

## Städtebauliche Funktions- und Auswirkungsanalyse zu den Erweiterungsabsichten eines Lebensmittelmarktes in 49692 Cappeln, Großer Kamp 2



Fotos: © Büro MR Consultants; Netto Marken-Discount-Filiale in Cappeln, Großer Kamp 2



### Bearbeitung und Projektleitung:

Stefan Pöttsch, Dipl.-Verw. Wirt (FH)

Datenstand: April 2024

Ursprünglicher Berichtsstand: 10.05.2024

Modifizierte Überarbeitung im Rahmen der Beteiligung TÖB: 26.09.2024

MR CONSULTANTS

INH.: STEFAN PÖTZSCH

26.9.2024

# 1 AUFTRAG UND ZIELSETZUNG

## Inhalt

<b>1 Auftrag und Zielsetzung .....</b>	<b>3</b>	<b>4 Wirkungsprognose des Planvorhabens.....</b>	<b>22</b>
1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung .....	3	4.1 Ökonometrische Wirkungsberechnung nach Huff .....	22
1.2 Auftraggeber .....	4	4.2 Umsatz- und Flächenstruktur des Planvorhabens.....	23
1.3 Betreiber .....	4	4.3 Umsatzherkunft des Planvorhabens.....	27
1.4 Untersuchungszeitraum .....	4	4.4 Städtebauliche und betriebliche Auswirkungen .....	29
<b>2 Ausführungen zum Planvorhaben .....</b>	<b>7</b>	4.5 Kaufkraft für den Einzelhandel und Kaufkraftherkunft .....	31
2.1 Beschreibung des Planvorhabens (Auftragsgrundlage).....	7	4.5.1 Sortimentskaufkraftberechnung Gemeinde Cappel .....	32
2.2 Betriebliche Ausführungen.....	8	4.5.2 Sortimentskaufkraftberechnung fußläufige Erreichbarkeit .....	33
2.3 Bestandssituation und warenwirtschaftliche Logistik.....	10	4.5.3 Künftige Kaufkraftbindung und -abfluss .....	35
2.4 Verkaufsfläche des Planvorhabens .....	14	<b>5 Übereinstimmung des Planvorhabens mit der Raumordnung .....</b>	<b>36</b>
<b>3 Städtebaulich funktionale Standortaspekte .....</b>	<b>15</b>	5.1 Grundsätzliche planungsrechtliche Regelungen .....	36
3.1 Abgrenzung des Untersuchungsgebietes .....	16	5.2 Übereinstimmung mit den Zielen der Landesraumordnung.....	38
3.2 Wohnortnahe Grundversorgung und Kundenherkünfte .....	18	5.3 Übereinstimmung mit dem Regionalen Raumordnungsprogramm (RROP) .....	38
3.3 Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum .....	20	<b>6 Zusammenfassung der Untersuchungen und Planungsempfehlungen.....</b>	<b>39</b>
		<b>7 Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>41</b>

## 1 AUFTRAG UND ZIELSETZUNG

### 1 Auftrag und Zielsetzung

#### 1.1 AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Firma Netto Marken-Discount AG & Co.KG betreibt in 49692 Cappeln, Großer Kamp 2 eine Lebensmittelfiliale mit einer Verkaufsraumgröße von rd. 828,5 qm zuzüglich Windfang (rd. 16,2 qm) und eines eigenständigen Backshops (rd. 24,3 qm Thekenbereich und Verkauf).

Die Filiale soll modernisiert und erweitert werden. Der neben dem Eingangsbereich vorgelagerte, extern betriebene Backshop soll durch eine bauliche Erweiterung erweitert werden. Die derzeit noch in den Verkaufsraum integrierte Leergutannahme soll künftig mit einem eigenen Pfandraum in den Vorbau verlegt werden. Der zurzeit und auch künftig vorgelagerte Backshop soll – weiterhin unabhängig vom Lebensmittelmarkt – mit großzügigerem Cafébereich erweitert werden.

Einschließlich aller dem Verkauf zurechenbarer Verkaufsflächen soll die Gesamtverkaufsfläche des Lebensmittelmarktes (incl. der Verkaufsflächen des externen Backshops mit Café) auf rd. 1.100 qm erweitert werden.

In einem Auftragsklärungsgespräch mit dem Lebensmittelmarktbetreiber wurde für die beabsichtigte Modernisierung und Umstrukturierung angegeben, dass generell und übergreifend seit Bestehen des Einkaufsstandortes erhebliche - wettbewerblich relevante - Veränderungen im weiteren Marktgebiet der Lebensmittelfiliale zu verzeichnen sind.

Ausgelöst 2020 durch die Pandemie und die anhaltenden weltwirtschaftlichen Krisen haben sich die Verbraucherschemata und Einkaufsgewohnheiten der Konsumenten nachhaltig verändert.

Zu der seit erstmaliger Eröffnung weitestgehend unveränderten Filiale wurde darüber hinaus angegeben, dass der flächenmäßig unterdimensionierte Verkaufsraum des Lebensmittelmarktes mit einem hohen logistischen und personellen Aufwand geführt werden muss.

Aus *betrieblicher Notwendigkeit* soll die Netto-Filiale deshalb durch eine großzügigere Verkaufsfläche mit einhergehender Neuregalierung und Verbesserungen in der Warenlogistik so modernisiert werden, dass sie im bestehenden Wettbewerb langfristig leistungsfähig aufgestellt bleibt.

In diesem Zuge sollen die Gänge durch eine effizientere Regalierung verbreitert werden, um ein barrierefreies Begegnen bspw. mit Einkaufswagen, Kinderwagen und Rollatoren zu ermöglichen. Niedrigere Regale sollen den Kunden die Erreichbarkeit der Waren und die Orientierung in der Filiale erleichtern.

## 1 AUFTRAG UND ZIELSETZUNG

Zur warenwirtschaftlichen und logistischen Optimierung der Betriebsabläufe ist u.a. ein leichteres Rangieren mit Hubwagen und das Aufstellen größerer Warenmengen unumgänglich, wodurch der zurzeit enorm hohe Personalaufwand für das Nachfüllen von Ware im Verkaufsraum reduziert wird und die gebundenen Personalressourcen für einen deutlich besseren Kundenservice eingesetzt werden sollen.

Die Gemeinde Cappeln ist nach dem geltenden Raumordnungsprogramm für den Landkreis Cloppenburg aus dem Jahr 2005 (künftig abgekürzt: RROP) mit einer zentralörtlichen Funktion als Grundzentrum festgelegt (vgl. dort D 1.4).

Die Gemeinde Cappeln besteht aus insgesamt 9 Ortsteilen mit einer Gemeindefläche von rd. 79,21 Quadratkilometer.

Die planungsrechtlich relevanten Funktionen eines Grundzentrums werden von der Gemeinde Cappeln für eine stetig wachsende Gesamtbevölkerung von derzeit 8.227 Einwohner\*innen wahrgenommen<sup>1</sup>.

Aufgrund eines die planungsrechtliche Schwelle von 800 qm Verkaufsfläche überschreitenden Planungsvorhabens gilt die Erweiterung als neues großflächiges Einzelhandelsprojekt i.S. § 11 Abs. 3 BauNVO. Vor diesem Hintergrund wurde unser Büro mit der gutachterlichen Prüfung einer planungsrechtlichen Genehmigungsfähigkeit des Erweiterungsvorhabens beauftragt.

<sup>1</sup> Quelle: [https://www.cappeln.de/leben\\_in\\_cappeln/Einladung\\_zur\\_Buergerversammlung\\_Dichtekonzept\\_fuer\\_die\\_Gemeinde\\_Cappeln/gemeindeportraet.php](https://www.cappeln.de/leben_in_cappeln/Einladung_zur_Buergerversammlung_Dichtekonzept_fuer_die_Gemeinde_Cappeln/gemeindeportraet.php) – Bevölkerungsstand 10.05.2023

### 1.2 AUFTRAGGEBER

**Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG**

Regionalleitung Expansion

Lindbergstraße 8

29693 Hodenhagen

### 1.3 BETREIBER

**Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG, Maxhütte-Haidhof**

Industriepark Ponholz 1

93142 Maxhütte-Haidhof

### 1.4 UNTERSUCHUNGSZEITRAUM

Im Zuge einer Vollerhebung wurde der untersuchungsrelevante Einzelhandel mehrmals in den Monaten März bis Mai 2024 durch unser Büro Vorort – zur Verfestigung teils sporadisch - aufgesucht und hinsichtlich Verkaufsflächengrößen, Kundenfrequenzen und Kundenherkunft (repräsentativ) untersucht.

# 1 AUFTRAG UND ZIELSETZUNG

## 1.5 UNTERSUCHUNGSDESIGN UND -METHODIK

Es wurden Expertengespräche mit dem Betreiber sowie der Marktleitung Vorort geführt. Zentrales Anliegen der geplanten Verkaufsflächenvergrößerung ist eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der Kunden- sowie internen Logistikabläufe.

Das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind aus betrieblicher Sicht als bestandssichernde Maßnahmen vorgesehen, die der Wiedererreichung und Stabilisierung der bisherigen Marktposition dienen.

Um eine Basis für die Kundenherkünfte und dementsprechend für die Bestimmung des Marktgebietes zu erhalten, wurden die Kundenstrukturen repräsentativ erhoben und mit Erkenntnissen der Marktleitung harmonisiert.

Der regionalplanerisch durch das RROP abgegrenzte grundzentrale Kongruenzraum der Gemeinde Cappeln umfasst die Ortsteile Bokel (1.004 EW), Elsten (651 EW), Mintewede (30 EW), Nutteln (158 EW), Schwichteler (330 EW), Sevelten (1.794 EW), Tegelrieden (48 EW), Tenstedt (1.028 EW), Warnstedt (154 EW) und den Ort Cappeln selbst (3.030 EW).

Es ergeben sich demnach folgende Analyseaufgaben:

- Welche funktionalen Auswirkungen sind durch die beabsichtigte Verkaufsflächenerweiterung auf die Versorgungsstrukturen der schützenswerten Versorgungsbereiche zu erwarten und mit welchen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist in den vorhaben- / untersuchungsrelevanten Haupt- und ggf. Nebensortimentsgruppen zu rechnen (Worst-Case-Szenario)?
- Bestehen raumordnerische Zielkonflikte im Hinblick auf die Vorgaben der Landesplanung und der Regionalplanung? Hier bedarf es insbesondere einer funktionalen Überprüfung des Planvorhabenstandortes, der Prüfung des durch die neue Einkaufsattraktivität entstehenden absatzwirtschaftlichen Marktgebietes im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sowie der Einhaltung der raumplanerischen Gebote und Verbote, nicht zuletzt des Kongruenz- und des Beeinträchtigungsverbotes.

Die Ermittlungen der Bestands- und Leistungsdaten des untersuchungsrelevanten Einzelhandels basieren auf einer Bewertung des vorhabenrelevanten Einzelhandelbestandes im absatzwirtschaftlichen und damit untersuchungsrelevanten Marktgebiet des Vorhabenstandortes.

## 1 AUFTRAG UND ZIELSETZUNG

Zur Prüfung einer raumplanerisch verträglichen Versorgungsfunktion des Einkaufsstandortes war eine Nachfrageanalyse der vorhandenen Kaufkraft für den Einzelhandel und eine Angebotsanalyse des vorhandenen Einzelhandels im Untersuchungsgebiet des Planvorhabens vorzunehmen.

Diese Kaufkraft- / Umsatzanalyse war generell für alle wesentlich betroffenen Haupt-(Leit-)Sortimentsgruppen vorzunehmen.

Im Einzelnen wurden folgende Analyseschritte vorgenommen:

- Bewertung des Mikrostandorts des Planvorhabens unter Berücksichtigung kommunaler, regionaler und landesübergreifender Einzelhandelsentwicklungsleitlinien.
- Umsatz- / Kaufkraftanalyse zur Ermittlung der aktuellen Umsatzherkunft des Planvorhabens.

- Wettbewerbliche und geografische Untersuchung des Marktgebiets vor und nach der geplanten Verkaufsflächenerweiterung (Reichweite der Auswirkungen des Planvorhabens).
- Analyse der untersuchungsrelevanten Angebotssituation und der weiteren Angebotsstrukturen (Umsatzanalyse) und Abgleich mit der Nachfragesituation (Kaufkraftanalyse) im Untersuchungsgebiet.
- Bewertung der warengruppenspezifischen Umsatzverlagerungen durch Ermittlung der ökonomischen Auswirkungen auf den Einzelhandel nach der Methode ‚Huff-Modellrechnung‘.
- Abwägung und Feststellung zur planungsrechtlichen Verträglichkeit.

Für die gutachterlichen Bewertungen wurde zur Feststellung der Kundenherkunftsanalysen ein Expertengespräch mit der Filialleitung der Netto Marken-Discount-Filiale zu den Kundenherkünften sowie der wochentäglichen Einkaufsfrequenz geführt.

## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

### 2 Ausführungen zum Planvorhaben

#### 2.1 BESCHREIBUNG DES PLANVORHABENS (AUFTRAGSGRUNDLAGE)

Der Lebensmittelmarkt im Bestand mit insgesamt rd. 844,7 qm (planungsrechtlich anrechenbare Fläche incl. Windfang) sowie der angegliederte Backshop (planungsrechtlich anrechenbare Fläche von 24,3 qm) sollen baulich vergrößert werden.

Danach ist künftig eine Verkaufsraumfläche von rd. 1.047,4 qm für den Lebensmittelmarkt zuzüglich 9,5 qm für den Leergutannahmeraum vorgesehen. Die Lagerbereichs-, Technik-, Neben- und Personalraumflächen sollen in diesem Zuge optimiert werden; die gesamte Haustechnik wird auf energiesparende Systeme umgestellt.

Der bestehende Backshop incl. einer Sitzcaféfläche erhält eine Gesamtfläche von rd. 67,3 qm, davon ist nach Angabe des Planungsbüros ein Flächenanteil von 37,4 qm der Verkaufsfläche zurechenbar; der Backshop wird weiterhin eigenständig betrieben.

Die planungsrechtlich bedeutsame Verkaufsfläche des Einkaufsstandortes beträgt nach der baulichen Erweiterung insgesamt 1.094,3 qm.

**Die Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens einschl. aller der Verkaufsfläche zurechenbarer Flächen wird nach den vorliegenden Planungen aufgerundet mit insgesamt 1.100 qm bilanziert.**

Die Erweiterungsabsichten lösen nach § 11 Abs. 3 BauNVO kraft Gesetzes die Regelvermutungen für einen (neuen) großflächigen Einzelhandelsbetrieb aus und sind hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen absatzwirtschaftlich und ökonomisch zu überprüfen.

Im Rahmen der Verkaufsflächenvergrößerung und der Neuregalierung wird sich die Sortimentsanzahl und -qualität in der Netto Marken-Discount-Filiale nicht verändern.

Die bundesweit einheitliche Sortiments- und Angebotspolitik der Netto Marken-Discount AG & Co. KG ist aktuell auf rd. 5.200 Artikeln ausgelegt; die so einzugrenzende Sortimentsvielfalt (Anzahl der verschiedenen Artikel) wird künftig nicht ausgeweitet und behält Gültigkeit.

