



Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Melle-Gesmold

AUFTRAGGEBER: Immobiliengesellschaft KLESPA GmbH & Co.KG

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Ing. Florian Komossa
Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Hamburg, den 13.10.2023

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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.

Quelle Foto Deckblatt: GMA



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

Niederlassung Hamburg
Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 040 / 30 99 77 78 – 0 / Fax 040 / 30 99 77 78 – 9
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im September 2022 erteilte die Immobiliengesellschaft KLESPA GmbH & Co.KG, Osnabrück, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung eines Verträglichkeitsgutachtens zu der geplanten Ansiedlung eines Lebensmittelmarkts mit ca. 1.100 m² Verkaufsfläche auf einer bislang unbebauten Fläche an der Westerhausener Straße im Meller Stadtteil Gesmold. Im Juni und im Oktober 2023 wurde das Gutachten jeweils aktualisiert, weil der Ende 2022 aufgegebene Frischemarkt in Gesmold nach vorübergehender Schließung doch weiterbetrieben wird und sich die Planung später durch eine zusätzliche Bäckerei um ca. 50 m² verändert hatte.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch das Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Melle bzw. im Umland ausgelöst werden und ob daraus mögliche schädliche städtebauliche Effekte bzw. Funktionsstörungen resultieren können. Zudem ist im Rahmen der Analyse zu untersuchen, ob ein nicht raumbedeutsames Vorhaben vorliegt.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), der Stadt Melle, des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Bei der Untersuchung konnte auf aktuelle gesamtstädtische Bestandsdaten der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Melle zurückgegriffen werden, das in 2022 / 2023 durch die GMA fortgeschrieben wurde.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Melle. 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

Hamburg, den 13.10.2023
KOF wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Planungsrechtlicher Rahmen	5
2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung	6
2.2 Landes- und Regionalplanung	6
3. Definition und Daten zu dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter	8
II. Standortbeschreibung	12
1. Makrostandort Melle-Gesmold	12
2. Mikrostandort Westerhausener Straße	12
III. Nachfragesituation	16
1. Einzugsgebiet des Vorhabens	16
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	18
IV. Relevante Angebotssituation	19
1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme	19
2. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes	19
3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	19
V. Auswirkungenanalyse	23
1. Methodischer Ansatz	23
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	23
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	24
4. Bewertung der Voraussetzungen für ein nicht raumbedeutsames Vorhaben	27
VI. Zusammenfassung	28

I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Der bisherige Lebensmittelmarkt im Stadtteil Gesmold (Nah & Frisch Markt Breeck, ca. 300 m² VK) hat in 2022 den Betrieb eingestellt, danach gab es in Gesmold (ca. 3.063 Einwohner) kein Nahversorgungsangebot mehr. Der Markt ist im Mai 2023 durch einen neuen Betreiber unter dem Namen „Ihr frischmarkt“ wiedereröffnet worden. Am Standort des bisherigen Marktes sind nach wie vor keine Potenzialflächen für einen größeren Markt vorhanden.

Die Immobiliengesellschaft KLESPA GmbH & Co.KG, Osnabrück, plant die Errichtung eines neuen Lebensmittelmarkts bzw. voraussichtlich eines Lebensmitteldiscounters mit ca. 1.100 m² Verkaufsfläche am Kreisverkehr an der Westerhausener Straße. Hiervon entfallen ca. 1.070 m² auf den Lebensmitteldiscounter und ca. 30 m² Verkaufsfläche auf den geplanten Backshop (zzgl. Gastronomieflächen, Cafébereich insg. ca. 85 m²). Als möglicher Betreiber ist Netto Marken-Discount im Gespräch. Hierzu soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden. Die GMA hat in 2022 / 2023 Einzelhandelskonzept für die Stadt Melle fortgeschrieben, gleichzeitig befindet sich auch das RROP für den Landkreis Osnabrück in Neuaufstellung. Gesmold liegt nach aktuellem Entwurfsstand des RROP außerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des Mittelzentrums Melle und somit nicht mehr im Zentralen Ort.

In diesem Zuge sind die potenziellen Auswirkungen auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landes- und Regionalplanung zu prüfen. Die Untersuchung berücksichtigt alle wesentlichen Kriterien zur Beurteilung des Vorhabens und dient als Grundlage für das Verfahren. Sofern mehr als die Hälfte des Umsatzes aus dem fußläufigen Nahbereich generiert werden kann, fällt der Markt nicht unter die Vorgaben des LROP 2017 des Landes Niedersachsen.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurden im Oktober 2022 intensive Begehungen des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen, insbesondere der Wettbewerbsstandorte und der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der aktuellen Fassung für großflächige Einzelhandelsbetriebe 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 Gemeinde oder in anderen Gemeinden, 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 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Landes- und Regionalplanung

Für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind die Ziele der Landes-Raumordnung, festgelegt im **Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP 2017)**², heranzuziehen. Im LROP werden Ober- und Mittelzentren abschließend festgelegt, in Melle ist im Stadtteil Melle-Mitte ein Mittelzentrum ausgewiesen.

Mit großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind i. d. R. Betriebe gemeint, welche Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. BauNVO hervorrufen können. Diese Betriebe fasst man unter dem Begriff **raumbedeutsam** zusammen. Im Gegensatz dazu gibt es auch Einzelhandelsvorhaben ohne raumbedeutsame Auswirkungen. Für diese gelten die landes- bzw. regionalplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels nicht. Darunter werden folgende Betriebe verstanden³:

¹ Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786), die zuletzt durch Artikel 3 des Gesetzes vom 4. Januar 2023 (BGBl. 2023 I Nr. 6) geändert worden ist

² zuletzt geändert durch Artikel 2 der Verordnung vom 07.09.2022 (Nds. GVBl. S. 521)

³ Quelle: Begründung LROP 2017 Seite 18 f.

- / Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche, sofern sie keine Agglomeration mit anderen Betrieben gemäß Ziffer 02 Satz 3 bilden. Für diese Betriebe unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit wird generalisierend ohne weiteren Nachweis angenommen, dass sie keine raumbedeutsamen Auswirkungen haben.
- / Keine Einzelhandelsgroßprojekte sind **Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung**. Sie befinden sich auch in Siedlungsgebieten außerhalb der Zentralen Orte, sind Wohngebieten räumlich funktional direkt zugeordnet und dienen überwiegend der Versorgung im fußläufigen Nahbereich, auch für die in der Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsgruppen. Zur Sicherstellung, dass keine wesentlichen Auswirkungen auf die Funktion und Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte sowie die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, sind die Voraussetzungen, unter denen ein Vorhaben als Betrieb der wohnortnahen Nahversorgung angesehen werden kann, eng zu fassen.

