



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Edeka-Marktes in Cuxhaven-Altenbruch

AUFTRAGGEBER: HG Projektgesellschaft mbH,
Otterndorf

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Köln , den 27.10.2021

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



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

Büro Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek

Tel 0221 989438-0 / Fax 0221 989438-19
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im August 2020 erteilte die HG Projektgesellschaft mbH der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag, die beabsichtigte Erweiterung des Edeka-Marktes in Altenbruch zu bewerten.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch das Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Cuxhaven und im Umland ausgelöst werden und ob mögliche schädliche städtebauliche Effekte bzw. Funktionsstörungen resultieren können.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), der Stadt Cuxhaven, des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Im September 2020 wurden sämtliche Betriebe mit periodischen Sortimenten in Cuxhaven aufgenommen und bewertet.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Cuxhaven. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 27.10.2021
KST-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Daten zum Vorhaben	6
3.1 Definitionen der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	6
3.2 Allgemeine Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	7
3.3 Verkaufsflächen und Sortimente des Vorhabens	8
4. Makrostandort Cuxhaven	8
5. Mikrostandort im Stadtteil Altenbruch	12
II. Relevante Angebotssituation	16
1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme	16
2. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Altenbruch und angrenzenden Stadtteilen	16
3. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Otterndorf	17
III. Bewertung der raumordnerischen Ziele	18
1. Konzentrationsgebot	18
2. Integrationsgebot	18
3. Kongruenzgebot	19
3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Kaufkraft	19
3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
3.3 Umsatzprognose und Umsatzherkunft	21
3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes	21
4. Beeinträchtigungsverbot	22
4.1 Wettbewerbliche Wirkungen	22
4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	23
Verzeichnisse	24

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Edeka wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 844 m² zzgl. ca. 30 m² Bäcker Tiedemann am Standort Heerstraße / St.-Annen-Weg in Altenbruch betrieben. Dieser Markt soll auf eine benachbarte Fläche verlagert und auf eine Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² erweitert werden.

Der jetzige Edeka-Markt liegt im Geltungsbereich eines qualifizierten Bebauungsplanes (B-Plan Nr. 139 „Nördlich der Lottmannbrücke“), welcher ein eingeschränktes Gewerbegebiet vorsieht. Für den angrenzenden Standort ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit der Ausweisung als Sondergebiet vorgesehen. Mit der Stadt Cuxhaven wurde ein städtebaulicher Vertrag für die Erweiterung geschlossen. Für den Altstandort ist eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt nicht vorgesehen. Der Bebauungsplan soll dementsprechend geändert werden. Allerdings steht zum jetzigen Zeitpunkt nicht fest, mit welcher Nutzung der Standort nachbelegt werden kann.

Der Edeka-Markt übernimmt für Verbraucher aus dem Stadtteil Altenbruch (ca. 3.760 Einwohner) als einziger Nahversorger eine entsprechend wichtige Versorgungsfunktion. Mit der geplanten Verkaufsfläche von über 1.500 m² ist die Schwelle zur Großflächigkeit überschritten, so dass eine städtebauliche und raumordnerische Überprüfung erforderlich wird.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus: ¹

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Stadt und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Die Untersuchung erfolgt vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB, der BauNVO sowie der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Landesraumordnungsprogramm (LROP) 2017 zu bearbeiten.

3. Daten zum Vorhaben

3.1 Definitionen der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:²

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel³ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁴ führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

² Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, Seite 397.

³ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁴ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:

Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.

3.2 Allgemeine Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Seit Jahren optimieren nahezu alle wesentlichen Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel ihre Standortnetze, was mit einer Erweiterung der Verkaufsfläche einhergeht. Die Erweiterungen wurden und werden angestrebt, um

- // interne Prozesse, wie Warenlogistik, Auffüllen der Regale, zu optimieren,
- // Waren übersichtlicher und ansprechender zu präsentieren
- // ein bequemes Einkaufen, u. a. für gehandicapte Kunden durch niedrigere Regale, breitere Gänge, mehr Querungen, kürzere Laufwege zu ermöglichen,
- // mehr und größere Abstandsflächen für Kunden, u. a. in der Kassenzone, anzubieten
- // größere Eingangskoffer für einen ungehinderten Kundenlauf und einer bequemen Abgabe von Pfandflaschen zu ermöglichen.

Seitens der Betreiber werden die nachfolgend genannten Größen als marktgängig und zukunftsfähig angesehen. Die angegebenen Mindest-Einwohnerzahlen sind als idealtypische Größe zu verstehen, welche die jeweiligen Besonderheiten des Standortes bzw. der Lage, z. B. Umsatzanteile durch Touristen, nicht berücksichtigt. Zu beachten ist, dass i. d. R. bei jedem Discounter bzw. Supermarkt Umsätze mit Pendler und / oder mit Touristen (sog. Streumsätze) in unterschiedlicher Höhe erzielt werden.

Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen

mögliche / typische Angebotselemente	Mindest-Einwohnerzahl im Einzugsgebiet	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Supermarkt in sehr ländlich geprägten Räumen	4.000	1.500 – 1.700
Großer Supermarkt (z. B. familia, E-Center)	15.000	2.500
Supermarkt (z. B. Combi, Rewe, Edeka)	7.000	1.800
Netto Marken Discount	4.000	800 – 1.200
Aldi-Nord	8.000	1.200 – 1.400
Lidl	8.000	1.300 – 1.500

GMA-Standortforschung 2020

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel wird durch demographische Faktoren beeinflusst, wie die älter werdende Gesellschaft, heterogene Lebens- / Familienbilder und zunehmende Unterschiede⁵ zwischen ländlichen und urbanen Regionen. Auch der technologische Wandel wirkt sich im Lebensmitteleinzelhandel aus. So führt der Einsatz neuer Technologien zu ständigen Optimierungsprozessen, v. a. in der Warenlogistik und in der Warenbewirtschaftung. Hinsichtlich der Verkaufsflächengrößen, Sortimente etc. sind folgende Veränderungen zu erwarten:

- /// Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihr **Standortnetz** konsequent **optimieren** und **modernisieren**. Das beinhaltet v. a. den Neubau (green building) und die Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und vom jeweiligen Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.
- /// Grundsätzlich ziehen sich die Themen **Bio, regionale Produkte, internationale Produkte**, zunehmend auch **fair** gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten alle Betreiber diese Sortimente an. Gleichzeitig bildete sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ heraus.
- /// Strukturveränderungen werden sich durch **Onlinehandel** ergeben. Allerdings konzentrierte sich der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen). Über den gesamten Lebensmittelhandel machte dies noch nicht einmal einen Umsatzanteil von 1 % aus. Aktuell haben sich jedoch alle Händler dem Thema angenommen, wobei neben dem klassischen Onlinehandel mit Bring- bzw. Lieferservice (z. B. edeka24, rewe.de) dem Konzept des Drive-In-Modells tendenziell größere Erfolgchancen in Deutschland eingeräumt werden (z. B. Edeka, Rewe, Real). Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise sehr engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland, verschieben werden.