Eine *qualitative* Sortimentseinzeluntersuchung hinsichtlich qualitativer Sogwirkungen im Wettbewerbsgebiet gegenüber anders- oder gleichartiger Vertriebs- oder Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels ist danach entbehrlich, da sich ausschließlich die *quantitative* Warenvorhaltung - bei ansonsten unverändert breit geführter Sortimentszahl - im Verkaufsraum verändert.

## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

### 2.2 BETRIEBLICHE AUSFÜHRUNGEN

Der im südöstlich des Ortes Cappeln gelegene, hier untersuchte Lebensmittelmarkt ist – das gilt im Übrigen auch für den Combi-Markt - langjährig in Cappeln etabliert und wird fußläufig, mit dem Fahrrad, automobil und dem ÖPNV als integrierter Nahversorger gut angenommen, so wurde von der Filialeitung berichtet.

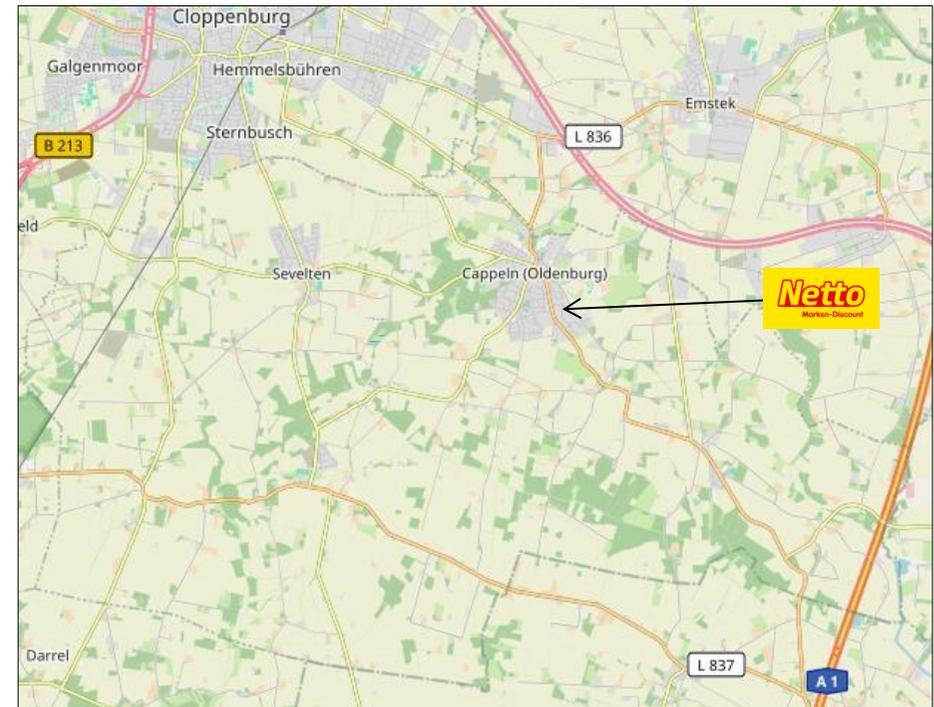
Diese Einschätzung wurde im Verlauf unserer Vorort-Untersuchungen gutachterlich - gestützt durch Kundenherkunftsbefragungen - überprüft.

Der Standort ist 2-seitig mit angrenzender Wohnbebauung und 2-seitig mit gewerblichen Nutzungen umgeben.

Zur Rückgewinnung abgewanderter Umsätze an Wettbewerbsbetriebe, die insbesondere im südlichen Cloppenburg bereits Verkaufsflächenerweiterungen vollzogen haben, ist aus betriebswirtschaftlicher Sicht des Betreibers ein zeitgemäßes Filialkonzept auf ein verbraucher- und kundenfreundliches Filialkonzept mit übersichtlicher Regalstellung und ausreichend breiten Kundengängen betriebsnotwendig.

Der Standort der Lebensmittelfiliale befindet sich, wie bereits beschrieben, am südlichen Rande des Ortes Cappeln, wobei festzuhalten ist, dass sich der Ort Cappeln geografisch selbst am oberen Rand des gesamten Gemeindegebietes (= Kongruenzraum für die Nahversorgung) befindet.

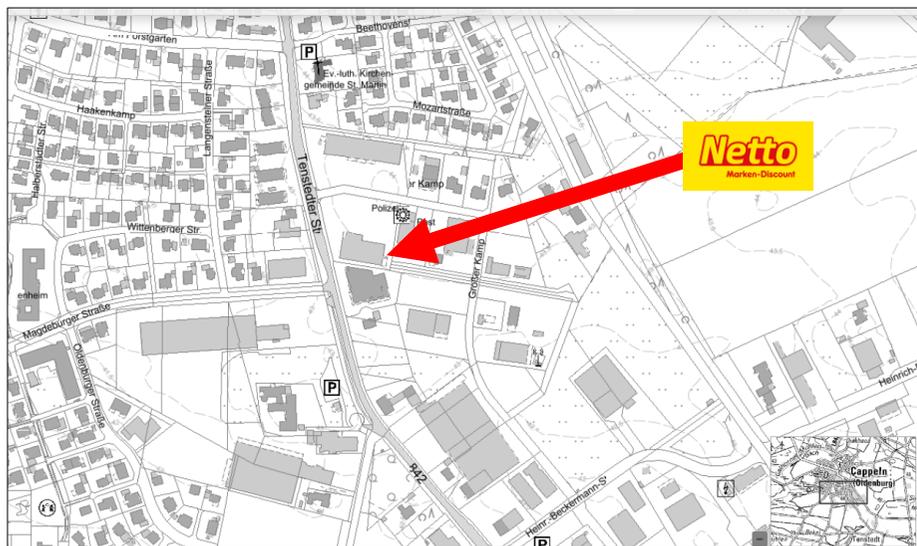
Abb. 1: Lage der Netto-Filiale in Cappeln



Quelle: OpenStreetMap-Daten, Lizenz: Open Database License (ODBL); Kartenausschnitt und Bearbeitung: Büro MR Consultants, Datenabruf am 07.05.2024

## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

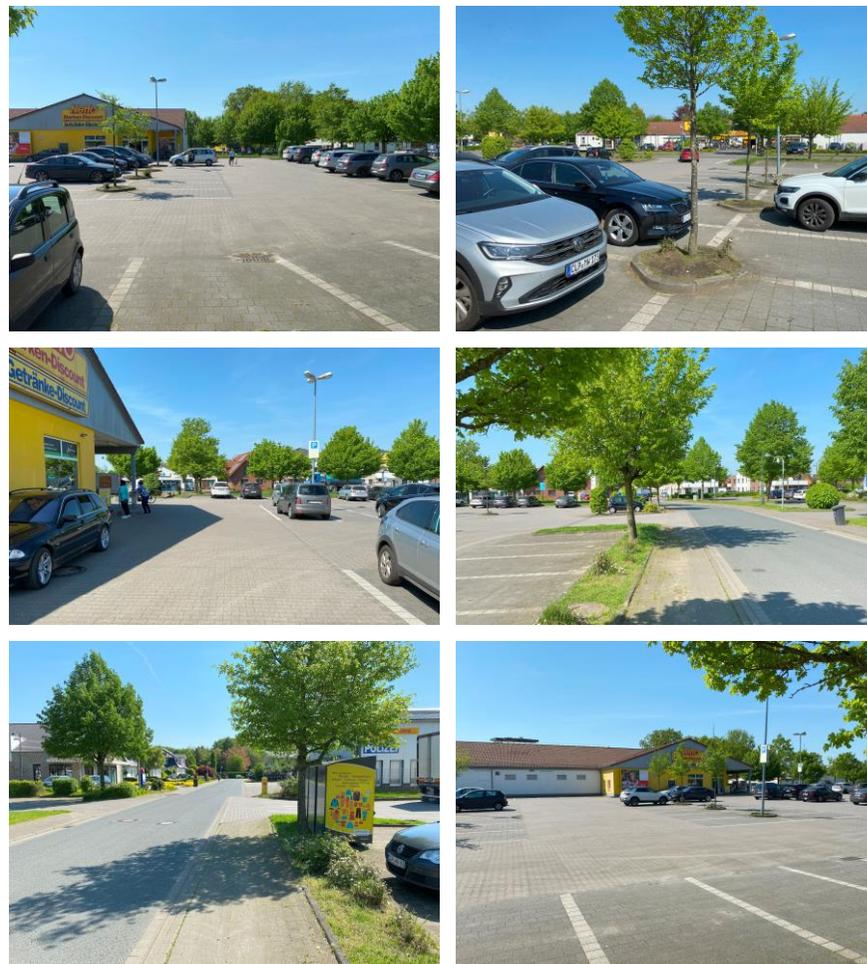
Abb. 2: Makro-Standort der Netto-Filiale



Quelle: FIS-RO Raumordnungsportal Niedersachsen, © Hintergrunddaten: LGN-Landesvermessung und Geobasisinformation Niedersachsen; Kartenausschnitt und Bearbeitung: Büro MR Consultants, Datenabruf am 07.05.2024

Der Standort ist für die Bevölkerung als auch den Durchgangsverkehr mit dem Auto u.a. über die gut frequentierte Landesstraße L 842, dem Bus über die nur rd. 50 m entfernt gelegene Haltestelle ‚Tenstedter Straße/Großer Kamp‘ (Buslinie 938) und darüber hinaus mit dem Fahrrad sowie fußläufig gut erreichbar. Der nächste Lebensmittelmarkt Combi ist fußläufig innerhalb von 10 Gehminuten (700 m) erreichbar. Gegenüber der Netto-Filiale befindet sich ein großflächiger Sonderpostenmarkt „Postenbörse“.

Abb. 3: Grundstücksdokumentation Netto-Filiale



Fotos: Büro MR Consultants, 02.05.2024

## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

### 2.3 BESTANDSSITUATION UND WARENWIRTSCHAFTLICHE LOGISTIK

Mit einer sehr beengten Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes stößt die Belastbarkeit des Lebensmittelmarktes warenwirtschaftlich und logistisch an ihre Grenzen und kann den Ansprüchen der Kund\*innen an die Verfügbarkeit von Personal, übersichtliche und vollständige Sortimentshaltung und Erreichbarkeit der Sortimente in den Regalen nicht mehr erfüllen. Das wird auch in etlichen Google-Rezensionen dokumentiert.

Die Lagerbereichsflächen müssen insoweit hinsichtlich einer effizienteren Auslastung u.E. dringend optimiert werden. Eine rationelle und kostensparende Warenwirtschaft ist, wie in den nachfolgenden Bilddokumentationen dieses Gutachtens ersichtlich, wirtschaftlich nur mit erhöhtem Personalaufwand leistbar und verbesserungsbedürftig.

Dem Kunden ist – als Ergebnis einer eingehenden Betriebsbegehung - ein ungehinderter und störungsfreier Zugriff auf das Sortiment nicht möglich; schmale Gänge führen zu Barrieren, wenn sich 2 Einkaufswagen entgegenkommen, Sortimente nachzufüllen sind und der Kunde mit seinem Einkaufswagen durch Regalnachfüllungen blockiert wird.

Die nachfolgenden umfangreichen Bildimpressionen zunächst der Ladeneinrichtung sollten die beschriebene Situation veranschaulichen:

Abb. 4: Fotodokumentation Netto-Markt - Verkaufsraum



## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN



Fotos: Büro MR Consultants, 02.05.2024

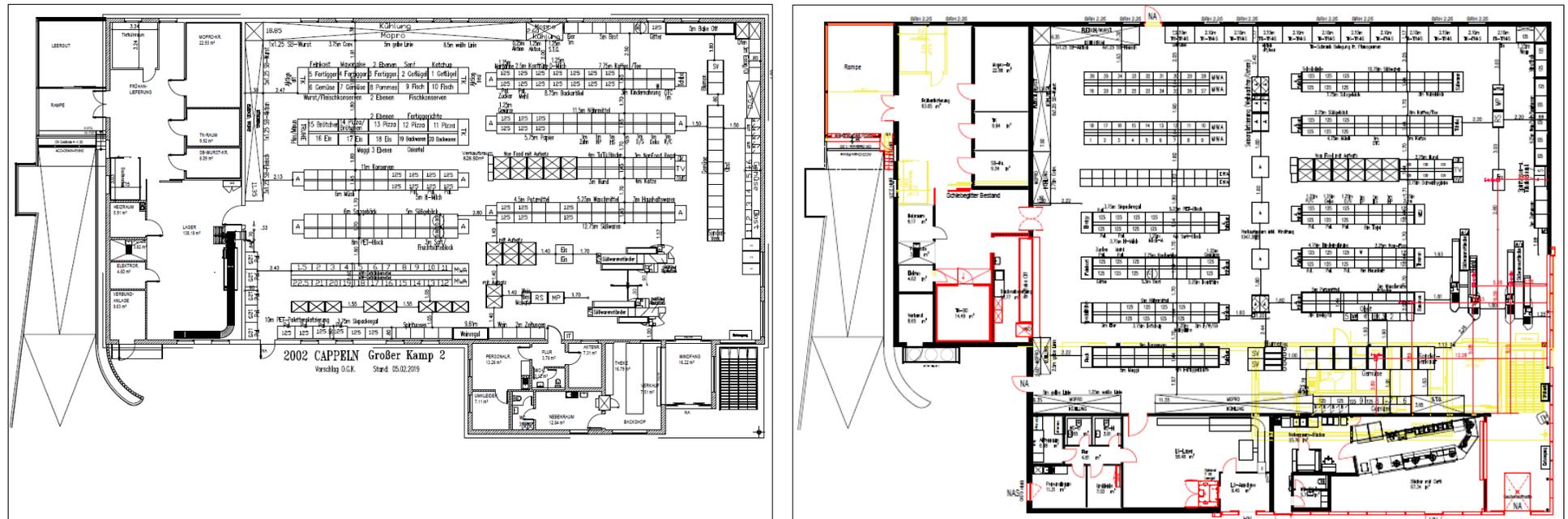
Die Personalkapazitäten verlagerten sich aufgrund des Erfordernisses eines hohen Regalnachfüllbedarfes und einer hohen warenwirtschaftlichen Logistikanforderung von der Servicekraft des Personals zur ‚Logistikkraft‘.

Dadurch ist der Personaleinsatz in dem Lebensmittelmarkt aufwendig und betriebswirtschaftlich ineffizient. Ein Warenlager soll die schnelle Verfügbarkeit der im Verkaufsraum angebotenen Bedarfs- und Verbrauchsgüter sichern. An den warenwirtschaftlichen Kreislauf sind im Lebensmitteleinzelhandel hohe Anforderungen gestellt. Das ist im Bestandsmarkt nicht (mehr) praktikierbar.

Aufgrund dieser warenwirtschaftlich unbefriedigenden Situation im Warenlager und im Verkaufsraum erwächst die logistische Notwendigkeit, Waren aus den Logistikzentren häufiger zu ordern. Dies führt in dieser unzeitgemäßen Filiale zu häufigeren Anlieferungserfordernissen, höheren Logistik- und Personalkosten sowie zu erhöhten Emissionen.

## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

Abb. 5: Gegenüberstellung Verkaufsfächen Netto-Filiale nach Bestand und Vorhabenplanung 2024 – skizzierte Übersicht



Quelle: Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG, Industriepark Ponholz 1, Maxhütte-Haidhof – Plan-Nr. 2002 vom 02.10.2023

Hinsichtlich der bestehenden Einrichtungsplanung wird die Leergutannahme nunmehr mit einem eigenen Leergutannahmeraum neu angeordnet. Der Leergutannahmeraum mit einer Fläche von rd. 9,6 qm zählt als Verkaufsraum im planungsrechtlichen Sinne.