Das **RROP 2004 – Landkreis Osnabrück – Teilfortschreibung Einzelhandel 2010** – enthält besondere Regelungen für Herausgehobene Nahversorgungsbereiche. Der Stadtteil Gesmold ist im derzeit gültigen RROP als Herausgehobener Nahversorgungsbereich ausgewiesen. In Kapitel D 1.6 Nummer 04 ist folgendes Ziel der Raumordnung festgelegt:

¹Die Herausgehobenen Nahversorgungsbereiche werden symbolhaft gekennzeichnet (N) und standörtlich festgelegt. ²Sie beziehen sich auf die jeweilige (im Zusammenhang bebaute) Siedlungseinheit.

³In den Herausgehobenen Nahversorgungsbereichen ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben auf solche Betriebe begrenzt, die der Nahversorgung dienen.

⁴Dabei gelten nur solche Betriebe als raumordnerisch verträglich, die von ihrem Verkaufsflächenumfang her auf ein überwiegend fußläufiges Einzugsgebiet ausgerichtet sind und nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten (nahversorgungsrelevante Sortimente, die auf mindestens 90% der Verkaufsfläche angeboten werden).

⁵Der Nachweis, dass das Vorhaben der Nahversorgung dient, ist vom Vorhabenträger in Abstimmung mit den Gemeinden zu führen und wird vom Träger der Regionalplanung entschieden.

⁶Die Ansiedlungen sind dabei nur in den im Zusammenhang bebauten Siedlungsbereichen zulässig.

Bei Vorhaben mit über 800 m² Verkaufsfläche müssen folgende Kriterien erfüllt sein:

- / im RROP als Herausgehobener Nahversorgungsbereich gekennzeichnet
- / überwiegend fußläufiger Einzugsbereich
- / mindestens 90 % der Verkaufsfläche entfällt auf nahversorgungsrelevante Sortimente⁴
- / im Zusammenhang bebautes Siedlungsgebiet.

⁴ nahversorgungsrelevante Sortimente = periodischer Bedarf, v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren, auch pharmazeutische Artikel, Zeitschriften, Schnittblumen und Tiernahrung

Das RROP für den Landkreis Osnabrück wird derzeit **fortgeschrieben**, was jedoch nach Angaben des Landkreises noch einige Zeit in Anspruch nehmen wird. Voraussichtlich sollen zukünftig in Melle mehrere Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung ausgewiesen werden.⁵ Diesen Standorten würden dann durch die Regionalplanung einzelne Stadtteile als Einzugsgebiete zugeordnet, so dass diese Bereiche zukünftig eine Versorgungsfunktion über die fußläufige Nahversorgung hinaus übernehmen könnten. Für Gesmold ist keine Ausweisung vorgesehen, somit bleibt die Versorgungsaufgabe von Einrichtungen und Angeboten zur Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung.

3. Definition und Daten zu dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁶ Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden⁷.

Zur Einordnung der Betriebsform „Lebensmitteldiscounter“ und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten des Lebensmitteleinzelhandels werden die Definitionen der gängigen **Betriebstypen** kurz dargestellt. Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁸

⁵ Angaben des Landkreises Stand 2022, aktueller Arbeitsstand

⁶ vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 366.

⁸ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364.

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁹ 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-Artikel¹⁰ 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.

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.

⁹ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

¹⁰ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76	8.995	76	15.730	62
Lebensmittelnahe Sortimente (Nonfood I, u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	9	2.030	17	4.825	20
Nichtlebensmittelsortimente (Nonfood II, u. a. Textilien, Zei- tungen / Zeitschriften, Elektro- waren, Blumen / Pflanzen; z. B. Aktionswaren)	275	15	805	7	4.450	18
Sortimente insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, Seite 90.

Außerdem werden bei Discountern wöchentlich wechselnde Aktionswaren angeboten, die zum einen aus dem Foodbereich stammen (z. B. Lebensmittelspezialitäten) und zum anderen aus dem Nonfood II-Segment (z. B. Textilien, Schuhe, Heimwerker-/Gartenbedarf, Haushaltswaren, Elektrokleingeräte). Auch bei Discountern liegt der **Umsatzschwerpunkt jedoch klar bei Nahrungs- und Genussmitteln.**

Da Lebensmitteldiscounter standardisierte, auch im Vergleich zwischen den Unternehmen praktisch austauschbare Sortimente aus wenigen, schnelldrehenden Produkten des Grundbedarfs haben und die Produkte generell einen niedrigen Warenwert (= Preis je Artikel) aufweisen, entwickeln diese Märkte nur **kurze räumliche Absatzreichweiten.** Hierbei ist die in Deutschland sehr hohe Dichte an Lebensmitteldiscountern zu berücksichtigen. Die Absatzradien, insbesondere von kleineren Einheiten, bewegen sich nur im Bereich weniger Kilometer bzw. innerhalb von höchstens 5 – 8 Minuten Pkw-Fahrzeit.

Seit Jahren optimieren nahezu alle wesentlichen Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel ihre Standortnetze, was mit Neuansiedlungen oder Erweiterungen der Verkaufsfläche bestehender Märkte einhergeht. Die Entwicklungen 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.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel wird durch demographische Faktoren beeinflusst, wie die älter werdende Gesellschaft, heterogene Lebens- / Familienbilder und zunehmende Unterschiede 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-Standard) 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 und zunehmend auch fair gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten inzwischen alle Betreiber diese Sortimente an. Gleichzeitig bildete sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ heraus.
- /// Strukturveränderungen werden sich durch den Onlinehandel ergeben. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (Fast Moving Consumer Goods; FMCG) zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Seit 2020 expandieren Lieferdienste wie Gorillas oder Flink in deutschen Großstädten, wo sie Lieferungen innerhalb von 10 Minuten anbieten. Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Aktuell erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.¹¹

¹¹ Insbesondere in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Unter gewöhnlichen Marktbedingungen würde der Onlinehandel mit Lebensmitteln insgesamt auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen. Neu zu bewerten ist jedoch sein Einfluss im Kontext von „click & collect“ sowie Lieferdiensten in krisenbedingten Ausnahmesituationen (z. B. Corona-Pandemie und damit verbundene Ausgangsbeschränkungen).