3.3 Verkaufsflächen und Sortimente des Vorhabens

Bei Edeka handelt es sich um einen Supermarkt, dessen Umsatzschwerpunkt auf den periodischen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Apothekerwaren, Tiernahrung, Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften) entfällt. Im Randsortiment werden nur wenige Sortimente wie z. B. Kleintextilien (Strümpfe), Kurzwaren, Geschenkartikel geführt. Die Verkaufsfläche der Randsortimente bezieht sich im jetzigen Edeka-Markt auf ca. 30 m². Seitens des Betreibers ist nicht vorgesehen, die Artikelzahlen in den Randsortimenten nach der Erweiterung auszubauen. Auch im Kernsortiment wird dieselbe Artikelzahl wie auf der jetzigen Bestandsfläche im Neubau geführt.

4. Makrostandort Cuxhaven

Das Mittelzentrum Cuxhaven zählt aktuell ca. 48.200 Einwohner, wobei in den letzten fünf Jahren die Einwohnerzahl etwas abnahm. Damit verzeichnete die Stadt Cuxhaven eine gegenläufige Entwicklung im Vergleich zum Landkreis Cuxhaven.

⁵ Vielfach gehören ländliche Regionen zu den sog. Entleerungsgebieten, während städtische Regionen von Zuwanderungsgewinnen profitieren.

Karte 1: Lage von Cuxhaven und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum

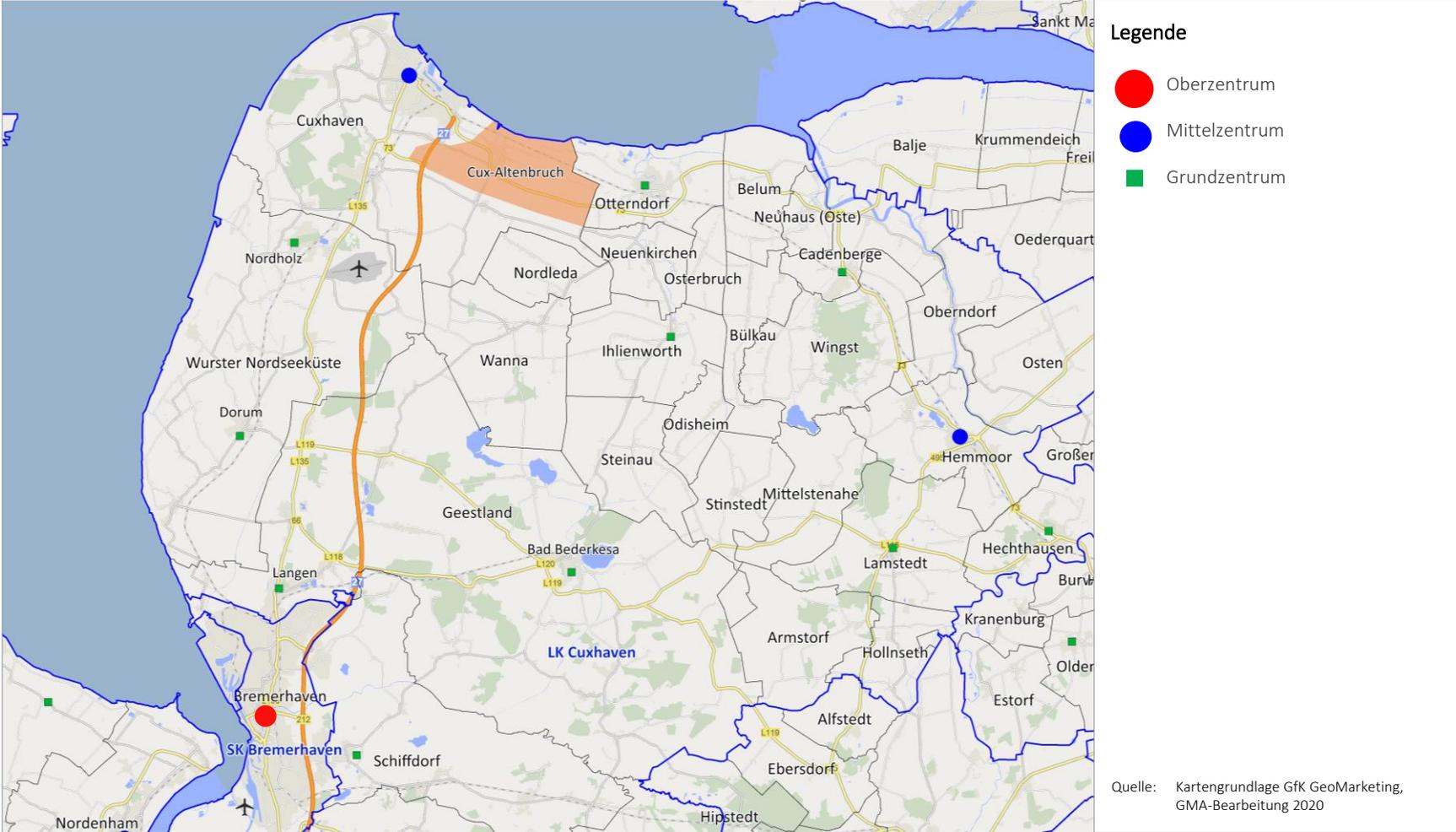


Tabelle 2: Einwohnerveränderung in Cuxhaven im Vergleich

Ort	Einwohner (30.06.)		Veränderung 2015 / 2020	
	2015	2020	abs.	in %
Cuxhaven	48.277	48.227	-50	-0,1
Loxstedt	15.962	16.310	348	2,2
Schiffdorf	13.863	14.390	527	3,8
Beverstedt	13.441	13.558	117	0,9
Hagen	10.987	11.058	71	0,6
Wurster	16.809	17.105	296	1,8
Geestland	30.715	30.851	136	0,4
SG Börde Lamstedt	6.026	6.052	26	0,4
SG Hemmoor	14.093	13.884	-209	-1,5
SG Land Hadeln	26.856	26.909	53	0,2
LK Cuxhaven	197.029	198.344	1.315	0,7
Niedersachsen	7.860.528	7.996.046	135.518	1,7

Quelle: LSN-online

Das Stadtgebiet gliedert sich in die Kernstadt Cuxhaven (ca. 14.000 Einwohner⁶) und 12 Stadtteile. Zu den größten Stadtteilen gehören Döse (ca. 10.360 Einwohner), Altenwalde (ca. 6.360 Einwohner), Süderwisch-Westerwisch (ca. 4.770 Einwohner) und Altenbruch (ca. 3.760 Einwohner). Für Altenbruch war für die letzten Jahre eine leichte Einwohnerabnahme (ca. 90 Einwohner) bezeichnend.

