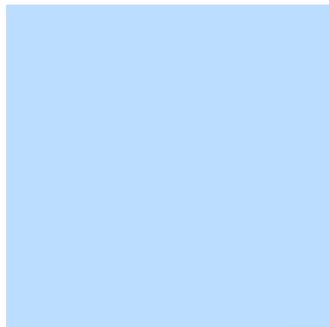




Stadt Wiesmoor
Aktualisiertes Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta
M. A. Sozialwissenschaft Isabel Maniura

Köln, Februar 2018



Geschäftsführende

Gesellschafter:

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders
Stadt- und Regionalplanerin SRL
Dipl.-Ing. Dominik Geyer
Stadtplaner AK NW, Bauassessor
Stadt- und Regionalplaner SRL

Gesellschafter/Seniorpartner:

Dr. Paul G. Jansen

Stadt- und Regionalplanung

Dr. Jansen GmbH

Neumarkt 49
50667 Köln

Fon 0221 94072-0
Fax 0221 94072-18

info@stadtplanung-dr-jansen.de
www.stadtplanung-dr-jansen.de



Inhaltsverzeichnis

1	Anlass der Aktualisierung und Vorgehen	5
1.1	Ausgangssituation und Aufgabenstellung	5
1.2	Bearbeitungsverlauf und methodisches Vorgehen	6
2	Übergeordnete Rahmenbedingungen	11
2.1	Rechtliche Vorgaben	11
2.1.1	Bauplanungsrecht	11
2.1.2	Landesrecht Niedersachsen	11
2.1.3	Vorgaben in der Region	12
2.2	Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel	13
2.2.1	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	14
2.2.2	Entwicklungen auf der Angebotsseite	15
2.2.3	Auswirkungen auf die Stadtentwicklung	21
2.3	Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Wiesmoor	22
2.3.1	Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung	22
2.3.2	Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	24
2.3.3	Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze	25
3	Einzelhandelsstandort Wiesmoor	27
3.1	Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit	27
3.1.1	Angebotsstruktur nach Warengruppen	27
3.1.2	Verteilung im Stadtgebiet	29
3.1.3	Struktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe	30
3.1.4	Bereinigte Einzelhandelsausstattung	30
3.2	Nachfrage und Kaufkraftbewegungen	31
3.2.1	Kongruenzraum und Kaufkraft	31
3.2.2	Zentralität des Wiesmoorer Einzelhandels	34
3.2.3	Kaufkraftbewegungen	37
3.3	Einzelhandelsentwicklung in Wiesmoor seit 2007	40
3.4	Entwicklungsspielräume des Wiesmoorer Einzelhandels bis 2025	42
4	Zentrenkonzept für die Stadt Wiesmoor	49
4.1	Grundsätzliche Anmerkungen	49
4.1.1	Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument	49
4.1.2	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	50
4.1.3	Bedeutung des Status „Zentraler Versorgungsbereich“	51
4.2	Zentrenhierarchie in Wiesmoor	52
4.2.1	Hauptzentrum Wiesmoor	53
4.3	Wiesmoorer Sortimentsliste	63
5	Nahversorgungssituation	67

6	Sonstige Standorte	71
6.1	Standort „Haupt-/Kanalstraße II“	71
6.2	Sonstige Solitär-/Streustandorte	72
7	Ziele der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung	73
7.1	Übergeordnete Zielsetzungen	73
7.2	Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung	74
7.3	Ansiedlungsleitlinien	74
8	Zusammenfassung der Untersuchung	77

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.



1 Anlass der Aktualisierung und Vorgehen

1.1 Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Die Stadt Wiesmoor befindet sich im Südosten des Landkreises Aurich in Ostfriesland im Bundesland Niedersachsen. Sie grenzt kreisintern an die Stadt Aurich im Nordwesten und die Gemeinde Großefehn im Westen. Zudem besitzt sie im Osten gemeinsame Grenzen mit der Gemeinde Friedeburg (Landkreis Wittmund) sowie im Süden mit der Gemeinde Uplengen (Landkreis Leer). Die rund 13.000 Einwohner zählende Stadt profitiert als Einzelhandelsstandort von einer vergleichsweise großen Entfernung zu den Mittelzentren Aurich, Jever, Westerstede, Wittmund, sowie zum Oberzentrum Wilhelmshaven.

Im Regionalen Raumordnungsprogramm des Landkreises Aurich sowie im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen wurde die Stadt Wiesmoor lange Zeit als Grundzentrum eingestuft. Das im Jahr 2007 vorgelegte Einzelhandelskonzept für die Stadt Wiesmoor (vgl. *Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung April 2007*) belegte schon damals eine für ein Grundzentrum überdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung. So vereinten die Einzelhandelsgeschäfte eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 54.000 m² und boten so eine Ausstattung von rund 4 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner. Damit übernimmt der Einzelhandel der Stadt Wiesmoor schon seit einigen Jahren eine Versorgungsfunktion, die über die eines Grundzentrums hinausreicht. Der Entwurf zur Neuaufstellung des Regionalen Raumordnungsprogramms des Landkreises Aurich 2015 trägt diesem Umstand Rechnung. Die Stadt Wiesmoor könnte demnach künftig als Grundzentrum mit mittelzentraler Teilfunktion „Einzelhandel“ eingestuft werden. Ihr wird somit auch eine einzelhandelsbezogene Versorgungsfunktion für benachbarte Gemeinden zugeordnet. Diese Zuweisung war in der Vergangenheit nicht unumstritten. Die Nachbarkommunen befürchteten, dass damit mit der veränderten planerischen Einstufung die Grundlage für weitere Ausbauplanungen des Wiesmoorer Einzelhandels geschaffen werden könnte.

In mehreren Terminen mit Stadtverwaltung und Politik der Stadt Wiesmoor wurden seit dem Jahr 2012 die Vorgehensweise, (Zwischen-) Ergebnisse

und Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und -steuerung erörtert. Zudem wurde die Stadt bei Abstimmungsprozessen mit der Regionalplanung, der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland sowie bei Stellungnahmen zum neuen Raumordnungsprogramm unterstützt. Teilfortschreibungen des Einzelhandelskonzepts, wie beispielsweise eine im Jahr 2014 durchgeführte Kundenwohnorterhebung, wurden für die regionalplanerische Einstufung und Begründung des Verflechtungsbereichs herangezogen.

In einem engen Abstimmungsprozess mit den betroffenen Nachbarkommunen und dem Landkreis Aurich wurde zudem vereinbart, dass im Zusammenhang mit der veränderten Zuweisung

- die Stadt Wiesmoor keine weitere Stärkung ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion verfolgt, um die Nahversorgung in den Nachbarkommunen nicht zu beeinträchtigen,
- auch in der Entwicklung der Einzelhandelsangebote des mittel- und langfristigen Bedarfs die Wettbewerbssituation für Betriebe in den Nachbarkommunen berücksichtigt wird.

Damit ergeben sich in einigen Einzelhandelsbranchen Ausbaumöglichkeiten, von denen auch die Versorgungsqualität in den Nachbarkommunen profitiert, da sie dann näher angeboten werden als in einem Mittelzentrum.

Mit der möglichen Zuordnung der mittelzentralen Versorgungsfunktionen im Einzelhandel im Zuge der Neuaufstellung des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Aurich und der Konkretisierung der einzelhandelsbezogenen Entwicklungsabsichten in einem aktualisierten städtischen Einzelhandelskonzept sollen nun die Grundlagen für die weitere Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Wiesmoor verankert werden. Berücksichtigt in dem hier vorliegenden Konzept werden neben den benannten Zielaussagen die veränderten bundesrechtlichen, landesplanerischen und regionalplanerischen Vorgaben, u. a. auch hinsichtlich des Begriffsinhalts sowie der Abgrenzungsmethodik zentraler Versorgungsbereiche, auf die in Kapitel 4 detailliert eingegangen wird. Des Weiteren stehen die übergeordneten Angebots- und Nachfragestrukturen des stationä-

ren Einzelhandels unter dem Einfluss gesellschaftlicher Entwicklungen sowie der dynamischen Entwicklung des E-Commerce, auch diese Entwicklungen werden aufgegriffen. Das aktualisierte Einzelhandelskonzept kann damit wieder als Grundlage für eine Steuerung des Einzelhandels und alle perspektivisch erforderlichen handelsbezogenen wie bauleitplanerischen Entscheidungen herangezogen werden.

Die vorliegende Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts ist vom Rat der Stadt Wiesmoor in der öffentlichen Sitzung vom 26.02.2018 beschlossen worden.

1.2 Bearbeitungsverlauf und methodisches Vorgehen

Ein erster Auftrag zur Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts wurde bereits im Jahr 2012 erteilt. Anlass war die Erweiterungsabsicht des Kaufhauses Behrends im Ortskern der Stadt Wiesmoor. Während dieses Vorhaben auch im interkommunalen Austausch einvernehmlich bewertet wurde, löste das zu diesem Zeitpunkt bekannte Bemühen der Stadt Wiesmoor um die Zuweisung der mittelzentralen Versorgungsfunktion im Einzelhandel Diskussionen aus, die sich über den gesamten Prozess der Aktualisierung des Landesraumordnungsprogramms Niedersachsen sowie der Neuaufstellung des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Aurich hinzogen.

Die wesentlichen Schritte der Aktualisierung und Abstimmung können der Abbildung 1 entnommen werden.

Abbildung 1: Schritte der Aktualisierung und Abstimmung des Einzelhandelskonzepts seit 2012

Juli 2012:	Beauftragung der Aktualisierung des EHK, Hintergrund: Behrends-Erweiterung
November 2012:	Interkommunales Abstimmungsgespräch: Klärung des Vorgehens
Oktober 2013:	Konzeptentwurf, 1. Teil
November 2013:	Interkommunales Abstimmungsgespräch: Zwischenergebnisse
Februar 2014:	Interfraktionelles Gespräch
August 2014:	Stellungnahme zum Verflechtungsbereich
Juli 2015:	Interkommunales Abstimmungsgespräch
November 2015:	Interfraktionelles Abstimmungsgespräch
Dezember 2015:	Beauftragung der Aktualisierung des EHK
Januar 2016:	Interfraktionelles Abstimmungsgespräch
Februar/März 2016:	Interkommunales Abstimmungsgespräch
April 2017:	Abstimmung mit Nachbarkommunen
Mai 2017:	Beauftragung der Aktualisierung des EHK
Parallel:	<ul style="list-style-type: none"> - Fortführung Behrends Erweiterung - Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017 - Entwurf Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Aurich 2015



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017



Für das zwischenzeitlich vorliegende Datenmaterial zum Wiesmoorer Einzelhandel ist von Bedeutung, dass nach einer erstmaligen Bestandserfassung im Jahr 2012 sowohl im Dezember 2015 als auch im Mai 2017 Aktualisierungen des Einzelhandels- und Komplementärnutzungsbestands im gesamten Stadtgebiet der Stadt Wiesmoor durch Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH erfolgten. Das methodische Vorgehen orientierte sich dabei an folgenden Vorgaben:

Als Einzelhandelsbetriebe begriffen werden i. d. R. solche Betriebe, die ihren Warenverkauf in erster Linie an den privaten Endverbraucher richten. Hierzu zählen u. a. Kauf- und Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte, Fachgeschäfte und Factory-Outlets. In Abgrenzung dazu werden bspw. Schuh- und Schlüsseldienste, Frisöre und Kosmetikstudios mit Verkaufsregalen oder Tintenshops (Auffüllstationen für Druckerpatronen) nicht als Einzelhandelsbetriebe erfasst, da deren Umsatzschwerpunkt im Service liegt und i. d. R. nur geringe Einzelhandelsanteile zu verzeichnen sind.

Von allen Einzelhandelsbetrieben wurden Name, Adresse, Warengruppe und Verkaufsfläche erhoben. Die Verkaufsfläche wurde mittels elektronischer Messgeräte aufgezeichnet, wobei eine detaillierte Aufgliederung nach neun Warengruppen und rund 60 Sortimenten (vgl. Tabelle 1) erfolgte. Im Hinblick auf die Rechtsprechung (vgl. Urteil vom 29.01.2009 – BVerwG 4 C 16.07 – BVerwG 133, 98 Rn. 13 m. w. N.) ist eine solche Feindifferenzierung in der Bestandserfassung erforderlich. Beispielsweise kann auf diese Weise sichergestellt werden, dass alle relevanten Randsortimente eines Betriebs erfasst werden, die ergänzend zu den Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen übernehmen können.

Als Verkaufsfläche wird die für Kunden und Besucher zugängliche Fläche definiert (gemäß Urteilen vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 und OVG NRW AZ 7 B 1767/08 vom 06. Februar 2009), die der verkaufsorientierten Warenpräsentation oder dem Kundenlauf dient, einschließlich aller Bedienungsabteilungen, jedoch ohne die für Kunden nicht begehbaren Nebenflächen (z. B. Lagerräume, Vorbereitungs- und Zubereitungsräume, Büroflächen, Produktionsflächen). Dem Kunden zugängli-

che Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß Rechtsprechung ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen. Schaufensterflächen, Umkleiden, Kassenzonen, Vorkassenzonen sowie Eingangsbereiche zählen ebenfalls zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs.

Bei den meisten textlichen, tabellarischen und kartografischen Darstellungen des Einzelhandelsbestands im Rahmen der Berichtslegung werden diese Sortimente in den nachfolgend genannten neun Warengruppen zusammengefasst:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe, Schmuck
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung
- Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör

Tabelle 1 listet Sortimente und ihre Zuordnung zu übergeordneten Warengruppen und Bedarfssparten auf.

In Ergänzung der Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks nehmen publikumsorientierte Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen und eine Reihe weiterer Nutzungen Einfluss auf die Attraktivität eines Standorts und seine Zentralität. Sie sind daher auch bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche von Bedeutung und wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme innerhalb der wesentlichen siedlungsstrukturell integrierten Einzelhandelslagen aufgenommen, jedoch nicht weitergehend analysiert und damit ausschließlich im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Komplementärfunktionen zum Einzelhandel bewertet.

Für diese Komplementärnutzungen wurden soweit erkenntlich Name, Adresse und Branche vermerkt, wobei eine Zuordnung zu folgenden vier Obergruppen erfolgte:

- Gastronomie und Hotellerie
- Dienstleistungen
- Kultur, Freizeit, Bildung
- Gesundheit

Insgesamt wurden alle für Kunden sichtbaren Komplementärnutzungen erfasst, auch solche in Obergeschossen.

Neben Komplementärnutzungen, die sich meist förderlich auf die Attraktivität und Frequentierung von Einzelhandelslagen auswirken, wurden im Rahmen der Vor-Ort-Recherchen in den ausgewählten Einzelhandelslagen auch Vergnügungsstätten und Leerstände aufgenommen. Diese beeinträchtigen oft die Standortqualität und sind als Indikatoren rückläufiger Versorgungsbedeutung zu werten. Da die Einzelhandelsthematik im Vordergrund der Bearbeitung stand, wurde auf die Ermittlung der Nutzflächen von Komplementärnutzungen, Vergnügungsstätten und Leerständen verzichtet.



Tabelle 1: Sortimente, Warengruppe und Bedarfe

Fristigkeit	Warengruppe	Sortimente
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel
		Getränke, Spirituosen, Tabak
		Backwaren
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	Gesundheit, Körperpflege	Fleisch, Fleischwaren
		Lebensmittelspezialanbieter Reformwaren
		Körperpflege
		Parfümerie/Kosmetik
		Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel
		pharmazeutische Artikel
		Sanitätswaren/Orthopädie
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	Blumen, Zoobedarf	Optik
		Hörgeräte
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	Bücher, Schreibwaren, Büro	Blumen
		Zoobedarf, Tiernahrung
		Zeitschriften, Zeitungen
	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel
		Bücher
		Damenbekleidung
		Herrenbekleidung
		Kinderbekleidung
		Schuhe/Lederwaren/Taschen/Koffer
		Sportbekleidung, Sportschuhe
Uhren, Schmuck		
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	Sport, Freizeit, Spiel	Sonstige
		Großteilige Camping- und Sportgeräte
		Fahrräder und Zubehör (inkl. E-Bikes und Pedelecs)
		Freizeit, Spielwaren (z. B. Bastelartikel, Münzen/ Briefmarken, Handarbeitswaren, Modellbau)

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Fristigkeit	Warengruppe	Sortimente	
Überwiegend langfristiger Bedarf	Möbel, Einrichtung	Kleinteilige Camping- und Sportgeräte (inkl. Reit- Jagd- und Angelartikel)	
		Musikalien	
		Sonstige	
		Elektrowaren	Elektrogroßgeräte
			Elektrokleingeräte
			Leuchten
			Unterhaltungselektronik
			Bild- und Tonträger
			Computer und Zubehör
			Telefone
Überwiegend langfristiger Bedarf	Möbel, Einrichtung	Foto	
		Hausrat	
		Glas, Porzellan, Keramik	
		Wohnaccessoires, Geschenkartikel	
		Haus- und Heimtextilien	
		Bettwaren, Matratzen	
		Teppiche	
		Möbel (ohne Küchen)	
		Küchen	
		Kunst/Antiquitäten, Bilder(-rahmen)	
Überwiegend langfristiger Bedarf	Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör	Bau- und Heimwerkerbedarf	
		Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	
		Gartenbedarf	
		Autozubehör	
		Kaminöfen und Zubehör	
		Sicht- und Sonnenschutz	
		Sonstige	



2 Übergeordnete Rahmenbedingungen

2.1 Rechtliche Vorgaben

2.1.1 Bauplanungsrecht

Auf bundesrechtlicher Ebene übernehmen das BauGB und die BauNVO in Verbindung mit dem BauGB eine Steuerungsfunktion bei der kommunalen Standortwahl für Einzelhandelsbetriebe.

Die §§ 2 bis 9 BauNVO regeln bei einer entsprechenden Gebietsausweisung per Bebauungsplan die regelmäßige und ausnahmsweise Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben.

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe ab 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche wird durch den § 11 BauNVO eine spezielle Regelung formuliert. Diese sind nur in Kerngebieten (§ 7 BauNVO) oder in spezifisch ausgewiesenen Sondergebieten gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig.

Die Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung (= städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) ist in verschiedenen Urteilen des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n. F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“

Die Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Wiesmoor empfiehlt sich somit bereits aus den Vorgaben auf Bundesebene.

2.1.2 Landesrecht Niedersachsen

Das niedersächsische Kabinett hat am 24. Januar 2017 die Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP-VO) beschlossen. Die geänderte Verordnung ist am 17. Februar 2017 nach ihrer Veröffentlichung im Niedersächsischen Gesetz- und Verordnungsblatt (Nds. GVBl. vom 16. Februar 2017, S. 26) in Kraft getreten. Zuletzt erfolgte eine Neubekannt-

machung der Verordnung am 6. Oktober 2017 in der Fassung vom 26. September 2017. Das LROP enthält unter Kapitel 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ in den Ziffern 01 bis 10 Ziele und Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in Niedersachsen. In Ziffer 01 wird zunächst der raumordnerische Grundsatz der Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse aufgegriffen, dessen Umsetzung durch die Bereitstellung adäquater Angebote des Einzelhandels in allen Teilräumen des Landes Niedersachsen unterstützt werden soll. Darüber hinaus werden folgende Regelungen getroffen:

- 02 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, sofern sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 10 entsprechen. Neben großflächigen Einzelhandelsbetrieben gem. § 11 Abs. 3 Nr. 1 – 3 BauNVO einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren gelten die Festlegungen entsprechend für räumlich konzentrierte, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, von denen raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen bzw. ausgehen können (Agglomeration).
- 03 Der Einzugsbereich neuer Einzelhandelsgroßprojekte darf in Grundzentren den grundzentralen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreiten; selbiges gilt in Mittel- und Oberzentren in Bezug auf die periodischen Sortimente großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Kongruenzgebot grundzentral). Zudem sollen in Mittel- und Oberzentren die Einzugsgebiete von Einzelhandelsgroßprojekten bezüglich der aperiodischen Sortimente den maßgeblichen mittel- bzw. oberzentralen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral).
- 04 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind ausschließlich in den zentralen Siedlungsgebieten des jeweiligen Zentralen Orts zulässig (Konzentrationsgebot).
- 05 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind nur in städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot), wobei eine Ausnahme für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einem hohen Anteil periodischer Sortimente unter bestimmten Rahmenbedingungen möglich ist.

- 06 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb städtebaulich integrierter Lagen zulässig, sofern bestimmte Voraussetzungen – bspw. eine Verkaufsflächenbegrenzung zentrenrelevanter Randsortimente – erfüllt sind.
- 07 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind (grenzüberschreitend) abzustimmen (Abstimmungsgebot).
- 08 Bestehende und geplante Versorgungsstrukturen, die Funktionsfähigkeit Zentraler Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue großflächige Einzelhandelsbetriebe nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).

Weitere Festlegungen betreffen die verträgliche Kombination von touristischen Großprojekten und großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der überregional bedeutsamen Tourismusregion Lüneburger Heide (Ziffer 09) sowie spezifische Regelungen zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben, deren Sortimente auf mindestens 90 % der Verkaufsfläche der periodischen Bedarfsstufe zuzuordnen sind (Ziffer 10).

2.1.3 Vorgaben in der Region

Neben den im Landes-Raumordnungsprogramm festgeschriebenen Zielen der Landesplanung sind ebenfalls die der Regionalplanung zu beachten.

Regionales Raumordnungsprogramm des Landkreises Aurich

Für die Stadt Wiesmoor gilt das Regionale Raumordnungsprogramm (RROP) des Landkreises Aurich. Dieses befindet sich seit dem Jahr 2009 in Neuauflage und liegt als Entwurfsfassung aus dem Jahr 2015 vor. Kernelement aus Sicht der Stadt Wiesmoor ist die Planung, der Stadt neben der bisherigen grundzentralen Versorgungsfunktion auch eine „mittelzentrale Teilfunktion“ Einzelhandel beizumessen.

Für die Ausstattung der Kommunen mit Einzelhandelseinrichtungen und deren Ansiedlungsentscheidungen sind im Entwurf des RROP Aurich in den Ziffern 01 bis 09 folgende Regelungen vorgesehen:

- 01 Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Orts entsprechen (Kongruenzgebot). Der Umfang neuer Flächen bestimmt sich auch aus den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur.
- 02 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des jeweiligen Zentralen Orts zulässig (Konzentrationsgebot). Bei der Neuplanung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten sollen negative Auswirkungen über das direkte Umfeld des vorgesehenen Standorts hinaus berücksichtigt werden.
- 03 Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente innenstadtrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) eingebunden sein. Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des Zentralen Orts zulässig,
 - a) wenn die Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche und maximal 800 m² beträgt oder
 - b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumordnungsverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das innenstadtrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.
- 04 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind interkommunal abzustimmen (Abstimmungsgebot). Zur Verbesserung der Grundlagen für regional bedeutsame Standortentscheidungen und zur Verfahrensbeschleunigung bei der raumordnerischen Überprüfung von Einzelhandelsprojekten sind die Vorgaben der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland zugrunde zu legen. Diese soll kontinuierlich fortgeschrieben werden.



- 05 *Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).*
- 06 *Zur besseren Beurteilung der Einzelhandelsituation sind in der zeichnerischen Darstellung Vorranggebiete „Versorgungskern“ festgelegt. Diese Abgrenzungen folgen den in vielen Städten und Gemeinden erstellten Einzelhandelsgutachten oder sind nach dem vorhandenen Bestand durch die Regionalplanung festgelegt worden.*
- 07 *Die Versorgungsfunktion der Zentralen Orte, insbesondere in den Versorgungskernen, sowie die wohnungsnah Grundversorgung, insbesondere in den herausgehobenen Nahversorgungsbereichen, sind in allen Teilen des Landkreises Aurich langfristig zu sichern und zu entwickeln.*
- 08 *In den in der zeichnerischen Darstellung festgelegten Versorgungskernen ist eine Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsprojekten raumordnerisch verträglich, sofern das Vorhaben der jeweiligen grund- und mittelzentralen Versorgungsfunktion und den in der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland abgestimmten Festlegungen entspricht.*
- 09 *Mehrere selbstständige, jeweils für sich nicht als großflächig zu bewertende Einzelhandelsbetriebe sind bei einer räumlichen Konzentration als Agglomeration anzusehen und damit als großflächiger Einzelhandelsbetrieb bzw. als Einkaufszentrum zu behandeln, sofern raumordnerische Wirkungen wie bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. Einkaufszentrum zu erwarten sind.*

Einzelhandelskooperation Ostfriesland

Die in den Regelungen 04 und 08 des RROP Aurich angesprochene Einzelhandelskooperation Ost-Friesland dient der Abstimmung großflächiger Einzelhandelsprojekte in der Region im Rahmen eines Moderationsverfahrens. Die unterzeichnenden Kommunen im Bereich der Regionalen Strukturkonferenz Ost-Friesland vom Januar 2004 erklärten sich verbindlich bereit, dieses Verfahren bei der Ansiedlung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandels-

vorhaben einzuhalten. Gemeinsames Ziel ist es, der Verpflichtung nachzukommen, im Sinne der Raumordnung gleichwertige Lebensbedingungen zu schaffen und zu erhalten (vgl. Landkreis Aurich, 2004). Die wesentlichen Inhalte dieser Vereinbarung sind

- die Meldung aller zukünftigen Neuansiedlungen und Erweiterungen des Einzelhandels ab einer Größenordnung von 400 m² Verkaufsfläche,
- die Bereitschaft zur nachbarschaftlichen Erörterung neuer Vorhaben im Kreis der vom Vorhaben betroffenen Kommunen und auf Grundlage des für die Region entwickelten zweistufigen Moderationsverfahrens sowie
- die Ergebnisse des Moderationsverfahrens in die städtebaulichen Verfahren zu einem neuen Ansiedlungsvorhaben einfließen zu lassen.

Nachdem der rechtliche Rahmen zur Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Wiesmoor vorgestellt wurde, sollen nachfolgend die allgemeinen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel sowie deren Auswirkungen auf die Stadtentwicklung vorgestellt werden.

2.2 Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

Die Entwicklung des Einzelhandels und der Stadtstrukturen beeinflussen einander. Einzelhandel bewirkt in integrierten Lagen oftmals Baudichte, Passantenfrequenz sowie Nutzungsmischung und ist eine wichtige Voraussetzung für Urbanität und eine „vitale Stadt“. Umgekehrt verbessern attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen die Anziehungskraft von Einzelhandelslagen.

Beeinflusst durch Einzelhandelsansiedlungen an peripheren (verkehrsgünstigen) Standorten sowie dynamisch wachsende Marktanteile des Onlinehandels hat sich die „stadtbildende“ Funktion des Einzelhandels in der Vergangenheit vielerorts deutlich reduziert. Daher bedarf es heute der gezielten Steuerung des Einzelhandels im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklungspolitik, um die stadtbildende Funktion des Einzelhandels aufrecht zu erhalten.

Im Unterschied zu den Einzelhandelsentwicklungen „auf der grünen Wiese“, die über Jahrzehnte als größte Gefahr der vitalen Innenstadt Aufmerksamkeit erfuhren und denen durch gezielte städtebau-

rechtliche Maßnahmen entgegenzusteuern war, zeichnet sich der zunehmende Wettbewerbsdruck durch den Onlinehandel nicht nur durch ein starkes Wachstum der Marktanteile, sondern auch durch eine fehlende Möglichkeit der städtebaulichen Regulierung aus.

Die Entwicklung des stationären Einzelhandels und die räumlichen Ausprägungen werden demnach sowohl durch Veränderungen auf der Angebotsseite als auch die entsprechende Nachfrage der Bürger beeinflusst.

2.2.1 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Maßgeblich verantwortlich für die Entwicklungstendenzen sind die Nachfrager des Einzelhandelsangebots. Dabei spielen sowohl demographische Prozesse und Strukturen eine Rolle als auch qualitative Veränderungen des Nachfrageverhaltens, in den letzten Jahren speziell durch die Nutzung verschiedener Kommunikations- und Informationsmedien.

In demographischer Hinsicht wurde in der Vergangenheit lange eine perspektivische Schrumpfung der Bevölkerung angenommen und teilweise auch datiert. Für die mittelfristige Bevölkerungsentwicklung erscheinen Prognosen zu einer Fortsetzung der Schrumpfungstendenzen jedoch derzeit überholt. Das Statistische Bundesamt sieht in einem ihrer Bevölkerungsmodelle nur marginale Bevölkerungsrückgänge bis 2030/2050; andere, wie das Institut der deutschen Wirtschaft (IW), prognostizieren für das Jahr 2035 eine Bevölkerungszahl in Deutschland von rund 83,1 Mio. Einwohnern, gegenüber dem Prognosebasisjahr 2015 ein Wachstum um etwa 1 Mio. Einwohner. Verantwortlich für diese Annahme sind steigende Geburtenzahlen sowie weiterhin eine höhere Zuwanderung als in früheren Jahren.

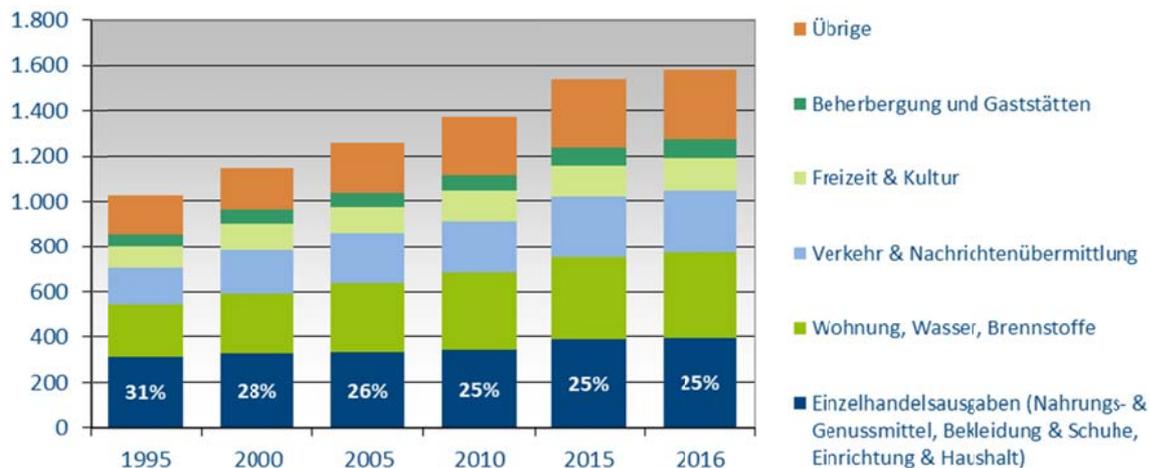
Anhand der Entwicklung der Konsumausgaben der deutschen Bevölkerung sind die demographischen

Schrumpfungsprozesse der jüngeren Vergangenheit ebenfalls nicht abzulesen. So steigen die vom Bundesamt für Statistik erhobenen Ausgaben jedes Jahr um mehrere Milliarden EUR. Seit 1995 ist insgesamt ein Anstieg um rund 556 Mrd. EUR bzw. rund 54 % (zu jeweiligen Preisen) zu konstatieren. Auch preisbereinigt ist ein Ausgabenzuwachs zu erkennen, jedoch in geringerem Ausmaß. Bemerkenswert ist, dass die einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteile an den Konsumausgaben im Betrachtungszeitraum recht deutlich abgenommen haben. Ein Anteil von rund 25 % im Jahr 2016 gegenüber ca. 31 % im Jahr 1995 beschreibt einen Bedeutungsverlust um rund 20 %. Dagegen zeigt sich insbesondere der Bereich „Übrige Ausgaben“ als Wachstumsträger. Hierzu zählen u. a. Gesundheitspflege, Bildungswesen, Körperpflege, persönliche Gebrauchsgegenstände, Dienstleistungen sozialer Einrichtungen sowie Versicherungs- und Finanzdienstleistungen.

