Möbelvorhabens mit rd. 32.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (davon rd. 26.400 m<sup>2</sup> Möbel) auf rd. 41,6 – 54,4 Mio. Euro (**davon rd. 34,3 – 44,9 Mio. Euro im Bereich Möbel**) geschätzt werden. Der Umsatz übersteigt damit deutlich die in den jeweiligen Kongruenzräumen zur Verfügung stehende Kaufkraft.
- ➔ **Sofern das bestehende Angebotsdefizit im Landkreis Cloppenburg im Sortimentsbereich Möbel ausgeglichen werden soll, gelingt dies aus fachgutachterlicher Sicht lediglich durch die Ansiedlung eines Wohnkaufhauses entsprechender Größe und Attraktivität.**
- ➔ **Der Grundsatz der Raumordnung „keine wesentliche Überschreitung des maßgeblichen Kongruenzraums durch das Einzugsgebiet eines Vorhabens“ (Ziffer 03, Satz 3) wäre in einem solchen Fall zu überwinden, da ansonsten voraussichtlich keine markt- und wettbewerbsfähige Größe eines Wohnkaufhauses erreicht werden kann.**
- ➔ **Klärung in Band II: Ausmaß der Überschreitung des Kongruenzgebotes durch konkretes Planvorhaben sowie Umsatzherkunft**

# Ableitung von Randsortimentsgrößen

- 1) Wesentliche Analyseergebnisse
- 2) Regionale Sortimentsliste
- 3) Abgrenzung der Kongruenzräume
- 4) Ableitung von Randsortimentsgrößen
- 5) Ausblick

# Methodisches Vorgehen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Übliche Randsortimente in Wohnkaufhäusern

## Untersuchungsrelevante Warengruppen

- Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/  
Einrichtungszubehör
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche
- Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht-  
und Sonnenschutz
- Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte

Kurzbezeichnung Sortiment	zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant
Bettwaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elektrokleingeräte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Glas/Porzellan/Keramik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haus-/Bett-/Tischwäsche	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haushaltswaren (Hausrat)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht- /Sonnenschutz)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elektrogroßgeräte	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Lampen/Leuchten	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Matratzen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Teppiche (Einzelware)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

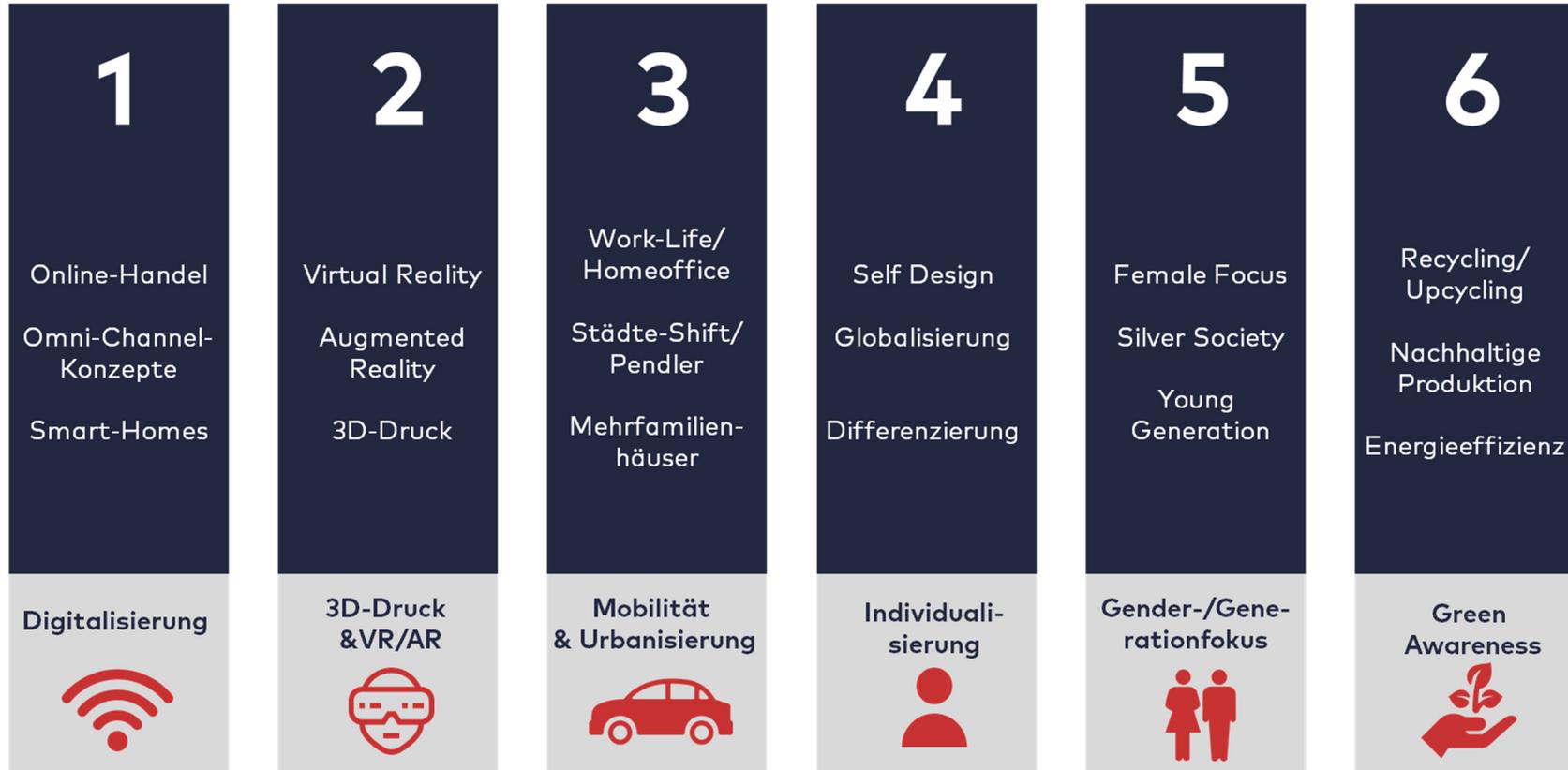
# Methodisches Vorgehen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Markterfordernisse der Betreiber