Mit über 1,5 Mio. Übernachtungen im gewerblichen Sektor⁷ entfallen ca. 60 % aller Übernachtungen im Landkreis Cuxhaven auf die gleichnamige Stadt. Cuxhaven verzeichnete über 388.000 Gästeankünfte im vergangenen Jahr. Wie die Übernachtungszahlen nahmen auch die Gästeankünfte im letzten Jahr deutlich zu, wobei die Zunahme über den jeweiligen Referenzwerten des Landkreises Cuxhaven lag.

Tabelle 3: Veränderungen der Gästeankünfte in der Stadt Cuxhaven im Vergleich

Daten	Gästeankünfte		Veränderung 14 / 19	
	2014	2019	abs.	in %
Cuxhaven	343.386	388.227	44.841	13,1
LK Cuxhaven	569.680	632.700	63.020	11,1
Niedersachsen	13.080.201	15.416.654	2.336.453	17,9

Quelle: Landesamt für Statistik

⁶ Angaben der Stadtverwaltung, Stand: 31.10.2020.

⁷ Beherbergungsbetriebe mit mind. 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mind. 10 Stellplätzen.

Tabelle 4: Veränderungen der Gästeübernachtungen in der Stadt Cuxhaven im Vergleich

Daten	Gästeankünfte		Veränderung 14 / 19	
	2014	2019	abs.	in %
Cuxhaven	1.427.142	1.515.073	87.931	6,2
LK Cuxhaven	2.448.861	2.562.352	113.491	4,6
Niedersachsen	40.423.767	46.228.427	5.804.660	14,4

Quelle: Landesamt für Statistik

Hinsichtlich der Beherbergungsarten dominieren Ferienhäuser und Ferienwohnungen mit 85 Betrieben, welche über 50 % aller Beherbergungsbetriebe (261) im letzten Jahr ausmachten. In Ferienhäusern bzw. Ferienwohnungen waren über 587 Übernachtungen⁸ in 2019 zu verzeichnen. Auf die 10 Campingplätze entfielen ca. 157.000 Übernachtungen.

In Altenbruch ist ein Campingplatz „Am Weltschiffahrtsweg“ mit 111 Dauerstellplätzen⁹, 25 Stellplätzen für Touristen, 5 Stellplätzen für Wohnmobilisten und 20 Zeltplätzen vorhanden. Dieser Campingplatz ist von April bis Oktober geöffnet. Detaillierte Übernachtungszahlen bzw. Zahlen zu den Gästeankünften sind auf der Stadtteilebene¹⁰ nicht erhältlich.

Cuxhaven steuert die Einzelhandelsentwicklung seit langem über Einzelhandelskonzepte, welches zuletzt 2014 erarbeitet und vom Rat der Stadt Cuxhaven beschlossen wurde¹¹. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurden zentrale Versorgungsbereiche, Ergänzungsstandorte sowie solitäre Nahversorgungsstandorte festgelegt. Die zentralen Versorgungsbereiche beziehen sich auf das Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven, das Stadtteilzentrum Lotsenviertel sowie die Nahversorgungszentren Duhnen und Altenwalde. Im zentralen Versorgungsbe- reich¹² Innenstadt lag in 2014 eine Verkaufsfläche von ca. 30.000 m² vor, davon ca. 9.300 bei Bekleidung / Schuhe und ca. 5.600 m² alleine bei Nahrungs- und Genussmittel (überwiegend bei real). Neben real (soll im Herbst 2021 geschlossen werden) sind weitere großflächige Betriebe als Frequenzbringer (u. a. Woolworth, C&A, H&M, Kaufhaus Stolz) vorhanden.

Als solitäre Nahversorgungsstandorte¹³ wurden v. a. Lebensmittelbetriebe im Stadtteil Döse abgegrenzt (Feldweg: Edeka, Lidl, Heinrich-Grube-Weg: Aldi, Strichweg: Netto Marken-Discount). Im Stadtteil Süder- und Westerwisch beziehen sich der solitäre Nahversorgungsstandort auf die Brockeswalder Chaussee und den dortigen Lidl Discounter sowie auf den Schneidemühlplatz. In Sahlenburg ist ein Edeka-Markt in der Spanger Straße als Nahversorgungsstandort eingeordnet. Ein weiterer **Nahversorgungsstandort** bezieht sich auf den Stadtteil Altenbruch mit dem **Edeka-Markt im Sankt-Annen-Weg**. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen „der ergänzenden fußläufigen Nahversorgung der Cuxhavener Bevölkerung, die nicht alleine durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar.“

⁸ Die Angaben zu den Übernachtungen wurden dem Landesamt für Statistik Niedersachsen entnommen.

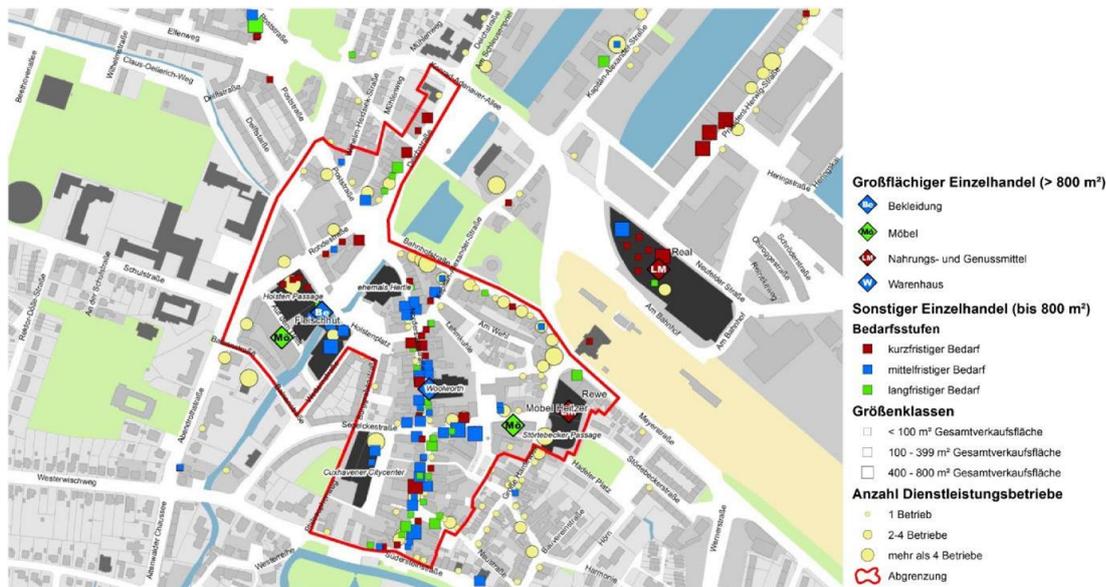
⁹ Quelle: Homepage des Campingplatzes, abgerufen 25.11.2020.