Für den Einzelhandel ist somit zu konstatieren, dass dieser nicht proportional an den zunehmenden Konsumausgaben partizipieren kann, sondern relativ durch abnehmende Anteile gekennzeichnet ist. Anzunehmen ist, dass diese Entwicklung einerseits eine bewusste Verlagerung der Konsumausgaben (zum Beispiel für Urlaube, Gastronomie oder Freizeitaktivitäten) widerspiegelt, andererseits einhergeht mit Veränderungen in anderen Ausgabenbereichen. Hierbei sind beispielsweise erhöhte Ausgaben für private Alters-/Krankenvorsorge oder gestiegene Mieten und Wohnnebenkosten anzuführen. Während für den Einzelhandel, zum Beispiel durch Produkt- oder Angebotsinnovationen, grundsätzlich die Möglichkeit besteht, einen Teil der Konsumausgaben erneut zu seinen Gunsten umzulenken, so z. B. bei den Freizeitausgaben, sind andere Ausgabenverschiebungen nach derzeitiger Einschätzung von Dauer, sodass sich die Spielräume für den Einzelhandel reduziert haben.



Abbildung 2: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland (in Mrd. EUR und %)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2016, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Neben den demographischen Veränderungen sowie den sinkenden Ausgabenanteilen des privaten Konsums für den Einzelhandel sind es auch sonstige gesellschaftliche Prozesse, die zu einem veränderten Einkaufsverhalten führen. Einerseits ist das Verbraucherverhalten weiterhin durch eine „Discountorientierung“ geprägt, andererseits werden aber auch Erwartungen an eine Inszenierung der Waren, Emotionalität, Service und Individualität gestellt, die den „hybriden Kunden“ kennzeichnen. Nicht nur in klassischen „Shopping“-Sortimenten wie Bekleidung oder Schuhe, sondern auch im Lebensmittel-Einzelhandel reagieren die Betreiber (sowohl von Supermärkten als auch von Discountern) mit neuen Betriebs- und Flächenkonzepten, für die eine aufwändige Architektur sowie helle und geräumige Verkaufsflächen charakteristisch sind.

Neben der Preis-Orientierung ist es darüber hinaus auch die Pkw-Affinität der Kunden, die die Flächen- und Standortansprüche des Einzelhandels mitbestimmt. Die Präferenz zum „One-Stop-Shopping“ begründet wachsende Marktanteile von Großflächenbetrieben mit einem breiten und tiefen Warenspektrum (zum Beispiel SB-Warenhäuser und große Supermärkte) und dient einer möglichst zeit-sparenden Versorgung.

Diese Bequemlichkeitsaspekte zeigen sich auch an einer wachsenden Online-Orientierung im Einkaufsverhalten, das sich durch neue technologische Möglichkeiten massiv verändert hat. Dank digitaler End-

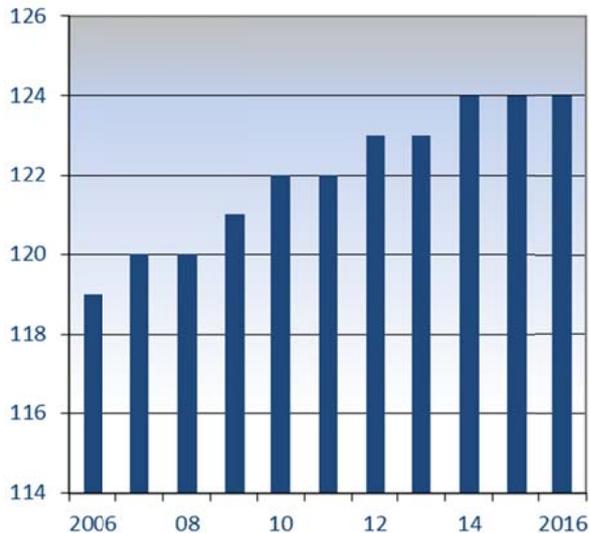
geräte können Konsumenten jederzeit und überall kaufvorbereitende Informationen einholen und Käufe abschließen. Preisvergleiche, eine umfassende Angebotsvielfalt und einfache Zahlungsmöglichkeiten verleiten Konsumenten häufiger zum Einkauf im Internet.

2.2.2 Entwicklungen auf der Angebotsseite

Zwar nicht mehr in der Intensität der vergangenen Jahre, aber dennoch anhaltend ist ein Verkaufsflächenwachstum des stationären Einzelhandels in Deutschland nachzuvollziehen.

Die durch das Statistische Bundesamt und den Handelsverband Deutschland für das Jahr 2016 ermittelte Gesamtverkaufsfläche von rund 124 Mio. m² beschreibt gegenüber dem Jahr 2006 ein Wachstum von rund 6 %. Bis etwa 2011 sind dabei Steigerungsraten von rund 1 % p. a. zu konstatieren, während die Entwicklung in den letzten fünf Jahren eine abgeschwächte Dynamik zeigt.

Abbildung 3: Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 2006 – 2016* (in Mio. m²)



Quelle: Datengrundlage handelsdaten.de 2017, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Gleichzeitig ist für den Einzelhandel im engeren Sinne (ohne KFZ-Handel, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) auch ein wachsender Umsatz zu konstatieren. Betrachtet man die letzten zehn Jahre war der Zeitraum zwischen 2006 und 2009 durch einen Umsatzrückgang von rund 3 % gekennzeichnet. Seitdem wächst der Einzelhandelsumsatz jedoch konstant mit den höchsten Steigerungsraten in den letzten beiden Jahren. Gegenüber dem Einzelhandelsumsatz im Jahr 2006 von rund 432,3 Mio. EUR beschreibt eine Umsatzleistung im Jahr 2016 von etwa 486,5 Mio. EUR ein Wachstum um rund 12 % (nominal).

Gleichwohl führt das anhaltende Verkaufsflächenwachstum bei einem begrenzten Marktvolumen zu einem Rückgang der Verkaufsflächenproduktivität. Die Folgen sind steigender Wettbewerb um Marktanteile, aber auch die Tendenz zur stärkeren Reduzierung der Betriebskosten. Hieraus resultieren oftmals Einsparungen von Serviceleistungen sowie die weitere Verdrängung kleinerer Betriebseinheiten, die aufgrund ungünstiger Einkaufskonditionen im Preiskampf nicht mehr mithalten können.

Der Trend zu größeren Verkaufsflächen und sich ausdifferenzierenden Betriebstypen des stationären Einzelhandels wird durch die steigenden Marktanteile des Onlinehandels überlagert. So steht der stationäre Einzelhandel nicht mehr primär untereinander durch unterschiedliche Angebotsformen/-dimensionierungen/-preise/-standorte etc. in einem intensiven Wettbewerb, sondern wird durch die Bedeutungszunahme des Onlinehandels durch einen städtebaulich nicht zu regulierenden Wettbewerber unter Druck gesetzt. Nach Berechnungen des Handelsverbands Deutschland übernimmt der E-Commerce im Jahr 2016 einen Marktanteil von rund 9,2 % am gesamtdeutschen Einzelhandel. Der Prognosewert für das Jahr 2017 beträgt bereits 9,9 %. Wie in Abbildung 4 dargestellt, hat sich die Wachstumsdynamik des Onlinehandels dabei in den vergangenen Jahren bereits deutlich reduziert. Vor dem Hintergrund der weiterhin ansteigenden Marktanteile ist jedoch nicht von einer Entzerrung des Wettbewerbs für den stationären Einzelhandel auszugehen.



Abbildung 4: Nettoumsatz, Marktanteil und jährliche Entwicklung des E-Commerce



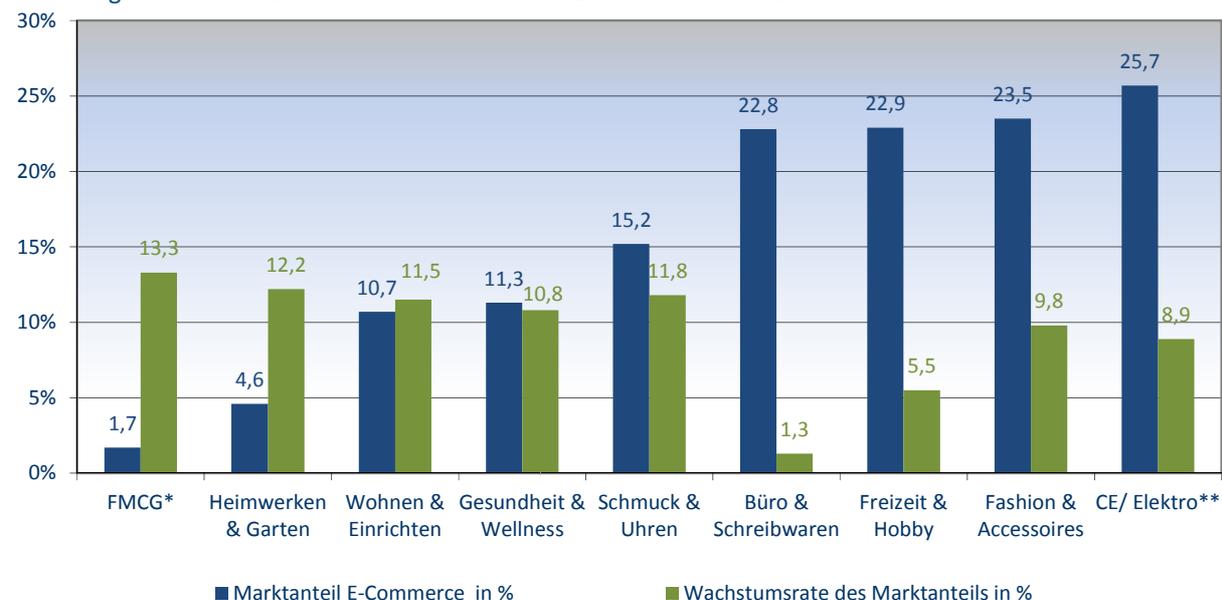
Quelle: Handelsverband Deutschland 2017, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Branchenbezogen ist der stationäre Einzelhandel durch unterschiedliche Entwicklungsdynamiken und Angebotsformen geprägt, die nachfolgend skizziert werden. Dabei folgt die Branchenbezeichnung der in Kapitel 1.2 vorgestellten Systematik. Der Wettbewerbsdruck durch den Onlinehandel wird dabei

in einem unterschiedlich starken Ausmaß deutlich (vgl. Abbildung 5).

Für alle Branchen gilt, dass im angespannten Wettbewerb um Umsatzanteile Konzentrationsprozesse zu einem immer höheren Filialisierungsgrad im Einzelhandel geführt haben.

Abbildung 5: Marktanteile und Wachstumsrate des E-Commerce nach Branchen



* Anm.: = schnell drehende Produkte (Fast Moving Consumer Goods), hierzu gehören Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren, Drogeriewaren; **Am.: CE = Unterhaltungselektronik (Consumer Electronics)

Quelle: Handelsverband Deutschland 2017, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017, Ausgaben für 2016

Nahrungs- und Genussmittel

Ein Großteil der Einzelhandelsumsätze ist der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen, die durch eine häufige Bedarfsdeckung geprägt wird. Marktbestimmend war in den letzten Jahrzehnten das expansive Verhalten der Lebensmittel-discounter, deren Standortwahlverhalten oftmals einer städtebaulich integrierten und wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung entgegenstand. Aktuell stagnieren die Marktanteile der Lebensmitteldiscounter jedoch. Moderne und attraktive Betriebskonzepte der Supermärkte sowie eine vermehrte Fokussierung der Gesellschaft auf Frische, Gesundheit, Nachhaltigkeit, Fair Trade etc. begründen ihrerseits Bedeutungsgewinne. Für beide Betriebstypen gilt: die Anpassung der Verkaufskonzepte führt zu einem steigenden Flächenanspruch. Ansiedlungsplanungen unterhalb der städtebaurechtlich fixierten Großflächigkeit von 1.200 m² Geschossfläche bzw. 800 m² Verkaufsfläche sind heute seltene Ausnahmen und erfolgen nahezu ausschließlich in dicht besiedelten Räumen.

Aufgrund der Verderblichkeit der Produkte und der häufigen Bedarfsdeckung ist die Lebensmittel-Branche bislang nur durch geringe Marktanteile des Onlinehandels gekennzeichnet, nach Angaben des Handelsverbands Deutschland weniger als 1 % im Jahr 2016. Jedoch unterstützt durch Innovationen im Bereich der Zustellung und der Warensystematik wird die Branche gleichzeitig durch das höchste jährliche Wachstum des Onlinehandels zwischen 2014 und 2016 geprägt (rund 25 %).

Gesundheit und Körperpflege

Die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege wird nach der Systematik von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH durch verschiedene Angebotsformen bestimmt. Prägend im Hinblick auf Verkaufsfläche und Umsätze sind die Drogeriemärkte, die von spezialisierten Anbietern wie Parfümerien, Apotheken, Sanitätshäusern und Optikern/Akustikern ergänzt werden. Die letztgenannten kleinteiligen Anbieter sind im Hinblick auf die raumverträgliche Einzelhandelssteuerung im Regelfall unproblematisch, da zumeist eine Orientierung auf kleine Einzelhandelsimmobilien in städtebaulich integrierten Lagen erfolgt. Die Drogeriemärkte jedoch haben sich neben den Lebensmittel-SB-Betrieben als zweitwichtigste Kategorie der nahversorgungsrelevanten Anbieter etabliert. Nach der

Insolvenz der Fa. Schlecker sind die branchenbezogenen Umsatzanteile der Lebensmittel-SB-Betriebe gestiegen und der spezialisierte Markt wird durch zwei Anbieter (dm, Rossmann) dominiert, deren Flächenansprüche in den vergangenen Jahren stark gestiegen sind – im Einklang mit den Lebensmittel-SB-Betrieben. Dieser Flächenanspruch sowie die Zielsetzung einer Ansiedlung im Standortverbund mit Lebensmittel-SB-Betrieben setzen oftmals nicht städtebaulich integrierte Standorte in das Zentrum der Expansionsplanungen. Sowohl aus Verbrauchersicht als auch aus der Perspektive einer zentrenorientierten kommunalen Einzelhandelsentwicklung wird in Anlehnung an die ehemaligen Schlecker-Filialien derzeit der Betriebstyp eines kleineren Drogeriemarkts vermisst. Ein Alleinstellungsmerkmal ist dagegen für den Betriebstyp des Drogeriemarkts Müller festzustellen, der zwar schwerpunktmäßig Drogeriewaren anbietet, darüber hinaus aber auch bedeutende Flächenanteile mit Lebensmitteln, Spielwaren, Schreibwaren etc. bereithält.

Die Entwicklungstendenzen des Onlinehandels sind ähnlich wie in der Branche Nahrungs- und Genussmittel. Die Marktanteile sind derzeit insgesamt noch gering, angeführt von Versandapotheken und Onlineplattformen für den Brillenkauf jedoch durch starke Wachstumsraten gekennzeichnet.

Blumen und Zoobedarf

Deutlich geringere Marktanteile übernimmt die Branche Blumen und Zoobedarf im gesamtdeutschen Einzelhandel. Das klassische Blumengeschäft hat heute nur noch eine ergänzende Versorgungsfunktion, Zoobedarf wird primär in spezialisierten, teilweise großflächigen Fachmärkten von Betreibern wie Fressnapf, Zoo & Co., Futterhaus sowie in Raiffeisenmärkten und als nahversorgungsrelevantes Randsortiment (Tiernahrung, Kleintierbedarf) in Lebensmittel-SB-Betrieben und Drogeriemärkten angeboten. Die großen Fachmarktbetreiber orientieren ihre Standortplanung oftmals an bestehenden oder geplanten Agglomerationsstandorten, um von Kopplungseffekten bzw. einer hohen Kundenfrequenz zu profitieren. Die branchenbezogene Bedeutung des Onlinehandels ist anhand der Situation der FMCG-Produkte (vgl. Abbildung 5) nachzuvollziehen, sodass von einer „nachholenden“ Entwicklung mit hohen Wachstumsraten auszugehen ist.



Bücher, Schreibwaren, Büro

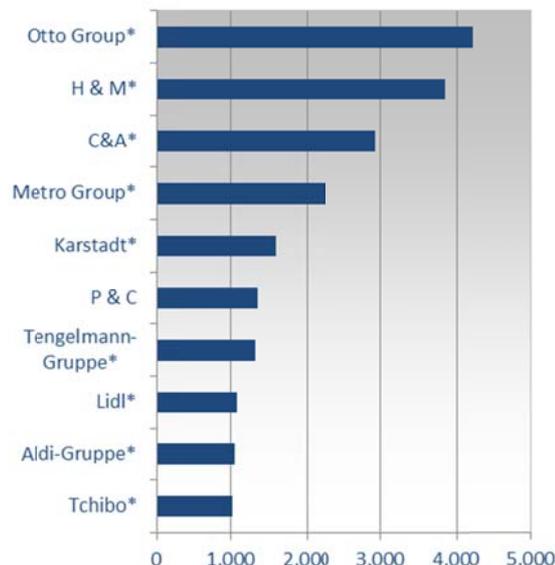
Auch in der Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Büro ist eine Reduzierung der Fachgeschäfte bei einer gleichzeitigen zunehmenden Filialisierung deutlich zu erkennen. In vielen Kommunen hat sich beispielsweise der Facheinzelhandel mit Büchern zurückgezogen, während die markprägenden filialisierten Anbieter wie Mayersche Buchhandlung oder Weltbild Anforderungen an Standorte und Einzugsgebiete formulieren, die insbesondere durch kleinere Kommunen nicht erfüllt werden können. Zudem zeigte sich im Buchhandel der E-Commerce von Beginn an wettbewerbsrelevant; derzeit kann ein Marktanteil von rund 25,5 % beziffert werden (HDE). Mit einer Wachstumsrate von nur ca. 0,9 % des Marktanteils zwischen 2014 und 2016 ist jedoch eine deutliche Abnahme der Entwicklungsdynamik erkennbar.

Auch im Bereich Büro/Schreibwaren übt der Onlinehandel mit einem Marktanteil von rund 22,8 % im Jahr 2016 starken Wettbewerbsdruck auf den stationären Einzelhandel aus, der in spezialisierter Form weiterhin primär kleinstrukturiert und an städtebaulich integrierten Standorten vertreten ist. Zudem bieten SB-Warenhäuser oder Sonderpostenmärkte oftmals Büro/Schreibwaren als Randsortimente an. Als bundesweit vertretener Fachmarkt richtet sich Staples neben gewerblichen Kunden auch an Endverbraucher, regionale Filialisten wie z. B. Askania ergänzen ihr Angebot an Büro- und Schreibwaren meist um die Bereiche Spiel, Sport, Freizeit und Hobby.

Bekleidung, Schuhe, Schmuck

Bekleidung und Schuhe (inkl. Sportbekleidung/Sportschuhe) sowie Lederwaren und Schmuck sind als klassische Innenstadtleitsortimente oder auch „Shoppingsortimente“ zu bezeichnen. Insbesondere in größeren Städten wird ein Großteil der 1-A-Lagen in den Innenstädten durch eben diese Sortimente belegt. Daneben ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Wettbewerb auch durch Anbieter geprägt wird, die man zunächst nicht mit dem Facheinzelhandel für Bekleidung in Verbindung bringen mag. So zählen auch Aldi, Lidl und Tchibo zu den zehn Marktführern (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Top Ten des deutschen Textileinzelhandels (in Mio. EUR)



* Schätzwerte

Quelle: EHI handelsdaten.de 2016, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Die Tendenz, dass Shopping-Center vermehrt auf innerstädtische Standorte abzielen und die „grüne Wiese“ an Attraktivität verliert, hat direkten Einfluss auf die Standortsituation der Anbieter in der Warengruppe Bekleidung/Schuhe/Schmuck. Diese bildet üblicherweise auch den Angebotsschwerpunkt eines Shopping-Centers, sodass dezentrale Ansiedlungen solcher Center direkt und primär in Wettbewerb mit den Haupteinkaufslagen einer Stadt getreten sind. Während dieser Wettbewerbsdruck zumindest nachlässt, nimmt die Marktbedeutung des Onlinehandels weiter zu. Marktanteile von rund 23,5 % bei Fashion und Accessoires sowie rund 15,2 % bei Uhren und Schmuck, ergänzt durch Wachstumsraten des Marktanteils von 9,8 % bzw. 11,8 % im Jahr 2016, unterstreichen eine gleichermaßen hohe wie ansteigende städtebauliche Relevanz des Onlinehandels.

Sport, Spiel, Freizeit

Ebenfalls einen Marktanteil von mehr als 20 %, jedoch mit ca. 5,5 % eine geringere Wachstumsrate im vergangenen Jahr, ist für den Onlinehandel im Bereich Sport, Spiel, Freizeit zu dokumentieren. Gerade im Bereich der Sportartikel/Sportgeräte ist für den stationären Einzelhandel durch die Expansion der Fa. Decathlon in den vergangenen Jahren

eine Angebotslücke geschlossen worden. Dessen Sortimente wurden zuvor nur ausschnittsweise in klassischen Sportgeschäften angeboten, deren Angebotsschwerpunkt meist bei Sportbekleidung/Sportschuhen liegt. Da Decathlon auch in diesen Sortimenten große Flächenanteile in ihren Fachmärkten belegt, korrespondieren unternehmensinterne Standortprämissen jedoch oftmals nicht mit den planerischen Zielsetzungen des Zentrumschutzes.

Das Einzelhandelsangebot mit Spielwaren/Freizeitsortimenten wird dagegen schon längerfristig einerseits durch den kleinteiligen Facheinzelhandel, andererseits durch große Fachmärkte mit einem umfassenden Sortiment geprägt (z. B. Toys ,R' us).

Elektrowaren

Eine umfassende Produktpalette von Elektrowaren wird in der Regel durch die Elektrofachmärkte (Saturn, Media Markt, Medimax etc.) vorgehalten. Diese galten – und gelten grundsätzlich immer noch – als Magnetbetriebe, sodass in der Einzelhandelssteuerung das Ziel verfolgt wurde, innerstädtische Standorte mit Elektrofachmärkten zu belegen. U. a. unter Einfluss der besonders starken Marktposition des Onlinehandels hat sich das Expansionsverhalten der marktführenden Betreiber jedoch in den vergangenen Jahren verändert. Es erfolgt eine Auswahl von weniger und kleineren Standorten und somit insgesamt eine Bedeutungsabnahme des stationären Einzelhandels mit Elektrowaren.

Weitere prägende Betriebstypen sind Fachanbieter für Elektrohaushaltswaren (Elektrogroß- und/oder -kleingeräte), Telefon- und Fotoshops oder Computerfachgeschäfte. Gerade durch die Fa. Apple zeigt sich die gesellschaftliche Bedeutung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien, die sich u. a. in der Eröffnung von Flagship-Stores in 1-A-Lagen von Oberzentren manifestiert.

Möbel/Einrichtung

Die Warengruppe Möbel/Einrichtung wird sowohl durch das klassische Möbel-/Küchensortiment als auch durch ergänzende einrichtungsaffine Produkte gebildet. Während letztere (u. a. Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Heimtextilien) in der Regel primär auf städtebaulich integrierte Lagen

gelenkt werden, sind Möbelhäuser zumeist an Pkw-orientierten Standorten außerhalb zentraler Lagen zu finden. Für diese Möbelhäuser zeigen sich fortsetzende Konzentrationsprozesse, die durch Verkaufsflächengrößen von mehr als 40.000 m², einer Marktbeherrschung weniger großer Anbieter und die Aufgabe inhabergeführter (ehemals „großer“) Möbelvollsortimenter auch mit 15.000 bis 25.000 m² gekennzeichnet sind. Durch den Betriebstyp des „Möbelpalastes“ werden ebenso wie durch den Betreiber des Einrichtungshauses IKEA jedoch nicht nur kleinere Möbeleinzelhändler unter Wettbewerbsdruck gesetzt. Vielmehr führen diese „Möbelpaläste“ auch Randsortimentsverkaufsflächen in der Größe mehrerer Fachmärkte, die zudem mit den Anbietern von Leuchten, Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik usw. in Wettbewerb treten.

Eine Bedeutungszunahme ist für den E-Commerce mit Möbeln zu belegen. Bei einer Steigerungsquote des Marktanteils im letzten Jahr um rund 11,5 % auf rund 10,7 % ist eine starke Entwicklungsdynamik zu erkennen.

Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör

Ähnlich wie das Möbelsortiment wird auch das Angebot mit Bau- und Gartenbedarf primär in großflächigen Fachmärkten außerhalb von städtebaulich integrierten Lagen angeboten. Teilweise, durch die Ergänzung mit Baustoffen, wird die Einzelhandelsfunktion mit einem primär gewerblich orientierten Angebot verknüpft. Auch in diesem Segment ist ein erhöhter Verkaufsflächenbedarf der Betreiber zu erkennen; die Marktführer belegen teilweise Flächen mit mehr als 20.000 m² Verkaufsfläche.

Das Sortiment Autozubehör zeigt sich weniger flächenintensiv. Es wird einerseits als Randsortiment in Baumärkten oder Sonderpostenhäusern angeboten, primär erfolgt der Verkauf jedoch über kleinere Fachmärkte, wie den Marktführer A.T.U., oder den Facheinzelhandel für Autozubehör, der oftmals an Kfz-Häuser angeschlossen ist.

Die Bedeutung des E-Commerce ist für Bau-/Gartenbedarf mit einem Marktanteil von weniger als 5 % bislang noch vergleichsweise gering. Eine Marktanteil-Wachstumsrate von mehr als 12 % im vergangenen Jahr kennzeichnet jedoch auch hier eine nachholende Entwicklung.



2.2.3 Auswirkungen auf die Stadtentwicklung

Aus der Vernetzung der Entwicklungen auf Angebots- und Nachfrageseite resultieren zum Teil erhebliche Auswirkungen auf die Stadtentwicklung.

Zwar hat die Konzentration auf periphere Pkw-orientierte Einkaufsorte in der jüngeren Vergangenheit wieder abgenommen (insbesondere wegen restriktiver Auslegung des Planungsrechts), der Wettbewerbsdruck für den stationären Innenstadt-Einzelhandel wird jedoch durch die anhaltenden Marktanteilsgewinne des Onlinehandels weiterhin hoch gehalten. Vielfach sind es nur die bundesweit filialisierenden Anbieter, die ihre Angebote parallel über den Onlinehandel vertreiben. Für den inhabergeführten Einzelhandel hingegen steht der Aufwand zur Etablierung eines weiteren Vertriebskanals selten in angemessener Relation zu den hierdurch möglichen Einnahmen, sodass vielerorts eher standortbezogene Online-Aktivitäten unterstützt werden.

Die erfolgte Ausweitung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an nicht integrierten Standorten hat wichtige Magnetbetriebe, die dynamische Entwicklung des Onlinehandels weitere Kaufkraft aus den Zentren abgezogen. Insbesondere in Innenstädten haben die Warenhäuser und der Fachhandel als Leitbetriebe an Bedeutung eingebüßt. Die lang anhaltende Tendenz zu einer weiteren Filialisierung ist ungebrochen. Nach dem Top-down-Prinzip haben viele Filialisten ihre Expansion mittlerweile bis in Mittel- und Kleinstädte fortgesetzt. Bei einer gleichzeitigen Bedeutungszunahme von Marken und Labels (zum Beispiel in „Monolabel-Stores“) bis auf die Ebene der Mittelstädte kann zukünftig die Kombination des markenorientierten filialisierten Einzelhandels mit individuellen lokalen Fachgeschäften den Schlüssel einer attraktiven Innenstadtentwicklung bilden.

Die weitere Ansiedlung von Magnetbetrieben und die Ergänzung des filialisierten Einzelhandels durch individuelle Betreiberkonzepte stellen die wichtigsten Aufgaben für die kommunale Stadtentwicklung und die kommunale Wirtschaftsförderung dar, insbesondere außerhalb von Oberzentren oder großen Mittelzentren mit weitreichenden Einzugsbereichen. Aber die Forderung von Handelsunternehmen nach größeren Ladeneinheiten ist in vielen Zentren schwierig zu erfüllen. Vielfach fehlen notwendige

Entwicklungsflächen für neue Handelsimmobilien oder Erweiterungen bestehender Betriebe; Zuschnitte bestehender Ladeneinheiten entsprechen vielerorts nicht mehr den aktuellen Ansprüchen. Die eigentümerübergreifende Vergrößerung bestehender Ladeneinheiten stellt eine besondere Herausforderung dar.

Neben der Vitalität der Innenstädte ist auch der Erhalt eines funktionsfähigen Nahversorgungsnetzes von Bedeutung. Diesbezüglich ist die Situation in vielen Kommunen beeinflusst durch die Standortpolitik der Lebensmittel-SB-Betriebe. Leistungsfähige Lebensmittelanbieter fragen heute kaum mehr Standorte mit 800 m² Verkaufsfläche, sondern oftmals mit mehr als 1.200 oder 1.400 m² nach. In vielen kleineren Zentren konnten und können diese Flächenansprüche nicht erfüllt werden, sodass Lebensmittelmagnetbetriebe geschlossen wurden mit der Folge, die Funktionsfähigkeit ganzer Zentren zu gefährden. Der Verlust des Lebensmittelmagnetbetriebs setzt i. d. R. einen Trading-down-Prozess in Gang, in dessen Verlauf weitere Geschäfte aufgrund fehlender Laufkundschaft schließen müssen und sich auch andere Infrastruktureinrichtungen, z. B. Poststellen oder Bankfilialen, aus den (ehemaligen) Versorgungsschwerpunkten zurückziehen.

Diese Entwicklungen widersprechen dem stadtpolitischen Ziel der „kurzen Wege“. Gleichermäßen wachsen die Ansprüche der Betreiber an die Mantelbevölkerung im unmittelbaren Standortumfeld, sodass Standorte auch aufgrund unzureichender Rentabilität aufgegeben werden. Betroffen von der „Ausdünnung“ des Nahversorgungsnetzes sind insbesondere immobile Bevölkerungsteile, die auf eine wohnungsnah Grundversorgung angewiesen sind. Durch den demografischen Wandel wächst eben diese Bevölkerungsgruppe.

Das Verkaufsflächenwachstum an nicht integrierten Standorten führt zu erhöhten Aufwendungen für die Bereitstellung der dort monofunktional genutzten Infrastruktur; auch belastet der Flächenverbrauch für großflächige, oft eingeschossige Verkaufsräume an peripheren Standorten mit großzügigen Stellplatzanlagen die Umwelt. Zudem verursacht das Ausbleiben von Einzelhandelsinvestitionen in den Zentren vermehrt kompensatorische, öffentlich finanzierte Revitalisierungs- und Entwicklungsmaßnahmen.

Die aus steigenden Betriebsdimensionen resultierenden größeren Einzugsbereiche der Einzelhandelsbetriebe fördern den Anstieg des Individualverkehrs. Folglich gestalten sich auch die Realisierung einer städtischen Funktionsmischung von Wohnen und Versorgung und die damit verbundene Möglichkeit zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens zunehmend schwieriger.

In Gewerbe- und Industriegebieten stellen an Hauptverkehrsstraßen liegende Entwicklungsflächen aufgrund ihrer guten Pkw-Erreichbarkeit für viele Einzelhandelsunternehmen attraktive Alternativstandorte zu Stadt- und Ortszentren dar. Einzelhandelsunternehmen sind im Vergleich zu anderen Gewerbebranchen zudem in der Lage, höhere Bodenrenten zu zahlen, was zur Verdrängung vorhandener Gewerbe führen kann.

Diese übergeordneten Entwicklungen nehmen auch auf das Einzelhandelsgefüge der Stadt Wiesmoor Einfluss. Eine konsequente, gesamtstädtische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist notwendig, um dem möglichen Bedeutungsverlust gewachsener Zentren entgegenzuwirken.

2.3 Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Wiesmoor

2.3.1 Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung

Die rd. 13.000 Einwohner zählende Stadt Wiesmoor liegt zwischen Jadebusen und Dollart in dem größten zusammenhängenden waldlosen Hochmoorgebiet Ostfrieslands, dem Zentralmoor. Im Zuge der Moorkultivierung wurde Wiesmoor 1922 mit der Einrichtung des ersten Torfkraftwerks Deutschlands gegründet. Heute ist die Stadt Luftkurort und be-

herbergt touristische Attraktionen und Naherholungsangebote.