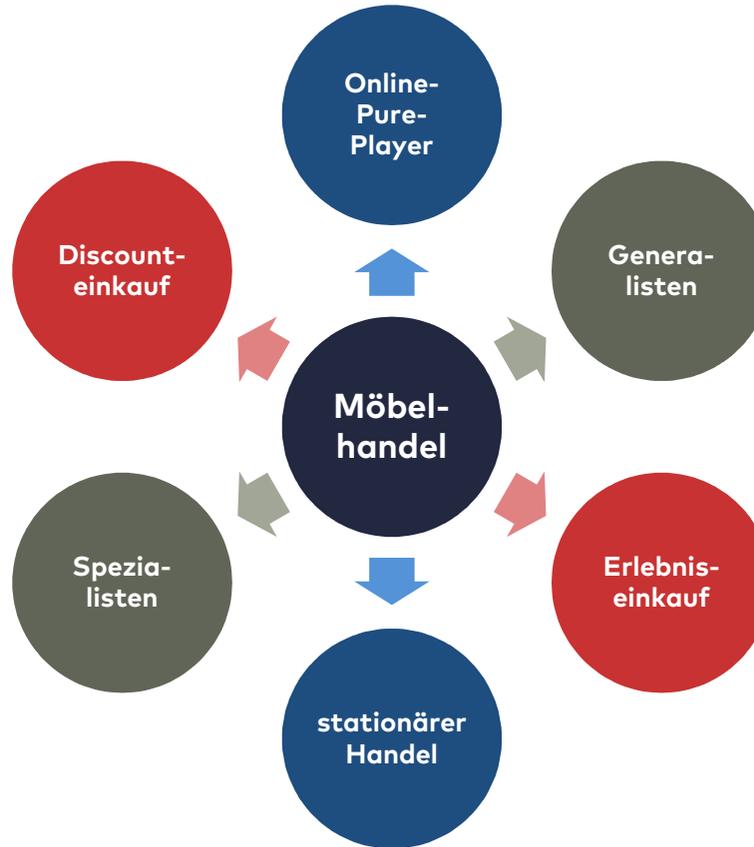
## Trends in der Möbelbranche



Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis PWC (2017); Die deutsche Möbelbranche. Struktur, Trends und Herausforderungen.