¹⁰ nach Angaben der Stadtverwaltung Cuxhaven

¹¹ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cuxhaven, Fortschreibung, Junker + Kruse, 2014.

¹² dito S. 60.

¹³ dito, S.103.

Abbildung 1: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt


Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Cuxhaven, Junker + Kruse, Fortschreibung, 2014.

Zudem wurden sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels ausgewiesen, welche durch eine städtebaulich nicht integrierte Lage gekennzeichnet sind. Dies bezieht sich auf die Brockswalder Chaussee, die Grodener Chaussee und den Grodener Mühlenweg.

Die sog. Ergänzungsstandorte (meist großflächige Fachmärkte bzw. Lebensmittelmärkte) beziehen sich auf die Grodener Chaussee / Papenstraße und Abschnede.

5. Mikrostandort im Stadtteil Altenbruch

Der zur Überplanung anstehende Standort liegt zwischen der innerörtlichen Hauptdurchgangssachse Lange Straße und der Heerstraße. Die Zu- und Abfahrt erfolgt von der Langen Straße aus, Lüdingworth ist über die Heerstraße und Am Kand zu erreichen. Für Fußgänger bestehen kurze Fußwege zu den nördlich der Heerstraße anschließenden Wohngebieten. Der Standortbereich liegt nördlich der B 73 und ist von dieser aus anfahrbar. In direkter Nähe zum Planstandort befindet sich eine Bushaltestelle (Altenbruch, Lange Straße), hier verkehrt die Buslinie 1003 in Richtung Cuxhaven sowie in Richtung Lüdingworth.

Es handelt sich um einen Verbundstandort mit unterschiedlichen Nutzungen (Restaurant, Friseur, Pflegedienst, Fahrschule und Tierarztpraxis und Tagespflegeeinrichtung). Gegenüber der Verbundlage ist ein Bootsaurüster vorhanden. In nördlicher und östlicher Richtung erstrecken sich Wohngebiete, überwiegend Einfamilienhausbebauung.

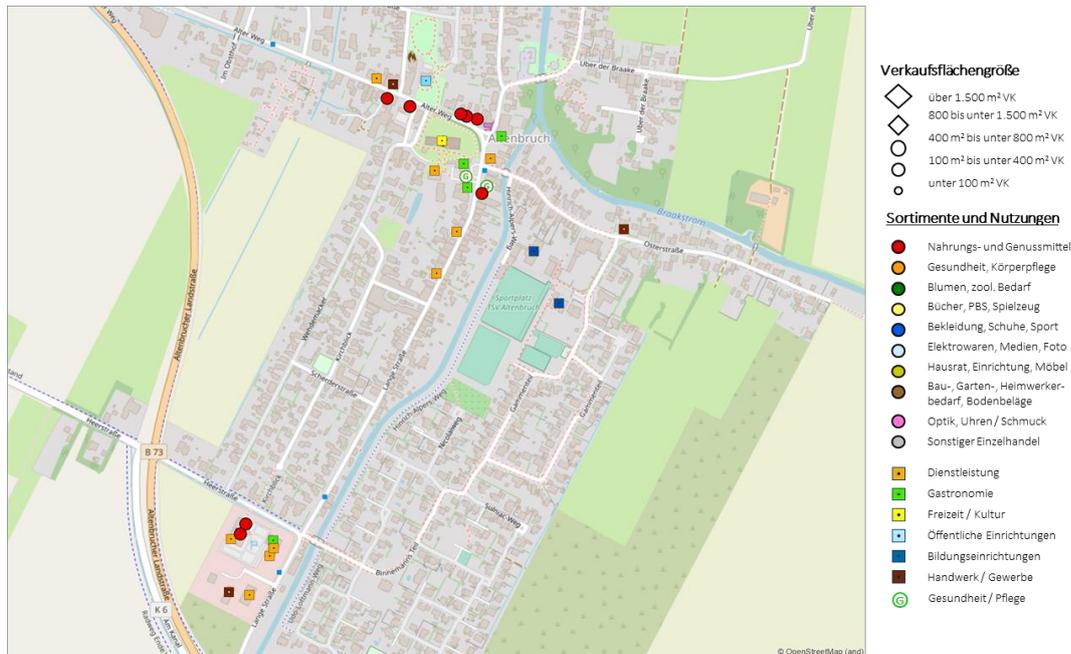
Im fußläufigen Nahbereich (10 Gehminuten) leben ca. 1.300 Einwohner. Der fußläufige Nahbereich schließt Teilbereiche der historischen Ortsmitte mit ein.

Zur historischen Ortsmitte gehören die an die Sankt-Nikolai-Kirche angrenzenden Bereiche (Marktplatz, Teilbereiche des Alten Weges). Im Kreuzungsbereich Altenbrucher Markt und Alter Weg sind ein kleiner Dorfladen, eine Metzgerei, ein kleines Fachgeschäft für Wohnaccessoires, eine Apotheke, ein kleines Café (Löwenzahn), ein Imbiss, ein Hotel, die Geschäftsstelle

der Stadtparkkasse Cuxhaven sowie zwei Zahnarztpraxen lokalisiert. Größter Einzelhandelsbetrieb ist der Dorfladen mit einer Verkaufsfläche von ca. 80 m².

Zwar sind in diesem Bereich Einzelhandelsbetriebe, ergänzt um dienstleistungsbezogene Nutzungen vorhanden, allerdings fehlt ein frequenzstarker Lebensmittelmarkt. Der kleine Dorfladen ist aufgrund der geringen Größe und der geringen Sortimentstiefe bzw. Sortimentsbreite nicht geeignet, um eine Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtteil zu übernehmen.

Abbildung 2: Nutzungen in der Ortsmitte und am Edeka-Standort



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2020

Der Versorgungsschwerpunkt mit dem großflächigen Edeka-Markt befindet sich ca. 300 m entfernt von der historischen Ortsmitte. Entlang der Langen Straße sind überwiegend wohnbezogene Nutzungen prägen. Die Verbundlage durch den Edeka-Markt erfüllt einzelne Kriterien, welche für einen zentralen Versorgungsbereich von Bedeutung sind. Dies bezieht sich auf einen großflächigen Magnetbetrieb (Edeka), konsumnahe Dienstleister (Friseur) sowie gastronomische Einrichtungen (italienisches Restaurant). Zudem weist der Standortbereich einen Bezug zu Wohnbebauung auf und ist auch von den weiter entfernt liegenden Wohngebieten sehr gut erreichbar.