Im Rahmen der Gebietsreform in Niedersachsen wurden die Gemeinden Marcardsmoor, Voßbarg, Wiesederfehn und Zwischenbergen der Einheitsgemeinde Wiesmoor angegliedert. Das Gemeindegebiet umfasst heute eine Fläche von ca. 83 km² und weist eine Einwohnerdichte von 157 EW/km² auf. Im Vergleich mit den Nachbargemeinden Großefehn (ca. 109 Einwohner/km²), Friedeburg (ca. 63 Einwohner/km²) und Uplengen (ca. 79 Einwohner/km²) ist die Einwohnerdichte der Stadt Wiesmoor überdurchschnittlich (vgl. *Landesamt für Statistik Niedersachsen, Bevölkerung und Gemeindefläche 2015*).

Die Stadt Wiesmoor ist dem Regierungsbezirk Weser-Ems zugeordnet und liegt im Südosten des Landkreises Aurich. In der Neuaufstellung des Regionalen Raumordnungsprogramms (RRÖP) des Landkreises Aurich ist die Stadt als Grundzentrum mit mittelzentraler Teilfunktion „Einzelhandel“ eingestuft. Die Lage der Stadt Wiesmoor im Raum sowie die zentralörtliche Gliederung können der Abbildung 7 entnommen werden. Es wird deutlich, dass die unmittelbaren Nachbargemeinden Großefehn, Friedeburg und Uplengen als Grundzentren eingestuft sind. Die nächstgelegenen Mittelzentren Aurich, Jever, Westerstede und Wittmund liegen in jeweils ca. 20 Kilometern Entfernung zur Stadt Wiesmoor. Das nächste Oberzentrum, die Stadt Wilhelmshaven, befindet sich in rd. 25 km Entfernung.

Neben der Wettbewerbssituation wird die Entwicklung des Wiesmoorer Einzelhandels u. a. durch die Verkehrsanbindung und die Siedlungsstruktur in der Region beeinflusst.



Abbildung 7: Lage der Stadt Wiesmoor im Raum und zentralörtliche Gliederung



Kartengrundlage: *openstreetmap.org*; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Die Einbindung in das überregionale Verkehrsnetz ist für eine Stadt im ländlichen Raum positiv. Mit der Bundesstraße (B) 436 kreuzt eine wichtige Hauptverkehrsachse das Wiesmoorer Stadtgebiet. Darüber hinaus befinden sich mehrere Autobahnanschlüsse zu den Autobahnen (A) 28, 29 oder 31 in rd. 20 bis 30 Fahrminuten Entfernung.

Die A 28 als Ost-West-Verbindungsachse und die A 29 als Nord-Süd-Verbindungsachse werden diagonal durch die Bundesstraße (B) 436 miteinander verknüpft. Diese verläuft vom Ortsteil Bagband der Gemeinde Großefehn bis zur Gemeinde Sande am Jadebusen. Dabei kreuzt die Bundesstraße direkt das Stadtzentrum der Stadt Wiesmoor. Eine ebenfalls das Stadtgebiet Wiesmoor querende Landesstraße erschließt wiederum das nördliche und südliche Umland mit der Stadt Wiesmoor. Diese beiden wichtigen Verkehrsachsen kreuzen sich im Wiesmoorer Stadtkern. Sie werden unterstützt durch Kreisstraßen.

Eine direkte Einbindung in das Verkehrsnetz der Deutschen Bahn ist innerhalb der Stadt Wiesmoor nicht gegeben. Der nächste Bahnhof befindet sich in

der ca. 22 km entfernten Stadt Wittmund in nord-östlicher Siedlungsrandlage und bietet einen regionalen Anschluss nach Wilhelmshaven und Esens. Weitere regionale und überregionale Anschlüsse bietet das Stadtzentrum der ca. 30 km entfernten Stadt Leer. Hier sind direkte Verbindungen nach Bremen, Köln, Magdeburg, Münster, Leipzig und Hannover möglich.

Die ÖPNV-Anbindung der Stadt Wiesmoor an das Umland wird vor allem durch drei Regionalbuslinien des Verkehrsverbunds Ems-Jade sichergestellt, die wochentags zwischen 6:00 Uhr morgens und 19:00 Uhr abends im Stundentakt betrieben werden. Zwischen der Wiesmoorer Stadtmitte und den Mittelzentren Aurich und Leer im Westen verkehren dabei zwei Buslinien, die mit Haltepunkten in der Gemeinde Großefehn sowie den westlichen Ortsteilen Wiesmoors für eine verhältnismäßig gute Anbindung sorgen. In östlicher Richtung besteht über die Nachbargemeinde Friedeburg zudem eine Buslinie entlang der B 436 mit direkter Verbindung zum Oberzentrum Wilhelmshaven sowie zum Mittelzentrum Wittmund mit Umstieg in Friedeburg. Davon abgesehen existieren einige weitere Linien zur

Verbindung der Ortsteile Wiesmoors untereinander und mit dem Umland. Im Gegensatz zu den Regionalbuslinien orientieren sich diese jedoch primär an den Schulzeiten und verkehren dementsprechend in unregelmäßigen, längeren Takt-Zeiten von teilweise über zwei Stunden.

Es wird deutlich, dass vor allem die durch die Regionalbuslinien erschlossenen Ortsteile Wiesmoors eine im Vergleich gute ÖPNV-Anbindung mit verhältnismäßig dichter Taktung aufweisen. Das übrige Gemeindegebiet wird hingegen über Buslinien angebunden, die über für ländliche Räume typische längere Takt-Zeiten verfügen.

2.3.2 Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

Sowohl für die aktuelle Einzelhandelsituation als auch für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet Wiesmoor ist die Betrachtung der Bevölkerungsverteilung sowie der künftigen Bevölkerungsentwicklung von Bedeutung.

Die Einwohnerzahl der Stadt Wiesmoor betrug am 30. Juni 2017, insgesamt ca. 13.010 Einwohner. Knapp 76 % der Einwohner lebten im Ortsteil Wiesmoor, dem Hauptsiedlungsbereich der Stadt. Die übrigen Einwohner verteilen sich auf kleinteilige Gemarkungen des ländlich geprägten Stadtgebiets und werden fünf Ortsteilen zugeordnet (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Einwohnerverteilung nach Ortsteilen

Stadtteil	Einwohner
Wiesmoor	9.875
Voßbarg	536
Zwischenbergen	315
Wiesederfehn	1.489
Marcadsmoor	795
Gesamt	13.010

Quelle: Gesamteinwohnerzahl LSN-Online, Einwohnerzahl zum 31.12.2017; relative Verteilung nach Einwohnermeldeamt Stadt Wiesmoor, 30.06.2017

Im Zeitraum von 2007 bis 2017 ist für die Stadt Wiesmoor ein leichter Bevölkerungsrückgang von ca. 2 % zu konstatieren. Der relativ deutliche Bevölkerungsverlust zwischen den Jahren 2010 und 2011 ist dabei auf eine durch den Zensus 2011 bedingte geänderte Datengrundlage zurückzuführen. Betrachtet man die beiden Zeiträume getrennt, lässt

sich sowohl von 2007 bis 2010 als auch von 2011 bis 2017 eine zunehmende Einwohnerentwicklung feststellen.

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in Wiesmoor

Jahr	Einwohner	
	Absolut	2007 = 100 %
2007	13.279	100,0
2008	13.282	100,0
2009	13.268	100,0
2010	13.370	101,0
2011	12.707	96,0
2012	12.826	97,0
2013	12.867	97,0
2014	13.009	98,0
2015	12.923	97,0
2016	13.005	98,0
2017	13.010	98,0

Quelle: Daten: Stadt Wiesmoor 2017

Um Aussagen zu der künftigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Wiesmoor treffen zu können, kann auf die Bevölkerungsprognose des Landesamts für Statistik Niedersachsen aus dem Jahre 2016 zurückgegriffen werden. Als Vergleich dient die Bevölkerungsprognose der Bertelsmann Stiftung: Die Statistikstelle des Landes Niedersachsen prognostiziert für die Stadt Wiesmoor eine Bevölkerungszahl von ca. 13.281 Einwohnern im Jahr 2025, was einem Wachstum um rd. 2,1 % entspricht. Die Bertelsmann Stiftung ist in ihrer Prognose etwas zurückhaltender und geht von ca. 13.040 Einwohnern im Jahr 2025 aus, also einem Wachstum um lediglich ca. 0,2 %.

Für die weiteren Analyseschritte dieses Gutachtens werden die Prognosewerte des Landes Niedersachsen verwendet, da sie auch für weitere konzeptionelle Überlegungen in der Stadt Wiesmoor herangezogen werden.

Neben einer Veränderung der Einwohnerzahl wird sich auch in der Stadt Wiesmoor der demografische Wandel widerspiegeln. Dabei ist davon auszugehen, dass sich der Bevölkerungsanteil von Kindern und Jugendlichen – der bundesweiten demografischen Entwicklung folgend – zukünftig verringern und der Anteil der älteren Menschen tendenziell ansteigen wird. Insgesamt lässt sich im Hinblick auf die Bevöl-



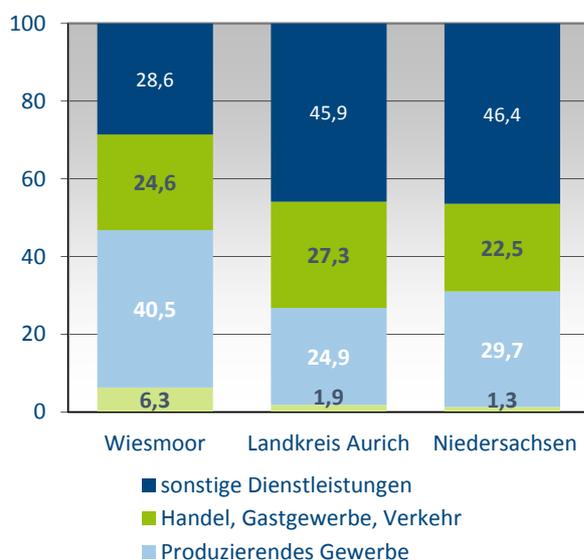
kerungsprognose festhalten, dass für den Einzelhandelsstandort Wiesmoor durch die Bevölkerungsentwicklung kaum Impulse zu erwarten sind.

Einhergehend mit einem anhaltenden Alterungsprozess und einem geringeren Anteil an Familien mit Kindern wird es zu Veränderungen in der Bedarfsstruktur kommen. Das betrifft insbesondere die Anforderungen an eine wohnungsnahe Grundversorgung sowie die Anpassung des Einzelhandels an die Bedarfsstruktur kleinerer Haushaltsgrößen bzw. von Singlehaushalten.

2.3.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze

Die Versorgungsfunktionen der Stadt Wiesmoor resultieren aus dem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz der Stadt und korrespondieren neben der Einwohnerzahl auch mit dem Arbeitsplatzangebot im gewerblichen Sektor. Als staatlich anerkannter Luftkurort mit einer Reihe von Freizeit- und Naherholungsangeboten, wie beispielsweise der Blumenhalle oder dem Torf- und Siedlungsmuseum, bildet dabei der Tourismus in Wiesmoor einen wichtigen Wirtschaftsfaktor.

Abbildung 8: Beschäftigtenstruktur im Vergleich (in %)



Quelle: LSN Niedersachsen, Wirtschaftszweigbezeichnung 2008, Stand: 30.06.2015; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Gleichwohl liegt der Anteil von ca. 53 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Wirtschaftszweig Handel, Gastgewerbe, Verkehr und sonstigen Dienstleistungen deutlich unter den Vergleichswerten des Landkreises Aurich (ca. 73 %) sowie unter dem Durchschnittswert des Bundeslandes Niedersachsen von ca. 69 %.

Dagegen war im Jahr 2015 ein Anteil von ca. 42 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Wirtschaftszweig des produzierenden Gewerbes tätig. Dieser Anteil ist deutlich stärker ausgeprägt als in den übergeordneten Räumen. Größter Industriebetrieb in der Stadt Wiesmoor ist die Firma Bohlen & Doyen, die in der Energiewirtschaft, dem Baugeschäft und im Anlagenbau tätig ist. Weitere Industriebetriebe sind den Tätigkeitsfeldern Fahrzeugbau, Metallbau oder Bauchemie zuzuordnen. Wichtigster Wirtschaftszweig im produzierenden Gewerbe ist jedoch der Gartenbau. Die Wiesmoor-Gärtnerei entstand im Jahr 1925 im Zuge der Nutzung der überschüssigen Wärme des Torfkraftwerkes zur Beheizung von Gewächshäusern.

Auch die Land- und Forstwirtschaft hält in der Stadt Wiesmoor im Gegensatz zum Landkreis und dem Bundesland Niedersachsen mit ca. 6 % einen deutlich höheren Anteil. Auf den anderen Gebietsebenen macht dieser Sektor hingegen lediglich einen marginalen Anteil an der Gesamtbeschäftigung von ca. 2 % (Landkreis) bzw. ca. 1 % (Bundesland) aus.

Die Betrachtung der Beschäftigungsentwicklung in Wiesmoor und den Vergleichsregionen zeigt einen deutlichen Anstieg der Beschäftigten seit dem Jahr 2007. So hat sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Stadt Wiesmoor zwischen 2007 und 2016 kontinuierlich von 3.464 auf 4.511 erhöht, was einem Anstieg von rund 30 % entspricht. Analog hierzu lässt sich für den Landkreis Aurich im Vergleichszeitraum ein prozentualer Zuwachs von ca. 36 % beobachten, auf Landesebene hingegen mit einem Zuwachs von 20 % nur eine abgeschwächte Ausprägung.

Die positive Beschäftigungsentwicklung in der Stadt Wiesmoor spiegelt sich auch in den Pendlerdaten wider. Insgesamt verzeichnete die Stadt im Jahr 2016 ca. 2.840 Einpendler gegenüber einer Auspendlerzahl von ca. 3.015. Im Jahr 2007 betrug die Zahl der Einpendler noch 2.026, was einer Zunahme um rd. 40 % in den vergangenen zehn Jahren entspricht. Auch die Zahl der Auspendler ist im Vergleich zum Jahr 2007 um ca. 35 % gestiegen. Die Stadt Wiesmoor hat somit als Arbeits- und auch als Wohnstandort weiter an Bedeutung gewonnen.



3 Einzelhandelsstandort Wiesmoor

3.1 Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit

3.1.1 Angebotsstruktur nach Warengruppen

Im Mai 2017 wurden im Wiesmoorer Stadtgebiet insgesamt 100 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks mit insgesamt ca. 52.795 m² Verkaufsfläche ermittelt. Auf dieser Verkaufsfläche wird im Jahr 2017 voraussichtlich ein Bruttoumsatz von ca. 114,9 Mio. EUR erwirtschaftet.

In der Tabelle 4 zur Einzelhandelsausstattung in der Stadt Wiesmoor wird die Ausstattung nach dem Umsatzschwerpunkt der Betriebe dargestellt. Somit werden hier die Betriebe, die unterschiedliche Sortimente führen (z. B. Vollsortimenter), nach ihrem Umsatzschwerpunkt zugeordnet.

Tabelle 4: Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor nach Angebotsschwerpunkt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	27	27,0	8.975	17,0	37,4	32,5
Gesundheit, Körperpflege	14	14,0	1.550	2,9	7,8	6,8
Blumen, Zoobedarf	9	9,0	1.055	2,0	1,8	1,6
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	17	17,0	10.105	19,1	16,0	13,9
Bücher, Schreibwaren, Büro und Sport, Freizeit, Spiel	4	4,0	690	1,3	1,7	1,5
Elektrowaren	4	4,0	1.115	2,1	3,8	3,3
Möbel, Einrichtung	13	13,0	21.765	41,2	36,0	31,3
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	12	12,0	7.540	14,3	10,3	8,9
Summe	100	100,0	52.795	100,0	114,9	100,0

Quelle: Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Mai 2017; Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe wurde gutachterlich unter Berücksichtigung der ortsspezifischen handelswirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern (z. B. Flächenproduktivität) eingeschätzt. Dabei wurden sowohl sekundärstatistische Daten als auch unternehmenseigene Erfahrungswerte genutzt.

Für die Einzelhandelsausstattung nach Branchen sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

Mit Nahrungs- und Genussmitteln wird von 27 Betrieben auf etwa 17 % der Verkaufsfläche rund 33 % des Einzelhandelsumsatzes der Stadt Wiesmoor generiert. Die Betriebsstruktur weist eine Mischung aus zwei großflächigen Supermärkten, drei großflächigen Lebensmitteldiscountern, zwei Nachbar-

schaftsläden sowie einer Reihe sonstiger, meist klein strukturierter Betriebe (v. a. Getränkemärkte, spezialisierte Lebensmittelanbieter und Lebensmittelhandwerksbetriebe) auf. Der Branche Nahrungs- und Genussmittel kommt somit eine hohe, jedoch keine dominierende Einzelhandelsbedeutung innerhalb des Stadtgebiets zu. Die durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivität ist die zweithöchste im Vergleich der Branchen.

14 Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet Wiesmoor sind der Branche Gesundheit und Körperpflege zuzuordnen. Mit der im Branchenvergleich höchsten Flächenproduktivität wird durch die Betriebe auf nur etwa 3 % der Verkaufsfläche ein Umsatzanteil von ca. 7 % generiert. Eine starke Umsatzwirkung geht dabei von den Apotheken, den Sanitätshäusern und einem Drogeriefachmarkt aus.

Die Branche Blumen und Zoobedarf wird im Wiesmoorer Einzelhandel von ca. 9 % der Betriebe repräsentiert, die auf einer anteiligen Verkaufsfläche von ca. 2 % einen Umsatzanteil von ca. 2 % erwirtschaften. Im Vergleich der Branchen werden somit eine vornehmlich klein strukturierte Betriebsstruktur und eine geringe Raumleistung deutlich.

Überwiegend mittelfristiger Bedarf

Dem mittelfristigen Bedarf zugeordnet wird die Branche Bekleidung, Schuhe, Schmuck. Sie nimmt für den gesamten Wiesmoorer Einzelhandel eine wichtige Rolle ein. In 17 Betrieben wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 10.105 m² (ca. 19 %) ein Umsatz von rund 16 Mio. EUR erzielt (ca. 14 %). Die Flächenproduktivität kann als durchschnittlich bewertet werden. Die Betriebsstruktur wird geprägt von einem großflächigen Betrieb, dem Kaufhaus Behrends in der Wiesmoorer Innenstadt. Daneben sind einige Textil- und Schuhdiscounter sowie größere Fachgeschäfte mit Verkaufsflächen zwischen 200 und 500 m² vertreten. Betriebe mit Uhren bzw. Schmuck im Kernsortiment erwirtschaften mit einer überdurchschnittlichen Flächenproduktivität einen vergleichsweise hohen Umsatz.

Nur rund 4 % der Wiesmoorer Einzelhandelsbetriebe sind der Branche Bücher, Schreibwaren, Büro und Sport, Freizeit, Spiel zuzuordnen. Mit Anteilen von ca. 1 % an der gesamten Verkaufsfläche bzw. ca. 2 % am Gesamtumsatz im Stadtgebiet wird eine im Vergleich der Branchen unterdurchschnittliche Bedeutung festgestellt.

Überwiegend langfristiger Bedarf

Die dem langfristigen Angebot zugehörige Branche Elektrowaren weist eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.115 m² auf (ca. 2 % der gesamten Verkaufsfläche im Stadtgebiet), die sich auf vier Betriebe verteilt. Die Ausstattung in dieser Branche wird von einem Elektrofachmarkt im Wiesmoorer Zentrum dominiert.

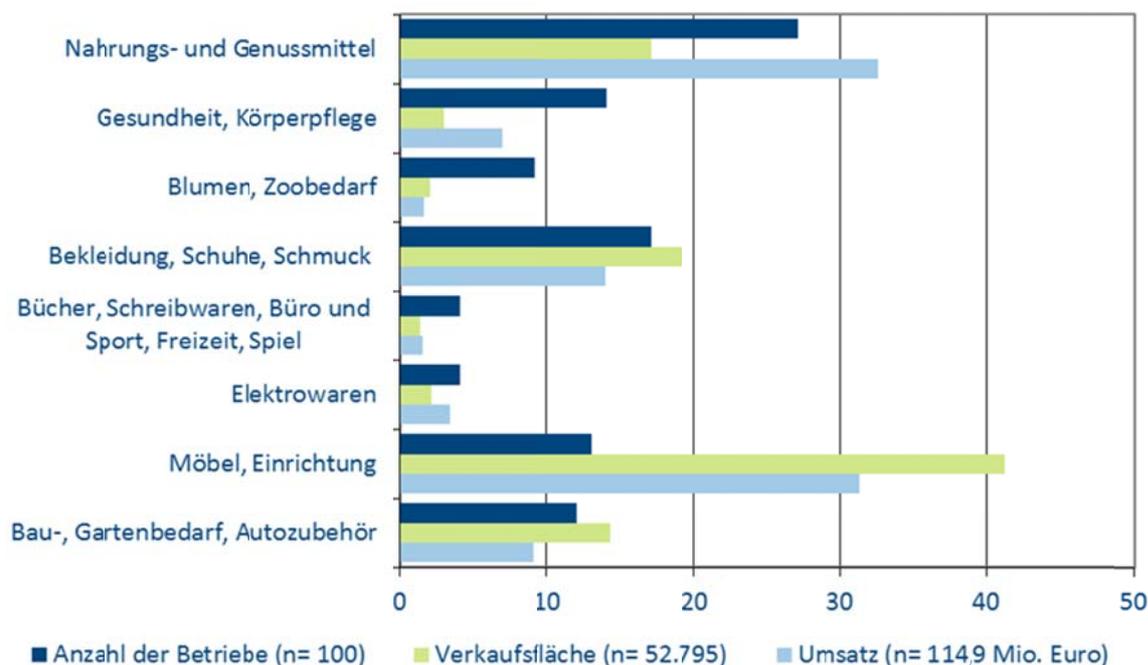
Der Branche Möbel, Einrichtung werden 13 Betriebe in der Stadt Wiesmoor zugeordnet. Hierunter fallen drei größere Möbelfachmärkte sowie ein großer Sonderpostenfachmarkt mit einem Sortimentsschwerpunkt bei Hausrat und Geschenkartikeln. Das Möbelhaus Buss im Stadtteil Voßbarg und der Bettenfachmarkt Dänisches Bettenlager im Stadtzentrum Wiesmoor betreiben über die Sommermonate Außenverkaufszelte. Ihre Verkaufsflächen werden anteilig zum genehmigten saisonbezogenen Öffnungszeitraum auf die jeweiligen Gesamtverkaufsflächen des Hauptbetriebs addiert. Insgesamt wurde für die Branche eine Verkaufsfläche von ca. 21.765 m² ermittelt, was einem Anteil von etwa 41 % Gesamtverkaufsfläche in Wiesmoor entspricht. Sie erwirtschaftet in Wiesmoor einen Umsatz von ca. 36 Mio. EUR (ca. 31 %). Damit erreicht diese Branche die höchste Verkaufsflächen- und Umsatzbedeutung im Stadtgebiet.

Auf die ebenfalls dem langfristigen Bedarf zugeordnete Branche Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör entfallen ca. 12 % der Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 14 %. Die Umsatzleistung von ca. 10,3 Mio. EUR (ca. 9 %) beschreibt eine branchenüblich geringe Flächenproduktivität. Dieser Branche werden in Wiesmoor ein großflächiger Baumarkt, ein großflächiger Tapeten- und Teppichmarkt und ein Blumencenter zugerechnet.

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor ist im Vergleich mit Städten ähnlicher Einwohnerzahl überdurchschnittlich. Dies gilt insbesondere für den aperiodischen Bedarf. Die Daten lassen erkennen, dass der Einzelhandel der Stadt Wiesmoor eine Versorgungsfunktion wahrnimmt, die deutlich über das Stadtgebiet hinausgeht.



Abbildung 9: Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor nach Angebotsschwerpunkt (in %)



Quelle: Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Mai 2017; Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

3.1.2 Verteilung im Stadtgebiet

Die Einzelhandelsangebote in der Stadt Wiesmoor konzentrieren sich im Ortsteil Wiesmoor. Hier befinden sich insgesamt ca. 86 % der Betriebe mit einem Anteil von jeweils ca. 63 % der Verkaufsfläche und ca. 72 % des Umsatzes im Stadtgebiet. Innerhalb des Ortsteils erstreckt sich der Einzelhandelschwerpunkt in der zentralen Einkaufslage auf einem insgesamt ca. 1,7 km langen Abschnitt der zentralen Ortsdurchfahrt Hauptstraße mit einer Ausweitung im Osten bis zum nördlich gelegenen Amaryllisweg. Hier befindet sich auch das Kaufhaus Behrends.

Im Ortsteil Voßbarg ist auf den Standort eines Möbelhauses mit integriertem Babyfachmarkt hinzu-

weisen. Im Umfeld befindet sich eine Reihe kleinflächiger Nahversorgungsbetriebe. Mit insgesamt rund 18.470 m² Verkaufsfläche übernehmen diese Betriebe einen Anteil von ca. 35 % an der Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet.

Der Einzelhandelsbesatz in den übrigen Ortsteilen beschränkt sich im Wesentlichen auf Angebote des täglichen Bedarfs, schwerpunktmäßig Nahrungs- und Genussmittel. Neben diesen Anbietern ist auf einen Gartenfachbetrieb im Ortsteil Mullberg, ein Fachgeschäft für Einrichtungsbedarf und ein Blumenfachgeschäft im Ortsteil Wilhelmsfehn sowie einen Bekleidungsanbieter im Ortsteil Hinrichsfehn hinzuweisen.

Tabelle 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Wiesmoor

Ortsteil	Einwohner		Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio.	in %
Wiesmoor	9.875	75,9	86	86,0	33.400	63,3	82,4	71,7
Voßbarg	536	4,1	7	7,0	18.655	35,3	31,0	27,0
Sonstige	2.599	20,0	7	7,0	740	1,4	1,5	1,3
Summe	13.010	100,0	100	100,0	52.795	100,0	114,9	100,0

Quelle: Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Mai 2017; Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

3.1.3 Struktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Nach der aktuellen Rechtsprechung ist bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² von der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebs auszugehen. Großflächige Einzelhandelsbetriebe können je nach sortimentsbezogener Ausrichtung und Standortlage wichtige Magnetfunktionen für den klein strukturierten Facheinzelhandel in ihrem Standortumfeld übernehmen.

Der großflächige Einzelhandel in der Stadt Wiesmoor nimmt im Rahmen der kommunalen Handelsstruktur eine bedeutende Stellung ein. Zwar weisen insgesamt 13 Betriebe Verkaufsflächen von über 800 m² auf, sie belegen allerdings eine Verkaufsfläche von rund 40.485 m², die im Vergleich zur Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet einem Anteil von ca. 77 % entspricht. Der durch diese Einzelhandelsbetriebe generierte Umsatz beläuft sich auf etwa 82,7 Mio. EUR (ca. 72 % des Gesamtumsatzes). Damit prägen großflächige Einzelhandelsbetriebe das Angebot im Stadtgebiet Wiesmoor.

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verteilen sich auf folgende Betriebstypen:

- Zwei Supermärkte
- Drei Lebensmitteldiscounter
- Ein Textilkaufhaus
- Ein Sonderposten-Markt
- Drei Möbelhäuser und -fachmärkte
- Zwei Baumärkte bzw. Fachmärkte mit baumarktrelevantem Hauptsortiment
- Ein Gartenfachmarkt

Im Hinblick auf die Sortimentsstruktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Stadt Wiesmoor ist festzuhalten, dass von den oben genannten Betrieben fünf überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente, zwei überwiegend zentrenrelevante und die restlichen sechs Betriebe überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente anbieten.

Die räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe zeigt eine Zuordnung von elf der insgesamt 13 Betriebe zum zentralen Versorgungsbereich der Stadt Wiesmoor. Die Anbieter mit kurz-

und mittelfristigen Kernsortimenten sind die Lebensmittel-SB-Betriebe der Firmen Combi, Edeka, Lidl, Aldi und Netto und das Textilkaufhaus Behrends. Im Hauptzentrum gelegene großflächige Betriebe des langfristigen Bedarfs sind der Bettenfachmarkt Dänisches Bettenlager, der Sonderpostenmarkt Zimmermann, der Teppich- und Tapetenfachmarkt Ruma, das Blumencenter Wiesmoor sowie der Bau- und Heimwerkermarkt Held. Der bereits zuvor beschriebene Standort des Möbelhauses Buss und des Babyfachmarkts BabyOne an der Kanalstraße II befindet sich wiederum in deutlicher Entfernung vom Hauptzentrum im Ortsteil Voßbarg.

3.1.4 Bereinigte Einzelhandelsausstattung

Im Folgenden werden die Verkaufsflächen und Umsätze auf der Ebene der Branchen betrachtet. Hierbei werden die sog. bereinigten Verkaufsflächen bzw. Umsätze aufgezeigt. Dabei wird beispielsweise der bei Lebensmittel-SB-Märkten (z. B. SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) erwirtschaftete Umsatz mit Konsumgütern (z. B. Nahrungs-, und Genussmittel, Drogeriewaren) den einzelnen Sortimenten zugeordnet und nicht ausschließlich dem Branchenschwerpunkt des Betriebs. Ein Vergleich der bereinigten Verkaufsflächenausstattung und Umsätze mit der Flächenausstattung und den Umsätzen nach Angebotsschwerpunkt in der Stadt Wiesmoor zeigt, dass sich die Anteile der einzelnen Branchen im Saldo geringfügig verändern. Die größten Abweichungen liegen in der Branche Bekleidung, Schuhe, Schmuck, da das Kaufhaus Behrends neben dieser Branche auch Angebote aus den Warengruppen Bücher, Schreibwaren, Büro und Möbel, Einrichtung führt.

Auch in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel differieren „unbereinigte“ und „bereinigte“ Verkaufsfläche, da einige der strukturprägenden Anbieter (insbesondere Supermärkte) neben Nahrungs- und Genussmitteln auch einen größeren Anteil an Nonfood-Sortimenten bereithalten, die bei der Darstellung der bereinigten Einzelhandelsausstattung den entsprechenden Branchen zugeordnet werden. In der Warengruppe Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör liegt die bereinigte Verkaufsfläche ebenfalls unter dem nach Angebotsschwerpunkt ermittelten Wert, was auch hier auf die angebotenen Randsortimente zurückzuführen ist.



Tabelle 6: Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor

Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	8.015	15,2	33,3	29,0
Gesundheit, Körperpflege	2.110	4,0	10,1	8,7
Blumen, Zoobedarf	1.555	2,9	2,6	2,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	595	1,1	1,5	1,3
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	8.300	15,7	14,3	12,5
Sport, Freizeit, Spiel	1.405	2,7	2,7	2,4
Elektrowaren	2.215	4,2	7,3	6,4
Möbel, Einrichtung	22.345	42,3	34,0	29,6
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	6.255	11,8	9,1	7,9
Summe	52.795	100,0	114,9	100,0

Quelle: Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Mai 2017; Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

3.2 Nachfrage und Kaufkraftbewegungen

3.2.1 Kongruenzraum und Kaufkraft

Die aktuelle niedersächsische Landesplanung sieht vor, dass sich großflächige Einzelhandelsvorhaben an den sog. Kongruenzräumen der jeweiligen Kommunen orientieren. Die Bezeichnung ist somit synonym mit Verflechtungsbereichen und Einzugsgebieten. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit periodischen Sortimenten werden dabei in ihrer Dimensionierung grundsätzlich auf die Kaufkraft der Bewohnerschaft in den grundzentralen Verflechtungsbereichen ausgerichtet. Für die Größenordnungen von Einzelhandelsgroßprojekten mit aperiodischen Sortimenten bildet die Kaufkraft in den Kongruenzräumen der Mittel- und Oberzentren den Maßstab. Diese Kongruenzräume sollen von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien ermittelt werden, sofern sie nicht in Regionalen Raumordnungsprogrammen festgelegt sind. Dort ist in Einzelfällen auch die Zuweisung einer mittelzentralen Teilfunktion an ein Grundzentrum möglich. So können Grundzentren, die bereits jetzt in einzelnen Teilbereichen neben ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion mittelzentrale Aufgaben wahrnehmen oder diesbezüglich eine besondere Spezialisierung aufweisen, in Einzelfällen durch Stärkung dieser Funktionen einen besonderen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten (LROP 2017, Abschnitt 2.2, Ziffern. 03 und 05).