II. Standortbeschreibung

1. Makrostandort Melle-Gesmold

Das Mittelzentrum Melle liegt im Südosten des Landkreises Osnabrück und grenzt unmittelbar an mehrere niedersächsische und nordrhein-westfälische Städte und Gemeinden an. So liegt das Mittelzentrum Bünde ca. 20 km östlich, das Mittelzentrum Halle (Westf.) befindet sich ca. 20 km südlich. Das niedersächsische Oberzentrum Osnabrück liegt ca. 27 km nordwestlich und das Mittelzentrum Georgsmarienhütte ca. 25 km westlich. Der Stadtteil Gesmold grenzt westlich unmittelbar an das Grundzentrum Bissendorf an.

Mit ca. 47.200 Einwohnern ist Melle die größte Stadt im **Landkreis Osnabrück**, die 1972 aus dem ehemaligen Landkreis Melle entstanden ist. Deshalb gliedert sich Melle in die Kernstadt Melle-Mitte und sieben Stadtteile, die als ehemalige Gemeinden jeweils größere Ortskerne und Dörfer im Umland aufweisen. In Gesmold wohnen derzeit ca. 3.063 Personen.¹²

Die Stadt Melle wies in den letzten 5 Jahren eine leicht positive **Bevölkerungsentwicklung** (+ 504 Einwohner) auf. Für die kommenden Jahre wird eine weitere positive Entwicklung prognostiziert, d.h. die Einwohnerzahl soll gegenüber 2020 bis 2030 um ca. 3,3 % ansteigen. Für den Landkreis Osnabrück wird für den gleichen Zeitraum ein Wachstum um ca. 1,1 % angenommen.¹³ Für Gesmold war zuletzt eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung festzustellen, von 2016 bis 2021 verringerte sich die Einwohnerzahl von 3.190 auf 3.063, was einem Rückgang um ca. 4 % entspricht.

Gesmold gliedert sich neben dem Hauptort in den südöstlich anschließenden Stadtteil Wenigsen sowie die Stadtteile Üdingdorf-Warringhof und Dratum-Ausbergen im Westen. Nördlich der Autobahn befinden sich ein Industrie- / Gewerbepark und das Schloss Gesmold. Für Pkw-Kunden ist über die BAB 30 eine sehr gute Anbindung an Melle-Mitte und insbesondere die Fachmärkte in Gerden festzustellen. Der Hauptort Gesmold ist insbesondere für die Gesmolder Kirmes bekannt, die jährlich im September auf den Plätzen und in der Gesmolder Straße stattfindet und innerhalb von 3 Tagen ca. 90.000 Besucher anlockt.

Die **Nahversorgung in Gesmold** wird durch den zentral gelegenen Frischmarkt (knapp 300 m² VK) gewährleistet. Da dieser bereits zum Jahreswechsel 2022 / 2023 aufgegeben worden war sieht die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts in Gesmold dringenden Handlungsbedarf zur Sicherung der Nahversorgung. Mit einer Neuansiedlung eines strukturprägenden Nahversorgers am Kreisverkehr würde sich der Magnetbetrieb um ca. 200 m nach Osten verschieben, wodurch die Nahversorgung auch langfristig weiter gesichert bliebe.

2. Mikrostandort Westerhausener Straße

Der Planstandort liegt am östlichen Rand des Kernorts Gesmold am Kreisverkehr. Die zur Ansiedlung vorgesehene Fläche liegt trotz Randlage zentral, da südlich der Autobahn landwirtschaftliche Flächen in die Siedlung hineinragen.

¹² Quelle: Einwohnerstatistik Stadt Melle, Stand: 31.12.2021.

¹³ ca. 48.289 Einwohner im Jahr 2030; Quelle: © Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) 2021; Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die Jahre 2025 und 2030

Siedlungsstrukturell ist das Umfeld durch dörfliche Einfamilienhausbebauung und Geschäfte entlang der Gesmolder Straße geprägt. Hier befindet sich der zentrale Versorgungsbereich Gesmold, in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts ist der Planstandort als Potenzialfläche zur Arrondierung des Zentrums dargestellt. Im Nordosten liegen landwirtschaftlich genutzte Flächen.

Die **Verkehrsanbindung** erfolgt über die Siedlungsachse Gesmolder Straße und die Westerhausener Straße, die nach Westerhausen und zur Autobahnauffahrt führt. Fußwege sind überwiegend beidseitig straßenbegleitend vorhanden, an der unbebauten Ostseite der Westerhausener Straße fehlen diese noch. Entlang der Gesmolder Straße sind Radwege auf der Fahrbahn eingerichtet.

Die **ÖPNV-Anbindung** ist über die Bushaltestelle Gesmold Von-Amelunxen-Weg (Buslinien 309, 311, 381) ca. 200 westlich des Planstandorts gewährleistet.

Foto 1: Planstandort am Kreisverkehr



Foto 2: Wohn- und Geschäftsnutzung Gesmolder Straße



Foto 3: Nahversorgungsmarkt (damals Breck)