# Markterfordernisse der Betreiber

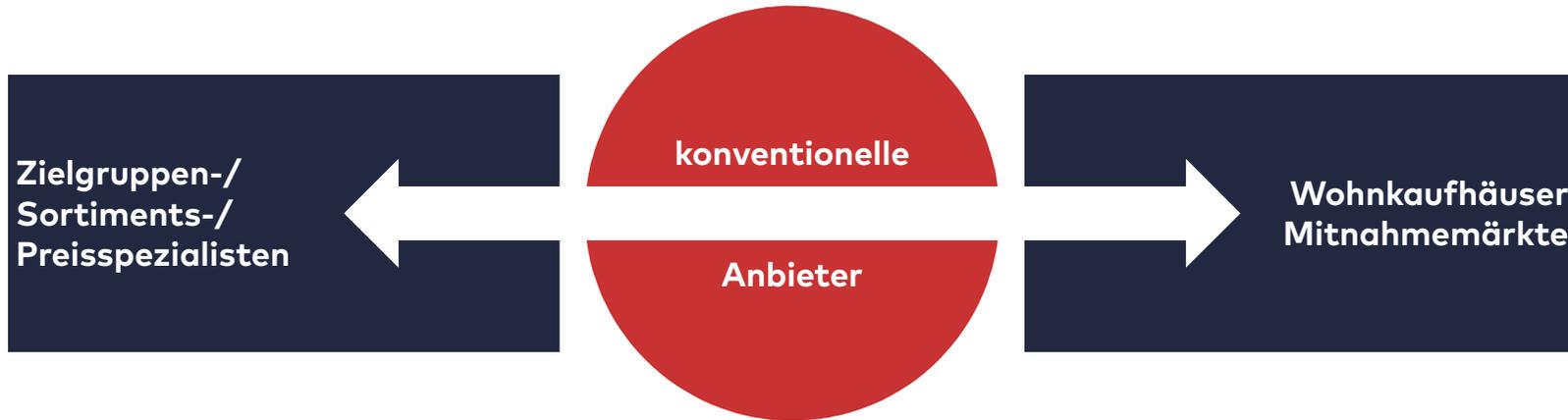
## Ausdifferenzierung von Betriebstypen und Vertriebsformen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Markterfordernisse der Betreiber