Der Entwurf des Regionalen Raumordnungsprogramms des Landkreises Aurich aus dem Jahr 2015 (RRPO) ordnet dem Grundzentrum Wiesmoor die mittelzentrale Teilfunktion „Einzelhandel“ zu. Dabei wird hervorgehoben, dass die Stadt Wiesmoor trotz der Einstufung als Grundzentrum bereits heute die mittelzentrale Funktion „Einzelhandel“ zu großen Teilen erfüllt. Auch künftig sollen die etablierten Versorgungsfunktionen gesichert und qualitativ weiterentwickelt werden. Dabei richtet sich der Versorgungsauftrag sowohl auf periodische Sortimente zur grundzentralen Versorgung der Bevölkerung innerhalb des eigenen Stadtgebiets als auch auf die Wahrnehmung des mittelzentralen Versorgungsauftrags in der Bereitstellung des aperiodischen Bedarfs über das Stadtgebiet hinaus. Gleichzeitig besteht die Forderung, dass diese Entwicklungen nicht zu Lasten der benachbarten zentralen Orte erfolgen.

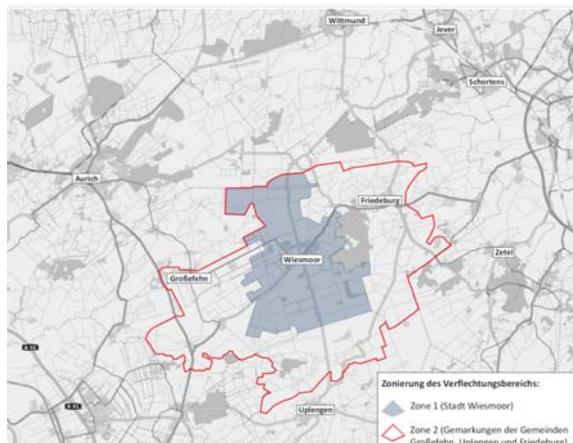
Der Einzelhandel der Stadt Wiesmoor steht nach Einschätzung des Landkreises Aurich nur begrenzt in Wettbewerb mit den Einzelhandelsstandorten der Nachbarstädte mit mittelzentraler Versorgungsfunktion, da Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung aufgrund der relativ gleichmäßigen Entfernung die Herausbildung eines eigenen Verflechtungsbereichs unterstützt haben. Der Landkreis Aurich stellt in seiner Begründung zum RROP 2015 fest, dass „die isolierte Lage Wiesmoors im Raum und der klar abzugrenzende Verflechtungsbereich verdeutlicht, dass die Stadt Wiesmoor mit der Zu-

weisung der mittelzentralen Teilfunktion „Einzelhandel“ keine umliegenden Mittelzentren beeinträchtigt“ (vgl. *Landkreis Aurich, RROP Begründung, Stand 2015*).

Die wahrzunehmende grundzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Wiesmoor bezieht sich somit im periodischen Bedarf auf das eigene Stadtgebiet. Eine mittelzentrale Versorgungsfunktion des Wiesmoorer Einzelhandels würde sich auf den aperiodischen Bedarf beziehen und sich an der Kaufkraft im Stadtgebiet sowie dem zugewiesenen einzelhandelsrelevanten Kongruenzraum orientieren. Dieser könnte künftig folgende Gemarkungen der angrenzenden Grundzentren umfassen:

- Gemeinde Großefehn: Ostgroßefehn, Spetzerfehn, Strackholt, Bagband und Fiebing
- Gemeinde Uplengen: Neufirrel, Neudorf, Oltmannsfehn, Poghausen, Großoldendorf und Kleinoldendorf
- Gemeinde Friedeburg: Benstrek, Marx, Friedeburg, Wiesede und Hesel

Abbildung 10: Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor



Quelle: *Landkreis Aurich 2017; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH*

Somit beinhaltet der Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor nicht vollumfänglich die angrenzenden Gemeindegebiete der Grundzentren Großefehn, Uplengen und Friedeburg, sondern vielmehr ausgewählte Siedlungsbereiche. Die weiteren Gemarkungen dieser Gemeinden werden den Verflechtungsbereichen anderer Mittelzentren zugeordnet. Insgesamt bilden die ca. 13.010 Einwohner der Stadt Wiesmoor die Hauptzielgruppe der Einzelhan-

delsanbieter im Stadtgebiet. In den aperiodischen Sortimenten soll der Wiesmoorer Einzelhandel zudem die angrenzenden Siedlungsbereiche der Nachbargemeinden versorgen.

Insgesamt umfasst der Kongruenzraum des Wiesmoorer Einzelhandels somit ca. 28.490 Einwohner mit folgender Gliederung:

- **Zone 1:** ca. 13.010 Einwohner
- **Zone 2:** ca. 15.480 Einwohner

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Unterhalt, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für die Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.). Nach eigenen Berechnungen und Veröffentlichungen der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, betrug die ladeinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2016 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.775 EUR.

Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in Non-Food andererseits entfallen mit ca. 2.090 EUR ca. 36 % auf Lebensmittel und mit ca. 3.685 EUR ca. 64 % auf Nonfood-Sortimente.

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Wiesmoor beträgt nach Angaben der Michael Bauer Research GmbH 2016 ca. 92,9. Das bedeutet, die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt rund 7 % unter dem Bundesdurchschnitt. Aufgrund der Preiselastizität der Nachfrage sind in den einzelnen Sortimenten Abweichungen in beide Richtungen möglich. In den benachbarten Grundzentren des Kongruenzraums liegen die Kaufkraftkennziffern bei 89,9 für die Gemeinde Uplengen



und 93,3 für die Gemeinde Friedeburg. Das Grundzentrum Großefehn weist eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 91,9 auf.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl ergibt sich für das Stadtgebiet Wiesmoor eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 69,8 Mio. EUR. Den Einwohnern des perspektivischen Verflechtungsbereichs steht eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 38,9 Mio. EUR zur Verfügung. In dieser Summe sind die Ausgaben für kurzfristige Konsumgüter, die im Sinne einer grundzentralen Versorgungsfunktion innergemeindlich gebunden werden sollen, nicht enthalten.

Neben der Kaufkraft der Anwohner im Verflechtungsbereich sind auch die Konsumausgaben der Touristen für den Einzelhandelsstandort von Bedeutung. Nach Angaben der Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft stehen Übernachtungsgästen in der Region Nordsee und ostfriesische Inseln im Durchschnitt rund 14 EUR pro Kopf pro Tag für den Einkauf zur Verfügung. Tagesbesucher geben im Durchschnitt im Einzelhandel weniger aus als Übernachtungsgäste. Mit knapp 10 EUR fließt hier ein deutlich geringerer Anteil in den lokalen Einzelhandel (vgl. *Deloitte & Touche GmbH Wirt-*

schaftsprüfungsgesellschaft, Touristische Entwicklungsstrategie Niedersachsen 2015, Juli 2010).

Bei 20.895 erfassten Übernachtungsankünften und einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 3,4 Tagen in der Stadt Wiesmoor im Jahr 2016 ergibt sich somit ein zusätzliches Nachfragepotenzial von ca. 1 Mio. EUR (vgl. *Landesamt für Statistik Niedersachsen, Monatserhebung im Tourismus in Niedersachsen, Jahr 2016*). Es ist darauf hinzuweisen, dass das Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen eine andere Berechnungsvariante zur Ermittlung des touristischen Kaufkraftpotenzials vorsieht, mit der allerdings nur leicht veränderte Ergebnisse erzielt werden. Hier ist die absolute Anzahl der Übernachtungen durch 365 Tage im Jahr zu teilen. Der Wert ergibt die zusätzliche Anzahl an Personen, die in Ergänzung der Einwohner somit zusätzliche Kaufkraft auf den Standort lenken. Im Falle der Stadt Wiesmoor wären dies ca. 195 Personen mit einer Kaufkraft von rund 1,1 Mio. EUR (vgl. *Landesamt für Statistik Niedersachsen, Monatserhebung im Tourismus in Niedersachsen, Jahr 2016*).

Tabelle 7: Kaufkraftpotenzial im Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor im Jahr 2017

Branche	Stadt Wiesmoor (Zone 1) in Mio. EUR	Verflechtungsbereich (Zone 2) in Mio. EUR	Summe (Zonen 1 und 2) in Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel	25,3	-	25,3
Gesundheit, Körperpflege	10,4	-	10,4
Blumen, Zoobedarf	1,2	-	1,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	2,4	2,9	5,3
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	8,5	10,1	18,6
Sport, Freizeit, Spiel	2,2	2,6	4,9
Elektrowaren	6,4	7,5	13,8
Möbel, Einrichtung	6,3	7,4	13,7
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	7,1	8,4	15,5
Summe	69,8	38,9	108,7

Quelle: Datengrundlage: MB Research 2016, Einwohnerdaten der Gemeinden Friedeburg, Großefehn und Uplengen, 2017 für die Gemarkungen im Kongruenzraum; Darstellung/Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

3.2.2 Zentralität des Wiesmoorer Einzelhandels

Stellt man die durch den Einzelhandel in der Stadt Wiesmoor erzielten warengruppenspezifischen Umsätze der in der Stadt vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, ergibt sich die sogenannte Zentralität für die Sortimente. Liegt die Zentralität über 100 %, so ist der Umsatz des Einzelhandels in Wiesmoor in dem jeweiligen Sortiment höher als die in der Stadt vorhandene Kaufkraft. Dies bedeutet, dass im Saldo mehr Kaufkraft von außen hinzukommt als aus dem Stadtgebiet abfließt. Bei einer Zentralität unter 100 % ist der im jeweiligen Sortiment generierte Umsatz geringer als die vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft.

Wichtig ist, dass die Zentralität noch keine detaillierte Aussage darüber trifft, in welchem Umfang die örtliche Kaufkraft gebunden werden kann, son-

dern diese nur im Verhältnis zum örtlichen Einzelhandelsumsatz betrachtet. So können auch bei einer Zentralität von mehr als 100 % durchaus Kaufkraftabflüsse registriert werden, deren Umfang jedoch von Kaufkraftzuflüssen mehr als kompensiert wird.

Eine Gesamtzentralität von 165 % verdeutlicht, dass für den Einzelhandelsstandort Wiesmoor im Saldo Kaufkraftzuflüsse im erheblichen Umfang vorliegen.

Eine Betrachtung, differenziert nach Warengruppen, macht deutlich, dass die im Entwurf des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Aurich vorgesehene mittelzentrale Funktionsfähigkeit des Einzelhandels für die Stadt Wiesmoor in den Warengruppen wesentliche Unterschiede aufweist, sodass sich hieraus vereinzelt Hinweise auf Entwicklungspotenziale ableiten lassen.



Tabelle 8: Zentralitätskennziffern nach Warengruppen

Branche	Umsatz in Mio. EUR*	Kaufkraft im Stadtgebiet in Mio. EUR	Zentralität (=Umsatz/ Kaufkraft)	Kaufkraft im Kongruenz- raum in Mio. EUR	Zentralität im Kongruenz- raum
Nahrungs- und Genussmittel	33,3	25,3	132	25,3	132
Gesundheit, Körperpflege	10,1	10,4	96	10,4	96
Blumen, Zoobedarf	2,6	1,2	218	1,2	218
Bücher, Schreibwaren, Büro	1,5	2,4	62	5,3	28
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	14,3	8,5	168	18,6	77
Sport, Freizeit, Spiel	2,7	2,2	123	4,9	55
Elektrowaren	7,3	6,4	115	13,8	53
Möbel, Einrichtung	34,0	6,3	542	13,7	248
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	9,1	7,1	127	15,5	59
Summe	114,9	69,8	165	108,7	106

* Bereinigte Umsätze; Umsätze eines Mehrbranchenunternehmens werden der jeweiligen Branchengruppe zugeordnet

Quelle: Datengrundlage: MB Research 2016, Einzelhandelsbestandserhebung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH Mai 2017; Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Kurzfristiger Bedarf

Für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs wird auch in einem Grundzentrum mit mittelzentraler Teilfunktion „Einzelhandel“ grundsätzlich die Zielsetzung verfolgt, eine vollumfängliche Versorgung der Bevölkerung des eigenen Stadtgebiets zu gewährleisten. Im theoretischen Idealfall wären weder Kaufkraftab- noch -zuflüsse zu erwarten.

In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, die hinsichtlich der Pro-Kopf-Ausgaben eine dominierende Bedeutung einnimmt, errechnet sich aktuell eine Zentralität von ca. 132 %. Damit wird in Wiesmoor ein positives Umsatz-/Kaufkraft-Verhältnis erreicht. Da sich die größeren Lebensmittel-SB-Betriebe auf den Kernort konzentrieren, wird dort eine Kopplung mit weiteren Einkäufen und Erledigungen unterstützt. Dies begünstigt eine hohe Leistungsfähigkeit der Anbieter.

Auch in der Warengruppe „Gesundheit/Körperpflege“ bildet die Zentralität von ca. 96 % eine hohe Bedeutung des Wiesmoorer Einzelhandels ab. Dieser Wert ist auf eine gute Angebotsmischung von kleinteiligen Anbietern wie Apotheken und Optikern sowie auf größere Drogerie- und Orthopädiefachmärkte zurückzuführen.

In der Warengruppe „Blumen/Pflanzen/Zoologischer Bedarf“ wird die höchste Zentralität von rund 218 % saldiert. Bestimmt wird dieser Wert über den umfassenden Besitz mit Blumen-/Zoogeschäften

und -fachmärkten. Darüber hinaus werden diese Sortimente in vielen Lebensmittelbetrieben sowie in einem Gartenfachmarkt als ergänzende Angebote geführt. Insgesamt ist für diese Warengruppe eine besondere Bedeutung für die Stadt Wiesmoor festzustellen, da die Stadt sich selbst als „die Blüte Ostfrieslands“ bezeichnet. In Form verschiedener Infrastrukturen, wie bspw. die Blumenhalle oder das Torfmuseum, sowie Veranstaltungen, wie bspw. das Blütenfest, wird die Bedeutung der Blüten und Blumen hervorgehoben.

Mittelfristiger Bedarf

Die in Aussicht stehende mittelzentrale Teilfunktion der Stadt Wiesmoor im Einzelhandel gründet sich auf die Versorgungsfunktionen im mittel- und langfristigen Bedarf. Dabei war für die Zuordnung entscheidend, dass diese Funktion bereits aktuell wahrgenommen wird und somit kein planerisches Ziel beinhalten muss. Von den folgend dargestellten Zentralitäten in den Warengruppen erreichen einige somit auch Werte, die über 100 % hinausreichen und im Saldo Kaufkraftzuflüsse aus angrenzenden Grundzentren erkennen lassen.

In der Warengruppe „Bücher/Schreibwaren/Büro“ verzeichnet der Wiesmoorer Einzelhandel mit einem Wert von etwa 62 % die niedrigste Zentralität im Vergleich der dem mittelfristigen Bedarf zuzuordnenden Warengruppen. Dabei ist festzustellen, dass mehr als ein Drittel der in Wiesmoor zur Verfügung stehenden warengruppenbezogenen Kaufkraft

an andere Einkaufsstandorte oder den Onlinehandel abfließt. Hierzu trägt primär eine geringe Angebotsausstattung in Form von wenigen Fachgeschäften bei. Potenziale zum Ausbau der Marktbedeutung ergeben sich beispielsweise durch die Ansiedlung oder Erweiterung zu einer größeren Buchhandlung, die auch Angebote für Touristen wie Reiseführer, Fahrradrouen u. Ä. führt.

Das Angebot bei „Bekleidung/Schuhe/Schmuck“ erreicht in Wiesmoor eine Zentralität von rund 168 %. Bereits bei der Beschreibung der Angebotssituation wurde darauf hingewiesen, dass in Wiesmoor mit dem Kaufhaus Behrends ein größeres Textilkauhaus ansässig ist, von dem regelmäßig Magnetwirkungen für den Standort und ein Beitrag zur Kaufkraftbindung ausgehen. Zudem haben sich weitere, auch teilweise größere Fachgeschäfte und Fachmärkte im zentralen Versorgungsbereich im Umfeld des Kaufhauses angesiedelt, die spezialisierte Angebote in diesem Segment bereitstellen.

Ein vergleichbares Bild ergibt sich für die Warengruppe „Sport/Freizeit/Spiel“, die sich vielerorts weniger über Magnetbetriebe als über ein breites und differenziertes Fachangebot qualifizieren kann. Eine Zentralität von rund 123 % in Wiesmoor weist auf eine hohe branchenspezifische Handelsbedeutung und hohe Kaufkraftzuflüsse hin. Neben zwei spezialisierten Fachgeschäften sind es vor allem die branchenfremden Anbieter, die in Form von größeren Randsortimentsflächen die Angebotssituation positiv beeinflussen.

Langfristiger Bedarf

Auch im langfristigen Bedarf ergeben sich bei Grundzentren mit mittelzentraler Teilfunktion „Einzelhandel“ häufig Kaufkraftabflüsse, die aus der Funktionsteilung mit Oberzentren resultieren. Die Zentralität wird in starkem Maß beeinflusst vom Standortnetz großflächiger Fachmarktanbieter. Dies gilt insbesondere für Elektrofachmärkte, Möbelhäuser sowie Bau- und Gartenmärkte. Die Präsenz dieser Formate und die Leistungsfähigkeit lokaler Fachanbieter nehmen somit starken Einfluss auf die Zentralitäten.

Die Zentralität von rund 115 % in der Warengruppe „Elektrowaren“ zeigt ebenfalls eine starke Handelsbedeutung des Einkaufsplatzes Wiesmoor in dieser Warengruppe auf. Sie wird neben einem größeren Fachgeschäft für Lampen insbesondere durch einen kleinflächigen Fachmarkt repräsentiert, dessen Angebot ein nahezu vollständiges Sortimentsspektrum umfasst. Obwohl Kaufkraftabflüsse an Standorte mit großflächigen Elektronikfachmärkten (z. B. Saturn oder Mediamarkt) sowie an hochspezialisierte/markenbezogene Facheinzelhandelsbetriebe (z. B. „Apple-Stores“) und des Onlinehandels erfolgen, begünstigt eine geringe Wettbewerbsdichte in der Region die Leistungsfähigkeit der Anbieter in der Stadt Wiesmoor.

Auch in der Warengruppe „Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör“ zeigt sich mit einer Zentralität von rund 127 % eine überdurchschnittliche und zufriedenstellende branchenbezogene Einzelhandelsbedeutung der Stadt Wiesmoor. Die Angebotsstruktur dieser Warengruppe ist geprägt von lokalen Anbietern, die teilweise größere Fachmarktkonzepte verfolgen. Diese Anbieter profitieren von einer geringen Wettbewerbsdichte in der Region sowie einer überdurchschnittlichen Nachfrage

Mit einer Zentralität von etwa 542 % ergibt sich in der Warengruppe „Möbel/Einrichtung“ eine starke Abweichung von den übrigen Werten. So liegt der bereinigte Wettbewerbsumsatz dieser Warengruppe bei einem Vielfachen der im Stadtgebiet Wiesmoor verfügbaren Kaufkraft. Zurückzuführen ist diese besondere Situation auf ein großflächiges und leistungsfähiges Möbelhaus im Ortsteil Voßbarg. Die nächsten größeren Wettbewerber mit vergleichbarem Angebot befinden sich im Mittelzentrum Varel in rd. 40 km Entfernung sowie in den Oberzentren Oldenburg und Emden in jeweils rd. 60 bzw. 50 km Entfernung zum Standort Wiesmoor.

Die stark voneinander abweichenden Zentralitäten in den Warengruppen korrespondieren einerseits mit der Einzelhandelsausstattung im Wiesmoorer Stadtgebiet und belegen andererseits die starken Pendler- und Einkaufsorientierungen aus dem Verflechtungsbereich.

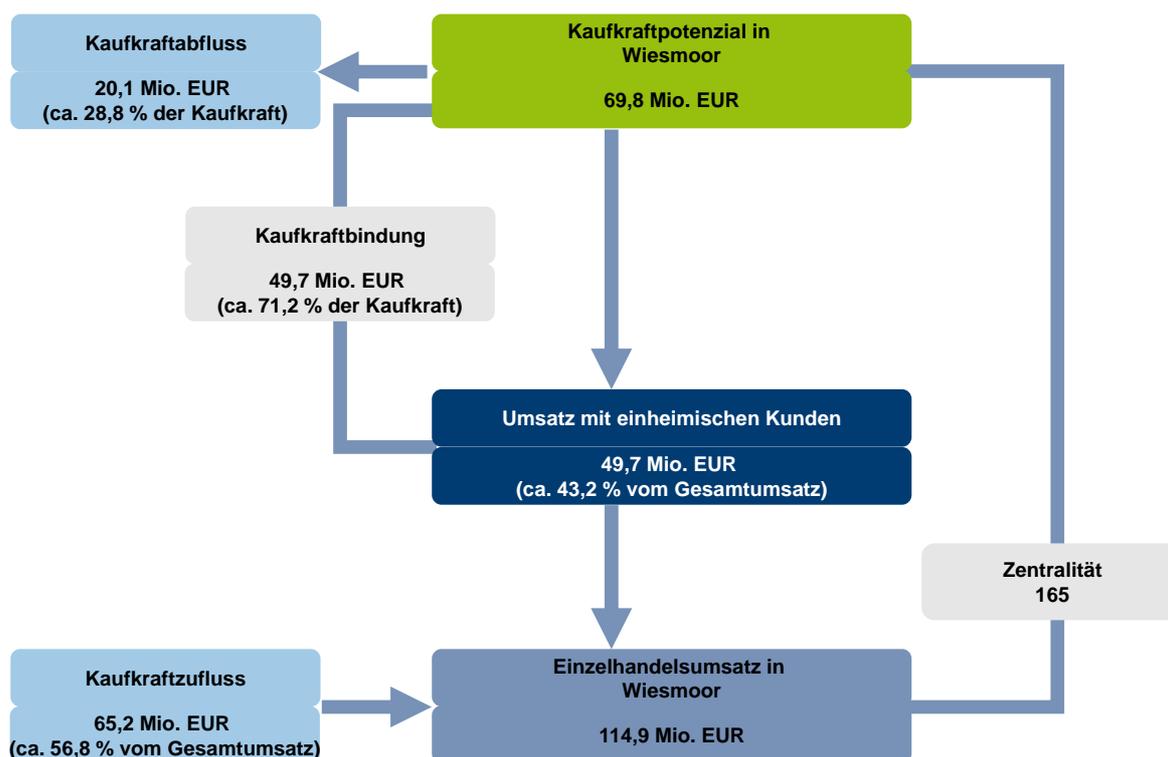


3.2.3 Kaufkraftbewegungen

Die Zentralität trifft noch keine detaillierte Aussage darüber, in welchem Umfang die örtliche Kaufkraft gebunden werden kann. Hierzu ist eine Differenzierung zwischen Umsätzen, die mit Kunden aus dem Stadtgebiet erzielt werden und Kunden von außer-

halb, erforderlich. Die Einschätzung dieser Aufspaltung erfolgt unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in der Region und mit Hilfe von Erfahrungswerten. Die Ergebnisse der Einzelbetriebe werden wiederum auf der Ebene der Warengruppen zusammengeführt.

Abbildung 11: Kaufkraftbewegungen in der Stadt Wiesmoor im Überblick



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Bei der Darstellung der Kaufkraftbewegungen wird der Umsatz des Einzelhandels der Stadt Wiesmoor zugrunde gelegt. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird abgezogen, sodass im Ergebnis der Umsatz, der durch die Wiesmoorer Bürger generiert wird, der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Wiesmoor gegenübergestellt werden kann.

Der Einzelhandel in der Stadt Wiesmoor hat im Jahr 2016 insgesamt ca. 71 % der in der Stadt vorhandenen Kaufkraft gebunden. Somit fließt ein Anteil von ca. 29 % der Kaufkraft in konkurrierende Einkaufsorte ab. Die Ausstrahlungskraft des Wiesmoorer Einzelhandels dokumentiert sich in einem Anteil des Einzelhandelsumsatzes mit auswärtigen Kunden von ca. 57 %. Das Verhältnis aus dem Kaufkraftabfluss in Höhe von rund 20,1 Mio. EUR und dem Kaufkraftzufluss von etwa 65,2 Mio. EUR spiegelt die Verflech-

tungsintensität des Wiesmoorer Einzelhandels wider und bestätigt mit dem positiven Saldo die starke Ausstrahlungskraft des Wiesmoorer Einzelhandels in das Umland.

Die Kaufkraftbewegungen, differenziert nach Warengruppen, sind Tabelle 9 zu entnehmen. Die höchste Kaufkraftbindungsquote in der Stadt Wiesmoor wird in der kurzfristigen Warengruppe Blumen/Zoobedarf mit ca. 92 % erzielt. Die weiteren kurzfristigen Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit/Körperpflege erzielen Bindungsquoten von ca. 84 % bzw. rd. 70 %. Die Zuflussquoten dieser Warengruppen variieren zwischen ca. 27 % bei Gesundheit/Körperpflege, rd. 36 % bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie ca. 58 % bei Blumen/Zoobedarf.

Für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs beträgt die Kaufkraftbindung des Wiesmoorer Einzelhandels zwischen rund 50 % bei Bücher/Schreibwaren/Büro, etwa 63 % bei Sport/Freizeit/Spiel und rund 66 % bei Bekleidung/Schuhe/Schmuck. Es wird deutlich, dass auch weiterhin Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet erfolgen, die aus der fehlenden Präsenz von Anbietern resultieren. Trotzdem gelingt es dem Wiesmoorer Einzelhandel, sich gegenüber dem Angebot in anderen Mittelzentren in der Region zu positionieren. Die Höhe der Kaufkraftzuflüsse, die von 19 % des Gesamtumsatzes bei Bücher/Schreibwaren/Büro über ca. 49 % bei Sport, Freizeit, Spiel und bis zu 61 % bei Bekleidung/Schuhe/Schmuck reichen, sind in hohen Anteilen für die Leistungsfähigkeit der Anbieter verantwortlich.

Auch die Kaufkraftbindungsquoten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarf Elektrowaren, Hausrat/Möbel/Einrichtung und Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör signalisieren mit ca. 52 bis 65 % eine überdurchschnittliche Anbindung an die diese Sortimente anbietenden Wiesmoorer Einzelhandelsbetriebe. Dazu bestätigen Kaufkraftzuflüsse mit Umsatzanteilen von ca. 46 bis 88 % die stark überörtliche Ausstrahlungskraft der entsprechenden Betriebe. Von den Einzelhandelsbetrieben erreichen insbesondere der Elektrofachmarkt „Euro-nicsXXL“, der Möbel- und Küchenfachmarkt „Möbelhaus Buss“ und der Gartenfachmarkt „Wiesmoor Blumencenter“ eine regionale Bedeutung.

Die Daten bestätigen die aktuell ausgeübten Versorgungsfunktionen des Wiesmoorer Einzelhandels, da sie dokumentieren, dass mit der überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung auch leistungsfähige Einzelhandelsanbieter einhergehen. Obwohl die höchste Leistungsfähigkeit in der Branche Möbel/Einrichtungsbedarf liegt, bestätigen die Daten der anderen Branchen, dass nicht die Attraktivität eines oder mehrerer Einzelanbieter für die Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandorts entscheidend ist, sondern die umfassende gute Ausstattung und das Funktionieren des Standortverbands im Hauptzentrum der Stadt Wiesmoor. Im kurzfristigen Bedarf wird deutlich, dass Ausbaupotenziale allenfalls im Segment Gesundheit/Körperpflege bestehen; im mittel- und langfristigen Bedarf könnte eine Erhöhung der Marktbedeutung bei Elektrowaren angestrebt werden.



Tabelle 9: Kaufkraftbewegungen nach Branchen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz in Mio. EUR	Sortiments- umsatz in Mio. EUR	Kaufkraftbindung in Wiesmoor		Kaufkraftabfluss		Umsatz mit auswärtigen Kunden	
				in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % des Umsatzes
Nahrungs- und Genussmittel	25,3	37,4	33,3	21,3	84,4	4,0	15,6	12,0	36,0
Gesundheit, Körperpflege	10,4	7,8	10,1	7,3	70,4	3,1	29,6	2,7	27,0
Blumen, Pflanzen, zool. Be- darf	1,2	1,8	2,6	1,1	91,5	0,1	8,5	1,5	58,0
Bücher, Schreibwaren, Büro	2,4	0,7	1,5	1,2	50,2	1,2	49,8	0,3	19,0
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	8,5	16,0	14,3	5,6	65,5	2,9	34,5	8,7	61,0
Sport, Freizeit, Spiel	2,2	1,0	2,7	1,4	62,5	0,8	37,5	1,3	49,0
Elektrowaren	6,4	3,8	7,3	4,0	62,3	2,4	37,7	3,4	46,0
Möbel, Einrichtung	6,3	36,0	34,0	4,1	65,0	2,2	35,0	30,0	88,0
Bau-, Gartenbedarf, Autozu- behör	7,1	10,3	9,1	3,7	52,2	3,4	47,8	5,4	59,0
Summe	69,8	114,9	114,9	49,7	71,2	20,1	28,8	65,2	56,8

Quelle: Datengrundlage: MB Research 2016, Einzelhandelsbestandserhebung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Mai 2017; Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

3.3 Einzelhandelsentwicklung in Wiesmoor seit 2007

Im Jahr 2007 wurde das „Einzelhandelskonzept für die Stadt Wiesmoor“ durch die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, erstellt. Seitdem haben sich der Einzelhandel im Bundesgebiet, aber auch in Wiesmoor und der Region weiterentwickelt – hervorzuheben sei die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels –, und die Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche haben sich durch wissenschaftliche Veröffentlichungen und die Rechtsprechung konkretisiert.

Bereits im Jahr 2013 erfolgte durch Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH ein erster Entwurf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts, dem auch eine vollständige Einzelhandelsbestandserfassung im Stadtgebiet Wiesmoor zugrunde lag. Als Datenbasis der nachfolgend aufgeführten Bestandentwicklungen dienen dabei sowohl die im Konzept der GMA aufgeführten Daten von 2006 und die Bestandserfassung des ersten Fortschreibungsentwurfs aus dem Jahr 2012 als auch der aktualisierte Datenbestand aus dem Jahr 2017.

Insgesamt ist für die letzten zehn Jahre eine Entwicklung des Wiesmoorer Einzelhandels erkennbar, die insgesamt durch einen leichten Rückgang der Betriebszahl und der Verkaufsfläche sowie einem leichten Umsatzzuwachs gekennzeichnet wird.

- Die Anzahl der Betriebe ist von 110 auf 100 gesunken, was einem leichten Rückgang um rund 10 % entspricht.
- Die Verkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet verzeichnet einen marginalen Rückgang von rund 53.585 m² auf etwa 52.795 m², anteilig um ca. 1,5 %.
- Die Umsatzentwicklung beschreibt zwar ein Wachstum um ca. 103,9 Mio. EUR auf rund 114,9 Mio. EUR (ca. 11 %). Preisbereinigt ist jedoch ein leichter Rückgang des Umsatzes um ca. 1 % zu konstatieren.

- Die Einwohnerentwicklung seit dem Jahr 2007 ist nach Angaben des Landesamts für Statistik rückläufig. Hinsichtlich der Kaufkraft führt der Rückgang der Kaufkraftkennziffer (von 97,2 auf 92,9) aufgrund der Zunahme der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben nicht dazu, dass sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Stadtgebiet gesenkt hat, vielmehr ist sie um rd. 2,5 Mio. EUR gestiegen. Betrachtet man jedoch die Kaufkraftentwicklung preisbereinigt, zeigt sich ein tatsächlicher Kaufkraftrückgang um rd. 7,1 Mio. EUR.