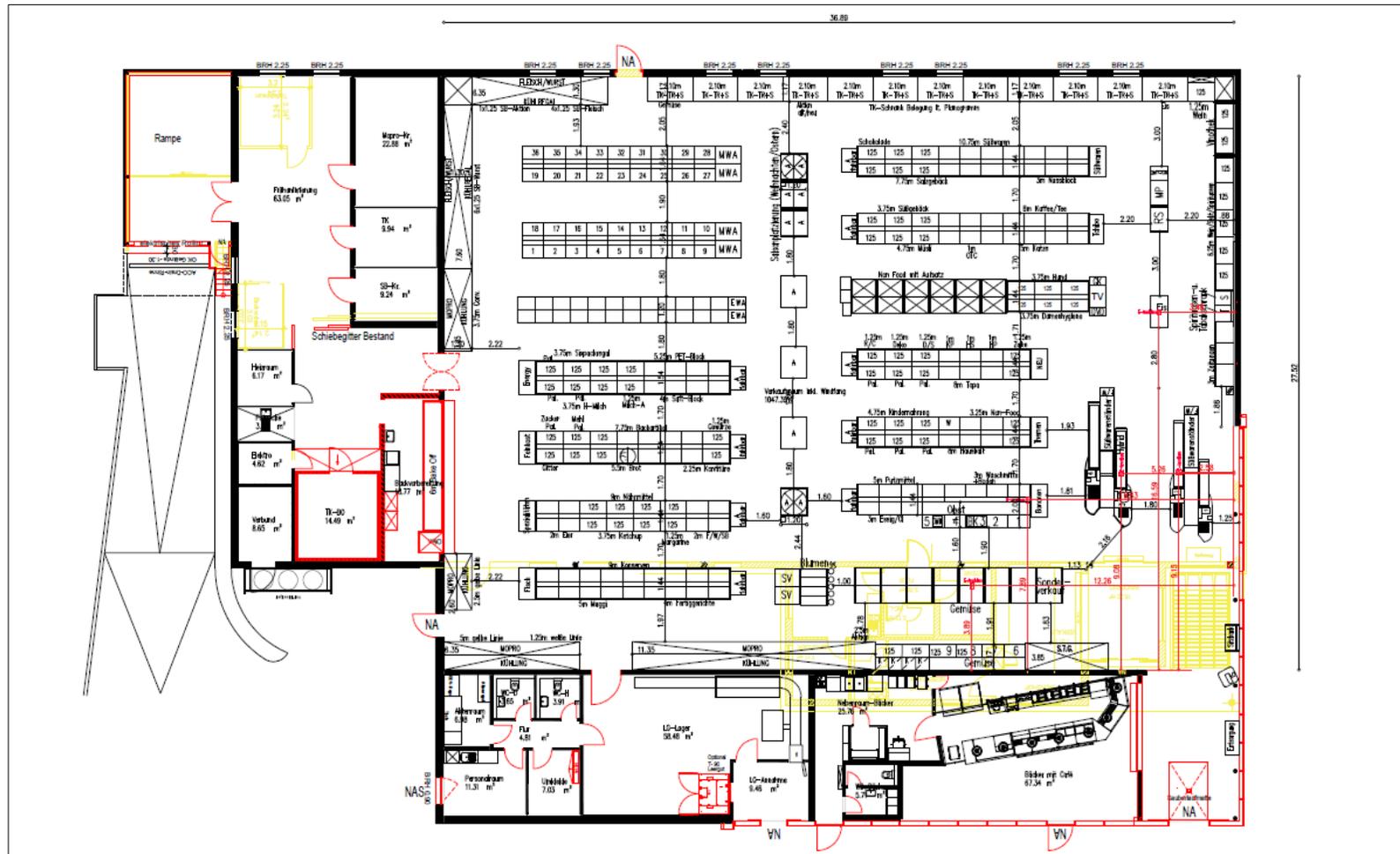
Der bestehende Backshop wird in dem geplanten Vorbau neu situiert und ein Anteil mit Sitzplätzen vorgesehen.

Der Anteil, der für die reine Verkaufsfläche des Backshops, also ohne Café geplant ist, beläuft sich nach Angaben des Planungsbüros auf 37,4 qm.

Dieser Anteil für die Verkaufsflächenabwicklung erscheint gutachterlich im Hinblick auf die Gesamtfläche des Bäckereibetriebes von insgesamt rd. 67,3 qm, also incl. Cafébetrieb, plausibel.

## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

Abb. 6: Verkaufsflächenplanung Netto-Filiale - Vorhabenplanung 2024



Quelle: Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG, Industriepark Ponzholz 1, Maxhütte-Haidhof – Plan-Nr. 2002 vom 02.10.2023

## 2 AUSFÜHRUNGEN ZUM PLANVORHABEN

### 2.4 VERKAUFSFLÄCHE DES PLANVORHABENS

Zur Verkaufsfläche zählen nach dem LROP 2017 Niedersachsen alle Flächen eines Einzelhandelsbetriebes, die für Kund\*innen zugänglich und geeignet sind, Verkaufsabschlüsse zu fördern. Danach gehören zur Verkaufsfläche:

- Flächen, die dem Verkauf dienen, einschließlich der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Vorkassenzonen, Kassenzone, Eingangsbereich, Windfang, Pfandräume innerhalb des Hauptgebäudes, soweit vom Kunden begehbar, d.h. nicht die Flaschensortierung oder die Lagerräume.

Nicht zur Verkaufsfläche zählen u.a.:

- Sozialräume (auch Kunden-WCs), Lager, Personal- und Aufenthaltsräume und alle vom Kunden nicht begehbaren Allgemeingänge.

Die vorstehend dokumentierte Erweiterungsplanung (s. Abb. 6) gilt für dieses Gutachten als formal-rechtliche Grundlage. Die gesamte - planungsrechtlich zu bewertende - Verkaufsfläche des Erweiterungsvorhabens (Vorhabenplanung incl. Backshop) beträgt insgesamt 1.100 qm.

**Da es erfahrungsgemäß im Zuge von Ausführungsplanungen und Auflagen im Bauleit- bzw. Genehmigungsverfahren zu Veränderungsnotwendigkeiten kommen kann, wird im Rahmen dieser gutachterlichen Analyse eine Verkaufsflächentoleranz in einer Toleranzspanne von bis zu +/- 50 qm) eingerechnet und testiert.**

Der untersuchungsrelevante Schwerpunkt dieser Verträglichkeitsuntersuchung kann auf die Sortiments- und Warengruppen des periodischen (kurzfristigen / täglichen) Bedarfs beschränkt werden.

Dazu zählen die in Lebensmittelmärkten und hier beim Betriebstyp Netto Marken-Discount typischerweise geführten Hauptwareangebote Lebensmittel (einschließlich Getränke und Reformwaren) sowie Drogerieartikel (einschließlich Parfümerie, Wasch- und Haushaltsreiniger), Schnittblumen und Zeitungen / Zeitschriften.

Neben den Hauptwaregruppen werden bundesweit in allen Filialen der Netto Marken-Discount-Märkte auf max. 5 % der Verkaufsfläche Aktionswaren als Randsortimente aus den mittel- bis langfristigen Bedarfsstufen (u.a. Bekleidung, Schuhe, Hausrat, Möbel, Baumarktartikel etc.) geführt.

Diese gelten insgesamt als vorhabenrelevant und wurden demzufolge attraktivitätssteigernd berücksichtigt und bewertet. Sie sind jedoch aufgrund der Vielzahl der Einzelsortimente und deren jeweiliger geringfügiger Umsatzmenge hinsichtlich städtebaulicher Beeinträchtigungen rechnerisch kaum nachzuweisen.

## 3 STÄDTEBAULICH FUNKTIONALE STANDORTASPEKTE

### 3 Städtebaulich funktionale Standortaspekte

Bei den Planungsabsichten handelt es sich nach § 34 Abs. 3a Ziffer 1. Buchstabe a) BauGB um ein Vorhaben, das der Erweiterung und Änderung eines zulässigerweise errichteten Gewerbebetriebs dient.

Voraussetzung für die Zulässigkeit einer solchen Änderung ist nach § 34 Abs. 3a Satz 2 BauGB, dass die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht beeinträchtigt wird und schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der (eigenen) Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben könnte.

Der Landkreis Cloppenburg hat hierzu nach Sichtung der Planunterlagen darauf hingewiesen, dass aufgrund der Größenordnung von > 800 qm eine raumordnerische Beurteilung gutachterlich erforderlich wird. Nach Vorprüfung der bebauungsrechtlichen Situation kam der Landkreis zur Feststellung, dass in der Auswirkungsanalyse auch der gegenüberliegende Sonderpostenmarkt Postenbörse mit betrachtet wird.

Nach dem B-Plan 29 „Cappeln“ ist für das als Gewerbegebiet ausgewiesene Grundstück keine Verkaufsflächenhöchstgrenze festgesetzt worden.

Die hier vorgenommene fachgutachterliche Arbeit untersucht insoweit explizit die Einhaltung der Ge- und Verbote nach dem LROP.

Nach den planungsrechtlich übergreifenden Landesvorgaben sind Verkaufsflächenenerweiterungen > 800 qm dann zulässig, sofern

- der Standort städtebaulich integriert ist bzw.
- das Vorhaben 90 % periodische Sortimente aufweist und
- das Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot und Beeinträchtigerungsverbot nicht verletzt werden.

Da sich der Standort in einer städtebaulich integrierten Lage (verbindliche Kartierung durch das regionale Einzelhandelskonzept für den Landkreis Cloppenburg 2018) befindet, ist eine raumordnerische Zulässigkeit des hier untersuchten Erweiterungsvorhabens nach 2.3 Ziffer 05 Satz 3 LROP grundsätzlich gegeben.

Die näheren Hinweise aus der ‚Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP‘ mit Stand September 2017 (vgl. dort Ausführungen zu 5.18 ff, Seiten 52 ff.) werden in dieser fachgutachterlichen Prüfung aufgenommen.

## 3 STÄDTEBAULICH FUNKTIONALE STANDORTASPEKTE

### 3.1 ABGRENZUNG DES UNTERSUCHUNGSGBIETES

Die Kunden- und Kaufkraftströme an den hier untersuchten Vorhabenstandort mit einem Betriebsformat „hybrider Lebensmittelmarkt“<sup>2</sup> wurden durch eine Analyse der wettbewerblichen Attraktivität im Raum und durch Kundenherkunftsanalysen genauer bestimmt. Die Versorgungsstrukturen wurden durch „Vor-Ort“- Wettbewerbsanalysen im Umfeld des Vorhabenstandortes näher analysiert.

Aus der Wettbewerbsuntersuchung unseres Büros ist im Hinblick auf die Versorgungsintensität in der Gemeinde Cappeln sowie dem Wettbewerb insbesondere in der Stadt Cloppenburg und der Gemeinde Emstek bei diesem Lebensmittelmarkt von einer durchschnittlichen betriebsformatbedingten Attraktivität für den Kunden auszugehen, die einer automobilen Erreichbarkeit von regelmäßig 3 – 8 Minuten entspricht. Fußläufig reduziert sich die Reichweite auf eine Entfernung von etwa 850 – 1.000 m, das entspricht unter Berücksichtigung von Barrieren, Straßen und topografischen Hindernissen einem Zeitaufwand von bis zu 10 Gehminuten.

Das LROP definiert als zumutbare Distanz zum Einkaufsort eine Zeitdistanz von 10 Fußminuten bzw. alternativ eine Entfernung von bis zu 1.000 m; in

wettbewerblich schwachen und ländlichen Zonen wie hier am Planvorhabenstandort wird eine fußläufige Entfernungsdistanz von 1.000 m angesetzt.

Für den täglichen Einkauf wird deutschlandweit und insbesondere in ländlichen Regionen infolge deutlich gestiegener Kraftstoff- und Energiepreise sowie der anhaltenden Inflation zunehmend das Fahrrad bzw. E-Bike genutzt. Mit dem Fahrrad erhöhen sich die vom Konsumenten akzeptierten Reichweiten auf teils deutlich über 10 Fahrradminuten.

Folgende Instrumente und gutachterliche Methoden bilden die Einflussfaktoren für die Bestimmung des absatzwirtschaftlichen Untersuchungsgebietes:

- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten,
- Lage und Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- und Sortimentsschwerpunkten sowie
- geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren wie z. B. stadträumliche Hindernisse oder Gemeindegrenzen.

Die derzeitigen und voraussichtlichen Kunden- und Kaufkraftströme an den hier untersuchten Vorhabenstandort wurden auf dieser Basis anhand einer

<sup>2</sup> Anmerkung: Netto Marken-Discount-Filialen in Deutschland werden nach einer Expertise der BBE Unternehmensberatung hinsichtlich der Betriebstypensystematik zwischen Supermarkt und Discounter eingeordnet und sind nach Auffassung der BBE als Hybrid-Lebensmittelmärkte einer besonderen Betriebsform zuzuordnen. Netto-Märkte haben mit rund

5.200 Artikeln ein weitaus größeres Sortiment als Hard-Discounter oder Soft-Discounter (regelmäßig 1.200 – 2.500 Artikel) und Lebensmittelvollsortimentern (ab ca. 9.000 Artikel in kleineren Betriebsformaten).

### 3 STÄDTEBAULICH FUNKTIONALE STANDORTASPEKTE

Analyse der Attraktivität von Wettbewerbern und durch und modellhafte Kundenherkunftsanalysen genauer bestimmt.

Das absatzwirtschaftliche Einzugsgebiet der Netto Marken-Discount-Filiale, so wurde dies auch von der Filialleitung bestätigt, beschränkt sich im Kern größtenteils auf die Gemeinde Cappeln selbst. Es sind darüber hinaus auch Pendlerverflechtungen aus angrenzenden Orten und berufsbedingte Kaufkraftzuflüsse aufgrund der Lage über die Landesstraße L 842 festgestellt.

Als relevantes Untersuchungsgebiet ist nach dem Landesraumordnungsplan Niedersachsen 2017 (LROP) ein **Einzugsgebiet** zu definieren, welches sich an der Attraktivität des Einkaufsstandortes unter Berücksichtigung des maßgeblichen Wettbewerbs und aller Planungen orientiert.

In diesem Sinne wurden sowohl bestehende als auch künftige Einkaufsverflechtungen aus benachbarten Kommunen sowie diffuse Zuflüsse untersucht (**Untersuchungsraum oder Untersuchungsbiet**). Der Untersuchungsraum ist in der folgenden Abbildung grafisch dargestellt.