Foto 1: Dorfläden in der Ortsmitte



Foto 2: Apotheke, Café Löwenzahn in der Ortsmitte



Foto 3: Edeka Bestandsgebäude



Foto 4: Standortumfeld des Edeka-Marktes

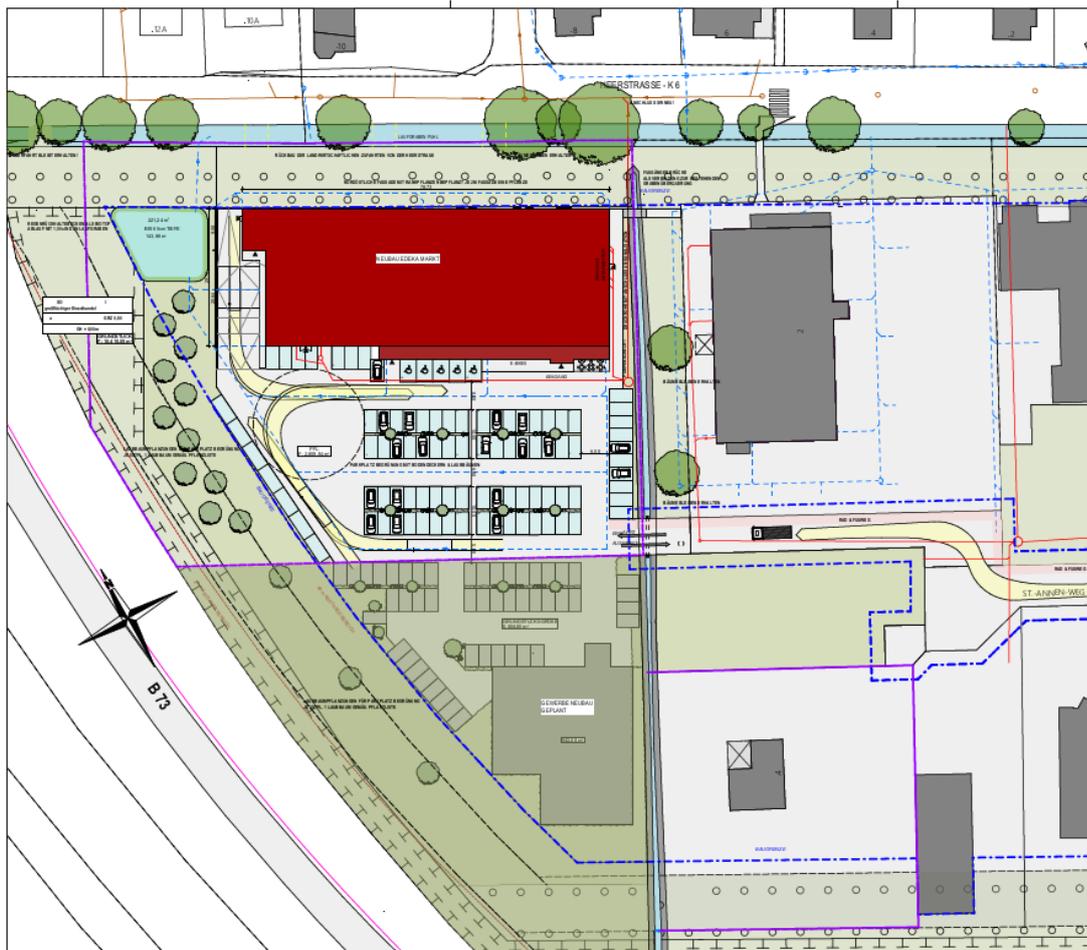


Fotos: GMA

Das Nutzungskonzept sieht den Neubau des Edeka-Marktes auf einer westlich an den jetzigen Bestandsmarkt angrenzenden und unbebauten Fläche vor. Im jetzigen Bestandsobjekt sollen gewerbliche Nutzungen untergebracht werden. Ein detailliertes Nutzungskonzept liegt zum jetzigen Zeitpunkt nicht vor. Klar ist allerdings, dass ein Lebensmittelmarkt hier nicht mehr entwickelt wird. Vorstellbar sind Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortiment¹⁴, wie z.B. ein Küchenstudio, ein Fachmarkt für Bodenbeläge / Fliesen, ein Fachmarkt für Bau-/ Heimwerker- / Gartenbedarf, wie z.B. ein Raiffeisenmarkt, ein Fachmarkt für Boote und Zubehör oder ein Fachmarkt für Autozubehör. Vorstellbar sind auch die Nachnutzung durch handwerkliche Betriebe oder dienstleistungsbezogene Nutzungen.

¹⁴ Zu den nicht zentrenrelevanten Sortiment zählen nach Angaben der Stadtverwaltung die Sortimente: Küchen, Beschläge, Markisen, Bodenbeläge, Mineralölerzeugnisse, Boote und Zubehör, Möbel, Brennstoffe, Motorräder, Büromöbel, Naturhölzer, Campingartikel, Pflanzen, Pflanzgefäße, Torf, Rasenmäher, Erde, Düngemittel, Eisenwaren, Elektrogroßgeräte, Rollläden, Fahrräder, Rollos, Fenster, Sanitärerzeugnisse, Fliesen, Sportgeräte (großteilige), Gartenhäuser, Teppiche – Auslegware, Gitter, Herde, Öfen, Türen, Holz, Holzmaterialien, Werkzeuge Installationsmaterial, Zäune

Abbildung 3: Neukonzeption des Edeka-Marktes in Altenbruch



Quelle: Auftraggeber, in diesem Plan ist nur der Neubau von Edeka und nicht die anderen Nutzungen dargestellt.

Die Zu- und Abfahrt erfolgt nach wie vor über den Sankt-Annen-Weg von der Lange Straße aus. Zu den sich nördlich der Heerstraße erstreckenden Wohngebiete besteht ein Fußgängerüberweg über den parallel zur Heerstraße verlaufenden Bachverlauf.

II. Relevante Angebotssituation

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Im Oktober 2020 wurden für das Vorhaben relevanten Wettbewerber in Cuxhaven und im Umland erhoben, welche Sortimente des periodischen Bedarfs führen (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Getränkemärkte, Sonderpostenmärkte, Nahversorger, Bäcker, Fleischer, Fachgeschäfte, Apotheken).

2. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Altenbruch und angrenzenden Stadtteilen

Im Stadtteil **Altenbruch** beschränkt sich das Angebot im periodischen Bedarf auf den kleinen Dorfladen, eine Landschlachtereier, eine Bäckerei sowie eine Apotheke. Die Verkaufsfläche dieser kleinen Anbieter summiert sich auf ca. 190 m². Der kleine Dorfladen führt sehr begrenzt Teilsortimente bei Nahrungs- und Genussmitteln, Schreibwaren, Tiernahrung, Drogerieartikel.

Die zum Vorhabenstandort nächst gelegenen Lebensmitteldiscounter befinden sich im Stadtteil **Groden** mit Penny und Lidl in der Papenstraße. In Wohngebietslage ist ein kleiner CAP-Markt in der Freiherr-von-Stein-Straße ansässig.