Branchenbezogen sind folgende Veränderungen in den letzten Jahren hervorzuheben:

- In der Branche Nahrungs- und Genussmittel hat sich die Verkaufsfläche um insgesamt 55 m² erhöht. Seit 2007 erfolgten die Verlagerung eines Lebensmitteldiscounters, die Erweiterung zweier Verbrauchermärkte sowie die Ansiedlung eines Getränkemarkts. Im gleichen Zeitraum waren Abgänge von Lebensmittelbetrieben zu verzeichnen, u. a. eines Lebensmitteldiscounters im Ortsteil Wiesmoor, eines Lebensmittelmarkts im Siedlungsbereich von Mullberg und eines Getränkemarkts im Ortsteil Wiesmoor.
- Ein leichter Verkaufsflächenausbau um ca. 165 m² kann in der Branche Gesundheit/Körperpflege konstatiert werden. Diese Erweiterung der Verkaufsfläche kann auf die Eröffnung zweier Orthopädiefachmärkte zurückgeführt werden. Jedoch kam es im gleichen Zeitraum zu kleinflächigen Betriebsabgängen.
- Zwischen 2007 und 2017 hat sich die Verkaufsfläche in der Branche Blumen, Zoobedarf, Bücher, Schreibwaren, Büro, Spielwaren um rd. 65 m² reduziert, hierfür waren vereinzelte Betriebsaufgaben und verkleinerte Betriebsgrößen verantwortlich. Es ergab sich jedoch kein qualitativer Angebotsverlust dieser Warengruppe, da zudem eine Reihe von Betrieben diese Sortimente als Randsortimente führt.



Tabelle 10: Veränderungen der Wiesmoorer Einzelhandelsausstattung und -funktion

Kategorie	2007	2013	2017	Differenz 2007/2017
Anzahl Betriebe	110	100	100	-10 Betriebe
Gesamtverkaufsfläche (in m ²)	53.585	51.920	52.795	- 790 m ²
Umsatz (in Mio. EUR)	103,9	103,7	114,9	+11,0 Mio. EUR (ca. +10,6 %); real -1,2 Mio. EUR (entspricht -1,0 %)
Einwohner	13.150	13.335	13.010	-140 Einwohner
Kaufkraftkennziffer	97,2	85,3	92,7	-4,5
Pro-Kopf-Ausgaben	5.196 EUR	5.320 EUR	5.775 EUR	+579 EUR
Kaufkraft	67,3 Mio. EUR	60,5 Mio. EUR	69,8 Mio. EUR	+2,5 Mio. EUR (ca. +3,7 %); real -5,4 Mio. EUR (ca. -7,2 %)
Einzelhandelszentralität	154,4	171,4	164,6	+10,2

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017, Datengrundlage: Einzelhandelskonzept für die Stadt Wiesmoor, GMA Köln, 2007; Einzelhandelsbestandshebungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012 und 2017

Tabelle 11: Veränderungen in der Verkaufsflächenausstattung in m²

	2007	2013	2017	Veränderung
Nahrungs- und Genussmittel	8.920	8.700	8.975	+55
Gesundheit, Körperpflege	1.175	790	1.340	+165
Blumen, Zoobedarf, Bücher, Schreibwaren, Büro Spielwaren	1.310	1.205	1.245	-65
Bekleidung, Schuhe, Sport	11.050	9.880	9.725	-1.325
Elektrowaren	1.510	1.290	1.115	-395
Hausrat, Möbel, Einrichtung	22.900	21.275	21.765	-1.135
Sonstiger Einzelhandel	6.720	8.780	8.635	+1.915

Anmerkung: Verkaufsflächen nach Angebotsschwerpunkt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017, Datengrundlage: Einzelhandelskonzept für die Stadt Wiesmoor, GMA Köln, 2007; Einzelhandelsbestandshebungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012 und 2017

- In der Branche Bekleidung, Schuhe wurde ebenfalls ein Verkaufsflächenrückgang von ca. 1.325 m² seit dem Jahr 2007 festgestellt. Zurückzuführen sind diese Entwicklungen insbesondere auf die Verkaufsflächenreduzierungen von Fachmärkten im Zuge der Bestandsverlagerung in den Amaryllisweg bzw. ins Kaufhaus Behrends oder auch die Betriebsaufgabe eines Herrenmodelfachmarkts an der Marktstraße.
- In der Branche Elektrowaren sank die Verkaufsfläche im selben Zeitraum um ca. 395 m², was auf die Verkaufsflächenreduzierung im Zuge eines Betreiberwechsels des Elektronikfachmarkts am Standort Behrends zurückzuführen ist.
- Neben der Branche Bekleidung/Schuhe/Sport ist der höchste Rückgang in der Branche Hausrat/Möbel/Einrichtung mit einer Verringerung von ca. 1.135 m² Verkaufsfläche zu konstatieren. Ursächlich ist hierfür insbesondere die Verkaufsflächenreduzierung des Möbelhauses Buss im Zuge der Integration des Babyfachmarkts „BabyOne“ in das Bestandsgebäude des Möbelhauses.
- Sonstige Einzelhandelsbranchen, hierunter fallen die Sortimente Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör sowie Foto/Optik und Uhren/Schmuck/Sportgeräte, konnten hingegen einen deutlichen Zuwachs von ca. 1.915 m² verzeichnen. In dieser Branche ist insbesondere auf einen Verkaufsflächenausbau in der Warengruppe Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör hinzuweisen, ausgelöst durch die Ansiedlung eines Baumarktdiscounters, die Vergrößerung sowohl des Wiesmoorer Blumencenters als auch eines Baumarkts im Zuge eines Betreiberwechsels.

Insgesamt kann für die Stadt Wiesmoor seit Erstellung des Vorläuferkonzepts eine tendenziell rückläufige Einzelhandelsentwicklung konstatiert werden, die sich sowohl im Rahmen eines Verkaufsflächenverlusts wie auch eines realen Umsatzrückgangs nachweisen lässt. Im Folgenden gilt es nun herauszustellen, welche Perspektiven für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Wiesmoor bestehen.

3.4 Entwicklungsspielräume des Wiesmoorer Einzelhandels bis 2025

Mit der nun auf der Ebene des RROP Landkreis Aurich geplanten Zuweisung einer mittelzentralen Teilfunktion im Bereich Einzelhandel könnten sich die Rahmenbedingungen für den Einzelhandelsstandort maßgeblich verändern. Mit den von der Landesplanung in der Neufassung des LROP vorgesehenen Kongruenzräumen setzen Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Verflechtungsbereich künftig grundsätzlich den Rahmen der Einzelhandelsentwicklung speziell mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern. Im Zuge der Abstimmung haben die Nachbarkommunen Friedeburg, Uplengen und Großefehn jedoch Konzessionen eingefordert, um die Wettbewerbsfähigkeit der vorhandenen eigenen Anbieter in ausgewählten Segmenten nicht zu beeinträchtigen und auch weiterhin neben der Grundversorgung im periodischen Bedarf bestimmte Angebote des mittel- und des langfristigen Bedarfs bereitstellen zu können.

Im Rahmen einer Modellrechnung werden Orientierungswerte für die Verkaufsflächenentwicklung in den nächsten acht Jahren ermittelt. Sie basieren auf einem moderaten Ausbau der Kaufkraftbindung in den verschiedenen Warengruppen und einem leichten Ausbau der auswärtigen Marktanteile in den aperiodischen Sortimenten. Die Modellrechnung soll für die Sortimente, deren Ansiedlung die städtebaulichen Zielsetzungen der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung beeinflussen können, Hinweise auf einen Ausbaustandard geben, der mit überschaubaren Umverteilungswirkungen verbunden ist und zur Stärkung der Marktposition des Wiesmoorer Einzelhandels beiträgt. Gleichzeitig werden die eingeforderten Konzessionen der Nachbarkommunen berücksichtigt.

Die Werte sollen deutlich machen, dass weitaus größere Flächenentwicklungen starke Umsatzumverteilungswirkungen innerhalb und/oder außerhalb des Stadtgebiets nach sich ziehen.

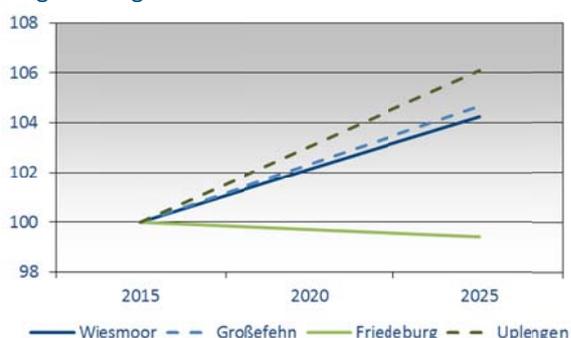
Die Verkaufsflächenprognose für die Stadt Wiesmoor hängt von einer Reihe unterschiedlicher Parameter ab; dazu zählen die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung des Kongruenzraums, die Entwicklung von Kaufkraftbindung und -zufluss sowie die Entwicklung der Flächenproduktivitäten.



Die folgenden Entwicklungsspielräume beruhen auf der Annahme, dass die Stadt Wiesmoor die mittelzentrale Teilfunktion Einzelhandel erhält.

Wichtigster Bestandteil der Verkaufsflächenprognose ist die Bevölkerungsvorberechnung im Kongruenzraum. Dies betrifft sowohl die Stadt Wiesmoor als auch die ihrem Kongruenzraum zugewiesenen Gemarkungen der Gemeinden Großefehn, Friedeburg und Uplengen. Da keine Aussagen zur künftigen Bevölkerungsentwicklung auf Stadtteil- bzw. Ortsteilebene vorliegen, muss auf die gesamtstädtischen Bevölkerungsprognosen zurückgegriffen werden. Mit Ausnahme der Gemeinde Friedeburg, für die eine Schrumpfung von ca. 0,6 % erwartet wird, kann für die Gemeinden Wiesmoor, Großefehn und Uplengen ein Bevölkerungswachstum zwischen ca. 4 % und 6 % prognostiziert werden (vgl. *Abbildung 12*).

Abbildung 12: Prognostizierte Bevölkerungsentwicklung im Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor



Quelle: Daten vom Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) 2017; Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Die reale einzelhandelsbezogene Kaufkraft nimmt nur geringfügig zu. Für die kommenden Jahre wird daher im Rahmen einer eher vorsichtigen Prognoserechnung der realen einzelhandelsrelevanten Verbraucherausgaben eine Konstanz auf aktuellem Niveau angenommen. Entsprechend werden zur Berechnung der Kaufkraft im Jahr 2025 stagnierende Pro-Kopf-Ausgaben und ein stabiler Kaufkraftkoeffizient für die Stadt Wiesmoor herangezogen.

Die Zunahme der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft durch eine wachsende Bevölkerung im Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor wird im Zusammenhang mit dem Ausbau der auswärtigen Kaufkraftzuflüsse

berücksichtigt. Für die kommenden Jahre wird erwartet, dass die Stadt Wiesmoor ihre Kaufkraftbindung und die Anteile auswärtiger Umsätze leicht ausbauen kann. Dabei wird die Kaufkraftbindung in den periodischen Sortimenten nur geringfügig gesteigert werden können, mit gleichzeitig stabilen Kaufkraftzuflüssen. Gleiches gilt für die Warengruppen Bücher/Schreibwaren/Büro und Bekleidung/Schuhe/Schmuck. In den aperiodischen Sortimenten werden, im Sinne der möglichen mittelzentralen Teilfunktion Einzelhandel, ein moderater Ausbau der Kaufkraftbindung und eine maßvolle Zunahme auswärtiger Kaufkraft angesetzt (vgl. *Abbildung 13*).

Das reale Umsatzvolumen im Einzelhandel hat sich in den vergangenen Jahren rückläufig entwickelt. In vielen Branchen ist die untere Schwelle der durchschnittlichen Flächenproduktivität erreicht. Mit der Intensivierung der Konzentrations- und Marktverdrängungsprozesse wird es zukünftig zu weiteren Betriebsaufgaben und Filialnetzoptimierungen kommen, die teilweise auch wieder steigende Flächenleistungen auslösen werden. Für die Situation in Wiesmoor kann eine Konstanz der Flächenleistungen angenommen werden.

Im Ergebnis zeigt sich, dass bei der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung und dem moderaten Ausbau der Marktanteile ein leichter Verkaufsfächenausbau für alle Bedarfsbereiche ermittelt werden kann, ohne dass dadurch Umsatzumverteilungen gegenüber dem ortsansässigen Einzelhandel begründet würden. Für die periodischen Sortimente soll dies auch für Anbieter innerhalb des Kongruenzraums gelten; dies ist bei der Prüfung konkreter Vorhaben sicher zu stellen, indem intensive Wettbewerbskonstellationen vermieden werden. In den aperiodischen Sortimenten wird durch einen moderaten Ausbau der auswärtigen Marktanteile maximal eine Bindung der zusätzlichen Kaufkraft im Kongruenzraum erwartet, die durch die zu erwartende positive Bevölkerungsentwicklung generiert wird. In der Gesamtbetrachtung erklären sich die geringen Entwicklungsspielräume durch ein hohes Ausstattungsniveau des Wiesmoorer Einzelhandels. Hinzu kommt, dass die Tragfähigkeit für viele Betriebstypen des Einzelhandels (z.B. SB-Warenhaus) an Standorten mit einem begrenzten Einwohnerpotenzial im Einzugsbereich nicht gegeben ist.

Abbildung 13: Erwartete Umsätze in 2025 (in Mio. EUR)



Anm.: Werte kleiner oder gleich ca. 1,5 Mio. EUR sind zur besseren Lesbarkeit nicht beschriftet
 Quelle: Eigene Berechnungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Die nachfolgenden Werte sollen deutlich machen, dass weitaus größere Flächenentwicklungen entweder starke Umverteilungswirkungen nach sich ziehen oder die Flächenleistungen des bestehenden Einzelhandels reduzieren. Insbesondere für großflächige Einzelhandelsvorhaben empfiehlt sich daher die Prüfung der Wirkungen des Vorhabens mit einer Gegenüberstellung von zentralitätsfördernden und umverteilungsrelevanten Folgen und ihren städtebaulichen Dimensionen.

Die Modellrechnung berücksichtigt noch nicht Ansiedlungs-, Verlagerungs- und Erweiterungsmaßnahmen, die seit der letzten Einzelhandelsbestandsaufnahme im Mai 2017 des Gutachtens erfolgten oder derzeit in der Planung/Umsetzung befindlich sind. Gleiches gilt für zwischenzeitlich vorgenommene Betriebsaufgaben.

Für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ergeben sich faktisch geringe Entwicklungsspielräume. Auch wünschenswerte Verbesserungen der Nahversorgungssituation durch Ansiedlungen von Lebensmittelbetrieben an wohnungsnahen Standor-

ten würden den Wettbewerbsdruck im Kongruenzraum erhöhen und zu Umsatzumverteilungen im Bestand führen. Mit einem Flächenanteil von rund 500 m² Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner (vgl. Kapitel 5) befindet sich die Angebotsausstattung im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel bereits auf einem hohen Niveau. Die Größenordnung von rd. 240 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel bietet grundsätzlich Ansätze für Verkaufsflächenerweiterungen von Bestandsbetrieben oder Ansiedlungen von Anbietern mit kleinflächigen Betreiberkonzepten.

Auch für die Sortimente der Warengruppe Gesundheit/Körperpflege ist mit einer Verkaufsflächengrößenordnung von rd. 140 m² lediglich ein geringer Entwicklungsspielraum gegeben. In dieser Fläche enthalten sind, neben den klassischen Drogerie- und Parfümerieangeboten, auch pharmazeutische Artikel, Sanitätswaren sowie Optik und Hörgeräteakustik. Die Ergänzungsfläche eignet sich vornehmlich für die Erweiterung im Bestand. Auch im Hinblick auf die Angebotsausstattung im Kongruenzraum sowie einer begrenzt ausbaufähigen Kauf-



kraftbindung in der Stadt Wiesmoor sollte von einem darüber hinausreichenden Ausbau abgesehen werden.

In der Warengruppe Blumen/zoologischer Bedarf ist die mit Abstand geringste Flächenentwicklung möglich. Eine Ergänzungsfläche von rd. 30 m² Verkaufsfläche verdeutlicht die bereits solide Marktbedeutung dieser Warengruppe.

Auch in der Modellrechnung für die Warengruppe Bücher/Schreibwaren/Büro ergeben sich derzeit kaum Entwicklungsmöglichkeiten, da diese Waren in einer Fachbuchhandlung und als größere Randsortimentsflächen beispielsweise im Kaufhaus Behrends angeboten werden. Auch hier befinden sich innerhalb des Kongruenzraums Wettbewerbsbetriebe. Die rund 90 m² Ergänzungsfläche eignen sich für Verkaufsflächenerweiterungen im Bestand.

In der Warengruppe Bekleidung/Schuhe/Schmuck sind rechnerisch keine großflächigen Angebotsergänzungen möglich. Die Größenordnung des Entwicklungsspielraums von rd. 320 m² Verkaufsfläche gestattet die Ansiedlung weiterer kleinflächiger Fachanbieter oder die Verkaufsflächenerweiterung bereits bestehender Anbieter. Angebotsergänzungen, insbesondere mit discountorientierten Textilfilialisten, könnten eine über die Empfehlungen hinausgehende Wettbewerbsverschärfung im Kongruenzraum hervorrufen. Daher sollten vornehmlich solche Betriebstypen gewählt werden, die bislang nicht im Kongruenzraum angesiedelt sind und ein eher marken- bzw. qualitätsorientiertes Angebot aufweisen.

Auch in der Warengruppe Sport/Freizeit/Spiel sind die Entwicklungspotenziale auf eine Verkaufsflächenergänzung von rd. 140 m² begrenzt. Dabei könnte eine Angebotsergänzung mit klein- und großteiligen Sportartikeln verfolgt werden. Diese Sortimente werden derzeit nur durch kleinteilige Randsortimentsflächen in der Stadt Wiesmoor angeboten. Bezieht man die Entwicklungsfläche für Bekleidung/Schuhe/Schmuck ein, die auch Sportbekleidung/Sportschuhe umfasst, ergibt sich die Möglichkeit zur Angebotsausweitung bei Sportfachabteilungen. Im Rahmen der derzeitigen Wettbewerbssituation konnte recherchiert werden, dass die nächsten funktionsprägenden Sportfachgeschäfte in den

Mittelzentren Aurich und Wittmund stationiert sind und somit keine Konkurrenzsituation mit den Gemeinden im Kongruenzraum besteht. Ebenfalls nicht in der Stadt Wiesmoor sowie im angrenzenden Umland angesiedelt sind spezialisierte Fachgeschäfte für Spielwaren. Dieses Sortiment wird jedoch in Form größerer Randsortimentsflächen bei Kaufhäusern, Sonderpostenmärkten oder auch Bau- und Gartenfachmärkten wie beispielsweise den Raiffeisen-Märkten angeboten, so dass in diesem Sortiment keine Angebotslücke besteht und ein Ausbau Umsatzumverteilungen auch im Kongruenzraum hervorrufen könnte.

Für die Sortimentsgruppe Elektrowaren des langfristigen Bedarfs eignen sich die Entwicklungspotenziale von rd. 200 m² Verkaufsfläche sowohl für die Etablierung weiterer Fachgeschäfte als auch zur Verkaufsflächenerweiterung von Bestandsbetrieben. Empfohlen wird, die Potenziale primär für Erweiterungen im Bestand zu nutzen, beispielsweise um die Marktbedeutung des Elektronikfachmarkts auszubauen. Innerhalb des Kongruenzraums befinden sich keine funktionsprägenden Wettbewerbsbetriebe mit diesem Angebotsschwerpunkt, weshalb ein Gewinn weiterer Marktanteile vornehmlich Wettbewerbswirkungen mit Anbietern auswärtiger Standorte hervorrufen würde.

In der Warengruppe Möbel/Einrichtung ist rechnerisch ein Verkaufsflächenausbau um ca. 360 m² möglich, ohne größere Umsatzumverteilungseffekte bei Bestandsbetrieben hervorzurufen. Die mögliche Verkaufsflächenreserve empfiehlt sich für Anbieter im Hauptzentrum von Wiesmoor. Innerhalb des Kongruenzraums befinden sich derzeit keine funktionsprägenden Anbieter mit diesem Angebotschwerpunkt.

Da es sich bei der Warengruppe Bau-, Gartenbedarf/Autozubehör um Sortimente mit sehr hohem Flächenbedarf handelt, sollten die vorhandenen Potenziale vornehmlich zur Sicherung von Bestandsbetrieben angedacht werden. Die funktionsprägenden Anbieter dieser Warengruppe befinden sich im Hauptzentrum der Stadt Wiesmoor. Gleichwohl besteht ein umfassendes Angebot auch in den Nachbarkommunen des Kongruenzraums der Stadt Wiesmoor.

Bereits bekannt sind Erweiterungsabsichten von Bestandsbetrieben am Standort Hauptzentrum Wiesmoor. Der Aldi-Lebensmitteldiscounter plant derzeit einen Neubau auf einer dem zentralen Versorgungsbereich angrenzenden Fläche. Im Rahmen dieser Verlagerungsmaßnahme soll auch die Verkaufsfläche um rd. 250 m² ausgebaut werden. Im Zuge dieses Umzugs plant auch der Rossmann-Drogeriefachmarkt, der derzeit eine Fläche innerhalb des Kaufhauses Behrends belegt, in die ehemalige Fläche des Lebensmitteldiscounters umzuziehen. Im Zuge dieser Verlagerung ist ebenfalls eine

Verkaufsflächenerweiterung um rd. 390 m² vorgesehen. Erfahrungsgemäß führen Verkaufsflächenergänzungen dieser Dimensionierung auch zu einer Ausweitung der Randsortimentsflächen. Es ist anzunehmen, dass die Umsetzung beider Erweiterungsabsichten die Verkaufsflächenpotenziale eines Großteils der Warengruppen beansprucht. Die Neubelegung der freiwerdenden Drogeriefachmarktfläche innerhalb des Kaufhauses ist bislang nicht konkretisiert. Sie umfasst ca. 400 m² Verkaufsfläche.

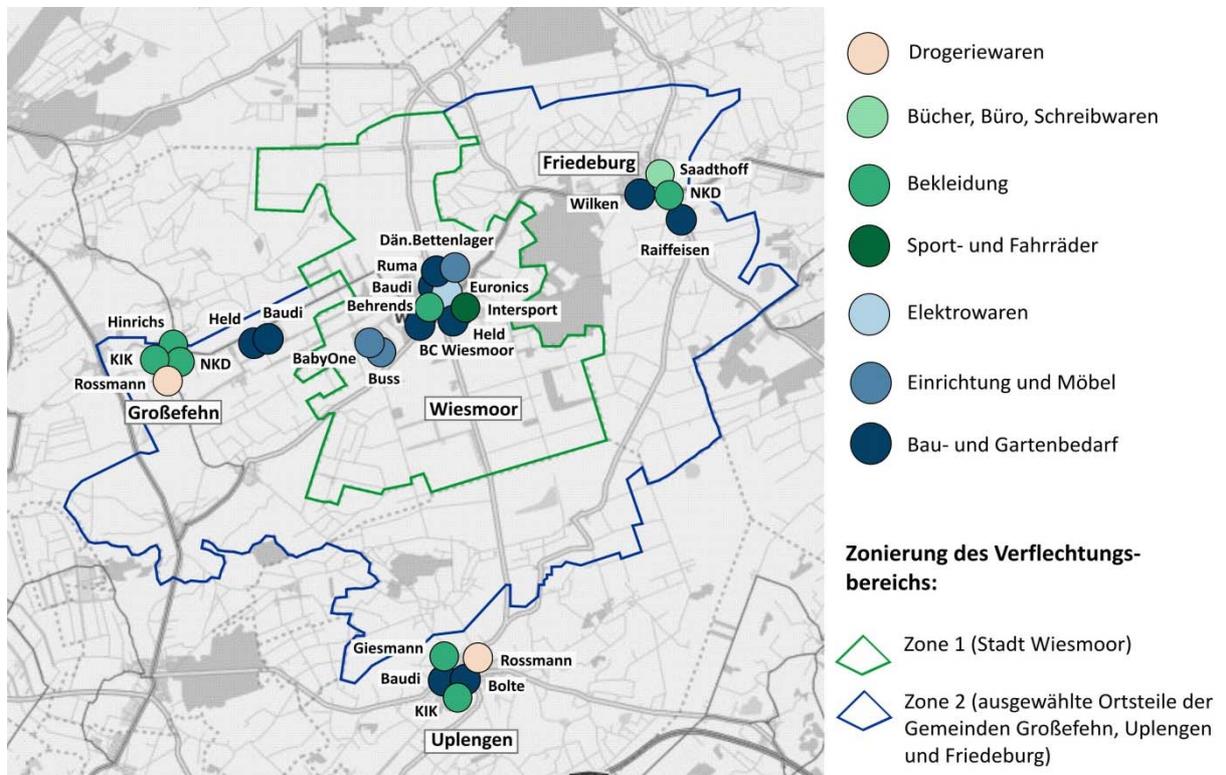
Tabelle 12: Modellrechnung zur Verkaufsflächenentwicklung bis 2025

	Umsatz 2017 in Mio. EUR	Umsatz 2025 in Mio. EUR	Umsatz- veränderung in Mio. EUR	Umsatz/m ² Verkaufsfläche in EUR	Entwicklungs- spielraum in m ² Verkaufs- fläche
Nahrungs- und Genussmittel	33,3	34,4	+ 1,1	4.500	+ 240
Gesundheit, Körperpflege	10,1	10,8	+ 0,7	5.000	+ 140
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	2,6	2,6	+ < 0,1	1.750	+ 30
Bücher, Schreibwaren, Büro	1,5	1,7	+ 0,2	2.000	+ 90
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	14,3	15,0	+ 0,6	2.000	+ 320
Sport, Freizeit, Spiel	2,7	3,0	+ 0,3	2.000	+ 140
Elektrowaren	7,3	8,0	+ 0,7	3.500	+ 200
Möbel, Einrichtung	34,1	34,6	+0,5	1.500	+ 360
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	9,1	9,9	+ 0,8	1.500	+ 550
Summe	115,0	120,0	+ 5,0	2.415	+ 2.000 – 2.100

Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017
(ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)



Abbildung 14: Funktionsprägende Einzelhandelsstrukturen im Kongruenzraum



Quelle: Darstellung und Recherchen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017



4 Zentrenkonzept für die Stadt Wiesmoor

4.1 Grundsätzliche Anmerkungen

4.1.1 Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument

Ein Zentrenkonzept soll die vielfältigen Nutzungs- und Entwicklungsansprüche der Betreiber, der Kundschaft sowie der Stadtentwicklung mit der Einzelhandelsentwicklung in Einklang bringen und zugleich die gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung des Einzelhandels auf der Grundlage der ortsspezifischen Gegebenheiten erfüllen. Die rechtliche Notwendigkeit eines solchen Konzepts ergibt sich aus § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Demnach ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept in der Bauleitplanung zu berücksichtigen. Denn erst durch die gesamtstädtische Untersuchung und Konzeption der Einzelhandelsituation und -entwicklung sind Steuerungen in der weiteren Bauleitplanung transparent und nachvollziehbar. Dies betrifft insbesondere auch die Steuerungsmöglichkeiten im Sinne der §§ 9 Abs. 2a sowie 34 Abs. 3 BauGB. Der Beschluss des Einzelhandelskonzepts durch den Rat der Stadt Wiesmoor wird keine unmittelbaren Rechtsfolgen für die Bauleitplanung haben, sondern kann nur eine Selbstbindung für die politischen Entscheidungsträger begründen.

Kernelement eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts ist die Konkretisierung des Belangs der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB durch die Bestimmung der Abgrenzung und Funktionalität der zentralen Versorgungsbereiche. So wird ein räumlich-funktionales Zentrenmodell definiert, das die planerisch gewollte Zentrenhierarchie einer Kommune abbildet. Neben der vorhandenen Standortstruktur hat das Zentrenmodell auch die Entwicklungsperspektiven zu berücksichtigen. Aufbauend auf den Status quo, also der Beschreibung der aktuellen Versorgungsfunktion, können auch etwaige Potenzialstandorte zur Erweiterung der zentralen Versorgungsbereiche betrachtet werden.

Hinweise auf die Qualifizierung einer Einzelhandelslage als zentraler Versorgungsbereich ergeben sich aus der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsge-

richts. Danach sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, „denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“.

Ein zentraler Versorgungsbereich soll nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine Funktion für die Versorgung der Bevölkerung eines bestimmten Einzugsbereichs übernehmen. Der Status setzt zudem eine „integrierte Lage“ voraus. Der zentrale Versorgungsbereich sollte auch ohne Pkw-Nutzung für die zu versorgende Bevölkerung erreichbar sein.

Je nach Versorgungsfunktion sind idealtypisch drei Stufen zentraler Versorgungsbereiche zu unterscheiden:

- Hauptzentren
- Nebenzentren
- Nahversorgungszentren

Dabei versorgen die Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) die gesamte Kommune bzw. bei einer mittel- oder oberzentralen Funktion ggf. zusätzlich umliegende Städte und Gemeinden. Nebenzentren sind zuständig für die Versorgung funktional zugeordneter Orts-/Stadtteile, während die Versorgungsaufgaben von Nahversorgungszentren auf die unmittelbar umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sind. Die Einstufung erfolgt primär nach quantitativen Aspekten (z. B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl und Qualität der Dienstleistungsbetriebe).

Wichtig für die Zentrenkonzeption ist die Formulierung städtebaulicher und stadtentwicklungsrelevanter Zielvorstellungen für jedes Zentrum, welche die Grundlage späterer stadtpolitischer Entscheidungen bilden. So sollte ein Zentren- und Einzelhandelskonzept auch Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren treffen.

Die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels unter Berücksichtigung des identifizierten Zentrenmodells ist nur in Kombination mit der Entwicklung und Verabschiedung einer ortsspezifischen Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten

Sortimente möglich. Diese ortsspezifische Differenzierung berücksichtigt sowohl den Status quo der in den Zentren vorhandenen als auch die Entwicklungsmöglichkeiten in Bezug auf gegenwärtig noch nicht vorgehaltene Sortimente.

Auf Basis der Festlegungen der Zentren und der ortsspezifischen Sortimentsliste dient das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der zukünftigen Steuerung von Einzelhandelsnutzungen im Stadtgebiet. Es bietet somit auch eine städtebauliche Grundlage für Festsetzungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche.

4.1.2 Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Ein vielfältiges und attraktives Einzelhandelsangebot ist wesentliche Voraussetzung für lebendige Zentren. Allerdings sind auch andere Elemente für lebendige Zentren wichtig, die sich wiederum gegenseitig positiv beeinflussen:

- Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote ermöglichen den Kunden Kombinationsmöglichkeiten mit dem Einkauf und verlängern den Aufenthalt in den Zentren.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raums kann attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten für Jung und Alt schaffen. Zusammen mit einer ansprechenden Gestaltung von Fassaden und Schaufenstern und einem einladenden Gesamteindruck wird eine angenehme Einkaufsatmosphäre gefördert.
- Eine gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), dem motorisierten Individualverkehr (MIV) und für Fußgänger sowie Fahrradfahrer ist die Voraussetzung, dass alle Bevölkerungsgruppen die Zentren erreichen können.
- Wohnen und arbeiten in direkter Nachbarschaft (Nutzungsmischung) verschaffen dem Einzelhandel unmittelbaren Zulauf als Grundfrequenz und beleben die Zentren auch außerhalb der Geschäftszeiten.

Die aufgeführten Rahmenbedingungen für lebendige Zentren werden genutzt, um in Verbindung mit den überörtlichen Vorgaben die Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche abzuleiten.