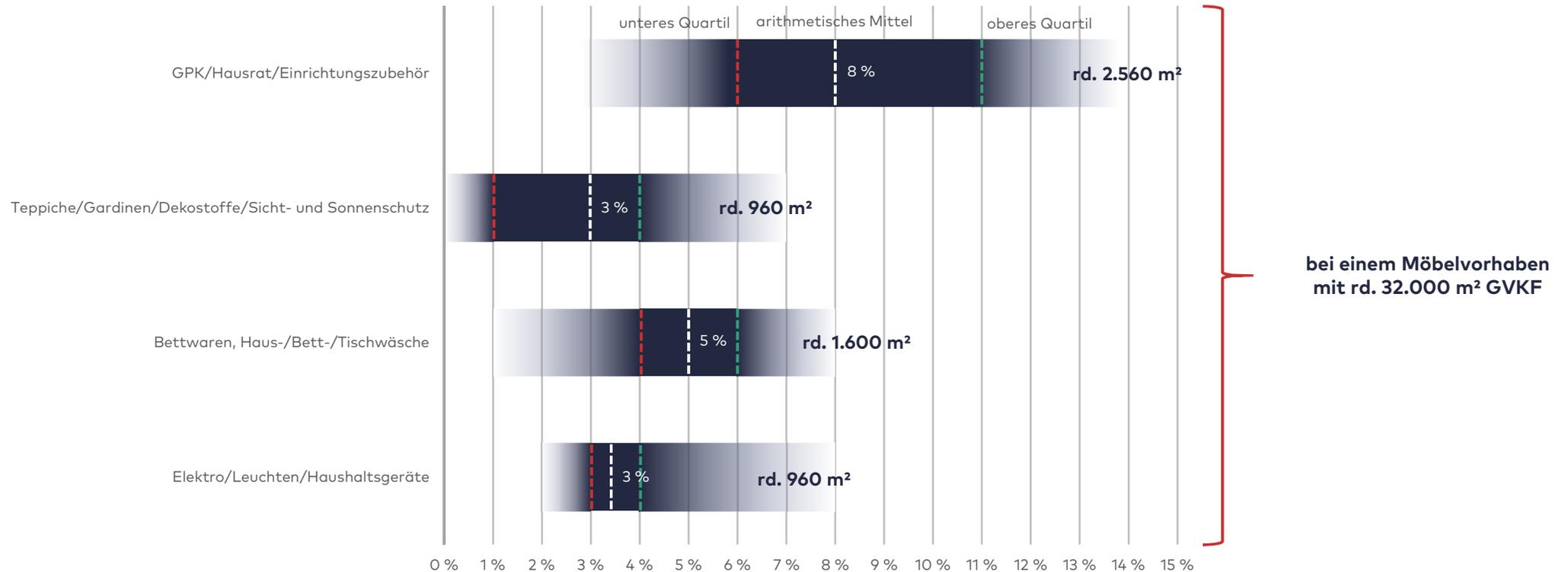
## Entwicklungstendenzen im Möbelhandel



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

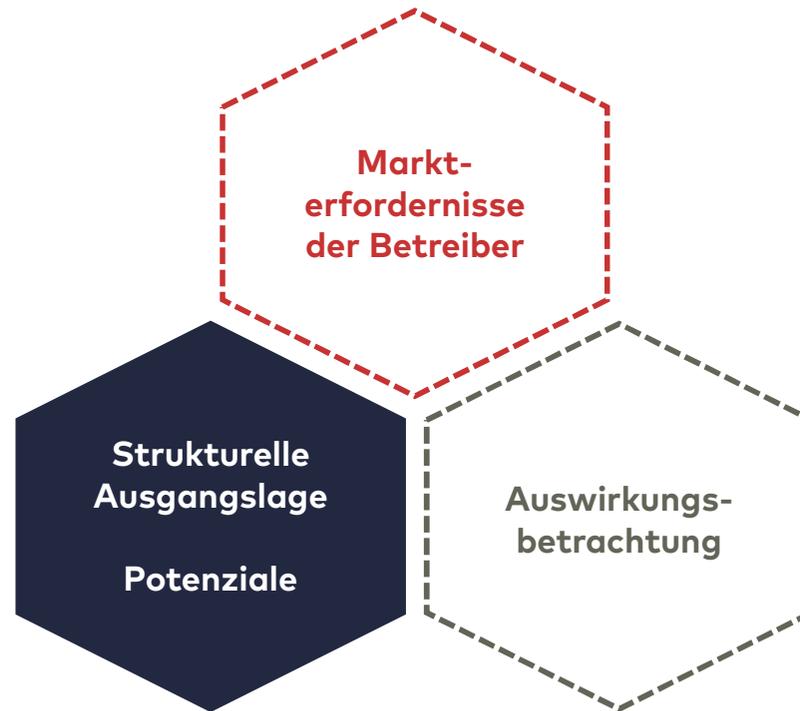
# Markterfordernisse der Betreiber

## Übliche Randsortimentsgrößen von Wohnkaufhäusern (Benchmarking)



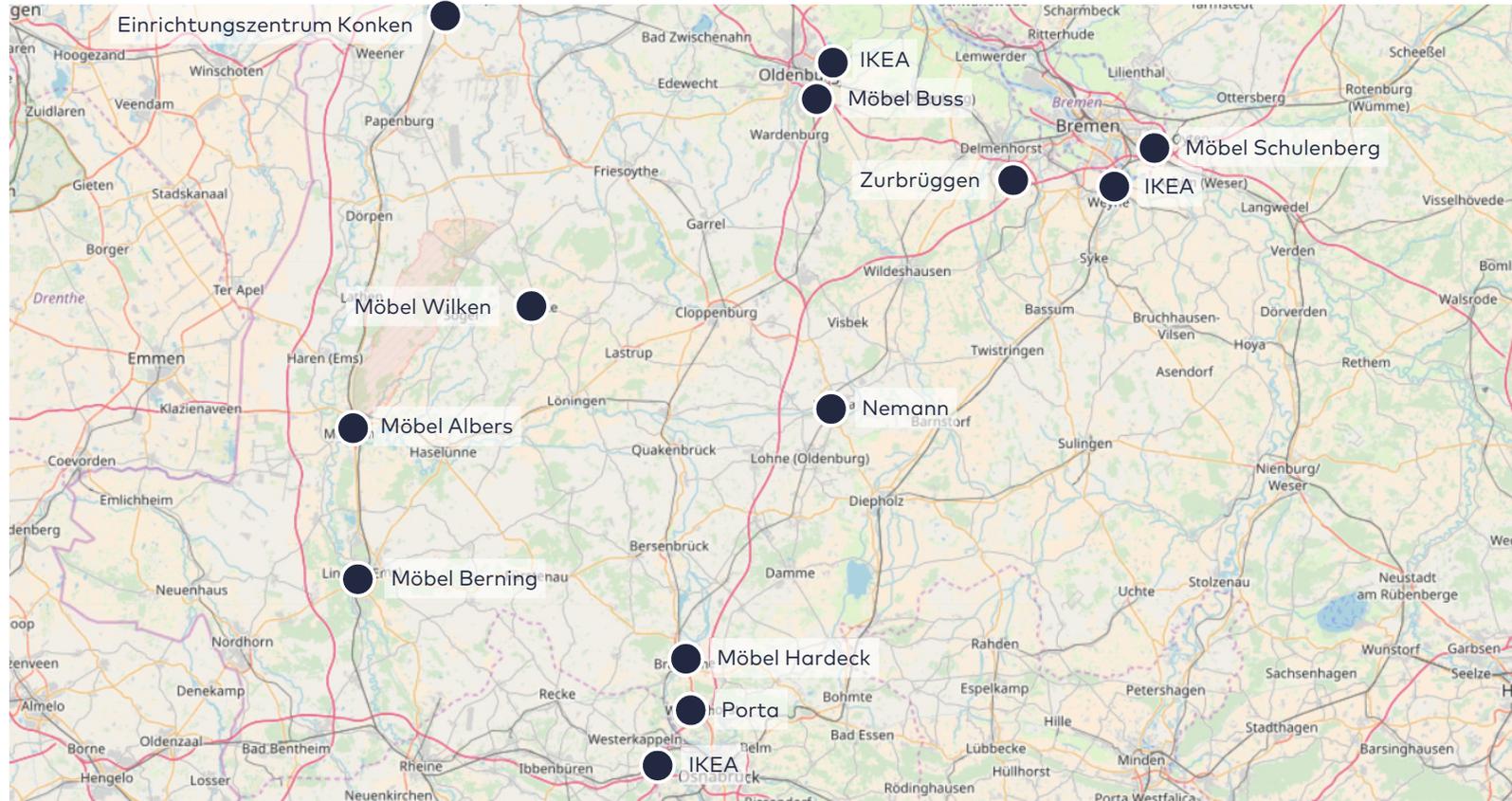
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Datenbank Stadt + Handel.