Innerhalb der Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) befindet sich das real SB-Warenhaus, welches eine sehr umfangreiche Konzessionärszone aufweist (u. a. Reno, Apotheke, Tabakwaren, Metzgerei, Bäckerei, Textilpflege, Friseur, Beauty-Studio, Imbiss), sehr stark frequentiert und bestens am Markt etabliert ist.

Ein weiterer bedeutender Einkaufsschwerpunkt besteht in dezentraler Lage in der Abschnede mit dem SB-Warenhaus Marktkauf. Auch hier sind zahlreiche Konzessionäre integriert (u. a. Ernsting's family, Blues, Deichmann, Apotheke, Bäckerei, Tabakwaren, Vodafone, ausländische Spezialitäten). Das Marktkauf-Center ist direkt verbunden mit Fachmärkten (Takko, Das Futterhaus, dm, Bon Prix Outlet). Gegenüber des Marktkauf-Centers befindet sich ein großflächiger Jawoll Sonderpostenmarkt. In direkter Nähe ist in der Christian-Jülsemeyer-Straße eine Aldi-Filiale lokalisiert.

Tabelle 5: Strukturprägende Wettbewerber in Groden

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	real SB-Warenhaus	5.000
	real Getränkemarkt	420
Tammstrift / B 73	Penny	800
Papenstraße	Lidl	910
Abschnede	Marktkauf-Center	5.000

GMA-Erhebung 10/2020. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

Mit Blick auf die deutliche Entfernung sind die in der Bockerwalder Chaussee ansässigen Supermärkte (Combi in Verbund mit einem Müller Drogeriemarkt und Aldi), Lidl, Penny, Netto

Markendiscoutn hinsichtlich der Einkaufsbeziehungen aus Altenbruch weniger von Bedeutung.

3. Angebotssituation im periodischen Bedarf in Otterndorf

Im Stadtteil **Lüdingworth** sind keine Lebensmittelmärkte vorhanden.

In der zu Altenbruch nahe gelegenen Stadt Otterndorf ist der Aldi Discounter in der Cuxhavener Landstraße der nächst gelegene Wettbewerber zum Edeka in Altenbruch. Im direkten Umfeld der Aldi-Filiale besteht ein Rossmann Drogeriemarkt.

Im zentralen Versorgungsbereich von Otterndorf ist das E-Center der dominierende Supermarkt. Weiter ist ein Lidl Discounter im zentralen Versorgungsbereich ansässig. Am östlichen Ortsausgang befindet sich ein Penny Discounter.

Tabelle 6: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Otterndorf

Standort	Wettbewerber	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, Marktstraße	E-Center	3.500
Liebesweg	Lidl	950
Cuxhavener Landstraße	Aldi	1.140
	Rossmann	660
Stader Straße	Penny	900

GMA-Erhebung 10/2020. Verkaufsfläche ohne Flächen der Konzessionäre.

Bei sämtlichen Betrieben handelt es sich um sehr stark frequentierte und leistungsfähige Märkte bzw. Lebensmitteldiscounter, welche in erheblichem Umfang von touristischen Nachfrageverflechtungen profitieren.

III. Bewertung der raumordnerischen Ziele

1. Konzentrationsgebot

Zunächst ist zu bewerten, ob der Vorhabenstandort den Vorgaben des sog. „Konzentrationsgebotes“ entspricht.

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 4)

Cuxhaven ist als Mittelzentrum ausgewiesen. Der Standort befindet sich nicht innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines Zentralen Ortes. Allerdings weist der Edeka-Markt einen deutlichen Bezug zu Wohngebieten auf, d. h. die Wohngebiete Wehdemacker / Lange Straße und Gammenteil befinden sich innerhalb des fußläufigen Einzugsgebietes des Vorhabens. Das Konzentrationsgebot ist neu zu diskutieren, wobei an dieser Stelle davon ausgegangen wird, dass es eingehalten werden kann.

2. Integrationsgebot

Zur Bewertung des Integrationsgebotes ist zu klären, wie der Standortbereich von Edeka einzuordnen ist. Da das Kernsortiment des Edeka Marktes zentrenrelevant ist, ist das Integrationsgebot für Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment anzuwenden:

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot)

Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 5, Sätze 1 und 2)

Der Standort für die historisch gewachsene Ortsmitte von Altenbruch lässt sich aufgrund des fehlenden Magnetbetriebes und der geringen Anzahl an Einzelhandelsbetrieben kein zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) ausmachen. In kurzer Entfernung zu diesem historischen Bereich besteht die Verbundlage des Edeka Supermarktes, wobei hier ein deutlicher Wohngebietsbezug besteht. Auch wenn hier noch kein zentraler Versorgungsbereich ausgemacht werden kann, handelt es sich dennoch um eine städtebaulich integrierte Lage.

Der Edeka Supermarkt ist der einzige Vollversorger im Stadtteil Altenbruch und übernimmt eine Versorgungsfunktion für die gesamte Wohnbevölkerung. Aufgrund der geringen Einwohnerzahl (ca. 3.760 Einwohner) ist die wirtschaftliche Tragfähigkeit für einen zweiten Vollversorger oder auch für einen Lebensmitteldiscounter nicht gegeben. Insofern kommt dem jetzigen Edeka-Markt und perspektivisch dessen Erweiterung eine maßgebliche Versorgungsfunktion für Altenbruch zu.

Der Edeka Standort ist an den ÖPNV angebunden, in Nähe davon befindet sich die Bushaltestelle Altenbruch, Lange Straße, hier verkehren in regelmäßiger Busse in Richtung Cuxhaven und Lüdingsworth.

3. Kongruenzgebot

Für das Vorhaben mit seinem Angebotsschwerpunkt bei periodischen Sortimenten, d.h. zentrenrelevant, ist das folgende Kongruenzgebot anzuwenden:

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

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“

3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Kaufkraft

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes der Vorhaben wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- ▀ Projektkonzeptionen (u. a. Dimensionierung, Sortimentsstruktur)
- ▀ Erreichbarkeit des Standortes für potenzielle Kunden aus Cuxhaven und dem Umland unter Berücksichtigung verkehrlicher Bedingungen
- ▀ Fahrzeitdistanz-Werten des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)
- ▀ relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum.

Das Einzugsgebiet der Vorhaben umfasst insgesamt ca. 5.350 Einwohner und wird wie folgt aufgeteilt:

- ▀ Zone I: Altenbruch ca. 3.760 Einwohner¹⁵
- ▀ Zone II: Lüdingworth ca. 1.700 Einwohner

Wie an allen Standorten innerhalb Cuxhavens ist auch an diesem Standortbereich mit Nachfrageverflechtungen von Tagestouristen und Übernachtungsgästen zu rechnen. Diese werden bei der Umsatzberechnung in Form von Streuumsätzen berücksichtigt.