Zentrale Versorgungsbereiche von Haupt- und Nebenzentren zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- Ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels
- Eine städtebaulich integrierte Lage
- Eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz

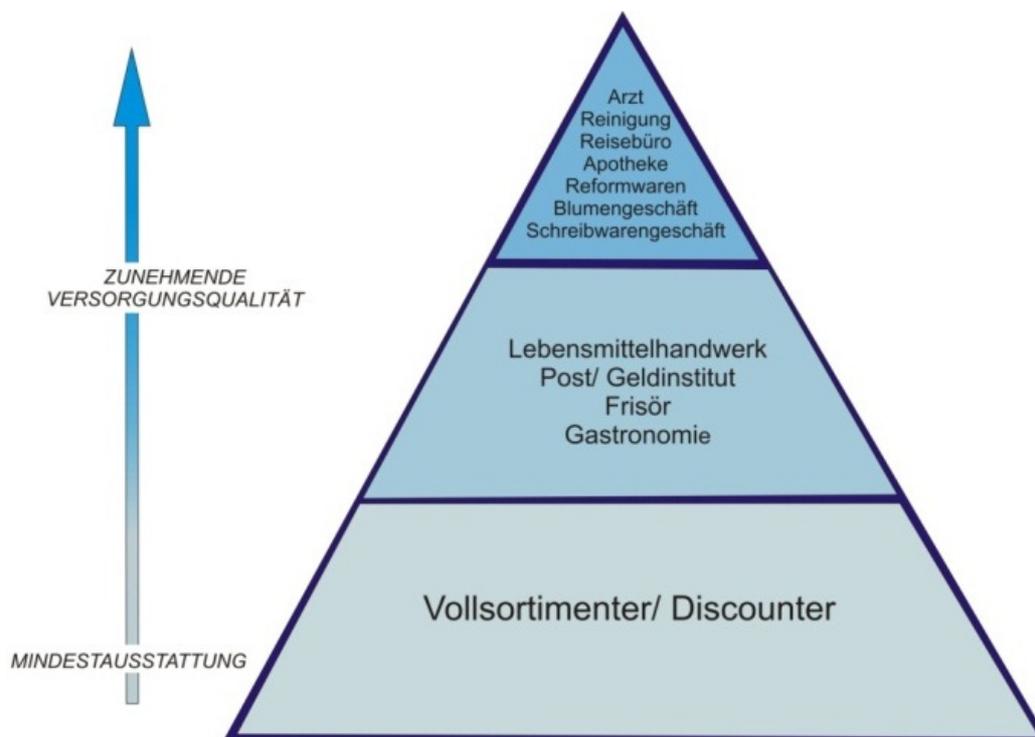
Für Haupt- und Nebenzentren ist neben der Größe des Einzugsbereichs eine gewisse Besatzdichte mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben charakteristisch.

Aber auch die Ausstattung eines Nahversorgungszentrums in einem Stadtteil oder Quartier sollte idealtypisch nicht nur Einzelhandelsangebote des täglichen Bedarfs, sondern auch Angebote aus dem Dienstleistungssektor, wie z. B. Post, Bankfiliale, Ärzte und Frisör, umfassen. Je breiter der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, umso höher sind die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität des Zentrums.

Unstrittig ist, dass Nahversorgungslagen mittelfristig nur dann funktionsfähig sind, wenn die Grundfrequenzierung durch einen leistungsfähigen Lebensmittel-SB-Betrieb sichergestellt wird.

Insbesondere beeinflusst durch das Urteil des OVG Münster vom 15. Februar 2012 (10 D32/11 NE) haben sich die Anforderungen an die Abgrenzung und Ausstattung von zentralen Versorgungsbereichen in den vergangenen Jahren erhöht. Nach der Begründung des Gerichts muss die Ausstattung eines zentralen Versorgungsbereichs auf die Größe des ihm zugeordneten Einzugsbereichs abgestimmt sein. Unbeeinflusst davon bleibt jedoch der Wille der planenden Kommune; auch eine geeignete Zielsetzung für die (Weiter-)Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs kann bei der Abgrenzung Berücksichtigung finden.

Abbildung 15: Idealtypische Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

4.1.3 Bedeutung des Status „Zentraler Versorgungsbereich“

Die in der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung wichtigste Aufgabe, deren Umsetzung auf den Funktionszuweisungen und den räumlichen Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche basiert, ist der Schutz dieser integrierten Standortlagen – in Verbindung mit einem Schutz der wohnungsnahen Versorgung. Folgende Vorgaben sind hierzu bedeutsam:

- Wie bereits in Kapitel 2.1 dargelegt, stellt § 11 Abs. 3 BauNVO die Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben ab einer Geschossfläche von 1.200 m² fest. Oberhalb dieser Größe werden durch den Ordnungsgeber mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung durch ein Einzelhandelsvorhaben angenommen (sog. Regelvermutung). Hierzu zählen auch Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. In der Konsequenz dürfen diese großflächigen Vorhaben (mehr als 1.200 m² Geschossfläche bzw. 800 m² Verkaufsfläche) nur innerhalb von Kern- oder Son-

dergebieten angesiedelt werden. Auch wenn mittels einer vorhabenbezogenen Auswirkungsanalyse festgestellt wird, dass wesentliche Auswirkungen ausbleiben, wirkt dies nicht befreiend dahingehend, dass von einer Kern- oder Sondergebietspflichtigkeit abgesehen werden kann. Die Kern- oder Sondergebietspflichtigkeit kann nur durch einen Nachweis der sog. „Atypik“ vermieden werden. Diese Regelung greift bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die nachweisbar betriebliche Besonderheiten aufweisen, die nicht von der Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst werden. Oft wird beispielsweise zur Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht, weil durch das Vorhaben vorrangig eine verbesserte Versorgung der Bevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich erreicht werden soll.

- Eine weitere Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche ergibt sich aus § 34 Abs. 3 BauGB. Wenn ein Vorhaben nach § 34 Abs. 1 oder § 34 Abs. 2 zulässig wäre, sodass ein Einfügen des Vorhabens in die Eigenart der näheren Umgebung vorliegt oder das Baugebiet einem in der BauNVO dargestellten Baugebiet,

in dem das Vorhaben zulässig ist, entspricht, muss gemäß § 34 Abs. 3 BauGB zudem ausgeschlossen werden, dass von dem Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind.

Maßgeblich für die Prüfung „schädlicher Auswirkungen“ sind in der Regel vorhabenbezogene städtebauliche Wirkungs- oder Verträglichkeitsanalysen, in denen die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte für den bestehenden Einzelhandelsbestand prognostiziert werden. Unter Berücksichtigung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen der von Umsatzumverteilungen betroffenen Standorte werden dann Aussagen zur städtebaulichen Verträglichkeit abgeleitet.

Entscheidend für die städtebauliche Bewertung eines Vorhabens ist, ob durch die aufgezeigten handelswirtschaftlichen Umsatzeffekte die Funktionalität von zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

Städtebauliche Auswirkungen können insbesondere dann eintreten, wenn innerhalb zentraler Versorgungsbereiche solche bestehenden Einzelhandelsbetriebe durch die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gefährdet würden, die für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs von Bedeutung sind.

Als Erheblichkeitsschwelle einer Umsatzumverteilung, die auf negative städtebauliche Auswirkungen hinweist, wird oftmals eine Umverteilung von 10 % des projektrelevanten Umsatzes in einem zentralen Versorgungsbereich angenommen. In der Rechtsprechung wird jedoch darauf verwiesen, dass für die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben stets auch die spezifischen Gegebenheiten eines zentralen Versorgungsbereichs und die wirtschaftliche Stabilität der Anbieter zu berücksichtigen sind.

In der Folge ist davon auszugehen, dass auch bei Unterschreitung einer Umsatzumverteilungsquote von 10 % je nach Ausgangssituation negative städtebauliche Auswirkungen induziert werden können.

Mit der gleichen Argumentation kann postuliert werden, dass Umsatzumverteilungen von mehr als 10 % nicht zwangsläufig zu diesen mehr als unwesentlichen Auswirkungen führen müssen. Dementsprechend wird auch die Spannweite möglicher Schwellenwerte in der Rechtsprechung zwischen 10 % und 30 % diskutiert.

Die nachfolgende Einordnung der zentralen Versorgungsbereiche im Wiesmoorer Stadtgebiet berücksichtigt zum einen deren städtebauliche Situation, zum anderen die handelswirtschaftliche Ausstattung und Leistungsfähigkeit. Den abschließenden Bewertungen und Empfehlungen kann entnommen werden, ob es sich um stabile Versorgungslagen handelt oder solche, deren Aufwertungsbedarf auch eine stärkere Anfälligkeit für Wettbewerbsveränderungen signalisiert.

4.2 Zentrenhierarchie in Wiesmoor

Mit der hier vorliegenden Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts wird der Stadt Wiesmoor empfohlen, Zuordnungen und Begrifflichkeiten bei der Darstellung ihres Zentrensystems zu verwenden, die im Einklang mit der Landesplanung und weiteren übergeordneten Vorgaben ein rechtssicheres Konzept bilden, das als Grundlage der Einzelhandelssteuerung im Stadtgebiet genutzt werden kann. Die bestehenden Einschätzungen und Abgrenzungen des Vorläuferkonzepts werden dabei in Teilen übernommen, wenn erforderlich jedoch modifiziert.

- Die Zentrenhierarchie wird einstufig angelegt: Im gesamten Stadtgebiet existieren abgesehen von der Wiesmoorer Innenstadt keine Einzelhandelslagen, welche die beschriebenen Abgrenzungskriterien zur Festlegung eines zentralen Versorgungsbereichs erfüllen. Da das Zentrum Wiesmoors eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie Teile des Umlands übernimmt, wird die Stadtmitte Wiesmoors analog zu den Empfehlungen im Vorläuferkonzept als Hauptzentrum festgelegt.
- Standorte der Lebensmittel-SB-Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen werden üblicherweise durch eine Einstufung als „wohnungsnah/siedlungsintegriert mit Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung“, „dezentral“ oder „in Konkurrenz zu Lebensmittel-SB-Betrieben innerhalb eines zentralen Ver-

sorgungsbereichs“ klassifiziert. Damit sind unmissverständliche Konsequenzen in Bezug auf ihre Entwicklungsmöglichkeiten verbunden. Aktuell bestehen jedoch im Stadtgebiet keine solchen Standorte.

- Einzelhandelsagglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche werden in Bezug auf ihre Angebotsstruktur unterschieden in Lagen mit hoher Zentren-/Nahversorgungsrelevanz oder Lagen mit einem Angebotsschwerpunkt im Bereich des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Im Stadtgebiet Wiesmoor besteht derzeit ein Standort im Ortsteil Voßbarg.

Eine Begründung zur Abgrenzung des Hauptzentrums im Ortsteil Wiesmoor findet sich in den folgenden Abschnitten. Eine Darstellung der Nahversorgungssituation sowie der sonstigen Einzelhandelsagglomerationsstandorte wird in den folgenden Kapiteln abgebildet.

4.2.1 Hauptzentrum Wiesmoor

Das Hauptzentrum befindet sich mit der Wiesmoorer Stadtmitte im gleichnamigen (Kern-) Stadtteil Wiesmoor und verläuft im Wesentlichen achsenförmig von Südwesten nach Nordosten entlang der Hauptstraße. Die Versorgungslage lässt sich dabei in unterschiedliche funktionale Standorte aufgliedern. So befindet sich die Haupteinkaufslage mit den größten Anteilen des Einzelhandelsbestands entlang des östlichen Abschnitts der Hauptstraße und dem nördlich angrenzenden Standort der Fa. Behrends mit dem Amaryllisweg. Der westliche Abschnitt der Hauptstraße weist im Gegensatz dazu einen deutlich geringeren Besitz an Einzelhandels- und Komplementärbetrieben auf.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Hauptzentrums mittels MIV erfolgt inner- und überörtlich über die Bundesstraße 436 sowie die Landesstraße 12, welche das Stadtgebiet von Ost nach West bzw. von Nord nach Süd durchqueren und sich im Wiesmoorer Stadtzentrum kreuzen. Größere Stellplätze befinden sich im östlichen Teil der Versorgungslage um die Einzelhandelsbetriebe am Standort der Fa. Behrends, im Norden vor den Einzelhandelsbetrieben am Amaryllisweg und auf dem Marktplatz sowie straßenbegleitend entlang der Hauptstraße. Im westlichen Teil der Versorgungslage ergänzen nur wenige größere Stellplätze das die Straßen flankie-

rende Angebot. Zusätzliche Stellplatzangebote sind den Lebensmittel-SB-Betrieben und weiteren meist großflächigen Einzelhandelsbetrieben zugeordnet.

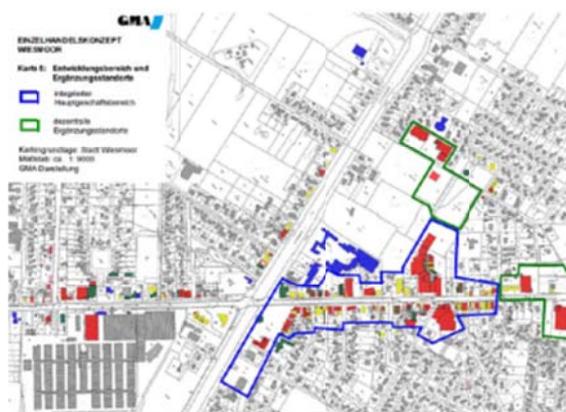
Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV wird indes über die vier Haltestellen de Loewe, Markt, Schulzentrum und Held entlang der Hauptstraße sichergestellt; sie werden teilweise von mehreren Buslinien der Verkehrsbetriebe Wiesmoor angefahren. Zusätzlich bestehen direkte Verbindungen zu den Nachbargemeinden Großefehn und Friedeburg sowie zur Kreisstadt Aurich.

Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums

Die Abgrenzung orientiert sich an der derzeitigen Einzelhandelssituation im Stadtzentrum und greift dabei auch die Empfehlungen des Vorläuferkonzepts aus dem Jahr 2013 auf.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der GMA mbH aus dem Jahr 2007 war eine Abgrenzung entlang der gewachsenen Einzelhandelslage Hauptstraße empfohlen worden, die im Südwesten mit dem Nordgeorgsfehnkanal als städtebauliche Zäsur endete und die angrenzenden Nutzungen am Marktplatz umfasste.

Abbildung 16: Empfehlungen zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Wiesmoor im Einzelhandelskonzept 2007



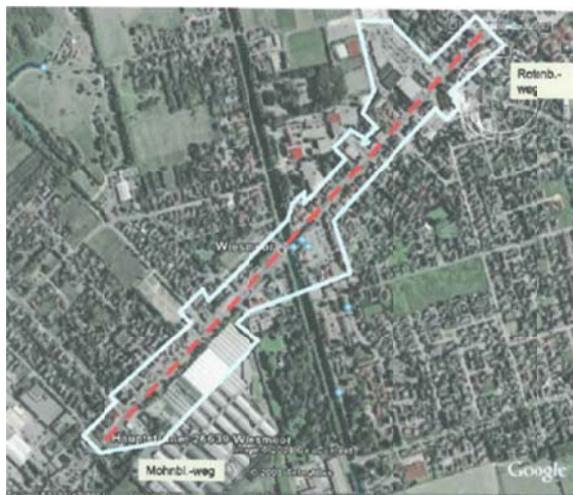
Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Wiesmoor, GMA 2007

Eine andere Einstufung sollte nördlich des Kaufhauses Behrends und am östlichen Rand erfolgen, da sowohl der nördlich an die Fa. Behrends angrenzende Abschnitt – insbesondere der Standort Amaryllisweg – als auch die Standortlagen um den Sonderposten- und den Supermarkt im Osten als autoorientiert und nicht fußläufig an die gewachsene

Standortlage angebunden bewertet wurden. Wenn – wie vorgeschlagen worden war – diese Standorte als dezentrale Ergänzungsstandorte klassifiziert worden wären, hätten dort keine großflächigen Ansiedlungen oder Erweiterungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten mehr erfolgen können, die jedoch dort zwischenzeitlich vorgenommen wurden.

Verbunden mit dieser engen Fassung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum war die Empfehlung einer stärkeren Konzentration des Einzelhandels in diesem Abschnitt sowie einer städtebaulichen Aufwertung, um die fußläufige Erlebbarkeit zu verbessern. Dieser Empfehlung folgte der Rat der Stadt Wiesmoor nicht. Die beschlossene Abgrenzung klammert zwar die als autoorientiert eingestuft nördlichen Standorte aus, bezieht aber die Einzelhandelsstandorte westlich des Kanals bis zur Höhe der Einmündung Mohnblumenweg in den zentralen Versorgungsbereich ein.

Abbildung 17: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Wiesmoor nach Ratsbeschluss im Jahr 2008



Quelle: Stadt Wiesmoor 2007

Bei der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Wiesmoor durch Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Jahr 2013 wurde die vom Rat beschlossene Abgrenzung aufgegriffen und stellenweise ergänzt – in Teilen unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich ergangenen Rechtsprechung. Mit der hier vorliegenden Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wird an den im Jahr 2013 formulierten Abgrenzungsvorschlag angeknüpft. Eine wesentliche Ände-

rung betrifft dabei den Einbezug des Standorts am Amaryllisweg, welcher sich nördlich an die Einzelhandelslage um das Kaufhaus Behrends anschließt.

Der räumliche Zuschnitt des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum verläuft entlang der gewachsenen Einzelhandelslage Hauptstraße und bezieht dabei den Marktplatz und seine angrenzenden Nutzungen sowie die Standortlagen um das Kaufhaus Behrends und den Amaryllisweg ein.

Der nördliche Abschnitt des Hauptzentrums umfasst den Standort um das Kaufhaus Behrends inklusive der nördlich anknüpfenden Einzelhandelsbetriebe bis zum Amaryllisweg. Der Verlauf des zentralen Versorgungsbereichs schließt dabei das Grundstück eines Bettenfachmarkts am Amaryllisweg 9 sowie die Gemarkung eines Tapeten- und Teppichfachmarkts am Amaryllisweg 16 ein. Die Grenze wird dabei in westlicher Richtung durch die Einmündung der Straße Am Kastanienpark und in östlicher Richtung durch das Grundstück am Amaryllisweg 6 definiert.

Den südwestlichen Abschluss des Hauptzentrums bildet der Verlauf der Hauptstraße bis zur Hausnummer 228 an der Höhe der Einmündung Mohnblumenweg und bezieht die Einzelhandelsbetriebe nördlich und südlich der Straße ein. In diesem Straßenabschnitt befinden sich im Vergleich zum nordöstlichen Straßenverlauf des Hauptzentrums deutlich weniger Einzelhandelsbetriebe, die zudem nur bedingt Magnetwirkung entfalten. Gleichwohl weist der Teilbereich mit dem neuen Rathaus eine wichtige öffentliche Einrichtung auf. Nach dem in Abstimmung befindlichen Entwurf des RROP für den Landkreis Aurich befindet sich dieser südwestliche Teilabschnitt außerhalb des regionalplanerisch ausgewiesenen Versorgungskerns. Dieses sog. Vorranggebiet umfasst die nordöstlich abgegrenzten Flächen bis zur Kreuzung am Rathaus, dort sind nach der Landesplanung und dem RROP somit zukünftig vorrangig zentrenrelevante Sortimente anzusiedeln, insbesondere in der Großflächigkeit. Dies entspricht mit Ausnahme des Gartencenters auch der aktuellen Situation.

Für Teilabschnitte südlich der Hauptstraße ergeben sich zwei Sondersituationen:



- Das Rathaus und die direkt angrenzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen südlich der Hauptstraße liegen nach der zeichnerischen Darstellung des RROP außerhalb des zentralen Siedlungsgebiets der Stadt Wiesmoor. Damit ist hier grundsätzlich keine Einzelhandelsentwicklung gewünscht.
- Das Gartencenter erreicht heute die Großflächigkeit und steht somit im Widerspruch zu den übergeordneten Vorgaben der Einzelhandelsentwicklung. Perspektivisch sind somit auch an diesem Standort keine Einzelhandelsentwicklungen gewünscht. Diese Einschätzung steht im Einklang mit dem Vorläuferkonzept, das durch die Ausklammerung eines Großteils der Betriebsfläche des Blumencenters sicherstellen wollte, dass sich an diesem Standort kein neuer Einzelhandelsschwerpunkt entwickeln kann.

Die nordöstliche Grenze des Hauptzentrums bezieht den Standort des Sonderpostenmarkts Zimmermann ein und schließt mit der Gemarkung des Combi-Supermarkts an der Hauptstraße Hausnummer 131 als äußerste Begrenzung. In südlicher Richtung bildet der Marktplatz mit seinen angrenzenden Nutzungen entlang der Marktstraße die Grenze des Hauptzentrums, wobei der zentrale Versorgungsbe- reich an der Marktstraße Hausnummer 4 endet.

Abbildung 18: Nutzungsstruktur und Abgrenzung des Hauptzentrums Wiesmoor im Jahr 2017



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

Die gewachsene Versorgungslage verläuft entlang der Hauptentwicklungsachse Hauptstraße über eine Länge von ca. 1,7 km, beginnend an der Kreuzung Neuer Weg im Südwesten und endend auf Höhe des Standorts eines Verbrauchermarkts (Combi) im Nordosten. Als bedeutende städtebauliche Zäsur wird die Hauptstraße mittig von einem Kanal und der parallel verlaufenden L 12 durchzogen. Nördlich des Kaufhauses Behrends befindet sich ein an die Hauptstraße angrenzender Agglomerationsstandort, der sich bis zum Amaryllisweg erstreckt und als primär Pkw-orientierte Einzelhandelslage einzustufen ist, da die einzelnen Betriebsstandorte in diesem Abschnitt nicht durch ein Netz funktionsfähiger Fußwege verbunden sind. Auch eine fußläufige Verbindungsachse zur gewachsenen Versorgungslage entlang der Hauptstraße besteht nicht. Gleichwohl ist der Einzelhandelsbesatz östlich der bereits beschriebenen Unterbrechung stärker ausgeprägt als der westliche Teil. Charakteristisch für das Hauptzentrum Wiesmoor ist folglich die Aufteilung der Einzelhandelslage auf verschiedene Standortlagen, die nachfolgend näher beschrieben werden sollen.

Ca. 400 m nordöstlich des Kanals liegt nördlich angrenzend an die Hauptstraße der Bereich der Fa. Behrends. Hier ist mit dem Kaufhaus Behrends der wichtigste Frequenzbringer des Hauptzentrums ansässig. Vom Textilkaufhaus ausgehend befindet sich weiter in Richtung Norden zudem eine Reihe von größeren Einzelhandelsbetrieben. Hierzu gehören neben einem großflächigen Lebensmitteldiscounter (Lidl) unter anderem ein Textilfach- (KIK), ein Sonderposten- (Tedi) sowie ein Bau und Heimwerkermarkt (Baudi).

Innerhalb dieses Teils der Einkaufslage sind insgesamt 18 Einzelhandelsunternehmen mit in Summe ca. 14.565 m² festzustellen, wobei das Warenangebot vorwiegend durch Anbieter des kurz- bzw. mittelfristigen Bedarfs geprägt ist. Vor den Betrieben wird eine große Zahl von Stellflächen bereitgestellt. Funktionierende Wegebeziehungen wurden außerhalb der Mall nicht aufgebaut. Das Erscheinungsbild wird durch das Nebeneinander typischer Fachmarktbauten geprägt sowie den Eingangsbereich des Kaufhauses Behrends. Die Gestaltung des Standorts unterscheidet sich somit deutlich vom

Charakter der Bebauung entlang der Hauptstraße mit ihren ein- bis zweistöckigen Wohn- und Geschäftshäusern, die eher eine kleinstädtische und überschaubare Einkaufsatmosphäre unterstützen. Zudem beeinträchtigen die Zufahrt zu den Parkplätzen im Bereich Behrends und der Parksuchverkehr die fußläufige Aufenthaltsqualität.

Abbildung 19: Großflächiger Einzelhandel im Bereich Behrends



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Als weitere Lage des innerstädtischen Einzelhandelsstandortgefüges ist die Hauptstraße östlich des Kanals zu identifizieren; dieser Abschnitt zieht sich bis zum Supermarkt Combi im Nordosten. Im Umfeld des Kanals liegt mit dem Marktplatz, einer Reihe kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie einem Zoofachmarkt das Areal mit der höchsten städtebaulichen Qualität innerhalb des Hauptzentrums. Auf einer Länge von ca. 800 m weist die Hauptstraße entlang ihres Verlaufs eine hohe Dichte an Einzelhandels- und Komplementärnutzungen auf. Insgesamt sind hier 41 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 10.895 m² angesiedelt. Ergänzt werden diese durch 70 Komplementärnutzungen. Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden zudem zehn Leerstände erfasst. Entlang der Hauptstraße sind mit dem Lebensmitteldiscounter Netto, dem Baumarkt Held, dem Sonderpostenmarkt Zimmermann sowie dem bereits erwähnten Lebensmittelvollsortimenter Combi am nördlichen Ende der Einzelhandelslage mehrere großflächige Frequenzbringer in regelmäßigen Abständen verortet.

Abbildung 20: Haupteinkaufslage entlang der Hauptstraße im Hauptzentrum Wiesmoor



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Die Einzelhandelslage entlang der Hauptstraße südwestlich des Kanals fällt im Vergleich zu ihrem restlichen Verlauf in der Dichte der Einzelhandels-, der Komplementär- sowie der Zahl der Magnetbetriebe deutlich ab. Hier besteht mit dem Wiesmoor Blumencenter lediglich ein großflächiger Betrieb, der nur bedingt Magnetwirkungen auslöst. Am Kanal befindet sich allerdings mit dem neuen Rathaus der Stadt Wiesmoor eine wichtige öffentliche Einrichtung. Zudem sind um das alte Rathaus einige Einrichtungen aus der Gastronomie/Hotellerie ansässig, die sich in Verbindung mit dem attraktiven städtebaulichen Umfeld positiv auf die Aufenthaltsqualität des Teilbereichs auswirken. Insgesamt sind in dieser Einkaufslage 11 Einzelhandelsbetriebe sowie 26 Komplementärnutzungen verortet bei insgesamt drei Leerständen. Die Einzelhandelsbetriebe verfügen zusammen über eine Verkaufsfläche von etwa 3.990 m². Damit liegt die Einzelhandelsbedeutung des westlichen Abschnitts der Hauptstraße deutlich unter der des östlichen.

Abbildung 21: Westliche Innenstadt



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Nördlich der Fachmarkttagglomeration im Umfeld des Kaufhauses Behrends schließt sich der bereits erwähnte Bereich am Amaryllisweg an. An diesem primär Pkw-orientierten Standort liegt der Angebotsschwerpunkt mit einem großflächigen Tapeten- und Teppichmarkt (Ruma), einem ebenfalls großflächigen Bettenfachmarkt (Dänisches Bettenlager) sowie einem Fachgeschäft für Küchenmöbel überwiegend im langfristigen Bedarf. Die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe verfügen zusammen über eine Verkaufsfläche von ca. 2.415 qm. Das Angebot wird dabei durch drei Komplementärnutzungen ergänzt, wozu u. a. eine Filiale einer größeren Franchise-Fitnesskette zählt.

Abbildung 22: Standort Amaryllisweg



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH



Angebotssituation innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs

Innerhalb des Hauptzentrums befanden sich zum Zeitpunkt der Erfassung 74 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 31.865 m², was einer durchschnittlichen Betriebsgröße von etwa 431 m² entspricht. Schließt man die sieben größten Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von über 1.000 m² aus der Betrachtung aus, ergeben sich immer noch durchschnittliche Betriebsgrößen von ca. 180 m² Verkaufsfläche. Diese recht hohen Werte verdeutlichen, dass die Angebotssituation im Stadtzentrum Wiesmoors neben den vorwiegend kleinteiligen Ladeneinheiten entlang der Hauptstraße vor allem auch durch das Kaufhaus und die umliegenden Fachmärkte am Standort Behrends und Amaryllisweg geprägt ist.

Mit 37 Betrieben ist rund die Hälfte des Einzelhandelsangebots im Hauptzentrum Wiesmoor den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zuzuordnen. Diese bewirtschaften zusammen einen Verkaufsflächenanteil von rund 33 %. Die Lebensmittel-SB-Betriebe entlang der Hauptstraße und am Standort Behrends werden dabei ergänzt durch weitere Lebensmittelfachgeschäfte (u. a. mehrere Bäckereien, ein Metzger sowie ein Bioladen) und Anbieter im Kiosksegment. Darüber hinaus verfügt der zentrale Versorgungsbereich über einen Droge-riefachmarkt, mehrere Apotheken und Optiker sowie ein Sanitätshaus. Als weitere Anbieter von Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs sind drei Blumenläden und ein Fachgeschäft für Tiernahrung und Zoobedarf zu nennen.

Tabelle 13: Ausstattung des Hauptzentrums Wiesmoor mit Einzelhandelsbetrieben

Warengruppen Einzelhandel	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in m ²	in %
Kurzfristiger Bedarf	37	50,0	10.545	33,1
Mittelfristiger Bedarf	18	24,3	10.225	32,1
Langfristiger Bedarf	19	25,7	11.095	34,8
Summe	74	100,0	31.865	100,0

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2017, Rundungsdifferenzen möglich

Die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs werden durch 18 Einzelhandelsbetriebe vertreten, die insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 10.225 m² vereinen. Das Angebot wird neben einigen kleinteiligen, inhabergeführten Fachgeschäften und größeren Filialbetrieben vor allem durch das Kaufhaus Behrends mit ca. 6.000 m² Verkaufsfläche geprägt. Mit über 90 % der Gesamtverkaufsfläche bilden die Sortimente Bekleidung und Schuhe dabei die dominierende Branche. Die Angebotssituation innerhalb dieser Bedarfsstufe wird zudem durch ein Zeitungs-geschäft, eine Buchhandlung, einen Juwelier sowie ein Fahrradgeschäft ergänzt.

19 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 11.095 m² lassen sich der langfristigen Bedarfsstufe zuordnen. Rund die Hälfte aller Betriebe bieten dabei Möbel und Einrichtungsbedarf an, wobei ein großflächiger Sonderpostenmarkt im östlichen Abschnitt der Hauptstraße sowie ein Bettenfachmarkt am Amaryllisweg eine besondere Bedeutung

entfalten. Mit rund 64 % der gesamten Verkaufsfläche wird das Angebot jedoch durch Betriebe der Sortimente Bau- und Gartenbedarf dominiert. Die wichtigsten Anbieter stellen dabei ein Baumarkt sowie ein Gartencenter mit jeweils über 2.500 m² Verkaufsfläche dar. Mit einem Euronics XXL befindet sich am Standort Behrends zudem ein größerer Elektrofachmarkt, der als prägend für die sortimentsbezogene Angebotssituation im Kongruenzraum Wiesmoors einzustufen ist.

Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote im Hauptzentrum durch 105 Komplementärnutzungen, die – allerdings nachgeordnete – Frequenz erzeugende Funktionen übernehmen. Hier ist vor allem eine gute Versorgung mit allgemeinen Dienstleistungen sowie Gastronomiebetrieben festzustellen, die insgesamt über 80 % der komplementären Nutzungen darstellen. Eingeschränkt ist das Angebot hinsichtlich Kultur, Freizeit und Bildung. Als hochwertiges Angebot ist hierbei vor allem die Stadtbib-

liothek Wiesmoors zu nennen. Allerdings ist in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass das Schulzentrum Wiesmoors mit einer Grundschule und einer Gesamtschule entlang der Schulstraße sowie größere Sportanlagen unmittelbar an den zentralen Versorgungsbereich angrenzen.

Im Hauptzentrum wurden im Frühjahr 2017 zudem vier Vergnügungsstätten und 12 Leerstände erfasst; in Bezug auf alle gewerblichen Nutzungen (Einzelhandel, Komplementärnutzungen und Leerstände) errechnet sich eine Leerstandsquote von rund 7 %. Gemessen an einer Fluktuationsreserve von erfahrungsgemäß max. 7 bis 8 % liegt dieser Wert im Durchschnitt. Die erfassten Leerstände sind dabei vor allem im östlichen Innenstadtbereich entlang der Hauptstraße vorzufinden.