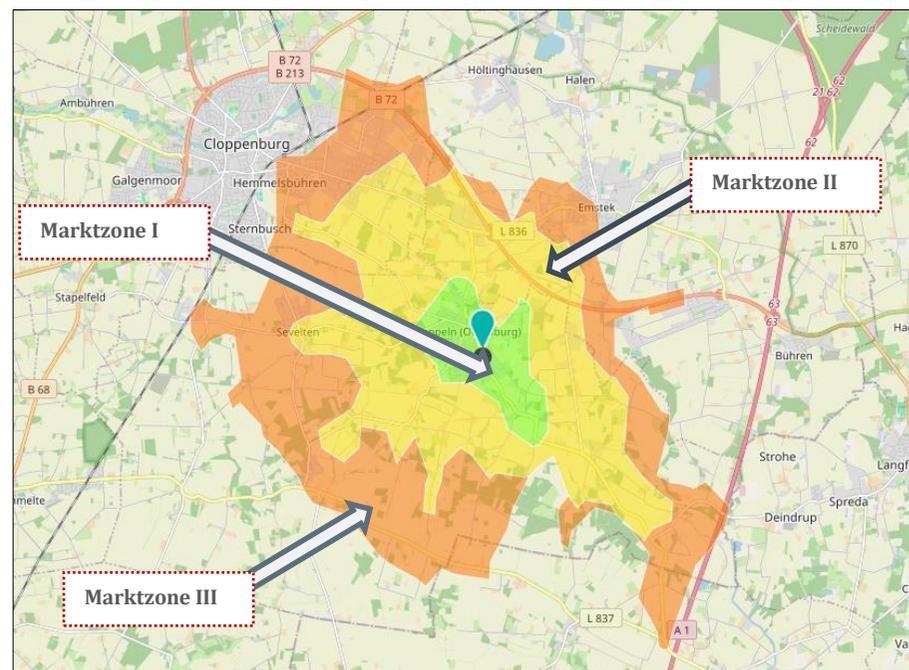
Die intensivsten Einkaufsverflechtungen ergeben sich bei ausreichender Mantelbevölkerung regelmäßig in den Marktzone I (diese entspricht einer fußläufigen Erreichbarkeit von rd. 1.000 m bzw. rd. 2 Autominuten) und der Marktzone II (mit einer automobilen Erreichbarkeit von 3 – 4 Minuten). Diese Teilzonen sind grafisch als Entfernungsisochromen dargestellt.

In der Marktzone III, diese entspricht einer regelmäßigen automobilen Erreichbarkeit von rd. 8 - 10 Minuten, sind überwiegend aus den entfernteren,

westlich und südlich gelegenen Ortsteilen der Gemeinde Cappeln maßgebliche automobile Kaufkraftbewegungen festzustellen.

Innerhalb der absatzwirtschaftlichen Reichweite und des nachstehend kartierten Untersuchungsgebietes wurden so alle dort aufgefundenen wichtigen (Nah-) Versorgungsbereiche und damit untersuchungsrelevanten Wettbewerbsstandorte aufgesucht und ökonomisch bewertet.

Abb. 7: Untersuchungsraum



Kartendaten: © OpenStreetMap; openrouteservice; Bearbeitung Büro MR Consultants, 2024

## 3 STÄDTEBAULICH FUNKTIONALE STANDORTASPEKTE

### 3.2 WOHNORTNAHE GRUNDVERSORGUNG UND KUNDENHERKÜNFTE

Durch das Regionale Raumordnungsprogramm 2005 des Landkreises Cloppenburg (RROP) wurde Cappel die zentralörtliche Funktion ‚Grundzentrum‘ zugewiesen. Eine der zentralen Aufgabenstellungen ist die Sicherstellung und der Ausbau u.a. der grundzentralen Versorgung (Nahversorgung) mit Gütern des periodischen Bedarfs.

Aktuell wohnen in der Gemeinde 8.227 Einwohner\*innen, davon im Ortsteil Cappel nach dem Stand vom 10.05.2023 insgesamt 3.030 Einwohner\*innen.

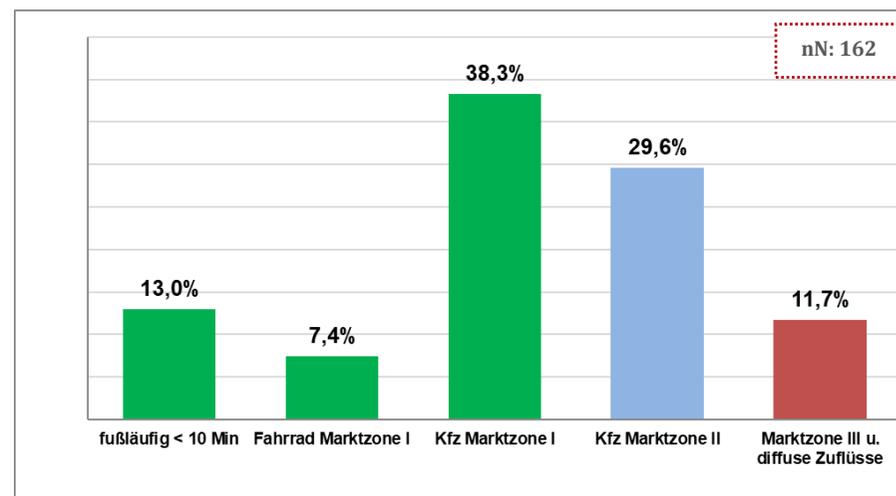
Um eine Datenbasis zur Bestimmung des fußläufig in bis zu 1.000 m erreichbaren Kerneinzugsgebietes (Marktzone I) für den Filialbetrieb Netto Marken-Discount vornehmen zu können, wurde eine modellhafte Analyse der Kundenherkünfte vorgenommen. Diese Ergebnisse wurden auf Basis einer Kundenbefragung (nN: 162) erhoben und dienen als Grundlage für die nach dem HUFF-Modell modellierte Kaufkraftstromanalyse, die Abgrenzung des Marktgebietes und die Bewertung der Nahversorgungssituation.

Im Ergebnis wurde analog bundesweit identischer Einkaufsmuster festgestellt: montags bis mittwochs finden viele Einkäufe mit relativ wenigen Warengütern und geringerem Bonwert statt; parallel dazu ist festgestellt, dass gemessen an den gesamten Tagesfrequenzen die Zahl der zu Fuß und mit dem Fahrrad kommenden Kund\*innen an diesen Tagen im Vergleich zu den Wochenendtagen (ab Donnerstag bis Samstag) hoch waren.

Ab donnerstags nehmen automobiler Kundenfrequenzen deutlich zu. Insbesondere zum Wochenende an Freitagen und Samstagen sind tendenziell die umsatzstärksten automobilen Wocheneinkäufe festzustellen.

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Kundenherkunftsanalyse, die am Standort des Planvorhabens durchgeführt wurde, grafisch dargestellt.

**Abb. 8: Kundenherkunftsanalyse**



Quelle: Büro MR Consultants; nicht repräsentative Kundenherkunft Netto Marken-Discount, Cappel als Grundlage für modellhaft vorgenommene ökonomische Kaufkraftherkunftsmo- delle nach HUFF; Vorortbefragungen im April / Mai 2024

### 3 STÄDTEBAULICH FUNKTIONALE STANDORTASPEKTE

Die Einschätzung der Marktleitung mit ‚gut 1/2‘ der Kunden aus umgebenden Wohnfeldern sind nach unseren empirischen Kundenerhebungen stimmig zu den ökonometrischen Kaufkraftstromberechnungen nach dem Huff-Modellverfahren.

Auch der von der Marktleitung geschätzte Anteil der mit dem Fahrrad und zu Fuß kommenden Kunden wurde mit überschlägig rd. 1/5 der Gesamtkunden weitgehend bestätigt. Darüber hinaus wird der Lebensmittelmarkt von durchfahrenden Reisenden und Geschäftstreibenden sowie von Auswärtigen (u.a. Monteure, Handwerker, Baufirmen) – allerdings mit geringeren Einkaufsbons - aufgesucht.

Von der Marktleitung wurde ausgesagt, dass die regelmäßigen Einkaufstage mit den höchsten Einzelbons von Donnerstagnachmittag bis Samstag erreicht werden. Diese Angabe erwies sich nach Durchführung der Kundenherkunftsbefragung in der Netto-Filiale als stimmig.

Aus den empirischen Erhebungen ist festzustellen, dass sich die gewöhnliche Einkaufshäufigkeit und insbesondere der Umsatzanteil im Lebensmitteleinzelhandel in der 2. Wochenhälfte mit dem PKW deutlich erhöht.

**Die Kundenherkunftsanalyse hat ergeben, dass 58,6 % aus dem fußläufigen Erreichbarkeitsraum stammen. Weitere rd. 29,6 % kommen aus dem weiteren Marktgebiet der Marktzone II. Rd. 11,6 % der Kunden kamen aus der Marktzone III bzw. von außerhalb.**

Aus den Erkenntnissen wurde der Umsatzanteil der aus dem innerhalb von bis zu 1.000 m erreichbaren Anteil der dort Wohnenden an den Gesamtumsätzen des Lebensmittelmarktes ermittelt.

Innerhalb dieses fußläufigen Erreichbarkeitsraumes wohnen insgesamt rd. 1.833 Einwohner\*innen.

Der fußläufige Erreichbarkeitsraum wurde in dieser gutachterlichen Analyse straßenabschnittsweise über Echtzeitanalysen sowie mittels der Kartendienste OpenStreetMap und Google Maps ermittelt. Die fußläufigen Entfernungsparameter von bis zu 1.000 m Entfernung von / bis zur Einkaufsstätte wurden in Anwendung des LROP restriktiv berechnet (vgl. hierzu Ausführungen zur Sortimentskaufkraftberechnung im fußläufigen Erreichbarkeitsraum – Seite 33, Abschn. 4.5.2 und Abb. 15).

### 3.3 ANGEBOTSSTRUKTUREN IM UNTERSUCHUNGSRAUM

Die Entwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel allgemein ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche vor allem durch eine zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifikation des Angebots generiert wird.

Mit bis zu 5.200 Artikeln liegt die Artikelzahl des Hybrid-Discounters Netto deutlich über den discount-typischen 1.200 bis 1.700 Artikeln der discountierenden Wettbewerber (insbes. ALDI, Lidl, Penny Norma).

Dies hat zur Folge, dass das Sortiment breiter und tiefer aufgestellt ist und der Kunde eine umfangreichere Nahversorgung vorfindet. Neben Eigenmarken bietet Netto dabei eine discount-untypisch hohe Anzahl an Markenartikeln an. Auch im Segment Drogerieartikel, Tiernahrung, Wasch- und Putzmittel verfügt dieses Betriebsformat über eine größere Sortimentsbreite und entspricht eher dem Aufbau eines Supermarktes.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat in den letzten Jahren stetig zugenommen. Gründe dafür sind Veränderungen der Nachfrage und steigende Preise, aber auch die Diversifizierung des Angebotes. Bei den Verbrauchern ist eine – nochmals im Verlauf der aktuellen Pandemiezeit deutlich - gestiegene Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel auch aus dem Biobereich sowie veganer und vegetarischer Lebensmittel festzustellen.

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher bei durchschnittlich vier Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man nicht kaufen möchte, werden bei anderen Discountern und vorwiegend Lebensmittelvollsortimentern wie z.B. Famila, Edeka oder REWE nachgefragt.

Die Abdeckung im Untersuchungsgebiet, hier in den untersuchungsrelevanten Sortiments- und Warengruppen des täglichen (periodischen) Bedarfs mit Betrieben, die der Nahversorgung dienen, wird innerhalb des für das Planungsvorhaben anzusetzenden Untersuchungsgebietes im Wesentlichen von 2 Lebensmittelmärkten (incl. Planvorhaben) geprägt.

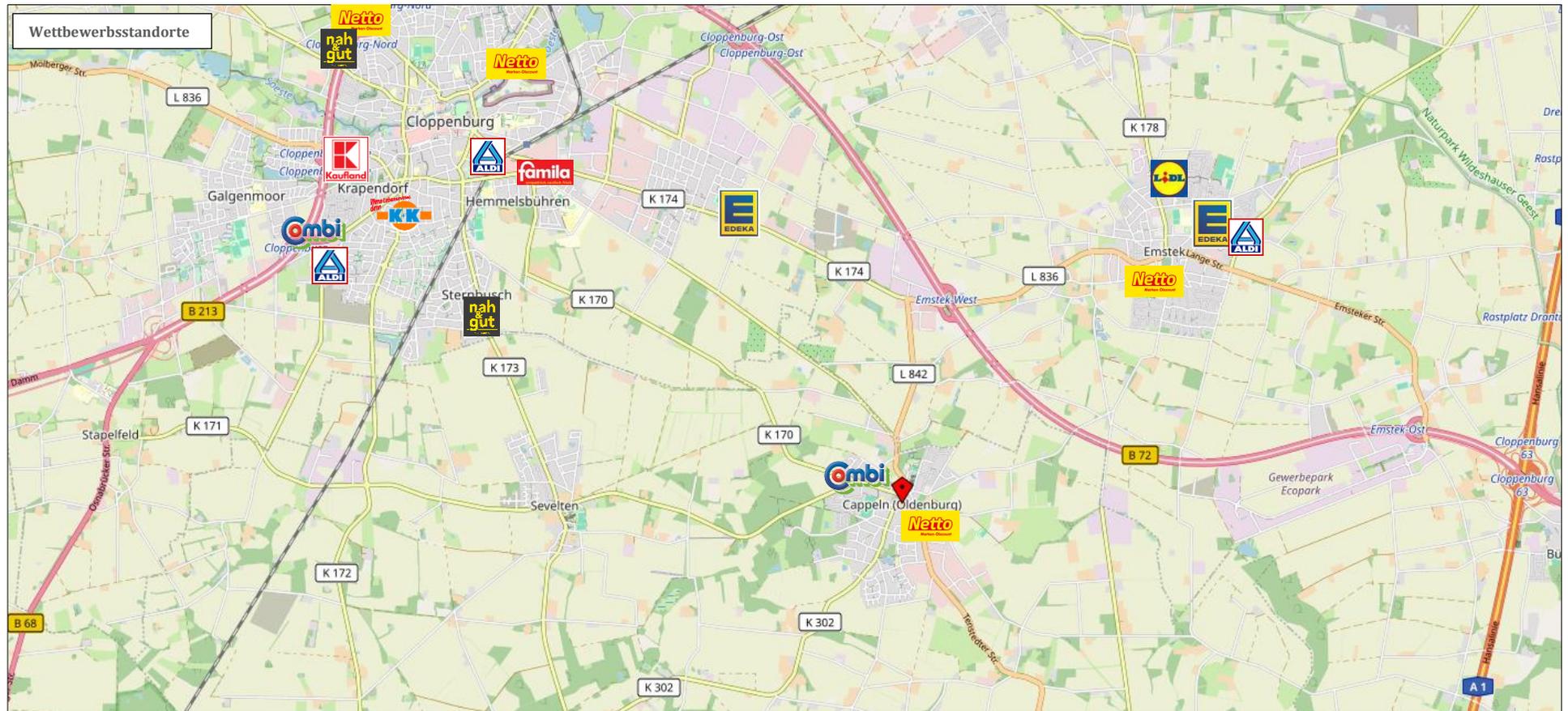
Im Kerneinzugsgebiet (**Marktzone I**) der Netto-Filiale befindet sich neben dem Standort des Planvorhabens selbst der Hauptwettbewerber Combi.

Wenngleich der Betriebstyp des ‚hybriden‘ Lebensmittelmarktes gegenüber herkömmlichen Discountern einen deutlich umfassenderen Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung auch mit Markensortimenten abdeckt, versorgen sich Konsumenten nach bundesweit identischen Einkaufsgewohnheiten (so auch in Cappeln) regelmäßig beim Lebensmittelvollsortiment; der überaus leistungsstarke Combi-Markt wird regelmäßig und häufig mehr als einmal wöchentlich von den in Cappeln Wohnenden aufgesucht.