3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die Kaufkraft im Jahr 2020 pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.310 €¹⁶, davon entfielen auf den **periodischen Bedarf** (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Apothekerwaren, Zeitschriften / Zeitungen, Schnittblumen, Tierbedarf) etwa 2.952 €.

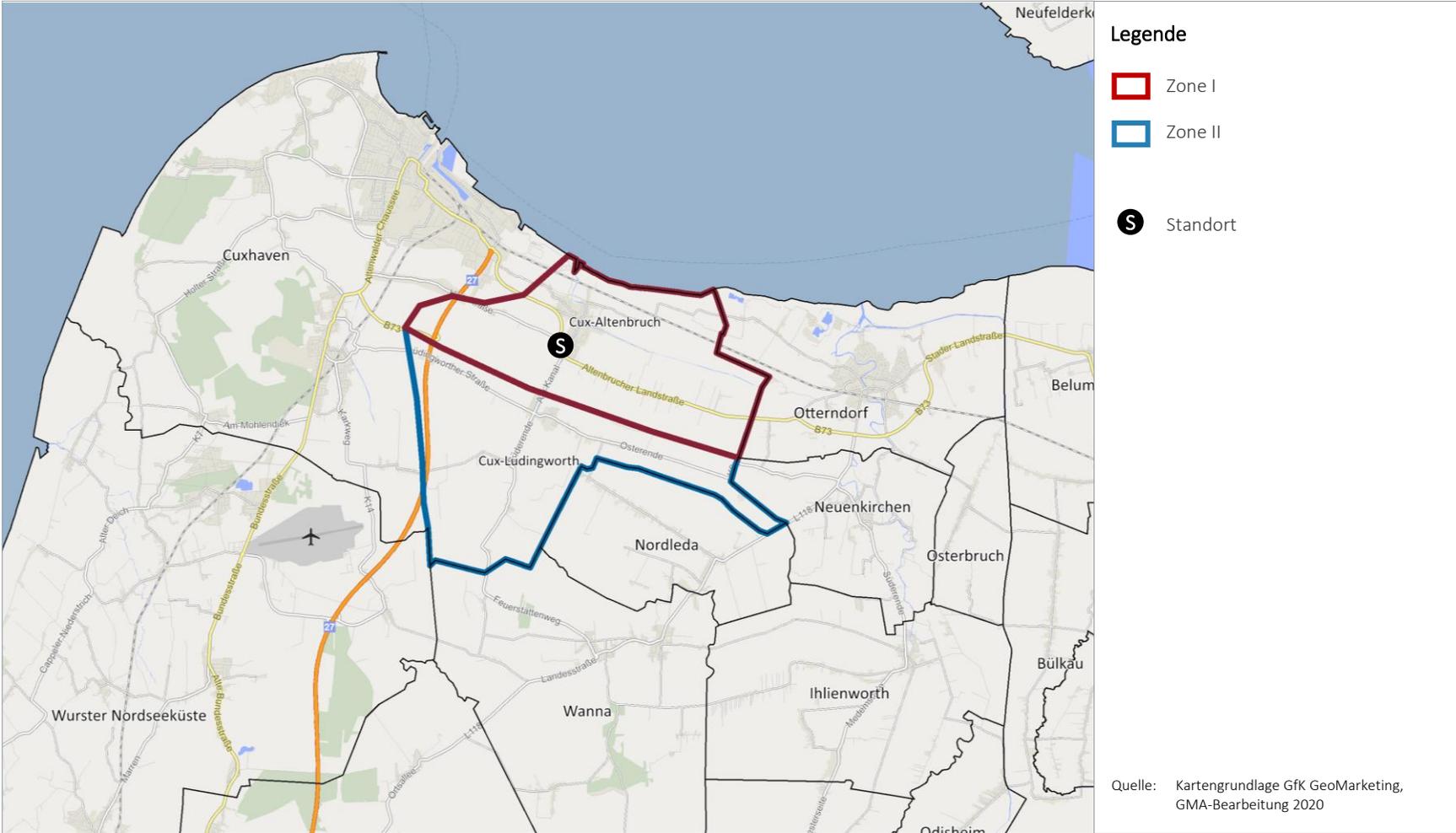
Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau im Jahr 2020 in den Stadtteilen Altenbruch und Lüdingworth bei 97,8 und damit über dem Bundesdurchschnitt (= 100).

In Altenbruch liegt im periodischen Bedarf ein Kaufkraftvolumen von ca. 10,6 Mio. € vor, in Lüdingworth von ca. 4,9 Mio. €.

¹⁵ Quelle Einwohnerzahlen: Stadtverwaltung Cuxhaven, Hauptwohnsitze zum Stand 31.10.2020.

¹⁶ Ohne verschreibungspflichtige Medikamente bei Apotheken.

Karte 2: Das Einzugsgebiet des Edeka Marktes in Altenbruch



3.3 Umsatzprognose und Umsatzherkunft

Zur Berechnung des voraussichtlichen Umsatzes der Vorhaben wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den Zonen des Einzugsgebietes¹⁷. Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil der Kaufkraft an sich zu binden. Zudem lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts die perspektivische Umsatzherkunft ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens.

Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge zu. Es gibt keine Auskunft darüber, wo die Umsätze des Vorhabens bisher gebunden wurden und wie sich diese nach der Erweiterung des Vorhabens neu verteilen werden. Die Umsatzverluste zu Lasten von Wettbewerbern werden nach Lagen nachfolgend ausführlich behandelt.

Für den erweiterten Edeka wird der Umsatz im Kernsortiment (periodischen Bedarf) mit ca. 5,8 Mio. € prognostiziert. Für Altenbruch wird eine Kaufkraftabschöpfung von ca. 35 % angenommen, da es sich um den einzigen Lebensmittelmarkt mit einem vollsortimentierten Angebot handelt. Für Lüdingworth wird die Kaufkraft zu ca. 20 % durch das Vorhaben abgeschöpft werden. Eine so hohe Kaufkraftabschöpfung wie in der Standortgemeinde Altenbruch ist hier nicht zu erwarten, da sich die Verbraucher aus Lüdingworth an ganz unterschiedliche Standorte hin orientieren.

Tabelle 7: Umsatzprognose für Edeka im Kernsortiment (periodischer Bedarf)

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. €	in %
Altenbruch	10,6	35	3,7	64
Lüdingworth	4,9	20	1,0	17
Streuumsatz			1,1	19
Summe	15,5	37	5,8	100

GMA-Berechnungen 2020, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Einschließlich des Umsatzes im aperiodischen Bedarf (ca. 0,2 Mio. €) leitet sich ein Umsatz von ca. 6,0 Mio. € ab.