Tabelle 14: Ausstattung des Hauptzentrums Wiesmoor mit Komplementärnutzungen

Art der Komplementärnutzung	Anzahl der Nutzungen		Angebotsschwerpunkt
	abs.	in %	
Dienstleistungen	64	61,0	Stadtverwaltung, Polizei, Banken, Friseure, Versicherungen, Kosmetik und Nagelstudios, Immobilienbüros u. a.
Gastronomie/Hotellerie	24	22,9	Hotels, Restaurants, Eisdielen und Cafés u. a.
Gesundheit	10	9,5	Fachärzte und Allgemeinmediziner, sonstige Gesundheitseinrichtungen
Kultur, Freizeit, Bildung	7	6,6	Kinderpflegestelle, Stadtbibliothek, Fitnessstudio
Summe	105	100,0	

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2017, Rundungsdifferenzen möglich

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung sind folgende Stärken und Schwächen des Hauptzentrums Wiesmoor zusammenzufassen:

- + hohe städtebauliche Qualität am Standort Altes Rathaus und Marktplatz
- + breite Gehwege entlang der Hauptstraße, die auch umfassende Außenplatzierungen der Geschäfte und Außengastronomie ermöglichen
- + gute ÖPNV-Anbindung und Parkplatzsituation, Vielzahl straßenbegleitender Stellplätze in der Nähe der Geschäfte
- + zahlreiche Querungsmöglichkeiten für Fußgänger entlang der Hauptstraße
- + Hohe Einzelhandelsdichte im östlichen Teil des Hauptgeschäftsbereichs
- + regional ausstrahlende und frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe, insbesondere im Standortumfeld des Kaufhauses Behrends
- + attraktive Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben
- Nicht alle Flächen befinden sich im regionalplanerisch ausgewiesenen Versorgungskern
- langgezogene Achse der Hauptstraße über eine Distanz von ca. 1,7 km erschwert fußläufige Wahrnehmbarkeit dieser Einzelhandelslage
- mit Ausnahme des Rathauses, vereinzelt gastronomischen Angeboten und des Blumencenters Wiesmoor fehlende Frequenz erzeugende Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetriebe im westlichen Abschnitt der Hauptstraße
- fehlende Sichtbeziehung sowie funktionale/städtebauliche Beziehungen von den Haupteinkaufslagen zum Standort Amaryllisweg
- fehlende Aufenthaltsqualität in Teilen der Hauptstraße und im gesamten Standort Amaryllisweg



Handlungsempfehlungen

Für die künftige Weiterentwicklung wird insbesondere eine bessere Verknüpfung der Einzelhandelslagen empfohlen. Im Vordergrund sollte dabei eine adäquate fußläufige Anbindung des Kaufhauses Behrends mit den nördlich angrenzenden Nutzungen und zur Hauptstraße stehen.

Die Hauptstraße als gewachsene Einkaufslage ist zu attraktivieren. Es empfiehlt sich, hier anknüpfend an die kleinstädtische Atmosphäre und zur Anhebung der Aufenthaltsqualität beispielsweise eine noch stärkere Begrünung mittels Pflanzbeeten oder die Schaffung von Spielbereichen und Ruhezeiten vorzusehen. Die Außengastronomie ist aufzuwerten, um auch Touristen in die Einzelhandelslagen zu ziehen.

Um die Zusammengehörigkeit der Einkaufslagen zu verdeutlichen, sollte auf eine einheitliche bzw. abgestimmte städtebauliche Gestaltung Wert gelegt werden. Besondere Wirkung entfalten die Möblierungselemente, aber auch durch ein Lichtkonzept sowie eine verbesserte Ausschilderung und im Weiteren eine gemeinsame Vermarktung der unterschiedlichen Standorte kann das bestehende Manko der Zerrissenheit überwunden werden. Auch wenn das Kaufhaus Behrends als Ankerbetrieb fungiert, bedarf es einer Ergänzung des mittelständischen Facheinzelhandels wie auch der Filialisten, um das Einzelhandelsangebot zu arrondieren. Damit erhalten auch die Standorte rund um das Kaufhaus ihre Bedeutung.

In einigen Abschnitten des Hauptzentrums prägen Leerstände und Mindernutzungen das Bild und beeinträchtigen die Standortattraktivität. Wünschenswert wäre es, diese Immobilien in ein Flächen- und Leerstandsmanagement einzustellen, sie interimweise so zu dekorieren, dass keine negativen Effekte auf das Standortumfeld ausgelöst werden und langfristig einer adäquaten Folgenutzung zuzuführen. Damit lassen sich auch Ergänzungsstandorte für kleinere Ansiedlungen oder Verlagerungen bestehender Einzelhandelsbetriebe generieren.

Tabelle 15: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage im Kernort Wiesmoor zur Einstufung als Hauptzentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftlicher Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	Kuschnerus 2007: 82 f.	Innenstadt-, Ortszentren	Städtebaulich integrierte Lage innerhalb der Innenstadt Wiesmoors	✓
Verflechtungsbereich	Kuschnerus 2007: 82 f.	Größerer Einzugsbereich, gesamtes Stadtgebiet und regionalplanerisch zugeordneter Verflechtungsbereich	Gesamtstädtische Grundversorgungsfunktion für rund 13.760 Einwohner und mittlere Versorgungsfunktion für weitere 15.480 Einwohner	✓
ÖPNV-Anbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltestellen liegen vor (Bus)	✓
Struktur + Dichte Einzelhandel	Kuschnerus 2007: 82 f.	Breites Spektrum an Einzelhandelsangeboten, insbesondere zentrentypische und ggf. auch nahversorgungsrelevante Sortimente, Waren des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs	Angebote gleichmäßig verteilt auf alle Bedarfsstufen Magnetbetriebe: Kaufhaus, Supermarkt, Drogerie-, Textil-, Elektrofachmarkt, Bau- und Gartenmärkte	✓
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	Kuschnerus 2007: 82 f.	Breites Spektrum an Dienstleistungsangeboten	Ausreichende Anzahl und Dichte von Komplementärnutzungen vorhanden, die das Einzelhandelsangebot ergänzen und eigene Frequenzen erzeugen	✓
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/11 NE)	Ausstattung soll Versorgung auch perspektivisch sichern	Mittelzentraler Versorgungsauftrag wird wahrgenommen, hohe Attraktivität und Kundenbindung	✓

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017



4.3 Wiesmoorer Sortimentsliste

Die Ableitung einer ortstypischen Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung anerkannt und wird auch im Rahmen des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Aurich empfohlen. Es ist zu klären, welche Sortimente für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Wiesmoor eine hohe Bedeutung übernehmen und bei Ansiedlungen außerhalb dieser Standortlagen negative Auswirkungen auslösen können. Erst mit Vorliegen einer solchen spezifischen „Wiesmoorer Liste“ kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren über zulässige, begrenzt zulässige oder unzulässige Vorhaben entschieden werden.

Im vorliegenden Entwurf des Regionalen Raumordnungsprogramms hat der Landkreis Aurich eine Differenzierung von nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Leitsortimenten als Beurteilungs- und Entscheidungshilfe für die Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen vorgelegt.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel
- Schreibwaren und Zeitschriften
- Blumen (Schnittblumen und kleine Gebinde)

Zentrenrelevante Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel
- Schreibwaren und Zeitschriften
- Blumen (Schnittblumen und kleine Gebinde)
- Bekleidung und Sportbekleidung
- Schuhe
- Uhren, Schmuck und Lederwaren
- Hausrat, Glas und Porzellan
- Bücher
- PC, Software und PC-Zubehör
- Unterhaltungselektronik

Nicht zentrenrelevante Sortimente

- Möbel
- Heimtextilien
- Tapeten und Teppiche
- Baumarktspezifische Sortimente
- Fahrräder
- Leuchten als Teil des Baumarktsortiments
- Blumen und Gartenzubehör
- Zoobedarf
- Elektrogroßgeräte (sog. Weiße Ware)
- Sportgroßgeräte
- Kfz-Handel und Autozubehör

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Waren des täglichen Bedarfs, die wohnungsnah angeboten werden sollen. Sie sind aufgrund ihrer Eigenschaften nahezu immer auch als zentrenrelevant einzustufen. Jedoch kommt diesen Sortimenten im Hinblick auf die Gewährleistung einer adäquaten wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge eine besondere Aufgabe zu.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie mit einem geringen Flächenanspruch in Relation zu ihrer Wertschöpfung verbunden sind, viele Besucher anziehen, häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und mehrheitlich ohne Pkw transportiert werden können (sog. Handtaschensortimente). Weiterhin tragen sie meist zu einem attraktiven Branchenmix bei und benötigen – sofern sie auf kleinteiliger Fläche angeboten werden – einen Frequenzbringer sowie weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Standortumfeld, um das notwendige Absatzpotenzial zu erreichen.

Eine andere Beschaffenheit weisen die nicht zentrenrelevanten Sortimente auf. Diese beanspruchen häufig große Flächen in Verbindung mit einer geringen Wertschöpfung, sodass eine Integration in Innenstädte (oder Stadtteilzentren) nicht möglich oder zumindest erschwert ist. In der Regel sind sie durch den Pkw-orientierten Einkauf geprägt und finden sich demnach an verkehrlich gut erreichbaren Standorten, oft in Agglomerationen eingebunden an Fachmarktstandorten.

Tabelle 16: Verkaufsflächenbedeutung der Sortimente im Hauptzentrum Wiesmoor

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²		Begründung der Zentrenrelevanz		
	Hauptzentrum Wiesmoor	Anteil an VK-Gesamtstadt in %	RROP 2015	Angebots-situation	zukünftige Steuerung
Nahversorgungsrelevante/Zentrenrelevante Sortimente					
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	7.525	93,9	X		
<i>Drogerie und Kosmetik</i>	845	94,9	X		
<i>Pharmazeutische Artikel</i>	180	100,0	X		
<i>Sanitätswaren, Orthopädie</i>	700	100,0	X		
<i>Optik, Hörgeräteakustik</i>	340	100,0	X		
<i>Blumen</i>	685	68,5	X		
<i>Tiernahrung und Zoobedarf</i>	545	98,2		X	
<i>Zeitschriften, Zeitungen</i>	95	82,6	X		
<i>Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel</i>	210	97,7	X		
<i>Bücher</i>	265	100,0	X		
<i>Bekleidung</i>	4.985	92,9	X		
<i>Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer</i>	1.585	99,4	X		
<i>Sportbekleidung, Sportschuhe</i>	920	100,0	X		
<i>Uhren, Schmuck</i>	370	88,1	X		
<i>Fahrräder und Zubehör (inkl. E-Bikes und Pedelecs)</i>	375	61,0		X	
<i>Musikalien, Freizeit, Spielwaren</i>	600	80,0		X	
<i>Kleinteilige Camping- und Sportgeräte</i>	35	100,0		X	
<i>Elektrokleingeräte für den Haushalt</i>	335	100,0		X	
<i>Leuchten, Lampen</i>	150	11,1			X
<i>Unterhaltungselektronik</i>	55	57,9	X		
<i>Bild- und Tonträger</i>	35	100,0		X	
<i>Computer und Zubehör, Telefone, Foto</i>	155	100,0	X		
<i>Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires</i>	2.840	69,8	X	X	
<i>Haus-, Heimtextilien, Gardinen und Zubehör sowie abgepasste Teppiche</i>	935	51,5		X	
<i>Kunst/Antiquitäten, Spiegel, Bilder, -rahmen</i>	130	66,7		X	
Nicht zentrenrelevante Sortimente					
<i>Großteilige Camping- und Sportgeräte</i>	5	100,0	-	-	-
<i>Elektrogroßgeräte für den Haushalt</i>	245	100,0	-	-	-
<i>Möbel, Küchen, Matratzen, Lattenroste</i>	1.065	6,5	-	-	-
<i>Bau- und Heimwerkerbedarf</i>	1.970	95,2	-	-	-
<i>Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden</i>	1.415	87,3	-	-	-
<i>Gartenbedarf</i>	2.115	94,2	-	-	-
<i>Autozubehör, Motorradbedarf (ohne Motorradkleidung)</i>	155	48,4	-	-	-
Summe	31.865	60,4			

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017



Die Definition der „Wiesmoorer Sortimentsliste“ berücksichtigt neben den regionalplanerischen Vorgaben, die aktuelle räumliche Angebotssituation und die Entwicklungsperspektive bzw. die Zielsetzungen zur Einzelhandelssteuerung von Sortimenten.

Bei der Abgrenzung der „Wiesmoorer Liste“ sind die bestehende räumliche Verteilung der Sortimente sowie die Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wiesmoor von Bedeutung. Zudem ist bei der Herleitung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zu berücksichtigen, dass sie nicht nur separat betrachtet und bewertet, sondern ggf. auch durch die Kopplung mit anderen Sortimenten begründet werden können. Des Weiteren sind planerische Überlegungen zur weiteren Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs in die Argumentation einzubeziehen. Somit können auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die derzeit noch nicht oder nur in geringem Maße im zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, wenn diese im Rahmen der Entwicklungsziele künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.

Folgende Sortimente werden aufgrund ihrer aktuellen oder künftigen zentrenprägenden Funktion zusätzlich als zentrenrelevant eingestuft:

- Tiernahrung und Zoobedarf
- Fahrräder und Zubehör (inkl. E-Bikes und Pedelecs)
- Musikalien, Freizeit, Spielwaren
- Kleinteilige Camping- und Sportgeräte
- Elektrokleingeräte für den Haushalt
- Bild- und Tonträger
- Leuchten und Lampen
- Haus- und Heimtextilien (inkl. Gardinen und Zubehör sowie abgepasste Teppiche)
- Wohnaccessoires
- Kunst/Antiquitäten, Spiegel, Bilder, -rahmen

Die höchsten Anteile an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche erreichen Innenstadtbetriebe in den Sortimenten Elektrokleingeräte, Bild-/Tonträger, Kleinteilige Camping-/Sportgeräte (jeweils 100 %) sowie Tiernahrung/Zoobedarf (rd. 91 %). Ebenfalls mit Flächenanteilen über 50 % übernimmt der Standort Hauptzentrum in den Sortimenten Fahrräder/Zubehör, Musikalien/Freizeit/Spielwaren, Haus- und Heimtextilien und Kunst/Antiquitäten/Spiegel/Bilder/-rahmen eine besondere Bedeutung für die Versorgung im Stadtgebiet.

Eine besondere Situation ergibt sich für das Sortiment Leuchten/Lampen. Dieses Sortiment wird derzeit überwiegend auf Verkaufsflächen außerhalb des Hauptzentrums zur Verfügung gestellt, sollte jedoch aufgrund der engen Verbundenheit mit anderen Einrichtungssortimenten innerhalb des Hauptzentrums angeboten werden. Es trägt bereits heute zur Attraktivität des zentralen Versorgungsbereichs bei und wird zudem als tendenziell kleinteiliges Sortiment regelmäßig in den ortstypischen Sortimentslisten als „zentrenrelevant“ bewertet. Zudem handelt es sich bei diesem Sortiment um ein Angebot, das häufig als Randsortiment bei Möbel- und Baufachmärkten an dezentralen Standortlagen vertrieben wird.

Tabelle 17: Wiesmoorer Sortimentsliste

Warengruppe	zentren-/nahversorgungsrelevante Einzelhandelsortimente	nicht zentren-/nahversorgungsrelevante Einzelhandelsortimente (nicht abschließend)
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie und Kosmetik pharmazeutische Artikel Sanitätswaren, Orthopädie Optik, Hörgeräteakustik	
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	Blumen Tiernahrung und Zoobedarf	Freilandpflanzen, Sämereien/Düngemittel
Bücher, Spiel, und Schreibwaren	Zeitschriften, Zeitungen Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel Bücher	Bürobedarf/Organisationsartikel (mit gewerblicher Ausrichtung)
Bekleidung, Schuhe, Sport	Bekleidung Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer Sportbekleidung, Sportschuhe Uhren, Schmuck	
Sport, Freizeit, Spiel	Kleinteilige Camping- und Sportgeräte Spielwaren Fahrräder und Zubehör (inkl. E-Bikes und Pedelecs) Sonst. Freizeitbedarf (z. B. Bastelartikel, Münzen/Briefmarken, Handarbeitswaren, Modellbau) Musikalien	Großteilige Camping- und Sportgeräte
Elektrowaren	Elektrokleingeräte für den Haushalt Unterhaltungselektronik Bild- und Tonträger Telefone Computer und Zubehör Foto Leuchten, Lampen	Elektrogroßgeräte für den Haushalt
Hausrat, Möbel, Einrichtungen	Glas, Porzellan, Keramik (GPK) Hausrat Kunst/Antiquitäten, Spiegel, Bilder, -rahmen Wohnaccessoires Haus- und Heimtextilien (inkl. Gardinen und Zubehör sowie abgepasste Teppiche)	Möbel, Küchen, Matratzen und Lattenroste
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör		Bau- und Heimwerkerbedarf, Tapeten, Bodenbeläge, Teppichböden Gartenbedarf Autozubehör, Motorradbedarf (ohne Motorradbekleidung)

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017



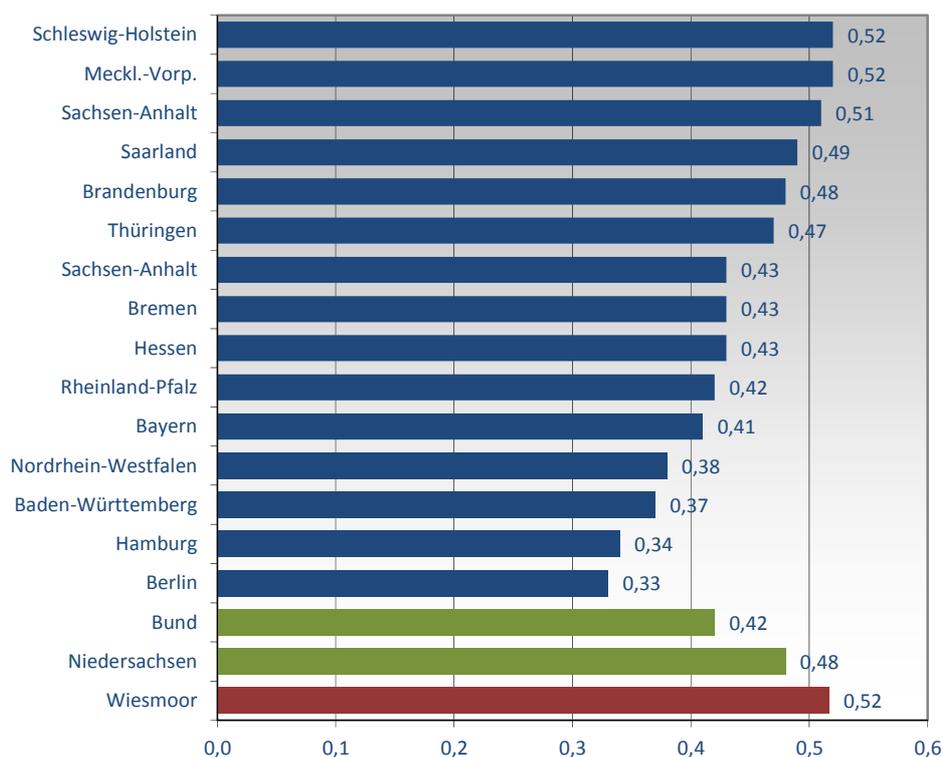
5 Nahversorgungssituation

Die Zielsetzung einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung rückt speziell durch den demografischen Wandel stärker in den Vordergrund. Unter „Nahversorgung“ wird dabei die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden. Zur Grund- und Nahversorgung zählen in erster Linie Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel einschließlich der Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) sowie Einzelhandelsbetriebe mit Drogerie- und Kosmetikwaren.

Die Nahversorgung umfasst im weiteren Sinne auch Dienstleistungen des täglichen Bedarfs wie Postdienste, Geldinstitute und Gastronomieangebote und ist ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe. Ihre Sicherstellung gewährleistet die im Grundgesetz geforderte „Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“. Das Wegbrechen von Versorgungsstrukturen geht daher mit einem Verlust an Wohn- und Lebensqualität einher.

Die Bewertung der Nahversorgungsqualität einer Kommune konzentriert sich im Rahmen der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auf die Lebensmittelbranche.

Abbildung 23: Verkaufsflächen in Supermärkten und Discountern >400 m² je Einwohner



Quelle: Daten: bulwiengesa AG 2015 und eigene Ergänzung 2017, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017

Betrachtet man zunächst die Verkaufsflächenausstattung von Lebensmittel-SB-Betrieben mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche im Verhältnis zur Einwohnerzahl, so ergibt sich für die Stadt Wiesmoor eine überdurchschnittliche Versorgungskennziffer, die auf dem Niveau des durch den ländlichen Raum geprägten Bundeslandes Schleswig-Holstein liegt. Jedem Einwohner stehen rechnerisch 0,52 m²

Verkaufsfläche in Lebensmittelbetrieben mit mehr als 400 m² Verkaufsfläche zur Verfügung.

Dieser Wert liegt über dem durch die bulwiengesa AG im Jahr 2015 ermittelten Durchschnittswert des Bundesgebiets sowie über dem des Bundeslandes Niedersachsen (ca. 0,48 m²/Einwohner).

Dieser statistische Wert ermöglicht aber noch keine abschließende Bewertung der Nahversorgungssituation in Wiesmoor. Hierzu ist vielmehr das Standortnetz der Supermärkte und Discounter zu ermitteln und schlussfolgernd festzustellen, welche Wohnstandorte nicht über eine adäquate Nahversorgung verfügen.

In Abbildung 24 sind alle Lebensmittel-SB-Betriebe der Stadt Wiesmoor räumlich verortet. Für jeden Betrieb wurde das Kriterium „fußläufige Erreichbarkeit“ mit einem Radius von ca. 1.000 m als zumutbare fußläufige Entfernung definiert; dies entspricht ca. 10 Gehminuten. Damit wird den Vorgaben des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen 2017 gefolgt, das eine maximale Ausdehnung von 1.000 Metern als fußläufigen Einzugsbereich festlegt. Der tatsächliche Zeitaufwand hängt dabei auch vom Alter, dem gesundheitlichen Zustand der Kunden sowie den tatsächlichen Wegebeziehungen und der Topographie des Gebiets ab. Mit Blick auf die Karte wird deutlich, dass

- die fußläufigen Einzugsbereiche der Lebensmittel-SB-Betriebe im Hauptzentrum Wiesmoor starke Überschneidungen mit den Einzugsbereichen der benachbarten Lebensmittel-SB-Betriebe aufweisen,
- nicht alle Wiesmoorer Wohnstandorte über eine adäquate (innerhalb von 1.000 m erreichbare Lebensmittel-SB-Betriebe) fußläufige Nahversorgung verfügen.

Umfassende und übergeordnete Nahversorgungsfunktionen übernehmen die Lebensmittel-SB-Betriebe im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich, die durch weitere nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ergänzt werden und insofern ein meist umfassendes Angebot für den täglichen Bedarf bereitstellen. Dies sind im Hauptzentrum Wiesmoor die Lebensmittel-SB-Betriebe der Firmen Edeka, Combi, Lidl, Netto und Aldi. Ihnen kommt eine hohe Bedeutung für die Grundversorgung im Wiesmoorer Stadtgebiet zu. Dies kann anhand des Versorgungsgrads der Einwohner innerhalb der definierten Versorgungsradien dargestellt werden (vgl. Tabelle 18).

Tabelle 18: Versorgungsgrad der Wohnbevölkerung

Ortsteil	Einwohner	davon versorgt
Wiesmoor und Wiesederfehn	12.019	53,1 %
übriges Stadtgebiet	1.741	0,0 %
Gesamtstadt	13.760	46,0 %

Anm.: Die Auszählung der Einwohner erfolgte auf Basis des Einwohnermelderegisters der Stadt Wiesmoor mit dem Stand vom 30.06.2017. Die erfassten Einwohner weichen von der offiziellen Einwohnerzahl des Bundeslandes Niedersachsen (13.010 Einwohner für die Stadt Wiesmoor auf Basis der Fortschreibung des Zensus 2011) und somit von den für die Berechnung des Konzepts maßgeblichen Einwohnern ab.

Quelle: Stadt Wiesmoor, Stand 30.06.2017

Auch über die zentralen Versorgungsbereiche hinaus können Lebensmittel-SB-Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten und sind dann auch in ihrer Weiterführung zu schützen. Im Stadtgebiet Wiesmoor konnte jedoch kein Lebensmittel-SB-Betrieb außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs erfasst werden.

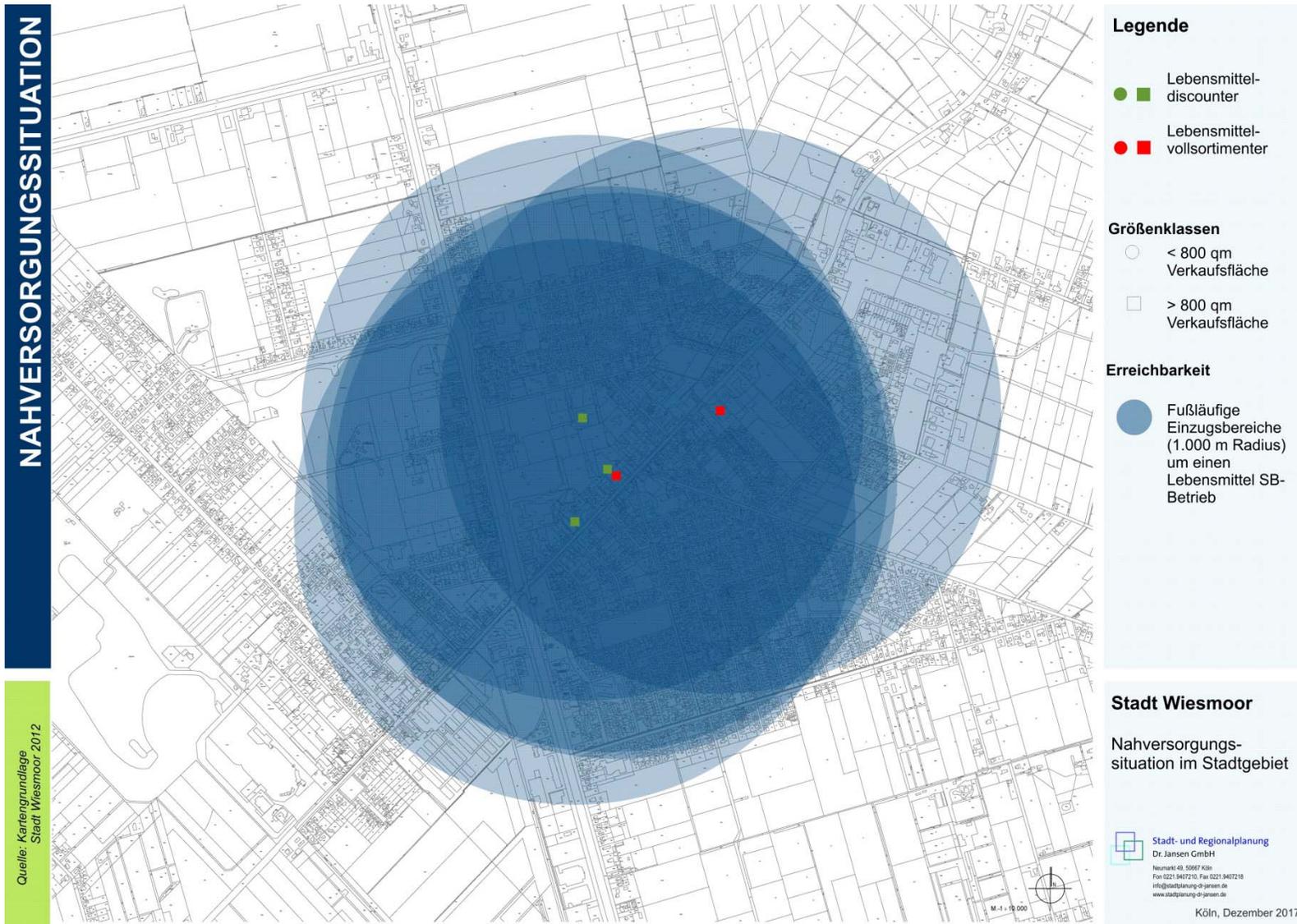
Tabelle 19: Nahversorgungsbetriebe im Hauptzentrum Wiesmoor

Betriebsname	Betriebstyp	Lage	Größe
Lidl	Discounter	ZVB	1.100 m ²
Combi	Supermarkt	ZVB	2.450 m ²
Aldi	Discounter	ZVB	850 m ²
Edeka	Supermarkt	ZVB	2.400 m ²
Netto	Discounter	ZVB	810 m ²

Quelle: Bestandserhebung Mai 2017 Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH



Abbildung 24: Fußläufige Lebensmittelversorgung im Stadtgebiet



Quelle: Kartengrundlage: ALK Stadt Wiesmoor 2012, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2017

Standorte, die der wohnungsnahen Versorgung dienen, sind insbesondere dann im Hinblick auf ihre Weiterführung zu unterstützen, wenn sie einerseits eine hohe Bevölkerungszahl innerhalb des Radius von 1.000 m aufweisen und zudem Siedlungsbereiche abdecken, die nicht den Einzugsbereichen der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der dort ansässigen Lebensmittelmagetbetriebe zuzuordnen sind. Grundsätzlich werden auch diese wohnungsnahen Standorte im Baurecht beachtet bzw. unter Schutz gestellt.

So können grundsätzlich auch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment neben Standorten innerhalb zentraler Versorgungsbereiche solche Standorte belegen, die zentrale Versorgungsbereiche nicht beeinträchtigen und einer Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung dienen.

Die nicht siedlungsintegrierten Standorte hingegen sind nicht durch das Baurecht geschützt. Einzelhandelsbetriebe an diesen Standorten können insofern Bestandsschutz geltend machen, haben jedoch i. d. R. keine Erweiterungsmöglichkeit. Weitere Ansiedlungen sind planerisch nicht erwünscht.

Wenn sich die fußläufigen Einzugsbereiche der Lebensmittel-SB-Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen mit den Einzugsbereichen der Magnetbetriebe von zentralen Versorgungsbereichen überschneiden, geht von diesen Betrieben zwar unter Umständen eine verbesserte fußläufige Versorgungsqualität aus; sie beeinträchtigen aber auch die Marktbedeutung der Lebensmittelmagetbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen und gefährden damit deren Funktionsfähigkeit. Da das Ziel der Stärkung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche höher bewertet werden sollte als eine flächendeckende Grundversorgung, die mit starken Wettbewerbseffekten einhergeht, sodass eine Steuerung perspektivisch kaum möglich ist, sollten die Lebensmittel-SB-Betriebe mit überschneidenden Einzugsbereichen in ihrem Bestand gesichert sein, ohne erweitern zu können.

Im Wiesmoorer Stadtgebiet existiert kein Anbieter, der in Ergänzung der in zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Lebensmittel-SB-Betriebe wichtige Aufgaben der wohnungsnahen Versorgung übernimmt. Alle Lebensmittel-SB-Betriebe des Wiesmoorer Stadtgebiets befinden sich innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Tabelle 19).

Folgende Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen gelten für die räumliche Steuerung von Lebensmittel-SB-Betrieben bezüglich der Verfolgung der Zielsetzung einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung:

Baurechtlich schützenswert sind nur die Lebensmittel-SB-Betriebe, die zur Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche beitragen oder alleinverantwortlich die wohnungsnahen Versorgung eines bestimmten Einzugsbereichs übernehmen. Für diese Betriebe kommen grundsätzlich auch Verkaufsflächenerweiterungen (z. B. zur Bestandssicherung) in Betracht.

Ansiedlungen von Lebensmittel-SB-Betrieben außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen sollten nur noch an siedlungsintegrierten Standorten forciert werden, die derzeit über keine adäquate Versorgung verfügen und keine Wettbewerbsintensivierung für die zentralen Versorgungsbereiche hervorrufen. In der Stadt Wiesmoor konnte zum Zeitpunkt der Projektbearbeitung keine Fläche außerhalb zentraler Versorgungsbereiche identifiziert werden, die die Tragfähigkeit eines Lebensmittel-SB-Betriebs sicherstellt und so die Ansiedlung unter dem Aspekt der Nahversorgung rechtfertigt.

In den Stadtteilen Hinrichsfehn und Voßbarg befinden sich kleine Nahversorger, die ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten. Da es sich bei diesen Märkten jedoch um Lebensmittelgeschäfte mit begrenztem Angebot handelt, werden diese den größeren Betriebstypen im Hinblick auf ihre Versorgungsaufgabe nicht gleichgesetzt.

6 Sonstige Standorte

In den vorherigen Kapiteln wurden zunächst die Einzelhandelsstandorte thematisiert, die für eine Qualifizierung als zentrale Versorgungsbereiche empfohlen werden, anschließend erfolgte eine Kategorisierung aller Lebensmittel-SB-Betriebe im Stadtgebiet Wiesmoor im Hinblick auf ihren Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung.