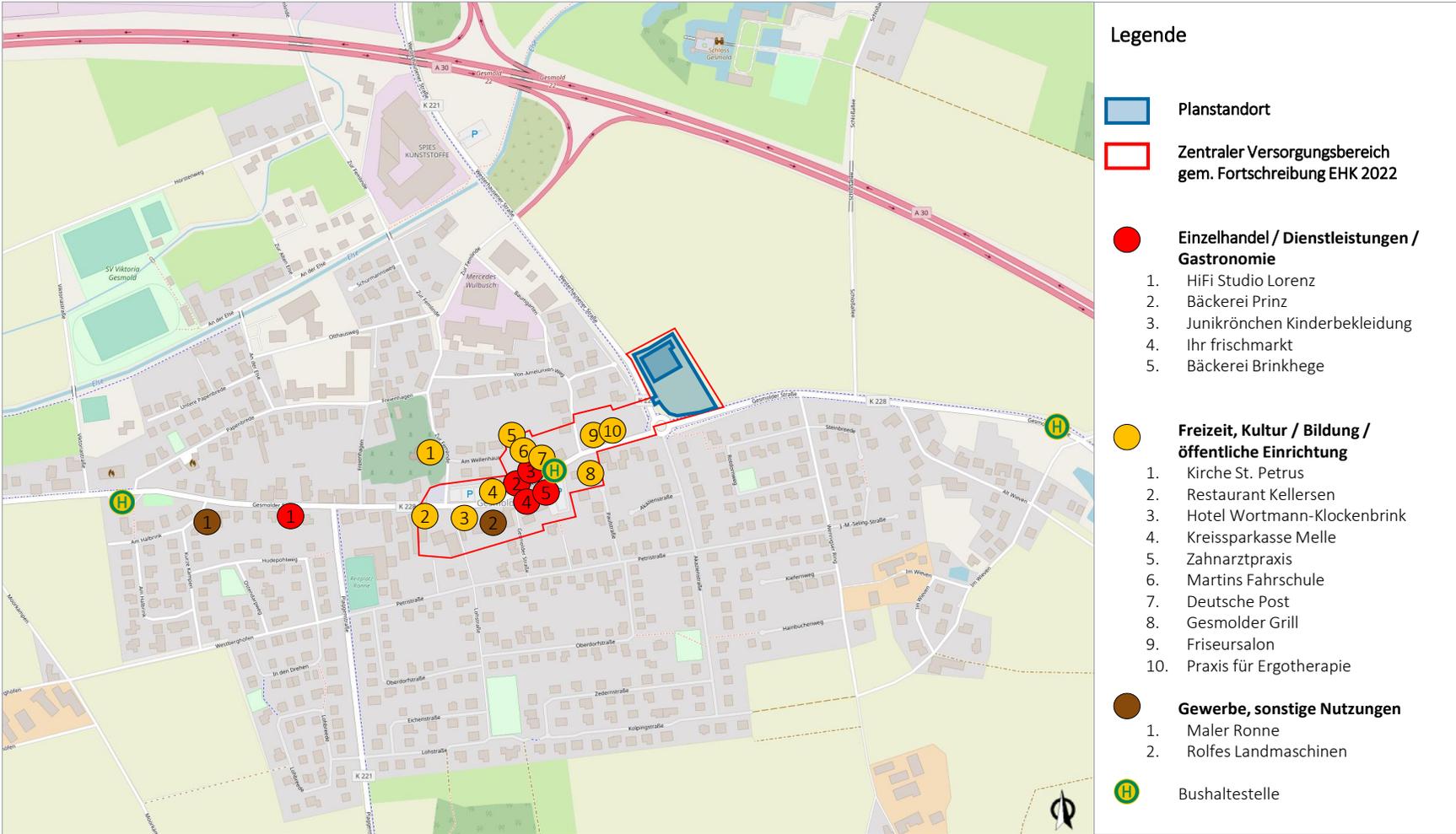


Foto 4: Ortsmitte Gesmold



GMA 2022.

Karte 1: Mikrostandort Westerhausener Straße



Legende

- Planstandort
- Zentraler Versorgungsbereich gem. Fortschreibung EHK 2022
- **Einzelhandel / Dienstleistungen / Gastronomie**
 1. HiFi Studio Lorenz
 2. Bäckerei Prinz
 3. Junikrönchen Kinderbekleidung
 4. Ihr frischmarkt
 5. Bäckerei Brinkehege
- **Freizeit, Kultur / Bildung / öffentliche Einrichtung**
 1. Kirche St. Petrus
 2. Restaurant Kellersen
 3. Hotel Wortmann-Klockenbrink
 4. Kreissparkasse Melle
 5. Zahnarztpraxis
 6. Martins Fahrschule
 7. Deutsche Post
 8. Gesmolder Grill
 9. Friseursalon
 10. Praxis für Ergotherapie
- **Gewerbe, sonstige Nutzungen**
 1. Maler Ronne
 2. Rolfes Landmaschinen
- Bushaltestelle

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2023

Der Standort kann durch die Lage an der Hauptsiedlungsachse Gesmolder Straße und die kompakte Siedlungsstruktur des Dorfes Gesmold (Hauptortsteil) den Großteil der ansässigen Wohnbevölkerung (ca. 2.093 Personen) fußläufig ansprechen. Durch die Lage im ländlichen Raum ist das Einwohner- und Kaufkraftpotenzial jedoch insgesamt begrenzt.

Durch die sehr gute Verkehrsanbindung sind auch die leistungsfähigen Wettbewerbsstandorte in Melle (v. a. Fachmarkttagglomeration Gerden) und im Umland (u. a. Bissendorf) für Kunden aus Gesmold binnen 5 – 8 Minuten erreichbar, weshalb ausgeprägte Mehrfachorientierungen auftreten.

III. Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet des Vorhabens

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets für den geplanten Lebensmittelmarkt ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (u. a. Dimensionierung ca. 1.100 m² VK, angestrebte Sortimentsstruktur)
- /// fußläufige Gehzeiten (10 Minuten, max. 700 – 1.000 m fußläufige Distanz) auf Basis tatsächlicher Fußwegeverbindungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Das Kerneinzugsgebiet des Vorhabens (Zone I) wird durch den fußläufigen Nahbereich gebildet, für den entsprechend den Vorgaben des LROP 2017 eine maximale Gehzeit von 10 Minuten zugrunde gelegt wird. Über ein GIS-System wurde auf Straßenabschnittsebene eine Einwohnerzahl von 2.093 Personen innerhalb des fußläufigen Nahbereichs ermittelt, was den größten Teil des Kernorts Gesmold abdeckt und ca. 68 % der Einwohner des Stadtteils entspricht.

Die Zone II des Einzugsgebietes umfasst den Rest des Stadtteils Gesmold sowie Teilbereiche der Stadtteile Oldendorf (insb. Westerhausen), Melle-Mitte und Wellingholzhausen.

Das gesamte Einzugsgebiet eines Vorhabens kann auch bei einem nicht raumbedeutsamen Vorhaben über den fußläufigen Nahbereich hinausgehen, anderenfalls müssten stets 100 % des Vorhabenumsatzes aus dem fußläufigen Nahbereich generiert werden. Entsprechend den landesplanerischen Vorgaben müssen mind. 50 % des Umsatzes aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld stammen.

Insofern ist für den geplanten Nahversorger von einem Einzugsgebiet auszugehen, das sich nach der Verflechtungsintensität in zwei Zonen untergliedern lässt:

Zone I:	10 Minuten fußläufig	ca.	2.093 Einwohner
Zone II:	Gesmold, weitere Stadtteile (tlw.)	ca.	4.981 Einwohner
Einzugsgebiet gesamt:		ca.	7.074 Einwohner

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass das Vorhaben einen gewissen Anteil seines Umsatzes mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z. B. Pendler, Besucher, Durchfahrende) erwirtschaftet. Umsätze mit solchen Kunden werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze einbezogen. Aufgrund der Nähe zur Autobahn BAB 30 ist von einem leicht erhöhten Streukundenanteil von ca. 6 % auszugehen.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die Kaufkraft im Jahr 2022 pro Kopf der Wohnbevölkerung im **periodischen Bedarf** (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Apothekerwaren¹⁴, Zeitschriften / Zeitungen, Schnittblumen) etwa 3.498 €.

Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau im Jahr 2022 in Gesmold und Wellingholzhausen bei 100,2 und damit im Bundesdurchschnitt (= 100).