# Methodisches Vorgehen



# Strukturelle Ausgangslage

## Wettbewerbsumfeld (Wohnkaufhäuser ab 20.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche)



- Die Wettbewerbssituation im engeren (insb. Werlte und Vechta) und weiteren Umfeld um den Landkreis Cloppenburg ist relativ stark ausgeprägt.
- Sofern es die Zielstellung des Landkreises Cloppenburg ist, das bestehende Angebotsdefizit im Sortimentsbereich Möbel zu reduzieren, ist ein entsprechend marktfähiges Wohnkaufhaus zu realisieren, das im dargestellten Wettbewerbsumfeld bestehen kann.

# Strukturelle Ausgangslage

## Potenzialabgleich mit üblichen Randsortimentsgrößen von Wohnkaufhäusern

Warengruppe	Bestand in m <sup>2</sup> VKF	VKF-Potenzial in Bezug auf Bestands-VKF				Orientierungswert in m <sup>2</sup> VKF	
		> 0 %	> 10 %	> 20 %	> 30 %		
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	21.460	■	□	□	□	200	< 2.560 m <sup>2</sup>
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	3.910	■	■	■	■	1.600	> 960 m <sup>2</sup>
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	5.380	■	■	■	□	1.100	< 1.600 m <sup>2</sup>
Möbel	25.180	■	■	■	■	17.000	
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	7.840	■	■	□	□	1.100	> 960 m <sup>2</sup>

- übliche Verkaufsflächenanteile in der Hauptwarengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche **übersteigen** rechnerische Verkaufsflächenpotenziale
- ➔ **Empfehlung: Orientierung eher am unteren Quartil des Benchmarks**
- übliche Verkaufsflächenanteile in der Hauptwarengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör **übersteigen** rechnerische Verkaufsflächenpotenziale **deutlich**
- ➔ **Detailbetrachtung für die Hauptwarengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör**

# Strukturelle Ausgangslage

## Zentrenprägung GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör

Kommune	siL i. S. d. LROP in %	niL i. S. d. LROP in %	Anteil an ZVB/siL-GVKF* in %
Barßel	13	87	1
Bösel	34	66	3
Cappeln (Oldenburg)	97	3	3
Cloppenburg	48	52	7
Emstek	36	64	4
Essen (Oldenburg)	24	76	4
Friesoythe	45	55	8
Lastrup	100	0	10
Lindern (Oldenburg)	49	51	15
Löningen	34	66	10
Molbergen	100	0	12
Saterland	47	53	8
Garrel (gesamt)	25	75	4

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 02-03/2018; siL = städtebaulich integrierte Lage; niL = städtebaulich nicht integrierte Lage; \* ohne mögliche Nahversorgungszentren.