Die nächst erreichbaren Einkaufsstandorte in Cloppenburg (nördlich rd. 7 km) bzw. Emstek (östlich rd. 5 km) entfalten für die im Ortsteil Cappeln

Wohnenden maßgebliche, darüber hinaus für die weiter südlich und westlich gelegenen Ortsteile wesentliche Einkaufsbedeutung für den Wocheneinkauf.

**Abb. 9: Wesentliche Lebensmittelwettbewerber im Untersuchungsraum (Marktzonen I - III)**



Karte: © Microsoft OpenStreetMap, skizzierte Bearbeitung Büro MR Consultants 2024

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

### 4 Wirkungsprognose des Planvorhabens

#### 4.1 ÖKONOMETRISCHE WIRKUNGSBERECHNUNG NACH HUFF

Verkaufsflächenexpansionen führen – beeinflusst auch durch die neu ausgelöste Attraktivität des gesamten Einkaufsstandortes auf den / die Verbraucher\*in - generell zu anderen Kundenbewegungen und -frequenzen. Damit einher werden Kundenbewegungen und Umsätze zulasten anderer Bestandsbetriebe an den Standort des Planvorhabens verlagert.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu betrieblichen Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung (gemessen am Jahresumsatz je qm Verkaufsfläche). Gleichzeitig ermöglicht eine größere Verkaufsfläche eine höhere Rentabilität z. B. durch Reduzierung der Transportkosten, größere Liefermengen oder der Personalkosten durch effektivere Bestückung der Warenpräsentation.

Die Ermittlung städtebaulicher und/oder raumordnerisch relevanter Auswirkungen erfolgt auf der Grundlage von Modellrechnungen, welche die Umsatzumverteilungseffekte eines Einzelhandelsvorhabens simulieren. Dieses Verfahren wurde vom Bundesverwaltungsgericht bestätigt (vgl. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C 7.07). Aber auch andere Kriterien, wie Entfernung und Verkaufsfläche des Vorhabens im relativen Vergleich zu Verkaufsflächenvolumina z.B. in zentralen Versorgungsbereichen, können herangezogen werden.

Höchstrichterlich wird davon ausgegangen, dass bei einer Umsatzzumlenkung von weniger als 10 % eine Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche regelmäßig nicht vorliegt, sofern der Versorgungsbereich nicht bereits vorgeschädigt ist. Diese 10- Prozent-Marke ist allerdings nur ein grober Orientierungswert. Es darf damit nicht pauschal festgestellt werden, dass bis zu 10 % keine städtebaulich/raumordnerisch relevanten Auswirkungen oder bei mehr als 10 % solche zu erwarten wären (BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C. 7.07).

Das OVG Münster hat klargestellt, dass es sich bei dem Wert von 10 % Kaufkraftabfluss um eine (bloße) Faustformel handelt und dass der Wert im Sinne einer „wertenden Gesamtbetrachtung“ auch überschritten werden darf (OVG Münster, Beschluss 28.10.2011–2 B 1049/11).

Für den Einkaufsstandort mit der geplanten Erweiterungsfläche ist formalrechtlich ein Worst-Case-Szenario mit einem maximalen vorhabenrelevanten Modellumsatz errechnet worden. Ein Real-Case-Szenario bildet dabei eine wesentliche Eingangsgröße für die modellierten Worst-Case-Berechnungen, welche die Umsatzumverteilungseffekte des Erweiterungsvorhabens im schlechtesten zu erwartenden Szenario simulieren. Höchstrichterlich bestätigt ist stets eine analytische Auseinandersetzung im schlechtesten Fall.

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

### 4.2 UMSATZ- UND FLÄCHENSTRUKTUR DES PLANVORHABENS

Im Zuge der geplanten Flächenerweiterung des Einkaufsstandortes ist eine Verkaufsflächenerweiterung auf künftig rd. 1.100 qm vorgesehen, das entspricht einem Verkaufsflächenzuwachs von rd. 247 qm insgesamt bzw. 226 qm in den untersuchungsrelevanten Hauptsortimentswarengruppen.

Die Größe der einzelnen Sortimentsteilflächen errechnet sich aus den Grundrissen des Planvorhabens (vgl. Abschn. 2.3 und 2.4) sowie um aktualisierte Angaben der planenden Architekten.

Im untersuchungsrelevanten **periodischen Bedarf** (insbes. der Sortimentsgruppen „Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke und Reformwaren“, „Körperpflege-, Reinigungs-, Parfümeriewaren einschl. nicht verschreibungspflichtige Gesundheitsartikel“ sowie „Schnittblumen und Zeitungen / Zeitschriften“) beläuft sich die untersuchungsrelevante Verkaufsfläche der Lebensmittelfiliale derzeit auf rd. 837 qm (incl. Windfang und Backshop).

Abb. 10: Flächenbilanz Bestand und Planvorhaben

Waren- / Sortimentsgruppe	Bestandsdaten		Planvorhaben		Planvorhaben - Bilanz	
	VKF in qm	VKF in %	VKF in qm	VKF in %	Verkaufsflächenzuwachs in m <sup>2</sup>	Zusatzumsatz in Mio. € pa.
<b>Untersuchungsrelevanter periodischer Bedarf</b>	<b>837</b>	<b>98,1%</b>	<b>1.063</b>	<b>96,6%</b>	<b>226</b>	<b>1,43</b>
./. Nahrungs- und Genussmittel	710	83,2%	870	79,1%	160	1,11
./. Aktionswaren period. Bedarf	17	2,0%	40	3,6%	23	0,13
./. Back Off (neu)	0	0,0%	6	0,5%	6	0,00
./. Gesundheits- und Körperpflegemittel	60	7,0%	85	7,7%	25	0,13
./. Papier, Zeitungen, Zeitschriften	6	0,7%	10	0,9%	4	0,01
./. Schnittblumen	3	0,4%	5	0,5%	2	0,00
./. Backshop	25	2,9%	37	3,4%	12	0,04
./. Leergutannahme (neu)	0	0,0%	10	0,9%	10	0,00
./. Windfang	16	1,9%	0	0,0%	-16	0,00
<b>Vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>16</b>	<b>1,9%</b>	<b>37</b>	<b>3,4%</b>	<b>21</b>	<b>0,06</b>
./. Aktionswaren (zentrenrelevant)	6	0,7%	12	1,1%	6	0,03
./. Aktionswaren (nicht zentrenrelevant)	10	1,2%	25	2,3%	15	0,03
<b>Vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>853</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0%</b>	<b>247</b>	<b>1,48</b>

\* FP = Flächenproduktivität je qm Verkaufsfläche p.a. - Rundungswerte // VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsflächenberechnung, Büro MR Consultants, 2024; Ableitung aus den Einrichtungspläne

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

Im Bestandsgeschäft generiert der Einkaufsstandort derzeit einen vorhabenrelevanten Jahresumsatz von rd. 3,90 Mio. Euro. Das entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 4.580 Euro je qm Verkaufsfläche p.a.

Im untersuchungsrelevanten Bedarfsbereich allein der nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen beläuft sich der Jahresumsatz im Bestand aktuell auf rd. 3,85 Mio. Euro p.a.

Abb. 11: Flächen- und Umsatzstrukturbilanz Planvorhaben (aktuell + künftig)

Waren- / Sortimentsgruppe	Bestandsdaten					Planvorhaben				Planvorhaben - Bilanz	
	VKF in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p.a.	Umsatzanteil in %	FP*	VKF in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. € p.a.	FP	Verkaufsflächenzuwachs in m <sup>2</sup>	Zusatzumsatz in Mio. € pa.
<b>Untersuchungsrelevanter periodischer Bedarf</b>	<b>837</b>	<b>98,1%</b>	<b>3,85</b>	<b>98,6%</b>	<b>4.600 €</b>	<b>1.063</b>	<b>96,6%</b>	<b>5,28</b>	<b>4.960 €</b>	<b>226</b>	<b>1,43</b>
./. Nahrungs- und Genussmittel	710	83,2%	3,37	86,4%	4.750 €	870	79,1%	4,48	5.150 €	160	1,11
./. Aktionswaren period. Bedarf	17	2,0%	0,09	2,2%	5.100 €	40	3,6%	0,22	5.500 €	23	0,13
./. Back Off (neu)	0	0,0%	0,00	0,0%	- €	6	0,5%	0,00	- €	6	0,00
./. Gesundheits- und Körperpflegemittel	60	7,0%	0,28	7,1%	4.600 €	85	7,7%	0,41	4.800 €	25	0,13
./. Papier, Zeitungen, Zeitschriften	6	0,7%	0,01	0,3%	2.000 €	10	0,9%	0,02	2.150 €	4	0,01
./. Schnittblumen	3	0,4%	0,00	0,1%	1.250 €	5	0,5%	0,01	1.450 €	2	0,00
./. Backshop	25	2,9%	0,10	2,6%	4.000 €	37	3,4%	0,14	3.750 €	12	0,04
./. Leergutannahme (neu)	0	0,0%	0,00	0,0%	- €	10	0,9%	0,00	- €	10	0,00
./. Windfang	16	1,9%	0,00	0,0%	- €	0	0,0%	0,00	- €	-16	0,00
<b>Vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>16</b>	<b>1,9%</b>	<b>0,05</b>	<b>1,4%</b>	<b>3.363 €</b>	<b>37</b>	<b>3,4%</b>	<b>0,11</b>	<b>3.000 €</b>	<b>21</b>	<b>0,06</b>
./. Aktionswaren (zentrenrelevant)	6	0,7%	0,03	0,7%	4.800 €	12	1,1%	0,05	4.500 €	6	0,03
./. Aktionswaren (nicht zentrenrelevant)	10	1,2%	0,03	0,6%	2.500 €	25	2,3%	0,06	2.250 €	15	0,03
<b>Vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>853</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,90</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.580 €</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,39</b>	<b>4.900 €</b>	<b>247</b>	<b>1,48</b>

\* FP = Flächenproduktivität je qm Verkaufsfläche p.a. - Rundungswerte // VKF = Verkaufsfläche

Analyseberechnung nach den dokumentierten Einrichtungsplänen, Büro MR Consultants, 2024

Die Verkaufsfläche soll auf rd. 1.100 qm erweitert werden. Davon gelten rd. 1.063 qm als nahversorgungsrelevant. Die Weiteren rd. 37 qm, das

entspricht 3,4 % der Gesamtverkaufsfläche, entfallen dabei künftig auf den aperiodischen Bedarf.

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

Planungsrechtlich sind die städtebaulichen Folgen dieses Planvorhabens zu analysieren. Dazu ist der aktuelle Umsatz des Einkaufsstandortes als Ausgangslage der planerischen Zulässigkeit maßgebend.

Die zu erwartenden Flächenleistungen begründen sich auf der Basis aktueller Flächenleistungen, die das Betriebsformat Netto Marken-Discount speziell am Standort und allgemein in Deutschland jahresdurchschnittlich zu leisten imstande ist. Dieser Leistungswert wurde insoweit regional mit Blick auf den bestehenden Wettbewerb sowie die regionale Kaufkraft angepasst.

Nach aktuellen Unternehmensveröffentlichungen des Edeka-Verbundes hat das Unternehmen Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG im Jahr 2022 einen bundesweiten Nettoumsatz von rd. 15,8 Mrd. Euro, das entspricht einem Bruttoumsatz von rd. 17,3 Mrd. Euro (Vorjahr: 16,1 Mrd. Euro brutto) ausgewiesen.

Bei einem Bestand von 4.304 Filialen (Vorjahr: 4.281) und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3,47 Mio. qm (Vorjahr: 3,42 Mio. qm) errechnet sich daraus eine bundesdurchschnittliche Raumleistung von 4.985 Euro je qm Verkaufsfläche und Jahr (Vorjahr: 4.710 Euro)<sup>3</sup>.

Der zu projektierende Jahresbetriebsumsatz errechnet sich unter Berücksichtigung des Wettbewerbs – dies mit Blick auf die Betriebstypen und Betriebsformate - und des regionalen Kaufkraftniveaus<sup>4</sup>.

Im derzeitigen Bestandsgeschäft generiert die Netto Marken-Discount-Filiale bei einer Verkaufsflächengröße von 853 qm (incl. 25 qm eigenständiger Backshop) einen Jahresumsatz von rd. 3,9 Mio. Euro. Das entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 4.580 Euro je qm Verkaufsfläche pro Jahr. Die Flächenproduktivität liegt damit etwa 3 % unter dem bundesdurchschnittlichen Leistungswert.

Im Zuge der geplanten Verkaufsflächenausweitung auf rd. 1.100 qm kann im Worst-Case-Szenario eine aufgrund des leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus regional angepasste Flächenproduktivität von maximal rd. 4.900 Euro je qm Verkaufsfläche p.a. zugrunde gelegt werden.

Bei der geplanten Verkaufsflächengröße von 1.100 qm wird diese Netto Marken-Discount-Filiale einen vorhabenrelevanten Jahresumsatz von rd. 5,39 Mio. Euro p.a. generieren. Davon entfallen rd. 5,28 Mio. Euro p.a. auf die hier untersuchungsrelevanten Sortimente des periodischen Bedarfs.

Zur Berechnung der maximalen vorhabenrelevanten Umsatzerwartung werden nach höchstrichterlicher Rechtsprechung für das Planvorhaben Leistungswerte zu Grunde gelegt, die sich an einer oberen Leistungsgrenze (Worst-Case) der Vertriebslinie unter Berücksichtigung der Verkaufsflächengröße, der Sortimentsangebote und der standortspezifischen Wettbewerbssituation in der Region orientieren.

<sup>3</sup> Quelle: Geschäftsbericht der Edeka-Gruppe 2022

<sup>4</sup> Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex in Cappeln beläuft sich für das Jahr 2022 lt. IHK Oldenburg auf 98,4 (Bund = 100);

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

Im *Worst Case-Ansatz* ist so mit einer – auf die vorhaben- und untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen bezogenen – jahresdurchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.900 Euro je qm Verkaufsfläche p.a. und einem sich daraus ergebenden untersuchungsrelevanten Jahresumsatz von rd. 5,28 Mio. Euro zu rechnen. Die einzelnen Sortimentsumsätze der im Jahresverlauf angebotenen und vielfältigen Aktionswaren sind wegen der geringfügigkeit der Einzelsortimente methodisch einwandfrei nicht mehr qualifiziert nachweisbar. Aufgrund des geringen Umsatzvolumens der Einzelsortimente können zentrenschädigende Effekte an dieser Stelle definitiv ausgeschlossen werden. Gleichwohl sind sie vorhabenrelevant und wurden in der Prüfung der gesamten *standörtlichen* Attraktivität berücksichtigt.

Nach dem LROP sind regelmäßig maximal 10 % der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente zulässig. Die (aperiodischen) Verkaufsflächenanteile der sog. ‚Randsortimente / Aktionsangebote‘ belaufen sich - bei einer Gesamtverkaufsflächenplanung von rd. 1.100 qm - auf ca. 37 qm; das entspricht einem relativen Verkaufsflächenanteil von lediglich rd. 3,4 % an der Gesamtverkaufsfläche.