Im Einzugsgebiet liegt im periodischen Bedarf ein Kaufkraftvolumen von ca. 24,8 Mio. € vor, davon entfallen auf

	Zone I (fußläufiger Nahbereich)	7,3 Mio. €
	Zone II	17,5 Mio. €.

¹⁴ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

IV. Relevante Angebotssituation

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Im Oktober 2022 wurde seitens der GMA die Begehung und Bewertung der nahversorgungsrelevanten Wettbewerber in Melle und Bissendorf vorgenommen. Dabei konnte für den Meller Teil des Untersuchungsraums auf aktuelle gesamtstädtische Bestandsdaten zurückgegriffen werden, die durch die GMA erhoben worden sind. Diese Einzelhandelsdaten wurden im Rahmen der Vor-Ort-Untersuchung überprüft und aktualisiert. Da der Angebotsschwerpunkt im periodischen Bedarf liegt, sind in diesem Zusammenhang insbesondere die wesentlichen Lebensmittelanbieter (v. a. Discounter, Supermärkte, Drogeriemärkte und SB-Warenhäuser) von Relevanz. Als Wettbewerber für den geplanten Nahversorger gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebs-typenähnliche Betriebe als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

2. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

Im zentralen Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Gesmold**¹⁵ stellt der bestehende Frischemarkt den einzigen Lebensmittelmarkt dar, ergänzt um zwei Bäckereien. Der traditionsreiche Markt (seinerzeit Nah & Frisch Breeck) mit unter 300 m² Verkaufsfläche ist stark verwinkelt und war im Oktober 2022 hinsichtlich des Marktauftritts und der Ladeneinrichtung nicht mehr zeitgemäß. Zum Jahreswechsel 2022/2023 wurde der Markt geschlossen, im Mai 2023 wurde er als „Ihr frischmarkt“ wiedereröffnet.

An **sonstigen Standorten im Einzugsgebiet** ist insbesondere auf den NP-Markt in Oldendorf-Westerhausen hinzuweisen. Dieser Solitärstandort sollte im bisherigen Einzelhandelsentwicklungskonzept 2012 als zentraler Versorgungsbereich entwickelt werden, bislang ist dort nur der Discounter vorhanden. Das Angebot in Zone II des Einzugsgebiets wird ergänzt durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Wildfleischverkauf) und kleinflächige Angebote, darunter eine Apotheke, Tankstelle, Floristik und Tiernahrung. Auf der Verkaufsfläche von ca. 1.020 m² dürfte im periodischen Bedarf ein Umsatz von ca. 5 - 6 Mio. € erwirtschaftet werden.

3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Im zentralen Versorgungsbereich **Hauptzentrum Innenstadt** stellen das moderne E-Center sowie Aldi die strukturprägenden Betriebe dar, ergänzt durch einen Rossmann-Drogeriemarkt, einen kleinen Biomarkt und einen nicht mehr zeitgemäßen K+K-Markt. Mit Gastronom und Kapadokya Market sind zwei größere internationale Anbieter anzutreffen, weiter sind zahlreiche Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Apotheken, Kioske und Feinkostanbieter in der Innenstadt ansässig. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf beläuft sich auf ca. 7.470 m², auf denen ein Umsatz von ca. 35 – 36 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

Im zentralen Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Wellingholzhausen** stellte Edeka zum Erhebungszeitpunkt mit ca. 950 m² Verkaufsfläche den strukturprägenden Lebensmittelmarkt dar, aufgrund der nicht mehr zeitgemäßen Standortvoraussetzungen war für diesen

¹⁵ gem. aktuellem Entwurf der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts

Markt bereits die Erweiterung und Verlagerung innerhalb von Wellingholzhausen vorgesehen. Die Bauarbeiten in der Sondermühlener Straße waren zum Erhebungszeitpunkt bereits weit fortgeschritten. Am 29.06.2023 wurde außerhalb des Nahversorgungszentrums der neue Markt mit ca. 1.600 m² Verkaufsfläche eröffnet, der bisherige Markt wurde mit der Verlagerung geschlossen. Das Angebot innerhalb des Nahversorgungszentrums wird durch eine Apotheke, Blumen und Bäckereien ergänzt. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf beläuft sich inklusive des verlagerten Edeka-Marktes knapp außerhalb des Zentrums auf ca. 1.800 m², auf denen ein Umsatz von ca. 8 – 9 Mio. € erwirtschaftet worden sein dürfte.

An den **sonstigen Standorten in Melle** sind die leistungsfähigen Märkte an der Fachmarkttagglomeration Gerden als wesentliche Wettbewerber zu identifizieren. Größter Lebensmittelmarkt in Melle ist Marktkauf mit ca. 4.600 m² VK, der erst in 2022 durch Erweiterung eines E-Centers entstanden ist. Darüber hinaus sind Filialen von Lidl, Netto Marken-Discount, Aldi und Fressnapf in Gerden ansässig. An der zweiten Fachmarkttagglomeration an der Oldendorfer Straße sind Combi, Müller Drogerie und eine weitere Filiale von Lidl zu finden. Das Angebot wird ergänzt durch zahlreiche kleinflächige Anbieter des Lebensmittelhandwerks, Getränkemarkte, Kioske, Tankstellen, Hofläden etc. Insgesamt sind an diesen Standorten rd. 12.500 m² VK im periodischen Bedarf vorhanden, die einen vorhabenrelevanten Umsatz von ca. 55 – 56 Mio. € repräsentieren dürften.

Tabelle 2: Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum

Stadt- / Ortsteil	Standort	Name	Betriebstyp	VK in m ² (ca.-Werte)
Gesmold	ZVB Gesmold	Ihr frischmarkt	Supermarkt	280
Melle-Mitte	Innenstadt	Aldi	Discounter	890
		E-Center Stöckel	Supermarkt	2.280
		Gastronom	int. Supermarkt	500
		K + K Markt	Supermarkt	1.090
Oldendorf	ZVB Westerhausen	NP Markt	Discounter	780
Melle-Mitte	FMA Gerden	Aldi	Discounter	1.070
		Marktkauf	großer Supermarkt	4.600
		Netto Marken-Discount	Discounter	820
		Lidl	Discounter	850
Melle-Mitte	FMA Oldendorfer Straße	Combi	Supermarkt	2.080
		Lidl	Discounter	960
Wellingholzhausen	sonstige	Edeka Wondrak Poppe	Supermarkt	1.600
Bissendorf	Fachmarktzentrum Bissendorf	Netto Marken-Discount	Discounter	950
	Ortsmitte	NP Markt	Discounter	780

GMA-Zusammenstellung 2023, Angaben zur Gesamtverkaufsfläche ohne Konzessionäre; ZVB = zentraler Versorgungsbereich.