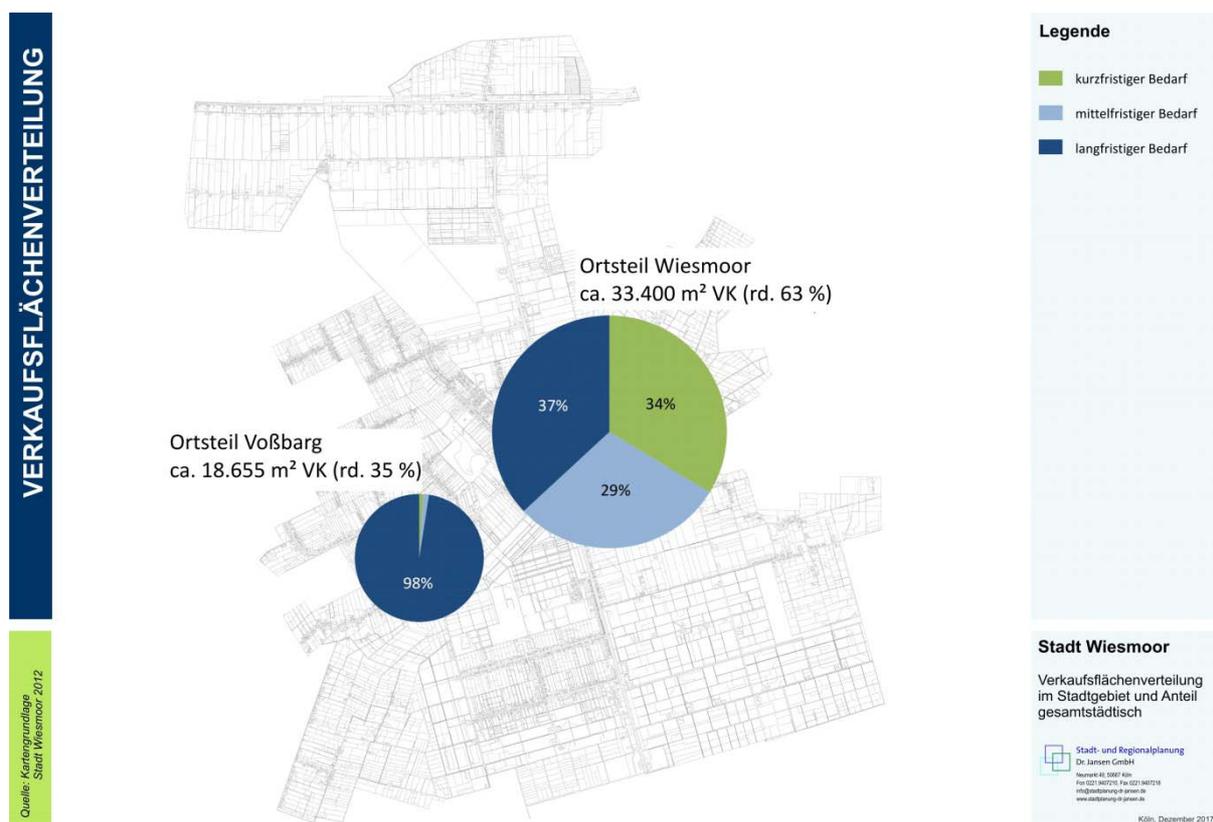
Nachfolgend werden nun die übrigen Wiesmoorer Handelsstandorte in die Betrachtung einbezogen. Dabei sind die Einzelhandelsstandorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer

Betriebsanzahl und -zusammensetzung, der Sortimentsstruktur und der spezifischen Standortrahmenbedingungen zu unterscheiden. Zu differenzieren sind

- die durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten geprägte Einzelhandelsagglomeration „Haupt-/Kanalstraße II“ (Stadtteil Voßbarg),
- und schließlich die sonstigen Solitär-/Streustandorte des Einzelhandels.

Die Verkaufsflächenstruktur und die Verortung der Einzelhandelslagen sind der folgenden Abbildung zu entnehmen.

Abbildung 25: Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Mai 2017 und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

6.1 Standort „Haupt-/Kanalstraße II“

Nachdem der zentrale Versorgungsbereich sowie die fußläufigen Nahversorgungsangebote in der Stadt Wiesmoor beschrieben wurden, ist auf den Standort eines Möbel- und Einrichtungshauses in der Ortsmitte von Voßbarg hinzuweisen. Er befindet sich an der Haupt-/Kanalstraße I, ca. 2 km südwestlich des Hauptzentrums Wiesmoor und übernimmt

eine zweigeteilte Versorgungsaufgabe. Die Erreichbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr ist über die Hauptstraße bzw. die B 436 als gut zu bewerten.

Insgesamt sind am Standort „Haupt-/Kanalstraße II“ sechs Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 18.655 m² angesiedelt. Größter

Anbieter sind der Möbelfachmarkt „Möbelhaus Buss“ mit etwa 17.590 m² sowie der Babyfachmarkt „BabyOne“ mit ca. 800 m² Verkaufsfläche.

Aufgrund des spezialisierten Einzelhandelsangebots am Standort, das im Kern durch das Sortiment Möbel und Küchen geprägt wird, bestehen nur begrenzte Wettbewerbswirkungen mit dem innerstädtischen Hauptgeschäftszentrum. Gleichwohl belegt das Möbelhaus einen Teil seiner Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten, welche durchaus im Wettbewerb mit den Angeboten des Hauptzentrums Wiesmoor stehen. Mit ca. 2.670 m² Verkaufsfläche (dies entspricht ca. 15 % der gesamten Verkaufsfläche des Möbelhauses) wird auch eine im Vergleich zur Ausstattung des Hauptzentrums mit diesen Sortimenten beachtliche Größenordnung erreicht.

Auch der in den vergangenen Jahren angesiedelte Babyfachmarkt „BabyOne“, der Teilflächen des Möbelhauses im Erdgeschoss übernommen hat, trägt zum Bedeutungszuwachs zentrenrelevanter Sortimente am Standort und einer verschärften Wettbewerbswirkung mit dem Hauptzentrum bei. Mit zentrenrelevanten Angeboten in den Sortimenten Babybekleidung und Spielwaren, die im Hauptzentrum der Stadt Wiesmoor derzeit nur im begrenzten Umfang angeboten werden, werden interessierte Kunden primär auf einen Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gelenkt.

Ein innerhalb des Möbelhauses ansässiger Bäckereibetrieb verfügt zwar über ein nahversorgungsrelevantes Sortiment, dient jedoch primär als gastronomisches Angebot für die Kunden des Möbelhauses. Im Umfeld des Möbelhauses ist darüber hinaus eine Reihe von kleinflächigen Nahversorgungsbetrieben angesiedelt. Die Anbieter sind ein Lebensmittelgeschäft der Fa. „Nah & Gut“ und zwei Bäckereifachbetriebe, die der wohnungsnahen Grundversorgung der Einwohner im Ortsteil Voßbarg dienen.

Zukünftig sollten nach den Vorgaben von LROP und RROP an diesem Standort keine Erweiterungen oder Ansiedlungen erfolgen, da der Standort außerhalb

des zentralen Siedlungsgebiets liegt und demnach mit dem Konzentrationsgebot nicht vereinbar ist. Gleichwohl kann geltend gemacht werden, dass es sich um einen etablierten Betrieb und Standort handelt, der derzeit eine hohe Bedeutung für die Sortimentsbezogene Versorgung der Region übernimmt. Sofern Planungen zu maßvollen Erweiterungen des Bestandsbetriebes in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorliegen, sollten diese im Rahmen einer vorhabenbezogenen Prüfung im Hinblick auf ihre Verträglichkeit betrachtet werden.

6.2 Sonstige Solitär-/Streustandorte

Innerhalb des übrigen Stadtgebiets befinden sich weitere Einzelhandelsbetriebe mit Standorten außerhalb der bisher dargestellten Einzelhandelslagen. Die Betriebe vereinen insgesamt rd. 740 m² Verkaufsfläche und belegen einen Anteil von rd. 1,4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Der größte solitär gelegene Anbieter ist ein auf Pelz- und Lederwaren spezialisiertes Bekleidungsgeschäft im Ortsteil Hinrichsfehn. Darüber hinaus ist in dem Ortsteil ein kleiner Nahversorgungsbetrieb der Fa. Spar angesiedelt. Beide Anbieter belegen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 510 m², befinden sich jedoch an unterschiedlichen Standorten im Ortsteil.

Im Ortsteil Wilhelmsfehn II sind insgesamt drei Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 170 m² angesiedelt. Größter Anbieter ist ein Kiosk, der im Eingang des Camping- und Bungalowparks Ottermeer einen Standort bezogen hat. Sein Angebot ist entsprechend auf die Grundversorgung der Besucher ausgerichtet. Entlang der Verkehrsachse „Hauptwieke II“ des Ortsteils Wilhelmsfehn mit der Gemeinde Großefehn sind zwei Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, deren Angebotschwerpunkte in den Sortimenten Blumen bzw. Möbel liegen.

Auf die übrigen Ortsteile verteilen sich insgesamt ca. 60 m² Verkaufsfläche. Ihr Angebotschwerpunkt liegt im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.



7 Ziele der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung

7.1 Übergeordnete Zielsetzungen

Grundvoraussetzung für eine räumliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung ist die Formulierung allgemeingültiger Ziele für die Stadt Wiesmoor. Nur unter konsequenter Einhaltung dieser Ziele bei zukünftigen Entscheidungs- und Genehmigungsprozessen kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in Wiesmoor gelingen. Konsequente Entscheidungen schaffen Investitionssicherheit für Investoren und Betreiber. Daher sollten die nachfolgenden Ziele vom Rat der Stadt Wiesmoor beschlossen werden, um die darauf aufbauende bauleitplanerische und genehmigungsrelevante Steuerung zu legitimieren.

Die Stadt Wiesmoor könnte mit der Zuweisung der mittelzentralen Teilfunktion Einzelhandel die Möglichkeit erhalten, die Perspektiven der Bestandsbetriebe zu verbessern. Maßvolle und am Wettbewerb der im Kongruenzraum befindlichen Anbieter ausgerichtete Angebotsweiterungen und -ergänzungen würden dadurch möglich und sollten auf den wichtigsten Standortbereich, das Hauptzentrum, gelenkt werden. Denn für die Erfüllung des städtebaulichen Ziels, im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB zentrale Versorgungsbereiche zu entwickeln und zu erhalten, übernimmt das Wiesmoorer Hauptzentrum als einziger zentraler Versorgungsbereich der Stadt eine übergeordnete Rolle. Dabei gilt es, in der nächsten Phase der Weiterentwicklung des Hauptzentrums weniger eine quantitative Perspektive als vielmehr eine qualitative Verbesserung und Aufwertung, insbesondere unter städtebaulichen Aspekten, zu verfolgen.

Um die Entwicklungschancen des Wiesmoorer Einzelhandels auf den Stadtkern zu lenken, sollten dort auch künftig schwerpunktmäßig die Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment angesiedelt werden. Auch Betriebe unterhalb der Großflächigkeit sind hier zu konzentrieren, um einerseits den Ausbau dieses zentralen Versorgungsbereichs zu unterstreichen und andererseits Synergieeffekte für die dort ansässigen Betriebe zu optimieren.

Neben dem Erhalt eines vitalen Stadtkerns ist es Ziel, eine möglichst flächendeckende wohnungsnah Grundversorgung, insbesondere mit Nahrungs- und Genussmitteln, zu ermöglichen, auch unter dem Gesichtspunkt der demografischen Entwicklung. Diese Absicht umfasst die Verbesserung des Nahversorgungsangebots an integrierten Lagen in Wohnquartieren. Aufgrund der Siedlungsstruktur der Stadt Wiesmoor wird die für die Tragfähigkeit zeitgemäßer Lebensmittel-SB-Betriebe erforderliche Einwohnerzahl in vielen Siedlungsbereichen nicht erreicht. Bestehende kleinteilige Anbieter sollten daher erhalten und ggf. alternative Versorgungskonzepte geprüft werden, um dieses Ziel umzusetzen.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs nicht zwingend erforderlich und in vielen Stadt- und Ortskernen auch nicht verträglich unterzubringen, da sie einen hohen Flächenbedarf und teilweise erheblichen Verkehr erzeugen. Daher können diese Vorhaben grundsätzlich auch außerhalb der Zentren angesiedelt werden. Allerdings sind bereits – mit Ausnahme des Möbelhauses – viele wichtige Anbieter auch von nicht zentrenrelevanten Sortimenten in Randlage des Hauptzentrums Wiesmoor vertreten, sodass es unter dem Aspekt des Nutzens von Koppelungseffekten sinnvoll wäre, dort auch weitere Ansiedlungen und Erweiterungen vorzunehmen. Grundsätzlich sind nach LROP Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig, solange sie sich innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets an verkehrsgünstigen Lagen befinden. Für den Standort Möbel Buss in Voßbarg greift diese Vorgabe nicht. Veränderungen an diesem Standort sind daher nach derzeitigem Planungsstand nicht möglich, da die neuen niedersächsischen Vorgaben außerhalb des zentralen Siedlungsgebiets keine Ansiedlungs- und Erweiterungsmöglichkeiten für großflächige Einzelhandelsbetriebe ermöglichen. Dies dürfte die Wettbewerbsfähigkeit dieses Standorts perspektivisch einschränken und steht u. U. auch dem Ziel entgegen, die Versorgung der Bevölkerung in der Region mit dem heute dort geführten, nicht zentrenrelevanten Kernsortiment zu sichern. Im Fall einer von Möbel Buss gewünschten Erweiterung würde daher die Erstellung einer

Wirkungsanalyse zum Aufzeigen der handelswirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Konsequenzen und die Abstimmung des Vorhabens im Rahmen eines Zielabweichungsverfahrens erforderlich.

7.2 Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung

Die Formulierung von Zielvorstellungen und strategischen Ausrichtungen für die Stadt Wiesmoor ist Grundlage für die weitere funktionale und räumliche Entwicklung des Einzelhandels und damit für die Standort- und Zentrenkonzeption sowie deren Umsetzung. Um das Instrumentarium u. a. des § 9 Abs. 2a BauGB erfolgreich einsetzen zu können, wurden folgende Schritte erarbeitet:

Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in der Stadt Wiesmoor ist nicht nur unter Einzelhandelsaspekten, sondern auch unter Berücksichtigung der komplementären Dienstleistungsangebote/Infrastruktur, der städtebaulichen Situationen und den Zielen sowie der Entwicklungspotenziale erfolgt.

Die „Wiesmoorer Liste“ mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, die vorrangig im Hauptzentrum der Stadt Wiesmoor angeboten werden, wurde erstellt.

Die Ziele für die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet, insbesondere für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wiesmoor und die Stärkung der wohnungsnahen Versorgung, wurden formuliert.

Aufbauend auf diesen Arbeitsgrundlagen sollte die systematische Umsetzung des Konzepts erfolgen. Hierzu zählen:

- Erhalt und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Wiesmoor in handelswirtschaftlicher, nutzungsstruktureller und städtebaulicher Hinsicht, um die gewünschte Konzentration zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente zu erzielen
- Einsatz des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums zur Steuerung unerwünschter Entwicklungen im Stadtgebiet
- Beobachtung der Einzelhandelsentwicklung und Einzelhandelsplanungen im Umland sowie die Nutzung der dabei gegebenen Einflussmöglichkeiten

Der Handlungsbedarf im zentralen Versorgungsbereich wurde dargestellt. Darauf aufbauend sind im Folgenden Bereiche zu definieren, in denen Steuerungsbedarf aufgrund akuter Ansiedlungswünsche oder eines perspektivischen Handlungsdrucks gegeben ist.

Die Bebauungspläne der Standortbereiche, die als potenziell gefährdend einzustufen sind, sollten auf ihre einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten überprüft werden. Insbesondere Bereiche mit GE-Festsetzungen und BauNVO vor 1990 sollten möglichst kurzfristig im vereinfachten Verfahren auf die aktuelle BauNVO umgestellt werden.

In Gewerbegebieten sollte grundsätzlich von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden, um keine bodenrechtlichen Spannungen hervorzurufen. Die Skala der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten reicht vom völligen Ausschluss über die ausnahmsweise Zulässigkeit zur Versorgung der dort Beschäftigten (Kiosk oder Tankstellenshop) bis zur Zulässigkeit räumlich und funktional untergeordneten Einzelhandels.

Unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB, die einem potenziellen Ansiedlungsdruck aufgrund ihrer Lage oder wegen des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands unterliegen, sollten auf planerischen Handlungsbedarf, insbesondere bei Ansiedlungsvorhaben und die Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen des § 9 Abs. 2a BauGB, überprüft werden.

Zu empfehlen ist dabei der vollständige Ausschluss nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs in den Standortlagen, die durch hohen Ansiedlungsdruck geprägt sind. Hierzu zählen grundsätzlich Standorte an den Einfallstraßen.

7.3 Ansiedlungsleitlinien

Mit der Definition von Ansiedlungsleitlinien sowie einer zugehörigen Matrix soll der Stadt Wiesmoor ein Leitfaden zur Verfügung gestellt werden, um die Zentrenentwicklung der Stadt durch eine strategische Standortplanung des Einzelhandels zu unterstützen. Über die Ansiedlungsleitlinien kann die Eignung eines Standorts für ein Vorhaben unter Berücksichtigung gesamtstädtischer Entwicklungs-



ziele abgeleitet werden. Für Erweiterungsvorhaben gelten die Leitlinien analog, bei bestehenden Betrieben ist grundsätzlich auf Bestandsschutz hinzuweisen.

- 1.) Insbesondere großflächige Einzelhandelsbetriebe mit **nahversorgungsrelevantem Kernsortiment** sollen weiterhin auf Standorte innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs konzentriert werden, die sich innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets und bevorzugt im Versorgungskern der Stadt Wiesmoor befinden. Dabei ist die Dimensionierung der Vorhaben der Versorgungsbedeutung anzupassen. Ausnahmsweise kann auch die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs mit Nahrungs- und Genussmitteln außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgen, sofern ein Beitrag zur Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung geleistet wird. Hinweise hierfür liegen vor, wenn
 - der Standort eine städtebaulich integrierte Lage aufweist und sich innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets befindet,
 - sich innerhalb eines fußläufigen Einzugsbereichs von 1.000 Metern, bzw. 10 Gehminuten, ein maßgeblicher Anteil an Wohnbebauung befindet, der zur Tragfähigkeit des Betriebs beiträgt,
 - keine Überschneidung der Verflechtungsbereiche mit einem zentralen Versorgungsbereich vorliegt.
- 2.) Einzelhandelsbetriebe mit **zentrenrelevantem Kernsortiment** sollen grundsätzlich auf den zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden, insbesondere gilt dies für großflächige

Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. Die Landesplanung sieht für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Kernsortimenten zwingend Standorte innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets und möglichst innerhalb des regionalplanerisch ausgewiesenen Versorgungskerns vor. Gerade in kleineren Kommunen ist auch für nicht großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Einzelhandelsnutzungen eine Konzentration auf das Hauptzentrum zu empfehlen, da nur so eine nachhaltige Stärkung und Stabilisierung dieser Versorgungslage langfristig erfolgen kann. Entsprechend sollte bei allen Ansiedlungsbegehren außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs geprüft werden, ob für das Vorhaben prinzipiell auch ein Standort innerhalb des Hauptzentrums in Frage kommen könnte. An allen anderen Standorten, sollte auf die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten zu Gunsten der Zentrenstärkung verzichtet werden.

- 3.) Auch für Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment wird unter der Zielsetzung der prioritären Zentrenentwicklung empfohlen, Standorte im zentralen Versorgungsbereich zu prüfen.

Aufgrund der Ausdehnung und verfügbaren Flächen wurden in der Vergangenheit auch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Hauptzentrum Wiesmoor angesiedelt. Weitere vergleichbare Flächenreserven bestehen jedoch nicht, sodass unter Berücksichtigung der landes- und regionalplanerischen Vorgaben ggf. auch in anderen Standortlagen des zentralen Siedlungsgebiets Ansiedlungsoptionen geprüft werden müssten.

Abbildung 26: Bewertungsmatrix für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen

Ansiedlungs- vorhaben	Verkaufsfläche	zentraler Versorgungsbereich Stadt Wiesmoor	außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	
		Hauptzentrum Wiesmoor*	nicht integrierte Lage, innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets	außerhalb des zentralen Siedlungsgebiets
mit nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	> 800 qm VK	M / LROP NS/ RROP	EHK	LROP NS/ RROP
	≤ 800 qm VK		EHK	LROP NS/ RROP
mit zentren- relevantem Kernsortiment	> 800 qm VK	M / LROP NS/ RROP	EHK	LROP NS/ RROP
	≤ 800 qm VK		EHK	LROP NS/ RROP
mit nicht zentren- relevantem Kernsortiment	> 800 qm VK	M / LROP NS/ RROP	M / LROP NS/ RROP	LROP NS/ RROP
	≤ 800 qm VK		M / LROP NS/ RROP	LROP NS/ RROP

Ansiedlung/ Erweiterung
ist möglich

M / LROP NS/ RROP Ansiedlung/ Erweiterung ist
grundsätzlich möglich, soweit durch
Einzelfallprüfung Maßstäblichkeit und
Vereinbarkeit mit den
landesplanerischen und
regionalplanerischen Vorgaben
gesichert ist

LROP NS/ RROP Ansiedlung/ Erweiterung ist nach
landes- und/oder
regionalplanerischen Vorgaben
nicht zulässig

EHK Ansiedlung/ Erweiterung ist planerisch
nicht erwünscht und sollte
ausgeschlossen werden

*Anm.: Ansiedlungen und Erweiterungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nur in den landes- und regionalplanerisch ausgewiesenen Flächen des zentralen Siedlungsgebiets

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2017



8 Zusammenfassung der Untersuchung

Die auf der Ebene des Regionalen Raumordnungsprogramms Landkreis Aurich geplante Zuweisung einer mittelzentralen Teilfunktion im Bereich Einzelhandel könnte die Rahmenbedingungen für den Einzelhandelsstandort Wiesmoor maßgeblich verändern. Mit den von der Landesplanung in der Neufassung des LROP vorgesehenen Kongruenzräumen setzen dessen Einwohner- und Kaufkraftpotenziale künftig den Rahmen der Einzelhandelsentwicklung im Segment des aperiodischen Bedarfs. Im periodischen Bedarf ist weiterhin das Stadtgebiet der maßgebliche Kongruenzraum. Als mittelzentral bedeutender Kongruenzraum wurden dabei ausgewählte Ortsteile der Nachbarkommunen Friedeburg, Großefehn und Uplengen benannt. Das Einverständnis dieser Kommunen mit der Aufwertung der Wiesmoorer Versorgungsfunktion wurde jedoch an die Bedingung geknüpft, bei Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen in Wiesmoor die vorhandenen bedeutsamen Anbieter des aperiodischen Bedarfs in den Nachbarkommunen keinesfalls zu gefährden, sodass das Maß der Beeinträchtigung in jedem Einzelfall besonders zu prüfen und zu begründen ist.

Vor dem Hintergrund dieser veränderten Vorgaben wurde die aktuelle Bestandssituation des Einzelhandels im Stadtgebiet aufgenommen und analysiert. Den Auftrag zur Fortschreibung des Vorläuferkonzepts aus dem Jahr 2007 hatte die Stadt Wiesmoor bereits im Jahr 2012 an Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH erteilt; seitdem wurde der stadtinterne und interkommunale Abstimmungsprozess um den Erhalt der mittelzentralen Teilfunktion geführt. Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die vorrangigen Ergebnisse der Bestandsanalyse und die Handlungsempfehlungen zusammengefasst:

Die im Jahr 2017 rund 13.000 Einwohner zählende Stadt Wiesmoor wird im Entwurf des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Aurich als Grundzentrum mit mittelzentraler Teilfunktion „Einzelhandel“ eingestuft. Wiesmoor ist in fünf Ortsteile zu differenzieren, die durch unterschiedliche Siedlungsmuster und -dichten geprägt sind. Den Einwohnerschwerpunkt bildet der Ortsteil

Wiesmoor. Das Stadtgebiet zeichnet sich durch eine disperse, ländliche Siedlungsstruktur aus. In den Ortsteilen der Nachbarkommunen Friedeburg, Großefehn und Uplengen, die dem Kongruenzraum künftig zugewiesen werden könnten, leben insgesamt ca. 15.480 Einwohner, sodass der gesamte Kongruenzraum für den Einzelhandel des aperiodischen Bedarfs rund 28.490 Einwohner umfasst. Den Einwohnern innerhalb des Kongruenzraums steht ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von insgesamt ca. 108,7 Mio. EUR zur Verfügung, davon werden rd. 69,8 Mio. EUR aus der Stadt Wiesmoor generiert.

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor umfasst aktuell insgesamt 100 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 52.795 m² und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 114,9 Mio. EUR (im Jahr 2016). Das größte flächenbezogene Angebot der Stadt wird durch die Warengruppe Möbel/Einrichtung bereitgestellt. Ebenfalls hohe Bedeutung haben die Warengruppen Nahrungs-/Genussmittel sowie Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör. Der Verkaufsflächenanteil des großflächigen Einzelhandels beträgt rund 77 % und ist somit im interkommunalen Vergleich überdurchschnittlich.

Der Einzelhandelsbestand im Jahr 2016 kann mit Daten aus den Jahren 2006 und 2013, dem Zeitpunkt der ersten Bestandserfassung für die Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Wiesmoor, verglichen werden. Dabei ist ein Rückgang der Betriebsanzahl bei einem gleichzeitigen leichten Verlust der Verkaufsfläche erkennbar. Die deutlichsten Veränderungen sind in den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs festzuhalten, da viele Verlagerungen von Betrieben und damit einhergehende Verkaufsflächenreduzierungen im Standortbereich Amarylsweg und östliche Hauptstraße stattgefunden haben.

Vor dem Hintergrund der derzeitigen Einzelhandelsausstattung und Marktposition in Wiesmoor und einer prognostizierten positiven Bevölkerungsentwicklung bis 2025 ergeben sich für den Wiesmoorer Einzelhandel geringe Entwicklungsspielräume. Der Ausbau der Verkaufsfläche sollte sich auch unter Berücksichtigung der übergeordneten Vorgaben auf das Hauptzentrum konzentrieren, das als einziger

zentraler Versorgungsbereich innerhalb des Stadtgebiets zur Festsetzung vorgeschlagen wird.

Die weitere Entwicklung und Steuerung des Wiesmoorer Einzelhandels sollte sich an folgenden Zielen orientieren:

- Stabilisierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion im aperiodischen Segment
- Stärkung und qualitative Aufwertung des Wiesmoorer Hauptzentrums
- Erhalt und ggf. Ausbau der wohnungsnahen Versorgung
- Vermeidung zentrenschädigender Einzelhandelsentwicklungen an sonstigen Standorten

Das vorliegende Konzept bildet den vorläufigen Abschluss eines über fünf Jahre andauernden Abstimmungsprozesses. In mehreren Terminen mit Stadtverwaltung und Politik der Stadt Wiesmoor wurden seit dem Jahr 2012 die Vorgehensweise, (Zwischen-) Ergebnisse und Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und -steuerung erörtert. Zudem wurde die Stadt bei Gesprächsterminen mit der Regionalplanung, der Einzelhandelskooperation Ost-Friesland sowie bei Stellungnahmen zum neuen Raumordnungsprogramm unterstützt. Teilfortschreibungen des Einzelhandelskonzepts, wie beispielsweise eine im Jahr 2014 durchgeführte Kundenwohnortenerhebung, wurden für die regionalplanerische Einstufung und Begründung des Kongruenzraums herangezogen. Ergebnis dieser intensiven Abstimmungs- und Beteiligungsphase ist die im Entwurf des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Aurich vorgesehene Zuweisung der mittelzentralen Teilfunktion Einzelhandel, die zum einen dem Status quo der Versorgungsbedeutung des Wiesmoorer Einzelhandels entspricht und zum anderen dem Einzelhandelsstandort Wiesmoor gewisse Entwicklungen ermöglichen könnte.

Zur Sicherung und Stärkung des städtebaulich integrierten Versorgungszentrums ist dabei eine konsequente bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung – insbesondere hinsichtlich der Standorte mit nahversorgungs- sowie zentrenrelevanten Sortimenten – erforderlich. So kommt der Reglementierung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs eine Schlüsselrolle für eine städtebaulich ausgerichtete Einzelhandels- und Standortentwicklung zu. Der Stadt Wiesmoor wird daher empfohlen, die Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs sowie die aktualisierte „Wiesmoorer Sortimentsliste“ gemeinsam mit den Zielen der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung zu beschließen und in der Bauleitplanung zu berücksichtigen. Gleichmaßen sollte die Umsetzung der Handlungsempfehlungen, speziell zur Stabilisierung des zentralen Versorgungsbereichs, konsequent verfolgt werden.



Abbildungen

Abbildung 1: Schritte der Aktualisierung und Abstimmung des Einzelhandelskonzepts seit 2012	6
Abbildung 2: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland (in Mrd. EUR und %)	15
Abbildung 3: Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 2006 – 2016* (in Mio. m ²)	16
Abbildung 4: Nettoumsatz, Marktanteil und jährliche Entwicklung des E-Commerce	17
Abbildung 5: Marktanteile und Wachstumsrate des E-Commerce nach Branchen	17
Abbildung 6: Top Ten des deutschen Textileinzelhandels (in Mio. EUR)	19
Abbildung 7: Lage der Stadt Wiesmoor im Raum und zentralörtliche Gliederung	23
Abbildung 8: Beschäftigtenstruktur im Vergleich (in %)	25
Abbildung 9: Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor nach Angebotsschwerpunkt (in %)	29
Abbildung 10: Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor	32
Abbildung 11: Kaufkraftbewegungen in der Stadt Wiesmoor im Überblick	37
Abbildung 12: Prognostizierte Bevölkerungsentwicklung im Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor	43
Abbildung 13: Erwartete Umsätze in 2025 (in Mio. EUR)	44
Abbildung 14: Funktionsprägende Einzelhandelsstrukturen im Kongruenzraum	47
Abbildung 15: Idealtypische Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums	51
Abbildung 16: Empfehlungen zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Wiesmoor im Einzelhandelskonzept 2007	53
Abbildung 17: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Wiesmoor nach Ratsbeschluss im Jahr 2008	54

Abbildung 18: Nutzungsstruktur und Abgrenzung des Hauptzentrums Wiesmoor im Jahr 2017	56
Abbildung 19: Großflächiger Einzelhandel im Bereich Behrends	57
Abbildung 20: Haupteinkaufslage entlang der Hauptstraße im Hauptzentrum Wiesmoor	58
Abbildung 21: Westliche Innenstadt	58
Abbildung 22: Standort Amaryllisweg	58
Abbildung 23: Verkaufsflächen in Supermärkten und Discountern >400 m ² je Einwohner	67
Abbildung 24: Fußläufige Lebensmittelversorgung im Stadtgebiet	69
Abbildung 25: Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet	71
Abbildung 26: Bewertungsmatrix für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen	76



Tabellen

Tabelle 1: Sortimente, Warengruppe und Bedarfe	9
Tabelle 2: Einwohnerverteilung nach Ortsteilen	24
Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in Wiesmoor	24
Tabelle 4: Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor nach Angebotsschwerpunkt	27
Tabelle 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Wiesmoor	29
Tabelle 6: Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Wiesmoor	31
Tabelle 7: Kaufkraftpotenzial im Kongruenzraum der Stadt Wiesmoor im Jahr 2017	34
Tabelle 8: Zentralitätskennziffern nach Warengruppen	35
Tabelle 9: Kaufkraftbewegungen nach Branchen	39
Tabelle 10: Veränderungen der Wiesmoorer Einzelhandelsausstattung und -funktion	41
Tabelle 11: Veränderungen in der Verkaufsflächenausstattung in m ²	41
Tabelle 12: Modellrechnung zur Verkaufsflächenentwicklung bis 2025	46
Tabelle 13: Ausstattung des Hauptzentrums Wiesmoor mit Einzelhandelsbetrieben	59
Tabelle 14: Ausstattung des Hauptzentrums Wiesmoor mit Komplementärnutzungen	60
Tabelle 15: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage im Kernort Wiesmoor zur Einstufung als Hauptzentrum	62
Tabelle 16: Verkaufsflächenbedeutung der Sortimente im Hauptzentrum Wiesmoor	64
Tabelle 17: Wiesmoorer Sortimentsliste	66
Tabelle 18: Versorgungsgrad der Wohnbevölkerung	68
Tabelle 19: Nahversorgungsbetriebe im Hauptzentrum Wiesmoor	68