In Betrachtung ausschließlich der *zentrenrelevanten* Randsortimentsumsätze ist zu testieren, dass ein darauf entfallender Anteilsumsatz von künftig rd. 0,05 Mio. Euro und einem darauf entfallenden gesamtbetrieblichen Jahresumsatzanteil von lediglich rd. 0,9 % jedwede zentrenschädigende Auswirkungen bereits im Vorfeld vertiefender Untersuchungen ausschließen lässt.

**Die zu bilanzierenden Gesamtverkaufsflächenplanungen belaufen sich als Grundlage für alle gutachterlichen Berechnungen und Bewertungen auf 1.100 qm.**

Die insgesamt und einzeln so berechneten untersuchungsrelevanten Jahresprognoseumsätze des vergrößerten Netto Lebensmittelmarktes bilden die infolge der Erweiterung entstehenden höchstmöglichen absatzwirtschaftlichen Effekte des Planvorhabens am Einkaufsstandort in seiner Gesamtheit ab. Es wurde dabei berücksichtigt, dass als Folge der geplanten Verkaufsflächenerweiterung die Gesamtattraktivität des Netto-Marktes steigen wird.

Bei der Prüfung insbesondere des Kongruenzgebotes und des Beeinträchtigungsverbotes sind die gesamten Effekte des Einzelhandelsvorhabens zu betrachten. Erweiterungsvorhaben zählen dabei als neue Einzelhandelsgroßprojekte, wenn die Schwelle zur Großflächigkeit überschritten wird.

Das Planvorhaben ist in seinen wesentlichen Strukturen bereits am Markt platziert. Die Effekte, die mit der erstmaligen Eröffnung des Lebensmittelmarktes eingetreten sind, haben sich als verträglich ergeben, sodass im anstehenden Fall lediglich die zusätzlichen Prognoseumsätze in den Berechnungen sichtbar werden.

Der vorhabenrelevante Mehrumsatz beträgt rd. 1,48 Mio. € p.a.

**Davon sind ca. 1,43 Mio. € (periodischer / kurzfristiger / nahversorgungsrelevanter Bedarf) für diese Auswirkungs- und Verträglichkeitsanalyse untersuchungsrelevant.**

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

### 4.3 UMSATZHERKUNFT DES PLANVORHABENS

Die vorhabenrelevanten Wettbewerbsstandorte *der Hauptwettbewerber* im Untersuchungsgebiet sind nahezu gänzlich in der - gemessen vom Ortskern Cappeln - rd. 7 km nordwestlich angrenzenden Stadt Cloppenburg sowie in der rd. 4 km nordöstlich gelegenen Gemeinde Emstek verortet. Im Hinblick auf eine bei Weitem nicht ausgeprägte Versorgungsstruktur in der Gemeinde Cappeln sind nach unseren Analysen – vgl. hierzu Abschn. 4.5 - erhebliche Kaufkraftabflüsse (rd. 20,4 Mio. Euro / 70,3 % Kaufkraftabfluss) zu registrieren.

Die Betriebsformenvielfalt der Wettbewerbsanbieter mit Warenangeboten überwiegend des kurzfristigen Bedarfs (so u.a. EDEKA, Famila, Kaufland, Lidl, ALDI Nord, Combi, Netto Marken-Discount) veranlasst die in der Gemeinde Cappeln Wohnenden, sehr umfangreich und nicht nur zum Ende einer jeden Kalenderwoche, zu regelmäßigen Wochenendeinkaufsfahrten dorthin.

Es war deshalb zu untersuchen,

- in welchem Umfang das Planvorhaben in Cappeln seine überwiegenden Umsätze aus seinem eigenen Kongruenzraum generiert und
- inwieweit der Wettbewerb durch Frequenzverluste und Umsatzumverteilungseffekte vom Erweiterungsvorhaben tangiert wird und ob dadurch negative städtebauliche Effekte zu erwarten sind.

<sup>5</sup> Das HUFF-Modell wird als ein Denkmodell interpretiert, das keine schlussendlichen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, inwieweit damit tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird.

Basis der vorstehenden Untersuchung war eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet des Planvorhabens. Die Attraktivität der Einkaufsstandorte wurde durch „Vor-Ort“-Recherchen bewertet. Dabei wurden u.a. die verkehrliche Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts und der Wettbewerbsstandorte sowie die Kundenströme überprüft.

Wichtige Informationen über Umsatz- und Bindungsquoten werden i.d.R. aus Echtzahlen der Anbieter gewonnen, das sind primär solche aus zuverlässigen Quellen (insbes. von Forschungsinstituten, darunter EHI, Trade Dimensions, und aus Geschäftsberichten) bezogen, darüber hinaus sekundär aus ähnlich gelagerten Analysen, aus Betriebsberatungen oder -befragungen der relevanten Märkte.

Unsere so fundamentierten Grundlagenkenntnisse wurden an die regionale Situation angepasst. Insbesondere die Lage, Entfernung und Größe der Wettbewerber war dabei von großer Relevanz.

Die Herkunft des Vorhabenumsatzes wurde auf Basis dieser Recherchen mittels des ökonomischen HUFF-Simulationsmodells<sup>5</sup> berechnet. Dieses quantifiziert die durch das Planvorhaben entstehenden Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum für den betroffenen Einzelhandel.

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

Das Verfahren basiert auf den Untersuchungen von Huff (Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“). Einflussgrößen sind u. a.:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren, Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,
- Attraktivität des Einzelhandelsbesatzes im Bereich des Vorhabenstandorts sowie Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte nach Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkten.

Die untersuchte Netto-Filiale in Cappel übernimmt im Wesentlichen die Nahversorgungsaufgaben der täglichen Bedarfsdeckung für die Wohnbevölkerung in der Gemeinde Cappel, das haben unsere Kundenherkunftsanalysen, gestützt durch repräsentative Kundenbefragungen am Standort der Netto-Filiale aufgezeigt. Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben belaufen sich auf rd. 1,48 Mio. €, von denen rd. 1,43 Mio. Euro p.a. auf die untersuchungsrelevanten Sortimente des periodischen Bedarfs entfallen.

Abb. 12: Umsatzumverteilung - Gesamtübersicht

Kernsortimentsgruppe	Postenbörse			Combi			Diffuse Kaufkraft-/Umsatzzuflüsse	Kaufkraftrückgewinnung Cloppenburg	Gesamter Verdrängungsumsatz
	Umsatz aktuell	Verdrängungsumsatz		Umsatz aktuell	Verdrängungsumsatz				
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. € **
<b>Untersuchungsrelevanter periodischer Bedarf **)</b>	<b>0,20</b>	<b>0,01</b>	<b>6,59%</b>	<b>5,24</b>	<b>0,42</b>	<b>8,05%</b>	<b>0,12</b>	<b>0,88</b>	<b>1,43</b>
Nahrungs- und Genussmittel	0,16	0,01	7,54	4,74	0,38	8,02	0,09	0,80	1,28
Gesundheits- und Körperpflegemittel	0,03	0,00	3,93	0,45	0,04	9,41	0,01	0,08	0,13
Zeitungen, Zeitschriften + Schnittblumen	0,01	*	*	0,06	*	*	*	*	0,01
<b>Vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf</b>	* aufgrund der Vielzahl der Einzelsortimente nicht valide rechenbar								<b>0,06</b>
<b>Vorhabenrelevanter Einzelhandel gesamt ***)</b>	<b>3,18</b>	<b>0,01</b>	<b>0,41%</b>	<b>5,58</b>	<b>0,42</b>	<b>7,57%</b>	<b>0,12</b>	<b>0,93</b>	<b>1,48</b>

*\* Umsatzverdrängung rechnerisch unterhalb einer Nachweisgrenze; \*\* Rundungsdifferenzen möglich // Anmerkung: alle Umsatzzahlen in Mio. Euro p.a.; \*\*\* bezogen auf gesamtbetrieblichen Umsatz*

Quelle: Büro MR Consultants, 2024 - Umsatzzahlen sind als Jahresumsätze zu verstehen; Rundungsdifferenzen möglich

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

### 4.4 STÄDTEBAULICHE UND BETRIEBLICHE AUSWIRKUNGEN

Mit Umsatzverdrängungsquoten von bis zu 9,4 % auf Sortimentsebene und 7,6 % gesamtbetrieblich sind die höchsten Umsatzumverteilungswerte am **Standort Combi (Cappeln)** errechnet.

Combi, rd. 700 m Fußweg vom Standort des Planvorhabens entfernt, generiert derzeit einen betrieblichen Gesamtjahresumsatz von rd. 5,6 Mio. Euro. Damit ist diese Lebensmittelfiliale im Verbund des Handelskonzerns Bunting als sehr leistungsfähig einzustufen. Die unter Abschn. 4.3 ausgewiesenen Umsatzverdrängungen belaufen sich gesamtbetrieblich auf rd. 0,42 Mio.

Der höchstrichterlich mit 10 % (BVerwG) taxierte Abwägungsschwellenwert – auch in einzelbetrieblicher Prüfung – wird nicht erreicht. Aufgrund der Leistungsstärke sind betriebliche Gefährdungen keineswegs anzunehmen.

Mit Blick auf die sehr beengte Verkaufsfläche im bestehenden Lebensmittelmarkt und auch unter Hinweis auf die derzeit völlig unzureichende Angebotsstruktur mit Waren des kurzfristigen Bedarfs in Cappeln allgemein werden gutachterlich deutliche Verkaufsflächenerweiterungen auch für diesen Combi-Standort empfohlen.

Planungsrechtlich negative Folgen werden aus betrieblicher und daraus ableitend städtebaulich-funktioneller Betrachtungsweise ausgeschlossen.

Seitens des Landkreises Cloppenburg wurde darauf hingewiesen, dass auch der dem Planvorhaben gegenüberliegende **Sonderpostenmarkt ‚Postenbörse‘** hinsichtlich der Auswirkungen durch das Planvorhaben eingehend zu untersuchen ist.

Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.480 qm (incl. Freiverkauf) wurden zum Zeitpunkt der Betriebsbegehung knapp 80 qm mit Angeboten aus den kurzfristigen Bedarfssortimenten aufgenommen. Im Wesentlichen wurden mit deutlichem Schwerpunkt Angebote aus den mittel- und langfristigen Bedarfssegmenten aufgenommen.

Bei einem betrieblichen Gesamtumsatz von rd. 3,2 Mio. Euro p.a. entfallen davon lediglich rd. 0,2 Mio. Euro p.a. auf Umsätze aus dem kurzfristigen Bedarfssegment.

Infolge der beabsichtigten Verkaufsflächenerweiterung der Netto-Filiale ist weder mit betrieblichen noch städtebaulich-funktionellen Beeinträchtigungen zu rechnen.

Das Erweiterungsvorhaben der Netto-Filiale in Cappeln ist von daher planungsrechtlich sowie städtebaulich-funktionell für die Gemeinde Cappeln als unbedenklich im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu qualifizieren.

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

**Auf dieser Grundlage wird festgestellt, dass keiner der untersuchten Lebensmittelmärkte nach Eintritt des (erweiterten) Planvorhabens in das Marktgeschehen betrieblichen Risiken unterworfen ist und deshalb für keinen dieser Standorte mit einem Umschlagen von absatzwirtschaftlichen in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen ist.**

Das Erweiterungsvorhaben der hier untersuchten Verkaufsflächenerweiterung der Netto Marken-Discount-Filiale am Standort Großer Kamp 2 in Cappeln generiert im Wesentlichen seine daraus entstehenden Mehrumsätze aus einer Rückgewinnung von Kaufkraft der im Gemeindegebiet in Cappeln Wohnenden, welche derzeit in erheblichem Maße an die Wettbewerbsstandorte nach Cloppenburg (2 SB-Warenhäuser Famila und Kaufland sowie 2 ALDI Nord-Filialen sowie einer Lidl-Filiale) und - zu geringeren Teilen – nach Emstek (dort mit Lidl und ALDI Nord als Hauptwettbewerber) abfließen.

Für sämtliche betroffenen Wettbewerbsstandorte in Cloppenburg und Emstek gilt, dass von diesen Standorten lediglich geringere Anteile derzeit aus Cappeln zufließender Kaufkraft zurückgewonnen werden.

Betriebliche oder städtebaulich-funktionelle Gefährdungspotenziale für alle hier untersuchten Wettbewerbsstandorte in Cloppenburg und Emstek werden gutachterlich gänzlich ausgeschlossen.

Vielmehr wird die bisher an diese Standorte abfließende Kaufkraft aus dem Gemeindegebiet von Cappeln nach Eintritt des Planvorhabens in das Marktgeschehen lediglich geringfügig um rd. 0,93 Mio. Euro reduziert.

Fazit:

**Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt keine bedenklichen Hinweise auf schädliche Auswirkungen des Planvorhabens auf die Nahversorgungsstrukturen oder auf die weitere Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche auf.**

**Im Rahmen der angestellten ökonomischen Wirkungsprognose werden durch das Planvorhaben in der Gemeinde Cappeln weder städtebaulich-funktionell, planungsrechtlich noch betriebswirtschaftlich mehr als unmaßgebliche Auswirkungen eintreten.**

**Die Umsatzzuwächse am Standort des Planvorhabens werden zu einem geringen Teil durch Umsatzumverteilungen aus dem eigenen Kongruenzraum der Gemeinde Cappeln sowie überwiegend durch Rückgewinnung derzeit abfließender Kaufkraft generiert.**

**Im Ergebnis dieser Analysen wird festgestellt, dass von dem Planvorhaben keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die städtebaulichen Strukturen und Funktionen i.S. § 11 Abs. 3 BauNVO ausgehen.**

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

### 4.5 KAUFKRAFT FÜR DEN EINZELHANDEL UND KAUFKRAFHERKUNFT

Im Zuge der Einordnung in das Merkmal einer nicht-raumbedeutsamen Nahversorgung muss ein Einzelhandelsbetrieb nach Abschnitt 2.7.1 der Arbeitshilfe zum LROP, Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“, herausgegeben im September 2017 vom Niedersächsischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Arbeitshilfe LROP), zwingend der „wohnotbezogenen Nahversorgung“ dienen.

Diese zwingende Voraussetzung bedingt, dass mehr als 50 % des Umsatzes von Kunden aus dem fußläufig erreichbaren Wohnumfeld (nach LROP bzw. RROP) stammen.

Im Zuge der Einordnung in das Merkmal einer nicht-raumbedeutsamen Nahversorgung ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb nach Abschnitt 2.7.1 der Arbeitshilfe zum LROP, Abschnitt 2.3, zunächst ‚automatisch‘ als raumbedeutsam zu vermuten.

Einzelhandelsgroßprojekte weisen nach LROP mehrere Merkmale auf:

1. Es muss sich um Einzelhandel handeln,
2. Es muss sich um „großflächigen“ Einzelhandel handeln
3. Der großflächige Einzelhandel muss raumbedeutsam sein

Diese 3 Merkmale müssen gem. LROP alle gegeben sein; ist nur eines dieser Merkmale nicht gegeben, liegt kein „Einzelhandelsgroßprojekt“ vor, welches nach den Vorgaben des LROP zu beurteilen wäre.

Die vorstehenden Merkmale 1- 2 sind zweifelsohne gegeben. Hinsichtlich der ‚Raumbedeutsamkeit‘ wird in 2.7.1 der Arbeitshilfe als zwingende Voraussetzung ausgeführt ist, dass mehr als 50 % des Umsatzes von Kunden aus einem fußläufig Erreichbarkeitsraum stammen.