Im benachbarten Grundzentrum **Bissendorf** ist insbesondere auf das autobahnahe Fachmarktzentrum Bissendorf hinzuweisen, das neben modernen Filialen von Netto Marken-Discount, Kik, TEDI und Getränke Hoffmann u. a. eine Reihe von Tesla-Supercharger-Säulen und ausgedehnte Parkplatzflächen bietet. Somit übernimmt dieser Standortbereich zusätzlich die

Funktion eines Rastplatzes für die zunehmend populärer werdende Elektromobilität. In der Ortsmitte von Bissendorf ist außerdem eine Filiale von NP-Discount vorhanden. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf beläuft sich auf ca. 2.460 m², auf denen ein Umsatz von ca. 9 - 10 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

Neben den genannten Betrieben sind weitere kleinflächige Lebensmittelanbieter, Lebensmittelhandwerk, Kioske und Tankstellenshops im Untersuchungsraum vorhanden.

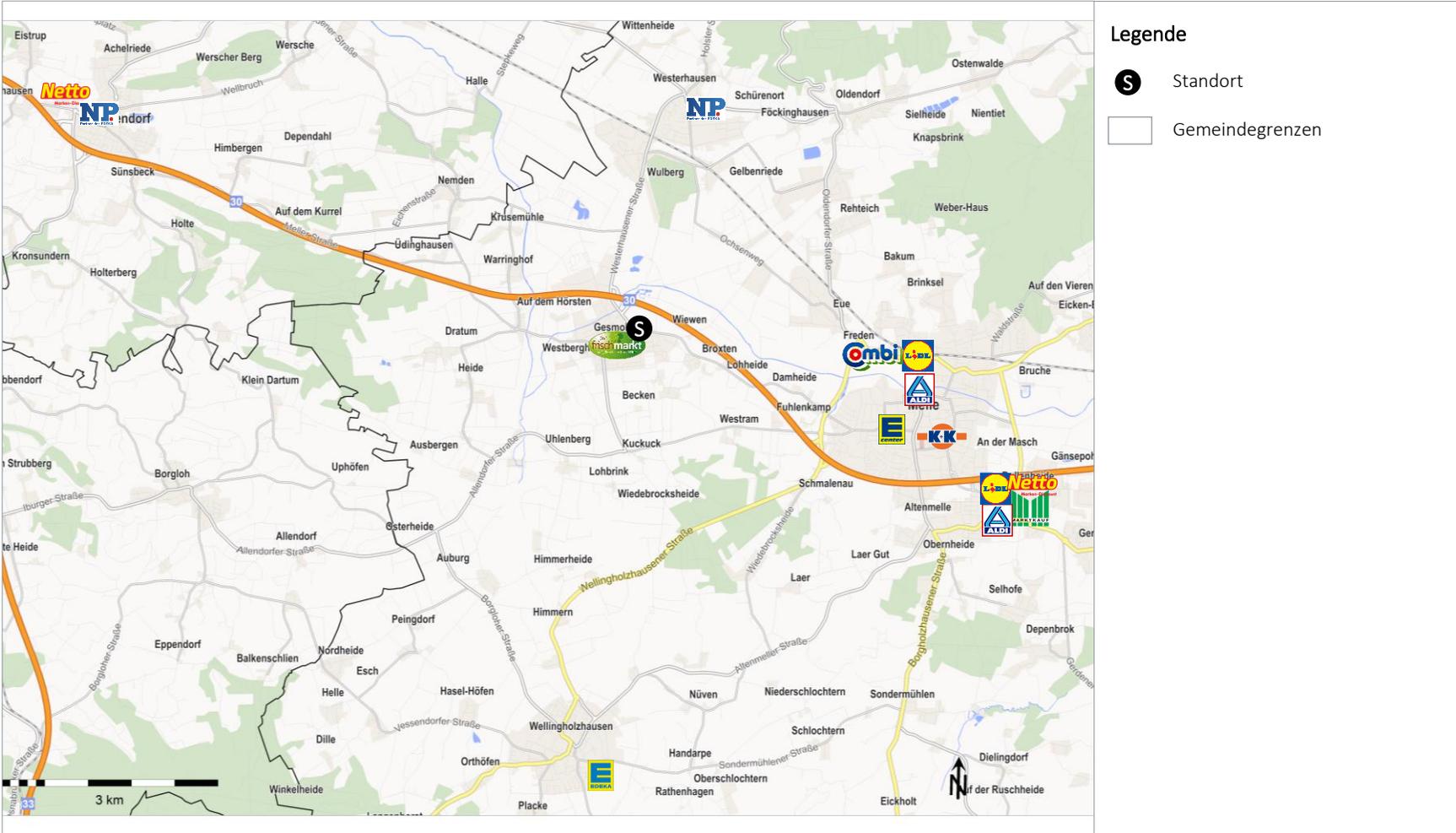
Insgesamt sind im Untersuchungsraum im periodischen Bedarf derzeit ca. 25.500 m² Verkaufsfläche und eine Umsatzleistung von rd. 117 - 118 Mio. € vorzufinden. Die nachfolgende Tabelle 4 stellt zusammenfassend die Verkaufsflächen und Umsatzverteilung im Untersuchungsraum im periodischen Bedarf dar.

Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzsituation betrachteter Standorte im Untersuchungsraum

Lage	VK periodischer Bedarf		Umsatz periodischer Bedarf	
	m ² VK	in %	Mio. €	in %
ZVB Gesmold	300	1	1 – 2	1
ZVB Innenstadt	7.470	29	35 – 36	30
Wellingholzhausen	1.800	7	8 – 9	8
Sonstige EZG	1.020	4	5 – 6	5
sonstige in Melle	12.500	49	55 – 56	47
sonstige in Bissendorf	2.460	10	9 – 10	9
Untersuchungsraum insg.	25.500	100	117 – 118	100

GMA-Zusammenstellung 2023; Mehrbranchenbetriebe wurden nach Teilsortimenten aufgeteilt. Rundungsdifferenzen möglich.

Karte 3: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



V. Auswirkungsanalyse

1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Einzelhandelsumsätze werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- /// Ein erster Ansatz, das Marktanteilkonzept, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, dem Umsatzumverteilungsmodell, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 5 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten. Das Marktanteilkonzept lässt jedoch keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Ansiedlung des Marktes neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 3. ausführlich behandelt.