# Strukturelle Ausgangslage

## Beispiel: Zentrenprägung GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör – Lastrup

### Funktion

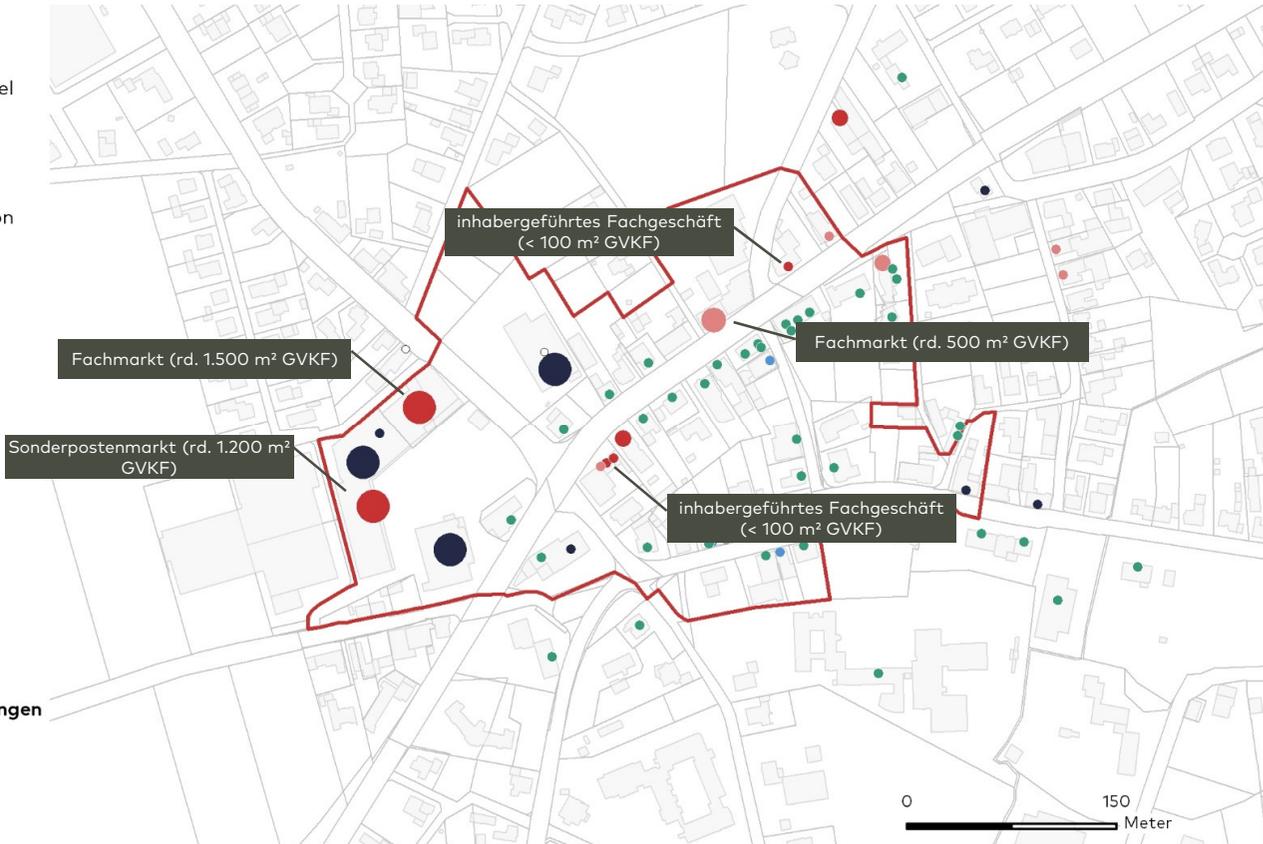
- Nahrungs- und Genussmittel
- Kurzfristiger Bedarf
- Mittelfristiger Bedarf
- Langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

### Betriebsgrößenstruktur in m<sup>2</sup>

- < 100 m<sup>2</sup>
- 100 - 399 m<sup>2</sup>
- 400 - 799 m<sup>2</sup>
- 800 - 3.999 m<sup>2</sup>
- ≥ 4.000 m<sup>2</sup>

### Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ ZVB-Abgrenzung
- ▭ gemäß kommunales EHK



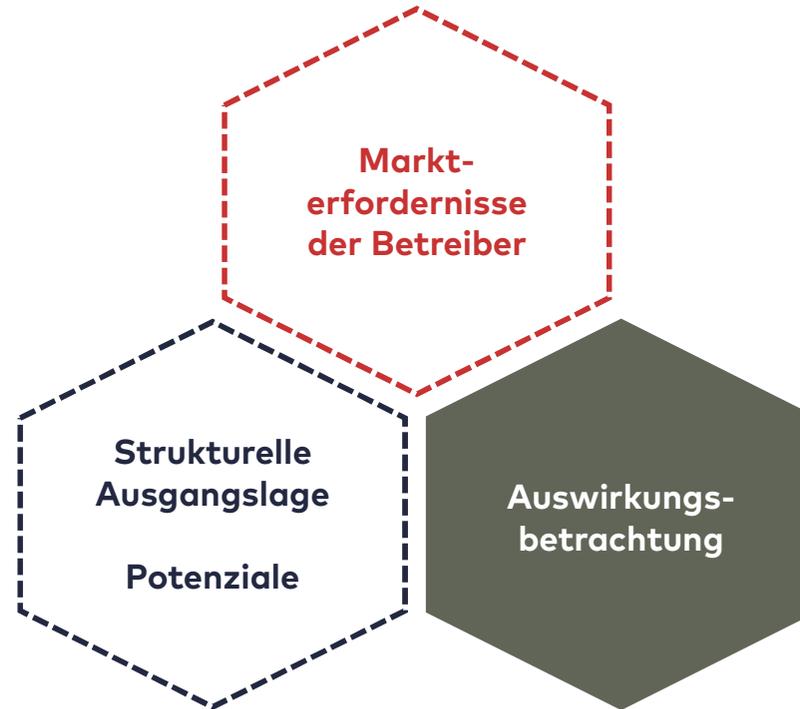
- wichtiger Nahversorgungspol für das Lastruper Gemeindegebiet mit hohem Verkaufsflächenanteil im nahversorgungsrelevantem Bedarfsbereich
  - Angebotskonzentration im westlichen Standortbereich des Ortszentrums
  - abnehmende Einzelhandelsdichte in östlicher Richtung des Ortszentrums
  - geringe Anzahl an Leerständen
  - GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör nimmt 10 % (rd. 750 m<sup>2</sup>) der GVKF des Ortszentrums (rd. 7.600 m<sup>2</sup>) ein
  - preisorientierte Angebotsstruktur
  - ein filialisierter Sonderpostenmarkt als einziger strukturprägender Betrieb mit Hauptsortiment GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör am westlichen Rand des Ortszentrums
  - darüber hinaus Randsortimente in Fachgeschäften und Fachmärkten
- ➔ **wichtige/prägende Betriebe für ZVB**