3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes

Basierend auf der Umsatzherkunft sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben wird das Kongruenzgebot für die Vorhaben wie folgt bewertet:

- Der Edeka-Markt wird auch nach der Erweiterung sein Einzugsgebiet in räumlicher Hinsicht nicht vergrößern können, was mit der intensiven Wettbewerbssituation, u. a. in Groden, aber auch in Otterndorf, zusammenhängt.

¹⁷ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein, wie die Rahmenbedingungen am Standort, verkehrliche Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

-  In den periodischen Sortimenten ist nach den landesplanerischen Vorgaben der grundzentrale Kongruenzraum, also nur die Stadt Cuxhaven, ausschlaggebend. Lediglich 30 % des Vorhabenumsatzes dürfen von außerhalb der Stadt Cuxhaven generiert werden. Bei edeka werden etwa 80 % des Umsatzes mit Verbrauchern aus Cuxhaven erzielt, so dass das Kongruenzgebot eingehalten wird.

4. Beeinträchtungsverbot

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Entwicklung, die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“ (LROP 2017, Kapitel 2.3 Nr. 08)

Für die Prüfung des Beeinträchtungsverbot sind die für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen zu ermitteln.

4.1 Wettbewerbliche Wirkungen

Zur Ermittlung der durch die Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells¹⁸ basiert. Im Wesentlichen fließen zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden:

-  die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
-  der Distanzwiderstand, der sich aus der Distanz zwischen den einzelnen Wettbewerbsstandorten ergibt.

Für die Bewertung der geplanten Erweiterung werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

-  Der Edeka-Markt wird auf der erweiterten Verkaufsfläche einen Umsatz von ca. 6 Mio. € erzielen, davon ca. 5,8 Mio. € im periodischen Bedarf.
-  Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei Edeka um die Erweiterung eines seit Jahrzehnten in Altenbruch vorhandenen Marktes handelt. Das Vorhaben wird nach der geplanten Erweiterung ein Einzugsgebiet erschließen, welches mit dem jetzigen Einzugsgebiet identisch ist. Auch nach der geplanten Erweiterung wird der jetzige Umsatz weiterhin gebunden werden.
-  Die Bewertung möglicher Beeinträchtigungen durch die geplante Erweiterung erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzrückgänge der Bestandsumsatz zu berücksichtigen.

Bezogen auf die geplante Erweiterung die in Tabelle 12 dargestellten Umsatzumverteilungen zu erwarten:

¹⁸ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol. 28, 1964 oder Heinitz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

Tabelle 8: Prognose der Umsatzumverteilung durch die Vorhaben im periodischen Kernsortiment

	Umverteilung in Mio. €	in Mio. €
periodischer Bedarf	▪ Kaufkraftbindung der bestehenden Filiale von Edeka	4,3
	▪ Umverteilungen ggü. real (zentraler Versorgungsbereich)	0,6
	▪ Umverteilungen ggü. den Betrieben in Groden	0,15
	▪ Umverteilungen ggü. Marktkauf, Aldi (Abschnede)	0,15
	▪ Umverteilungen ggü. Otterndorf	0,6
	Umsatz insgesamt	1,5

GMA-Berechnungen 2020; ca.-Werte gerundet

4.2 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Um beurteilen zu können, ob aus den wettbewerblichen Auswirkungen auf die vorhandenen Betriebe städtebauliche Effekte entstehen können, wird der Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung als Hinweis herangezogen¹⁹. Dieser ist jedoch vor dem Hintergrund der örtlichen Gegebenheiten sowie möglicher Vorschädigungen der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche zu bewerten. Funktionsstörungen treten auf, wenn es infolge von Ladenleerständen zu einer Verringerung / Verschlechterung des Angebotes und der städtebaulichen Qualität kommt. Maßgeblich für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches sind Magnetbetriebe, von deren Kundenfrequenz umliegende kleinere Einzelhandelsbetriebe profitieren. Sofern Magnetbetriebe aufgrund von hohen Umsatzrückgängen durch ein neues Vorhaben geschlossen werden, können sich nachteilige Wirkungen auf das Umfeld ergeben.

Für Edeka leitet sich im periodischen Bedarf ein Mehrumsatz von ca. 1,5 Mio. € ab. Der überwiegende Teil der zu erwartenden Umsatzrückgänge im periodischen Bedarf geht zu Lasten der leistungsstarken SB-Warenhäuser real und Marktkauf, welche allerdings eine Größenordnung von unter 2 % erreichen. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt wird in seinen Entwicklungsmöglichkeiten bzw. in seiner Funktionsfähigkeit durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.

Ein geringer Teil wird gegenüber den Wettbewerbern im Stadtteil Groden (Penny, Lidl) umverteilungswirksam, wenngleich es sich um rein wettbewerbliche Wirkungen mit einer Quote von unter 2 % handelt.

Eine ausgesprochen geringe Umsatzumverteilung ist ebenfalls zu Lasten der nächstgelegenen Wettbewerber in Otterndorf (u. a. Aldi) anzunehmen. Mit einer Umsatzumverteilung von 1 – 2 % handelt es sich ebenfalls um rein wettbewerbliche Auswirkungen.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung von Edeka in Altenbruch keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO einhergehen werden. Das Beeinträchtigungsverbot kann in allen Sortimenten eingehalten werden.

¹⁹ Der 10 %-Schwellenwert geht auf eine empirische Langzeitstudie der GMA zum großflächigen Einzelhandel in Baden-Württemberg zurück, die dort u. a. im Auftrag der Industrie- und Handelskammern erstellt wurde.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	12
Abbildung 2: Nutzungen in der Ortsmitte und am Edeka-Standort	13
Abbildung 3: Neukonzeption des Edeka-Marktes in Altenbruch	15
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Dorfladen in der Ortsmitte	14
Foto 2: Apotheke, Café Löwenzahn in der Ortsmitte	14
Foto 3: Edeka Bestandsgebäude	14
Foto 4: Standortumfeld des Edeka-Marktes	14
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Cuxhaven und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	9
Karte 2: Das Einzugsgebiet des Edeka-Marktes in Altenbruch	20
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen	7
Tabelle 2: Einwohnerveränderung in Cuxhaven im Vergleich	10
Tabelle 3: Veränderungen der Gästeankünfte in der Stadt Cuxhaven im Vergleich	10
Tabelle 4: Veränderungen der Gästeübernachtungen in der Stadt Cuxhaven im Vergleich	11
Tabelle 5: Strukturprägende Wettbewerber in Groden	16
Tabelle 6: Strukturprägende Wettbewerber im periodischen Bedarf in Otterndorf	17
Tabelle 7: Umsatzprognose für Edeka im Kernsortiment (periodischer Bedarf)	21
Tabelle 8: Prognose der Umsatzumverteilung durch die Vorhaben im periodischen Kernsortiment	23