Im fußläufigen Einzugsgebiet sowie innerhalb des dörflichen Stadtteils Gesmold wird der geplante Nahversorger den strukturprägenden Lebensmittelmarkt darstellen. Daher sind im fußläufigen Einzugsgebiet für einen modernen Lebensmittelmarkt vergleichsweise hohe Marktanteile zu erwarten, wobei diese durch den wiedereröffneten Frischemarkt und die ausgeprägte Wettbewerbssituation, insbesondere in Melle-Gerden, deutlich begrenzt werden. In der Zone II des Einzugsgebiets sind vermehrt Mehrfachorientierungen zu anderen Supermärkten und Discountern festzustellen. Somit ergeben sich für den geplanten Lebensmittelmarkt mit ca. 1.100 m² VK (inkl. Verkaufsflächen der Bäckerei) folgende Marktanteile:¹⁶

¹⁶ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft period. Bedarf in Mio. €	Marktanteil period. Bedarf in %	Umsatz period. Bedarf in Mio. €	Umsatz aperiod. Bedarf in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	7,3	30 – 31	2,3	0,2	2,5	52
Zone II	23,8	9 – 10	1,7 – 1,8	0,1 – 0,2	1,9	41
Einzugsgebiet	31,1	16 – 17	4,1	0,4	4,4	93
Streuumsätze			0,3	< 0,1	0,3	7
Summe			4,4	0,4	4,8	100

Der Umsatzanteil im periodischen Bedarf beträgt bei Lebensmitteldiscountern rd. 90 – 98 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft im Bereich der aperiodischen Randsortimente ist davon auszugehen, dass diese vergleichbar mit der im periodischen Bedarf ist. GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich).

Somit lässt sich für das Vorhaben mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² ein **Gesamtumsatz von ca. 4,8 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 4,4 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,4 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf (v. a. Aktionswaren). Davon entfallen ca. 4,5 Mio. € auf Netto Marken-Discount, die Bäckerei wird voraussichtlich einen Umsatz von ca. 0,2 - 0,3 Mio. € im periodischen Bedarf erwirtschaften.

Zur Bewertung des **Umsatzes** kann die Flächenproduktivität herangezogen werden. Bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.070 m² entspricht dies einer Flächenproduktivität von ca. 4.320 €/m². Für den möglichen Betreiber Netto Marken-Discount (durchschnittliche Filialleistung: ca. 3,8 Mio. €; ca. 807 m² / Filiale; ca. 4.700 €/m²)¹⁷ würde dies einen leicht überdurchschnittlichen Umsatz bei einer unterdurchschnittlichen Flächenproduktivität bedeuten.

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit ca. 52 % der überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus dem fußläufigen Einzugsgebiet generiert wird, was auch die Grundversorgungsfunktion des Marktes deutlich unterstreicht. Auch hinsichtlich der Kundenherkunft im Bereich der aperiodischen Randsortimente ist davon auszugehen, dass diese mit der im periodischen Bedarf vergleichbar sein wird. Somit ist festzuhalten, dass die Umsatzherkunft über alle Sortimente mit ca. 52 % überwiegend aus dem fußläufigen Nahbereich stammen wird.

Angesichts der **begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet** sowie der Wettbewerbssituation in den umliegenden Stadtteilen wird ein Lebensmittelmarkt mit deutlich mehr als 1.100 m² Verkaufsfläche kaum wirtschaftlich zu betreiben sein. Auch dürfte ein deutlich größerer Markt nicht überwiegend der wohnortbezogenen Nahversorgung dienen.

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im

¹⁷ Quelle: Hahn Retail Real Estate Report 2022 / 2023; S. 35

vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im periodischen Bedarf werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- // die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Ansiedlungsvorhaben
- // die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- // die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- // die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die Bewertung des Vorhabens werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- // Der Markt wird an seinem Standort auf einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.070 m² eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 4,5 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 4,1 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,4 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf.
- // Die Bäckerei wird im periodischen Bedarf ca. 0,2 – 0,3 Mio. € erwirtschaften.
- // Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen. Dies sind im Lebensmittelbereich andere Lebensmittelmarkte (v. a. Discounter und Supermärkte), in untergeordneter Form werden jedoch auch kleinere Lebensmittelanbieter Umverteilungswirkungen erfahren.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen

		in Mio. €	in %
periodischer Bedarf	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im NVZ Gesmold	0,2	11 – 12
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im ZVB Innenstadt	1,4	3 – 4
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet	0,4	6 – 7
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im NVZ Wellingholzhausen	0,3	2 – 3
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern an sonstigen Standorten in Melle	1,9	3 – 4
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern an sonstigen Standorten in Bissendorf	0,2	2 – 3
	Umsatz geplanter Markt im periodischen Bedarf	4,4	
	Umsatz geplanter Markt im aperiodischen Bedarf	0,4	-
Umsatz insgesamt		4,8	-

GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, gerundet).

Anhand der vorstehenden Tabelle ist sichtbar, dass im periodischen Bedarf keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind.

Innerhalb des **NVZ Gesmold** sind Umsatzrückgänge um ca. 0,2 Mio. € zu erwarten, was ca. 11 – 12 % entspricht. Hiervon wird insbesondere der unlängst wiedereröffnete Lebensmittelmarkt „Ihr frischmarkt“ betroffen sein. Insgesamt liegen die Umsatzrückgänge jedoch auf einem niedrigen Niveau, da derzeit der Großteil der Kaufkraft aus Gesmold an andere Standorte abfließt. Selbst im Falle des erneuten Marktaustritts des kleinflächigen Lebensmittelgeschäfts würde die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs gewahrt bleiben, da sich der Planstandort ebenfalls innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs befindet und dieser die Versorgungsfunktion übernehmen und langfristig sichern kann.

Gegenüber den Anbietern im **ZVB Innenstadt** fallen die Umsatzrückgänge mit ca. 3 – 4 % gering aus, insbesondere die autokundenorientierten Standorte von E-Center und Aldi werden durch die Erhöhung der Kaufkraftbindung im Stadtteil Gesmold betroffen sein. Diese wettbewerblichen Wirkungen werden nicht zu einer wesentlichen Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereichs führen.

Gegenüber den Anbietern **innerhalb des Einzugsgebietes** sind Umsatzrückgänge um ca. 0,3 – 0,4 Mio. € bzw. ca. 6 – 7 % zu erwarten, Hauptwettbewerber ist NP Discount in Oldendorf-Westerhausen. Aufgrund der eher geringen Umsatzrückgänge ist nicht mit einer wesentlichen Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung zu rechnen.