Auf der Grundlage der durchgeführten Kundenherkunftsanalyse (vgl. Gutachten zu Abschn. 3.2) und der Quantifizierung der Einwohner\*innen, die den Netto-Lebensmittelmarkt aus den umgebenden Wohnumfeldern fußläufig innerhalb von 10 Gehminuten bzw. in schwächer strukturierten Marktgebieten max. 1.000 m erreichen, war über die folgenden Kaufkraftanalysen zu untersuchen, inwieweit der Nahversorgungsstandort des Planvorhabens in Cappeln seine überwiegenden betrieblichen Jahresumsätze (> 50 v.H.) daraus generiert.

Im Rahmen dieser nachfolgenden Analysen kann planungsrechtlich die grundsätzliche städtebaulich-funktionale Bedeutung des Einkaufsstandortes für den Nahversorgungsraum in der Gemeinde Cappeln abgeleitet werden.

Die Sortimentskaufkraft für die nahversorgungs- und hier untersuchungsrelevanten Bedarfsgruppen (als Davon-Wert an der gesamten Einzelhandelskaufkraft) beläuft sich für die Gemeinde Cappeln auf einen regionalen Kaufkraftindex von 98,4 und liegt damit nur geringfügig mit rd. 1,6 % unter dem bundesweiten Kaufkraftdurchschnitt.

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

In absoluten Zahlen ausgedrückt verfügen die Einwohner im Gemeindegebiet Cappeln über eine durchschnittliche Kaufkraft für den Einzelhandel in Höhe von rd. 7.167 Euro p.a. im weiteren Sinne. Daraus errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 58,96 Mio. Euro p.a. inkl. er darin enthaltenden Versand- und Onlineumsätze.

### 4.5.1 Sortimentskaufkraftberechnung Gemeinde Cappeln

Der Anteil, der im stationären Einzelhandel für nahversorgungsrelevante Einzelhandelsortimente (Güter des periodischen / kurzfristigen Bedarfs) ausgegeben wird, beläuft sich auf rd. 30,5 Mio. Euro p.a. Das entspricht einem Anteil von rd. 51,7 % der in Cappeln verfügbaren Gesamtsortimentskaufkraft im weiteren Sinne (incl. Apotheken-, Online- und Versandumsätzen).

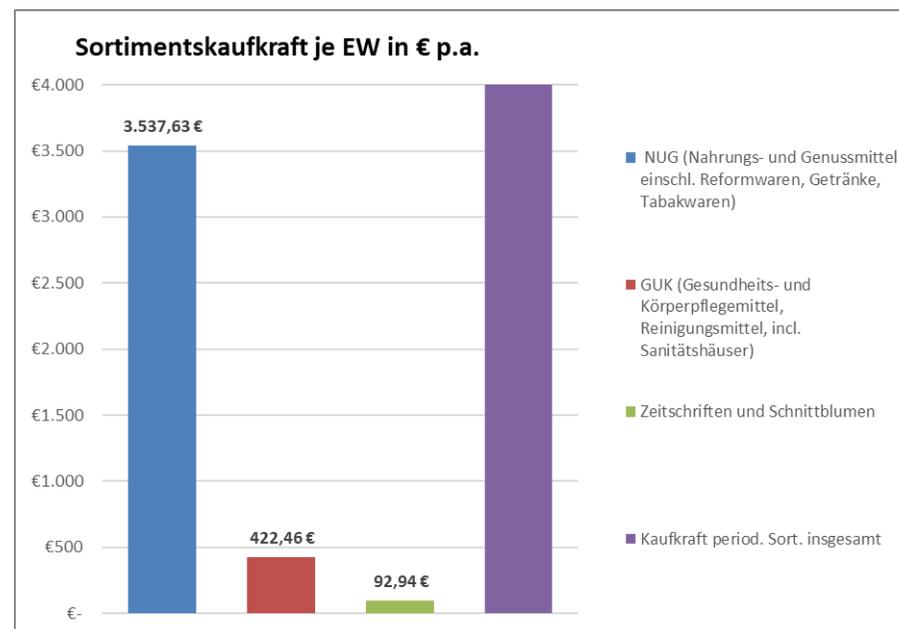
Abb. 13: Tabelle Sortimentskaufkraft - periodischer Bedarf

Sortimentskaufkraft	Sortimentskaufkraft je EW in € p.a.	Index	KK p.a. in Mio. €
NUG (Nahrungs- und Genussmittel einschl. Reformwaren, Getränke, Tabakwaren)	3.537,63 €	113,3%	26,66
GUK (Gesundheits- und Körperpflegemittel, Reinigungsmittel, incl. Sanitätshäuser)	422,46 €	102,7%	3,18
Zeitschriften und Schnittblumen	92,94 €	112,5%	0,70
<b>Kaufkraft period. Sort. insgesamt</b>	<b>4.053,04 €</b>		<b>30,54</b>

Berechnung: Büro MR Consultants 2024 auf Grundlage der Sortimentskaufkraft der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal – Lizenz vom 20.11.2023 // Rundungsdifferenzen möglich

Entsprechend der verbindlichen Vorgaben aus dem LROP 2017 hinsichtlich der zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zählenden Beschaffungsgüter für den periodischen Bedarf (Sortimentsliste) wurde die Kaufkraft für die hier untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen näher – dies unter Berücksichtigung regionaler Unterschiede – berechnet. Die Pro-Kopf-Ausgaben der nahversorgungsrelevanten Einzelsortimente sind in Abb. 13 dargestellt.

Abb. 14: Grafik Sortimentskaufkraft je Einwohner\*in



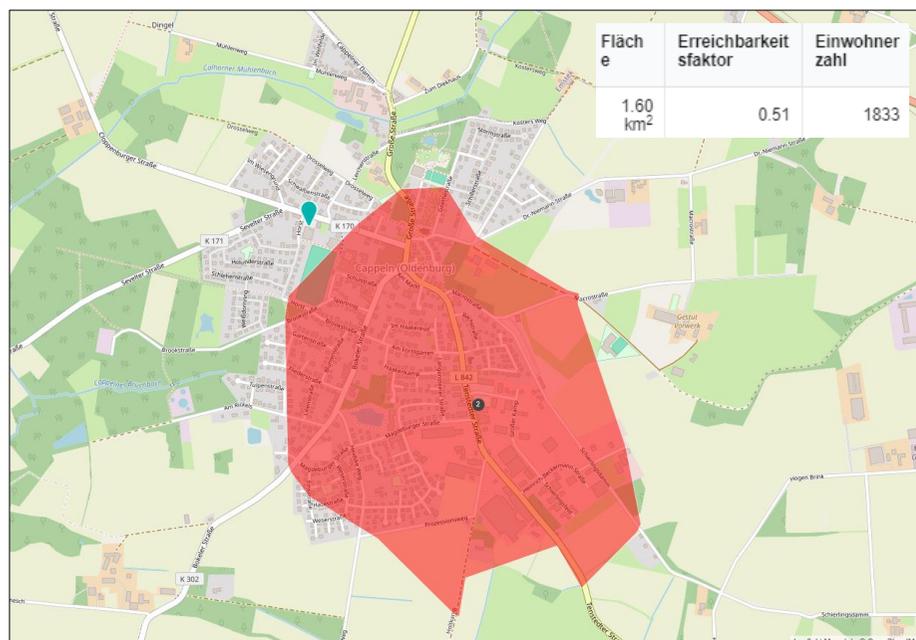
Grafische Darstellung: Büro MR Consultants 2024 auf Grundlage der Sortimentskaufkraft der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal – Lizenz vom 20.11.2023 // Rundungsdifferenzen möglich

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

### 4.5.2 Sortimentskaufkraftberechnung fußläufige Erreichbarkeit

In einer fußläufig erreichbaren Distanz von max. 1.000 m zum Planvorhaben wohnen insgesamt rd. 1.833 Einwohner\*innen. Eine entsprechende Isochromenberechnung zur Feststellung der in diesem Gebiet Wohnenden erfolgte über den Kartendienst „Openrouteservice“.

**Abb. 15: Isochromenberechnung fußläufige Erreichbarkeit 1.000 m**



Quelle und Berechnung: <https://classic-maps.openrouteservice.org/>; Bearbeitung Büro MR Consultants, 2024

Daraus errechnet sich für die 1.833 Einwohner\*innen eine untersuchungsrelevante Sortimentskaufkraft für nahversorgungsrelevante Sortimente i.H.v. rd. 7,34 Mio. Euro p.a. in diesem fußläufigen Nahversorgungsraum.

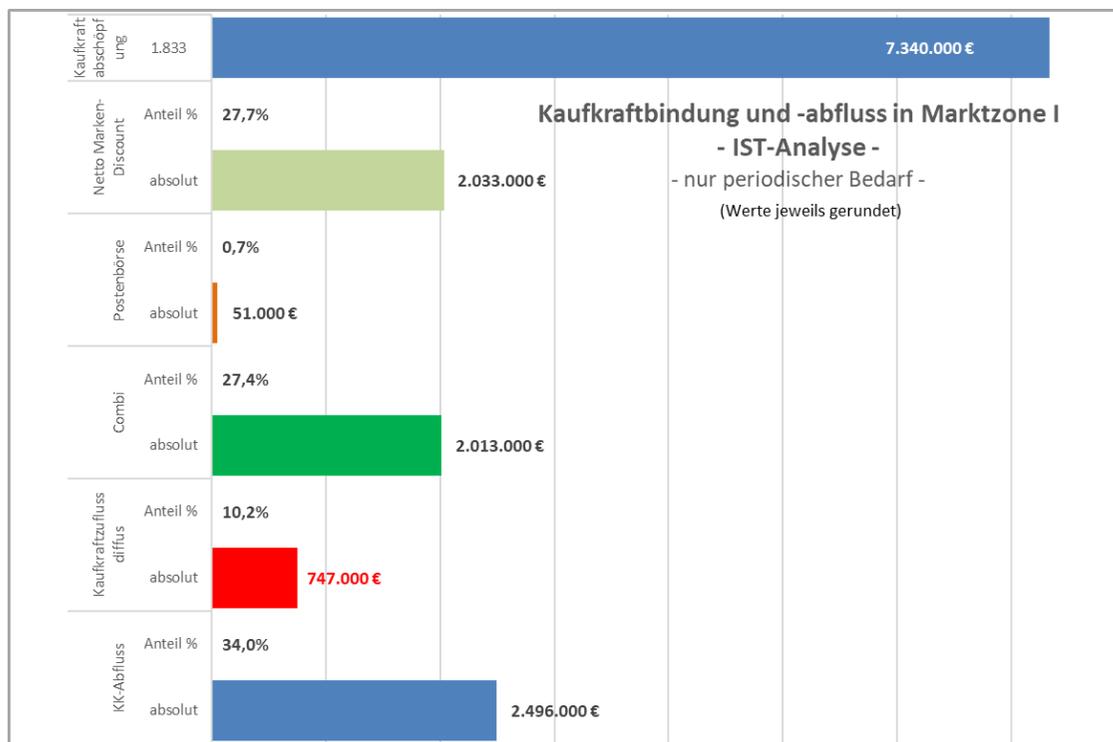
Auf dieser Grundlage wurden die Umsatzanteile berechnet, die von den in Cappeln ansässigen Hauptwettbewerber, hier die Netto Marken-Discount-Filiale, der Combi Lebensmittelmarkt und der Sonderpostenmarkt ‚Postenbörse‘ abgeschöpft werden.

Mit Blick auf die planungsrechtlichen Vorgaben wurde mittels Huff-Modellrechnung zur Prüfung eines Standortes, welcher überwiegend der „Nahversorgung der Bevölkerung“ dient, eine Analyse der voraussichtlichen Kaufkraftabschöpfung aus diesem fußläufigen Erreichbarkeitsraum (Kongruenzraum) vor Markteintritt des Planvorhabens vorgenommen.

Bei einer vorhandenen (untersuchungsrelevanten) Sortimentskaufkraft von rd. 7,34 Mio. Euro p.a. der im fußläufig erreichbaren Nahversorgungsraum verfügbaren untersuchungsrelevanten Gesamtkaufkraft werden derzeit rd. 2,03 Mio. Euro durch die Netto-Filiale an Umsatz gebunden; das entspricht einer Kaufkraftabschöpfung von rd. 27,7 % allein im fußläufig erreichbaren Kongruenzraum von bis zu 1.000 m.

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

**Abb. 16: Modellierte Kaufkraftbindung (Ist-Analyse)**



Mit einer Marktabschöpfung von lediglich 0,05 Mio. Euro ist die wettbewerbliche Rolle des Sonderpostenmarktes aufgrund der insgesamt geringen Angebotsanteile von nahversorgungsrelevanten Sortimenten unbedeutend.

Quelle: Grafische Darstellung entspr. HUFF- Berechnungen: Büro MR Consultants, 2024

Eine sehr hohe Kaufkraftabschöpfung in dem zur Netto Marken-Discount-Filiale kongruenten Einzugsbereich (gemeinsame Schnittstelle) des Planvorhabens erreicht der Combi-Markt mit rd. 2,01 Mio. Euro p.a. (Marktabschöpfung im überschneidenden fußläufigen Kongruenzraum = rd. 27,4 %).

## 4 WIRKUNGSPROGNOSE DES PLANVORHABENS

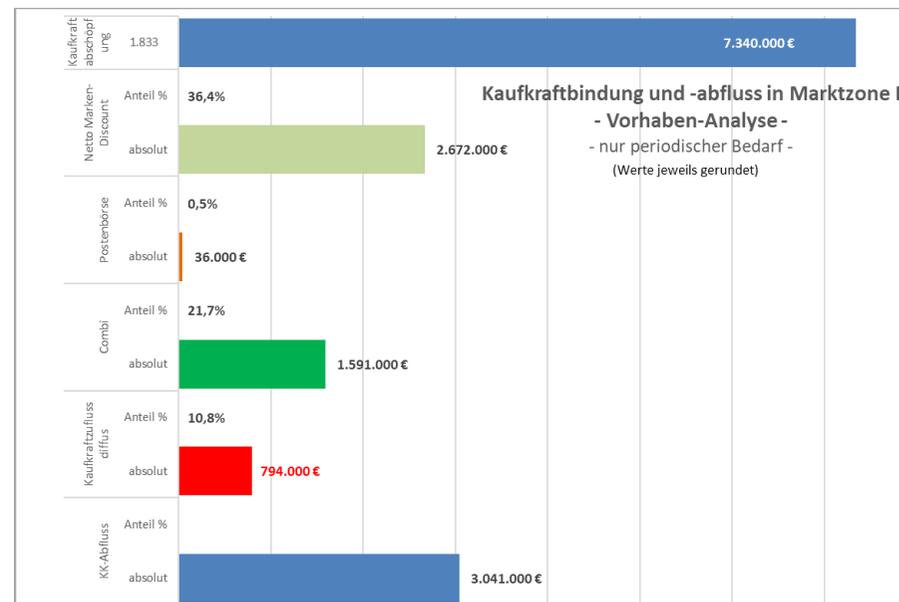
### 4.5.3 Künftige Kaufkraftbindung und -abfluss

Mit Blick auf die planungsrechtlichen Vorgaben wurde mittels Huff-Modellrechnung zur Prüfung eines Standortes, welcher überwiegend der „Nahversorgung der Bevölkerung“ dient, eine Analyse der voraussichtlichen Kaufkraftabschöpfung aus dem eigenen Kongruenzraum nach Markteintritt des Planvorhabens vorgenommen:

Bei einer vorhandenen (untersuchungsrelevanten) Sortimentskaufkraft von rd. 7,34 Mio. Euro p.a. der im fußläufig erreichbaren Nahversorgungsraum verfügbaren untersuchungsrelevanten Gesamtkaufkraft werden künftig rd. 2,67 Mio. Euro durch die Netto-Filiale an Umsatz gebunden; das entspricht einer Kaufkraftabschöpfung von rd. 36,4 %.