# Strukturelle Ausgangslage

## Zusammenfassung

- Die betrachteten zentralen Versorgungsbereiche bzw. städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP sind **allgemein gefestigt**, werden jedoch z. T. durch die Hauptwarengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (sowohl durch Betriebe mit Haupt- als auch mit Randsortiment) **geprägt** (insb. Friesoythe und Lastrup).
- Auch wenn sich die **Betriebskonzepte** z. T. deutlich von dem des Wohnkaufhauses **unterscheiden** (größtenteils Sonderpostenmärkte und kleinere, spezialisierte Fachgeschäfte), ist aufgrund fehlender absatzwirtschaftlicher Potenziale mit höherer Wahrscheinlichkeit von stärkeren, vorhabenbedingten **Umsatzumverteilungen** auszugehen (je nach Ausgestaltung der Randsortimentsgröße des Wohnkaufhauses).
- **Um eine gewisse Raumverträglichkeit innerhalb des Landkreises (bei gleichzeitiger Beachtung der Markterfordernisse der Betreiber) gewährleisten zu können, wird ein deutlich unterdurchschnittlicher (vgl. Benchmarking) Verkaufsflächenanteil (bis 600 m<sup>2</sup>) für die Hauptwarengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör empfohlen (orientiert an den Mindestanforderungen üblicher Betreiber).**

# Methodisches Vorgehen



# Auswirkungsbetrachtung

## Randsortimentsgrößen

- Die marktüblichen Randsortimentsgrößen ausgewählter Hauptwarengruppen sind größer als die im Landkreis Cloppenburg vorhandenen rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale.
- Insbesondere im Bereich GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör ist aufgrund der z. T. deutlichen Prägung in zentralen Versorgungsbereichen bzw. städtebaulich integrierten Lagen i. S. d. LROP keine Raumverträglichkeit üblicher Randsortimentsgrößen in diesem Bereich zu erkennen. Es wird empfohlen, lediglich die minimalen Verkaufsflächenanteile marktgängiger Wohnkaufhäuser zu realisieren.
- Insgesamt ergeben sich unter Berücksichtigung der Raumverträglichkeit (insbesondere im Bereich GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör) und der Marktanforderungen der Betreiber folgende Orientierungswerte für zentrenrelevante Randsortimente:
  - **bis 600 m<sup>2</sup>** Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör (als angenommenes Minimum für marktübliche Wohnkaufhäuser)
  - **bis 1.100 m<sup>2</sup>** Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (davon Matratzen als nicht zentrenrelevantes Sortiment)
  - **bis 1.600 m<sup>2</sup>** Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz (davon Teppiche als nicht zentrenrelevantes Sortiment)
  - **bis 1.100 m<sup>2</sup>** Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte (davon Lampen/Leuchten als nicht zentrenrelevantes Sortiment)
- **Klärung in Band II: Konkrete absatzwirtschaftliche und städtebauliche Verträglichkeit des Möbelvorhabens im Sortimentsbereich GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör**

# Auswirkungsbetrachtung

## Abgleich mit raumverträglichen Randsortimentsgrößen

Untersuchungsrelevante Randsortimente	Flächenprogramm (gem. GMA) VKF in m <sup>2</sup>	Raumverträgliche Randsortimentsgrößen VKF in m <sup>2</sup>	Bewertung der Raumverträglichkeit
Bettwaren	445	1.100	✓
Haus-/Bett-/Tischwäsche	350		
Haushaltswaren (Hausrat), Glas/Porzellan/Keramik, Einrichtungszubehör	1.750	600	✗
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	820	1.600	✓
Teppiche (Einzelware)	1.160		
Lampen/Leuchten (zzgl. Haushaltsgeräte)	940	1.100	✓
Matratzen	?	s. o.	✓