In **Wellingholzhausen** sind nur geringe Überschneidungen der Einzugsgebiete festzustellen, die Umsatzrückgänge fallen daher mit ca. 2 – 3 % gering aus. Eine wesentliche Beeinträchtigung des Zentrums ist angesichts der unlängst erfolgten Verlagerung und Erweiterung von Edeka Wondrak Poppe auszuschließen, hierdurch wird der Magnetbetrieb am neuen Standort modern und zukunftsfähig aufgestellt sein.

An den **sonstigen Standorten in Melle** sind mit ca. 1,9 Mio. € die höchsten Umsatzrückgänge zu erwarten, die jedoch mit ca. 3 – 4 % in der Summe ebenfalls gering ausfallen. Insbesondere die autokundenorientierten Fachmarkttagglomerationen werden von rein wettbewerblichen Effekten infolge von erhöhter Kaufkraftbindung in Gesmold betroffen sein.

An den untersuchungsrelevanten Standorten in **Bissendorf** fallen die Umsatzrückgänge mit ca. 0,2 Mio. € bzw. 2 – 3 % sehr gering aus. Während das Fachmarktzentrum Bissendorf von seiner verkehrsgünstigen Lage und den Agglomerationseffekten der einzelnen Fachmärkte sowie der Nähe zur Autobahn profitiert, richtet sich der NP-Markt in der Ortsmitte vermehrt an die Bissendorfer Wohnbevölkerung. Eine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des Grundzentrums Bissendorf ist auszuschließen.

4. Bewertung der Voraussetzungen für ein nicht raumbedeutsames Vorhaben

Die Analyse des Mikrostandortes hat ergeben, dass der Standort an der Westerhausener Straße in Gesmold trotz Randlage überwiegend auf die **wohntbezogene Nahversorgung** der Bewohner in den umliegenden Wohngebieten des Kernorts Gesmold ausgerichtet ist. Der fußläufige Nahbereich (10 Gehminuten, max. 1.000 m Entfernung) umfasst die zusammenhängenden Wohngebiete im näheren Umfeld.

Basierend auf der Prognose zum Umsatz und zur Umsatzherkunft entfällt für den geplanten Nahversorger mehr als die Hälfte des Umsatzes (rd. 52 %) auf den fußläufigen Nahbereich.

Damit wird die Voraussetzung, dass mindestens die Hälfte des Umsatzes bei einem nicht raumbedeutsamen Vorhaben aus dem fußläufigen Nahbereich stammt, erfüllt.

Weiterhin ist die **Verkaufsfläche für aperiodische Sortimente auf max. 10 % zu begrenzen**. Bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² müssen mindestens 990 m² auf Sortimente des periodischen Bedarfs entfallen und die Verkaufsfläche für aperiodische Sortimente darf 110 m² VK nicht überschreiten. Die weitere Voraussetzung in Bezug auf die Sortimente ist durch den Betreiber einzuhalten und kann daher ebenfalls erfüllt werden. Zusammenfassend ist der geplante Markt an der Westerhausener Straße in Gesmold als **nicht raumbedeutsam** einzustufen und entspricht den Vorgaben des RROP 2004 – Landkreis Osnabrück – Teilfortschreibung Einzelhandel 2010. Daher ist das Vorhaben unter dieser Bedingung nicht als großflächiges Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 1 bis 3 BauNVO zu bewerten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Vorhaben	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes, voraussichtlich Netto Marken-Discount
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungenanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Einzugsgebiet umfasst den Stadtteil Gesmold sowie Teile von Oldendorf, Melle-Mitte und Wellingholzhausen mit insg. rd. 7.074 EW ▪ Kaufkraft im Einzugsgebiet: ca. 24,8 Mio. € im periodischen Bedarf, davon ca. 7,3 Mio. € im fußläufigen Einzugsgebiet
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Der geplante Markt wird voraussichtlich eine Gesamtumsatzleistung von ca. 4,5 Mio. € erwirtschaften können. Hiervon entfallen ca. 4,1 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,4 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf. ▪ Die Bäckerei wird im periodischen Bedarf ca. 0,2 – 0,3 Mio. € erwirtschaften.
Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzrückgänge: NVZ Gesmold: ca. 0,2 Mio. € / 11 – 12 % ZVB Innenstadt: ca. 1,4 Mio. € / 3 – 4 % Sonstige Standorte innerhalb d. EZG: ca. 0,3 – 0,4 Mio. € / 6 – 7 % NVZ Wellingholzhausen: ca. 0,2 – 0,3 Mio. € / 2 – 3 % Sonstige Standorte in Melle: ca. 1,9 Mio. € / 3 – 4 % Sonstige Standorte in Bissendorf: ca. 0,2 Mio. € / 2 – 3 % Aperiodischer Bedarf: ca. 0,4 Mio. € ▪ Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass wesentliche Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung durch das Vorhaben ausgeschlossen werden können.
Bewertung hinsichtlich der Landes- und Regionalplanung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Der Standort des geplanten Lebensmittelmarkts an der Westerhäuser Straße in Gesmold wird überwiegend auf die wohnotbezogene Nahversorgung der Bewohner in den umliegenden Wohngebieten im Kernort Gesmold ausgerichtet sein. ▪ Mehr als die Hälfte des Umsatzes (rd. 52 %) stammt aus dem fußläufigen Nahbereich. ▪ Der Standortbereich ist im RROP als Herausgehobener Nahversorgungsbereich festgelegt. ▪ Die Verkaufsfläche für aperiodische Sortimente ist auf max. 10 % zu begrenzen. ▪ Zusammenfassend ist der geplante Lebensmittelmarkt am Kreisverkehr in Gesmold als nicht raumbedeutsam einzustufen und entspricht den Vorgaben des RROP 2004 – Landkreis Osnabrück – Teilfortschreibung Einzelhandel 2010. Daher ist das Vorhaben unter dieser Bedingung nicht als großflächiges Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 1 bis 3 BauNVO zu bewerten.

GMA-Zusammenstellung 2023.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Mikrostandort Westerhausener Straße	14
Karte 2:	Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarkts in Melle-Gesmold	17
Karte 3:	Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	22

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	10
Tabelle 2:	Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum	20
Tabelle 3:	Verkaufsflächen- und Umsatzsituation betrachteter Standorte im Untersuchungsraum	21
Tabelle 4:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	24
Tabelle 5:	Prognose der Umsatzumverteilungen	26

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Planstandort am Kreisverkehr	13
Foto 2:	Wohn- und Geschäftsnutzung Gesmolder Straße	13
Foto 3:	Nahversorgungsmarkt (damals Breeck)	13
Foto 4:	Ortsmitte Gesmold	13