Die hier untersuchte Netto Marken-Discount-Filiale erreicht künftig nach Markteintritt des Planvorhabens bei einem zu prognostizierenden Jahresumsatz von rd. 5,28 Mio. Euro (untersuchungsrelevante Sortimente) eine **Kaufkraftabschöpfung aus dem fußläufig anzusetzenden Kongruenzraum von rd. 2,67 Mio. Euro).**

**Abb. 17: Modellerte Kaufkraftbindung (Soll-Analyse)**



Grafische Darstellung: Büro MR Consultants, 2024

**Der Standort des Planvorhabens erfüllt auch nach der geplanten Vergrößerung die Merkmale eines Betriebes, welcher überwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dient und unterschreitet die maximal zulässige Verkaufsflächengrenze von bis zu 10 v.H. an aperiodischen/zentrenrelevanten Randsortimenten erheblich.**

## 5 ÜBEREINSTIMMUNG DES PLANVORHABENS MIT DER RAUMORDNUNG

### 5 Übereinstimmung des Planvorhabens mit der Raumordnung

#### 5.1 GRUNDSÄTZLICHE PLANUNGSRECHTLICHE REGELUNGEN

Die Annahme, dass von Einzelhandelsgroßbetrieben nicht nur unwesentliche Auswirkungen ausgehen, ist gesetzgeberisch als Regelvermutung angelegt, jedoch ausdrücklich nach § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO widerlegbar und zwar dann, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass solche Auswirkungen auch bei mehr als 1.200 qm Geschossfläche nicht bestehen (oder bereits bei weniger als 1.200 qm Geschossfläche bestehen). Dabei stellt § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO auf beispielhaft genannte Kriterien wie Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes ab.

Die Rechtsfolge des § 11 Abs. 3 Satz 1 BauNVO beurteilt sich konkret nach den möglichen Auswirkungen<sup>6</sup>.

Es war zu prüfen, ob das Einzelhandelsvorhaben Fernwirkungen auslöst.

Die in § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO genannten Anhaltspunkte sind nicht abschließend; das BVerwG hat dies wie folgt konkretisiert<sup>7</sup>:

„Ob die Vermutung widerlegt werden kann, hängt maßgeblich davon ab, welche Waren angeboten werden, auf welchen Einzugsbereich der Betrieb abgelegt ist und in welchem Umfang zusätzlicher Verkehr hervorgerufen wird. Entscheidend ist, ob der Betrieb über den Nahbereich hinauswirkt und dadurch, dass er unter Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen weiträumig Kaufkraft abzieht, auch in weiter entfernten Wohngebieten die Gefahr heraufbeschwört, dass Geschäfte schließen, auf die insbesondere nicht-motorisierte Bevölkerungsgruppen angewiesen sind.“

Von besonderer Bedeutung ist dabei der Planungsgrundsatz der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, die für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und die Entwicklung der Städte im Rahmen des § 11 Abs. 3 BauNVO von erheblicher Bedeutung sind.

Das Oberverwaltungsgericht Lüneburg<sup>8</sup> hat festgestellt, dass ein Betrieb der wohnortbezogenen Nahversorgung dient, wenn

<sup>6</sup> Söfker in E/Z/B/S Loseblatt Kommentar zu § 11 BauNVO, Rn. 80 ff

<sup>7</sup> BVerwG, Beschluss vom 24.11.2005 – 4 10.05

<sup>8</sup> OVG Lüneburg, Urteil vom 06.06.2016 – Az 1 KN 83/14

## 5 ÜBEREINSTIMMUNG DES PLANVORHABENS MIT DER RAUMORDNUNG

- eine funktionale Zuordnung zu einem oder mehreren Wohngebieten vorliegt,
- der angesprochene Kundenkreis überwiegend, d. h. zu mehr als 50 Prozent, aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld stammt,
- der Betrieb nur unwesentliche schädliche Umwelteinwirkungen auslöst
- und nur unwesentliche Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden sowie auf das Orts und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt hat.

Nur unwesentliche Auswirkungen liegen nach Auffassung des OVG vor, wenn die Auswirkungen so geringfügig sind, dass sie in die gemäß § 1 Abs. 7 BauGB gebotene Abwägung nicht einfließen müssen.

Der Standort des untersuchten Lebensmittelmarktes befindet sich zusammen mit dem Combi-Lebensmittelmarkt im zentralen Siedlungsgebiet des Ortsteils Cappeln der Gemeinde Cappeln.

Das Vorhaben zur Erweiterung der Netto Marken-Discount-Filiale ist sowohl vor als auch nach der Verkaufsflächenvergrößerung als ein ‚die tägliche Versorgung der Einwohner in Cappeln sichernder Lebensmittelmarkt‘ als zulässig zu bewerten. Es löst keine mehr als unwesentlichen städtebaulichen Fernwirkungen aus.

Das Erweiterungsvorhaben unterliegt hinsichtlich der Zulässigkeit den Vorschriften des § 34 BauGB. Danach dürfen von derartigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

Nach § 34 Abs. 1 und 3 BauGB ist ein Vorhaben (Neubau oder Erweiterung) generell zulässig, wenn es sich in die Eigenart der näheren Umgebung einordnet; vom Erfordernis des Einfügens kann (Anm.: „nur“) unter den Maßgaben des § 34 Abs. 3a Satz 1 abgewichen werden, wenn es der Erweiterung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebes dient, städtebaulich vertretbar ist und auch unter Würdigung nachbarrechtlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist. § 34 Abs. 3a Satz 1 findet jedoch gem. § 34 Abs. 3a Satz 2 BauGB keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.

**Dem Standort des Planvorhabens ist eine städtebaulich wichtige Funktion zu testieren, da er aktuell und auch künftig mehr als 50 v.H. seines Umsatzes aus dem fußläufig erreichbaren Kongruenzraum generiert und damit überwiegend der wohnortnahen täglichen Versorgung der Bevölkerung dient.**

**Es sind keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB bzw. der BauNVO festzustellen.**

**Nach alledem ist eine Raumbedeutung i.S. des LROP 2017 nicht gegeben.**

## 5 ÜBEREINSTIMMUNG DES PLANVORHABENS MIT DER RAUMORDNUNG

### 5.2 ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN ZIELEN DER LANDESRaumORDNUNG

Auf der Ebene der Landesraumordnung sind Auswirkungen zu betrachten, wenn sie die Ziele und Grundsätze der Raumordnung tangieren.

Hierzu zählen gemäß Abschnitt 2.3 LROP großflächige Neuerrichtungen, Erweiterungen (insbesondere über das Maß der Großflächigkeit hinaus) oder Änderungen von bestehenden Einzelhandelsbetrieben.

Bei dem Standort handelt es sich i.S. des LROP gem. Abschnitt 2.3 Ziffer 02 um ein neues Einzelhandelsgroßprojekt im Sinne der Raumordnung.

Die Frage, inwieweit das Erweiterungsvorhaben die Ziele der Raumordnung tangiert, ist durch das LROP wie folgt definiert:

**Da das Vorhaben als wohnortbezogene Nahversorgung zu werten und daher nicht raumbedeutsam ist, ist die weitere raumordnerische Prüfung überflüssig. Das Integrationsgebot nach LROP ist hier nicht anzuwenden, somit ist auch die Ausnahmeregelung zum Integrationsgebot hier nicht einschlägig.**

### 5.3 ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEM REGIONALEN RAUMORDNUNGSPROGRAMM (RROP)

Das RROP des Landkreises Cloppenburg i.d.F. 2005 bildet einen weiteren Rahmen für die städtebauliche Entwicklung (Bauleitplanung) der regionsangehörigen Städte und Gemeinden sowie für raumbezogene Fachplanungen (Verkehrsplanung, Landschaftsplanung, Wasserwirtschaft, Rohstoffgewinnung etc.).

Im Rahmen der beschreibenden Festlegungen des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Cloppenburg wurde im Wesentlichen Bezug genommen auf ältere Rahmenvorgaben des damals geltenden LROP. Grundlage dieser Festlegung war dabei u.a. der im LROP formulierte Grundsatz, wonach alle Gemeinden für ihre Bevölkerung ein zeitgemäßes (*eigene Anmerkung: und angemessenes*) Angebot an Einrichtungen und Angeboten des allgemeinen täglichen Grundbedarfs bei angemessener Erreichbarkeit sichern und entwickeln sollen. Aktuell befindet das RROP in der Neuaufstellung.

Überdies weist das RROP keinerlei weitere Hinweise aus, welche eine wie beabsichtigte Standorterneuerung ausschließen.

**Für das Planvorhaben wird eine raumordnungsrechtliche Zulässigkeit der angestrebten Verkaufsflächenvergrößerung nach dem RROP des Landkreises Cloppenburg testiert.**

## 6 ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNGEN UND PLANUNGSEMPFEHLUNGEN

### 6 Zusammenfassung der Untersuchungen und Planungsempfehlungen

In diesem Gutachten wurde die Raumbedeutsamkeit und die städtebauliche Verträglichkeit der Vergrößerungsabsichten eines bestehenden Lebensmittelmarktes am Standort Großer Kamp 2 in der Gemeinde Cappeln untersucht.

Das Planvorhaben des Lebensmittelmarktes umfasst eine planungsrechtlich zu bilanzierende Verkaufsflächenvergrößerung der Netto-Filiale um rd. 247 qm auf zukünftig insgesamt rd. 1.100 qm.

Im Zuge der Auftragsklärung mit dem Eigentümer und Betreiber war als Auslöser für die Erweiterungsüberlegungen angegeben worden, die Verkaufsflächengröße aus dem überregionalen Wettbewerbsdruck an moderne und kundenfreundliche Ansprüche anpassen zu müssen. Parallel waren vom Betreiber warenauswirtschaftliche, logistische und innerbetriebliche Abläufe angegeben, z.B. um die Personalintensität mehr auf den Fokus Kundenservice richten zu können.

Das Erweiterungsvorhaben unterliegt hinsichtlich der Zulässigkeit grundsätzlich den Vorschriften des § 34 Abs. 1 BauGB. Das Vorhaben ist als Erweiterung eines bestehenden Gewerbebetriebes zulässig, da es

1. städtebaulich eine wichtige, der Nahversorgung dienende Versorgungsfunktion innehat,
2. gem. § 34 Abs. 3a Satz 2 BauGB als Einzelhandelsbetrieb die verbraucherernahe Versorgung der Bevölkerung nicht beeinträchtigt
3. und keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden auslöst.

**Dem Standort des Planvorhabens ist eine städtebaulich wichtige Funktion zu testieren, da er mehr als 50 v.H. seines Umsatzes aus den fußläufig erreichbaren Wohnfeldern generiert und damit überwiegend der wohnortnahen täglichen Versorgung der Bevölkerung dient.**

**Es sind keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB bzw. der BauNVO festzustellen.**

**Nach alledem ist eine Raumbedeutung i.S. des LROP 2017 nicht gegeben.**

Nach gutachterlicher Feststellung ist der hier in Rede stehende Lebensmittelmarkt als funktional wichtiger Nahversorgungsstandort i.S. des niedersächsischen Planungsrechtes zu betrachten, da er den Lebensmittelvollversorger Combi hinsichtlich der Betriebsform als Hybriddiscounter funktional unterstützt.

## 6 ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNGEN UND PLANUNGSEMPFEHLUNGEN

Die Bewertung der Umverteilungswirkungen im Untersuchungsgebiet hat gezeigt, dass durch die geplante Erweiterung Umsatzumverteilungen ausgelöst werden, die jedoch deutlich unterhalb des höchstzulässig als Maßstab formulierten Abwägungsschwellenwertes von 10 % Umsatzumverteilung liegen.

Es wurden Umsatzumverteilungswirkungen sowohl in betrieblicher Einzelprüfung als auch sortimentsgenau geprüft. Dabei wurde auch untersucht, ob und in welchem Ausmaß ggf. negative städtebauliche Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO durch das Planvorhaben identifizierbar sind.

Die Bewertungen kommen hierbei zu dem Ergebnis, dass negative städtebauliche Effekte nach § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen sind.

Das Vorhaben ist nach § 34 BauGB als wohnortnaher Nahversorgungsstandort zulässig.

In der Wirkungsanalyse konnte dargelegt werden, dass sich die geplante Vergrößerung der Verkaufsflächen als raumordnerisch, städtebaulich und planungsrechtlich **verträglich für alle bestehenden Einzelhandelsstrukturen und schützenswerten Versorgungsbereiche i.S. § 11 Abs. 3 BauNVO** darstellt.

Das Planvorhaben ist zu rd. 97 % auf periodische Sortimente ausgerichtet und es dient i.S. der Landesraumordnung und der Regionalplanung überwiegend der eigenen Wohnbevölkerung im fußläufig erreichbaren Kongruenzraum der Gemeinde Cappel.

## 7 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

### 7 Abbildungsverzeichnis

<b>Abb. 1: Lage der Netto-Filiale in Cappeln</b>	8
<b>Abb. 2: Makro-Standort der Netto-Filiale</b>	9
<b>Abb. 3: Grundstücksdokumentation Netto-Filiale</b>	9
<b>Abb. 4: Fotodokumentation Netto-Markt - Verkaufsraum</b>	10
<b>Abb. 5: Gegenüberstellung Verkaufsflächen Netto-Filiale nach Bestand und Vorhabenplanung 2024 – skizzierte Übersicht</b>	12
<b>Abb. 6: Verkaufsflächenplanung Netto-Filiale - Vorhabenplanung 2024</b>	13
<b>Abb. 7: Untersuchungsraum</b>	17
<b>Abb. 8: Kundenherkunftsanalyse</b>	18
<b>Abb. 9: Wesentliche Lebensmittelwettbewerber im Untersuchungsraum (Marktzonen I – III)</b>	21
<b>Abb. 10: Flächenbilanz Bestand und Planvorhaben</b>	23
<b>Abb. 11: Flächen- und Umsatzstrukturbilanz Planvorhaben (aktuell + künftig)</b>	24
<b>Abb. 12: Umsatzumverteilung - Gesamtübersicht</b>	28
<b>Abb. 13: Tabelle Sortimentskaufkraft - periodischer Bedarf</b>	32
<b>Abb. 14: Grafik Sortimentskaufkraft je Einwohner*in</b>	32
<b>Abb. 15: Isochromenberechnung fußläufige Erreichbarkeit</b>	33
<b>Abb. 16: Modellierter Kaufkraftbindung (Ist-Analyse)</b>	34
<b>Abb. 17: Modellierter Kaufkraftbindung (Soll-Analyse)</b>	35