- Randsortimentsgröße der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör liegt deutlich über der raumverträglichen Größenordnung
- hoher Randsortimentsanteil im Bereich Teppiche/Heimtextilien ist durch Nicht-zentrenrelevanz von Teppichen zu relativieren
- Anteil der zentrenrelevanten Sortimente leicht über 10 % gemäß regionaler Sortimentsliste (ggf. Feinsteuerung möglich)

# Ausblick

- 1) Wesentliche Analyseergebnisse
- 2) Regionale Sortimentsliste
- 3) Abgrenzung der Kongruenzräume
- 4) Ableitung von Randsortimentsgrößen
- 5) **Ausblick**

# Fazit

## Allgemeine Hinweise

- **Regionale Sortimentsliste:** Die überwiegende Zahl der üblichen Randsortimente eines Wohnkaufhauses ist zentrenrelevant. Ausnahmen (und damit Spielraum zur Ausgestaltung der Randsortimente) bilden die Sortimente **Lampen/Leuchten, Matratzen und Teppiche (Einzelware)**.
- **Wettbewerbsumfeld:** Wohnkaufhäuser ähnlicher Größenordnung (25.000 m<sup>2</sup> GVKF oder mehr) befinden sich im verhältnismäßig nahen Umfeld. Eine signifikante Kaufkraftückbindung im Bereich Möbel (und z. T. auch in den Randsortimenten) ist nur bei einem entsprechend attraktiven Gesamtangebot möglich (siehe dazu auch die Aussagen zu den Trends im Möbelhandel).
- **Kongruenzräume für aperiodische Sortimente:** Die Untersuchung zeigt, dass eine Ziel-Zentralität von 0,80 im Sortiment Möbel lediglich durch bestimmte Betriebskonzepte (insb. Wohnkaufhaus) erreicht werden kann. Ein typisches Wohnkaufhaus wird jedoch mit hoher Wahrscheinlichkeit seinen Umsatz zu mehr als 30 % außerhalb des jeweiligen Kongruenzraums erwirtschaften. Der in Rede stehende Grundsatz der Raumordnung ist daher bei einer möglichen Realisierung des Vorhabens im Rahmen der Abwägung zu überwinden (Größenordnung durch Zusatzstudie zu klären)
- ➔ **Empfehlung I:** Die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente darf in Summe mehr als 800 m<sup>2</sup> betragen, sofern die raumverträglichen Randsortimentsgrößen gemäß REHK nicht überschritten werden (weiterhin max. 10 % der GVKF).
- ➔ **Empfehlung II:** Aufgrund der hohen Diskrepanz zwischen dem Flächenprogramm des Vorhabens und der raumverträglichen Randsortimentsgröße für GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör wird eine gesonderte Untersuchung der genannten Warengruppe durchgeführt, um zwischen betreiberseitigen Anforderungen und Raumverträglichkeit abwägen zu können.

# Weiteres Vorgehen

- aktuell:** Fertigstellung des Ergänzungsberichtes zum regionalen Einzelhandelskonzept (Band II)  
(Inhalt: Ermittlung der Umsatzherkunft des Möbelvorhabens; Ermittlung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen im Sortimentsbereich Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat, Einrichtungszubehör)
- 03.12.2018:** Abgabe der Entwurfsfassung des Ergänzungsberichtes (Band II)
- 18.12.2018:** Beschluss zur Träger- und Behördenbeteiligung zum regionalen Einzelhandelskonzept  
(bestehend aus Band I und II)
- Januar 2019:** Träger- und Behördenbeteiligung
- Februar 2019:** Abwägung, Eingehen auf Stellungnahmen, ggf. Berichts Anpassung
- 15.02.2019:** Abgabe der Endfassung des regionalen Einzelhandelskonzeptes (bestehend aus Band I und II)
- 04.04.2019:** Konzeptbeschluss zum regionalen Einzelhandelskonzept (bestehend aus Band I und II)

**Neue Wege.**  
**Klare Pläne.**

# STADT+HANDEL

**Stadt + Handel Beckmann und  
Führer Stadtplaner PartGmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Essen  
Partnerschaftsregister-  
nummer PR 3496  
Hauptsitz Dortmund

**Standort Dortmund**

Hörder Hafestraße 11  
44263 Dortmund  
Fon +49 231 86 26 890  
Fax +49 231 86 26 891

**Standort Hamburg**

Tibarg 21  
22459 Hamburg  
Fon +49 40 53 30 96 49  
Fax +49 40 53 30 96 47

**Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22  
76137 Karlsruhe  
Fon +49 721 14 51 22 62  
Fax +49 721 14 51 22 63

**Standort Leipzig**

Markt 9  
04109 Leipzig  
Fon +49 341 92 72 39 42  
Fax +49 341 92 72 39 43