



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Apen

- Entwurfssfassung -

Auftraggeber: Gemeinde Apen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

-bearbeitung: M. Sc. Geogr. Julian Battermann

Köln, am 25.03.2019

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 nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und der Auftraggeberin unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 – 989438-0
Telefax: 0221 – 989438-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Juli 2018 beauftragte die Gemeinde Apen die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, das im Jahr 2009 erstellte Einzelhandelskonzept fortzuschreiben. Anlass sind die Überlegungen zur Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen auf eine Fläche angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich Augustfehn. Ziel des Konzeptes ist es, die Leitlinien und Strategien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Apen aufzuzeigen.

Der GMA standen für die Erstellung der Untersuchung Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamtes für Statistik Niedersachsen, MB Research, Landkreis Ammerland, der Gemeinde Apen sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung.

Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische und bauleitplanerische Entscheidungen der Gemeinde Apen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert, der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität von sekundärstatistischen Daten, u. a. Landesamt für Statistik, MB Research, kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 25.03.2019
KST/BNJ-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung und Methodik	6
2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	6
2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	6
2.2 Angebotsstrukturen und Entwicklungen der Nahversorgung	8
3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	11
3.1 Bauplanungsrecht	11
3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan	11
3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan	12
3.1.3 Besonderes Städtebaurecht	13
3.2 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen	13
3.3 Regionalplanung	16
4. Zentrale Versorgungsbereiche	19
4.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“	19
4.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche	21
II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Apen	23
1. Makrostandort Apen	23
1.1 Demographische Entwicklung	23
1.2 Beschäftigtenstruktur und touristische Struktur	26
2. Einzelhandelssituation	27
2.1 Aktueller Einzelhandelsbestand	27
2.2 Nahversorgungssituation	28
III. Nachfragesituation	32
1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Apen	32
2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Apen	36
3. Einzelhandelszentralität	37

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes	39
1. Bewertung des Einzelhandelsangebotes im periodischen Bedarf	39
2. Bewertung des Einzelhandelsangebotes im aperiodischen Bedarf	40
V. Einzelhandelskonzept für Apen	42
1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes	42
2. Sortimentskonzept	43
3. Standortkonzept	46
3.1 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Apen	47
3.2 Zentraler Versorgungsbereich Augustfehn	49
3.3 Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs	52
3.4 Gewerbegebiete	52
4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung	52
Verzeichnisse	54

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Methodik

Das Einzelhandelskonzept dient als sachlich fundierte Grundlage zur Bewertung der branchen- und standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel der Gemeinde Apen. Es bildet als umsetzungsorientiertes Steuerungsinstrument die Basis für weitere Planungen, wobei primär der großflächige Einzelhandel (ab 800 m² Verkaufsfläche) planungsrechtlich und raumordnerisch zu begleiten ist. Die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche bis zu 800 m² ist in der Baunutzungsverordnung geregelt. Die Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis, wobei es sich überwiegend um primärstatistische Daten handelt:

- /// Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe
- /// Nutzungskartierungen in Apen und Augustfehn
- /// Kundenbefragung vor den Supermärkten und Lebensmitteldiscountern.

Im Rahmen der Kartierungen wurden neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) auch leerstehende Einheiten erfasst. Die Ergebnisse der Kartierungen bilden eine wichtige Grundlage zur sachgerechten Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche. Die Befragung der Kunden vor Aldi, Edeka, Lidl, Netto Marken-Discount und Markant diente dazu, die räumliche Ausstrahlung dieser Einzelhandelsbetriebe zu überprüfen.

Die flächendeckende Aufnahme der Verkaufsflächen¹ aller Einzelhandelsbetriebe erfolgte im August 2018. Die Verkaufsfläche der Betriebe mit mehreren Sortimenten, z. B. Baumarkt, Fachmärkte wurde sortimentsgenau erhoben.

2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

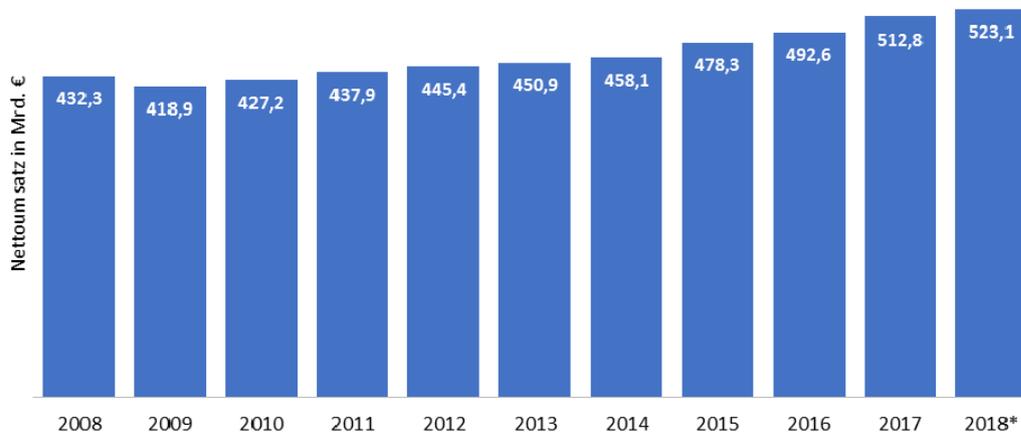
Mögliche Entwicklungschancen des örtlichen Einzelhandels können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel gesehen werden.

- /// Mit über 520 Mrd. € Umsatz im letzten Jahr ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz ist dem Handel zuzuordnen.

¹ Verkaufsfläche wird wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen zur Vorbereitung / Portionierung der Waren sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

- Der Einzelhandelsumsatz² in Deutschland ist in den letzten 10 Jahren fast kontinuierlich jedes Jahr gestiegen.

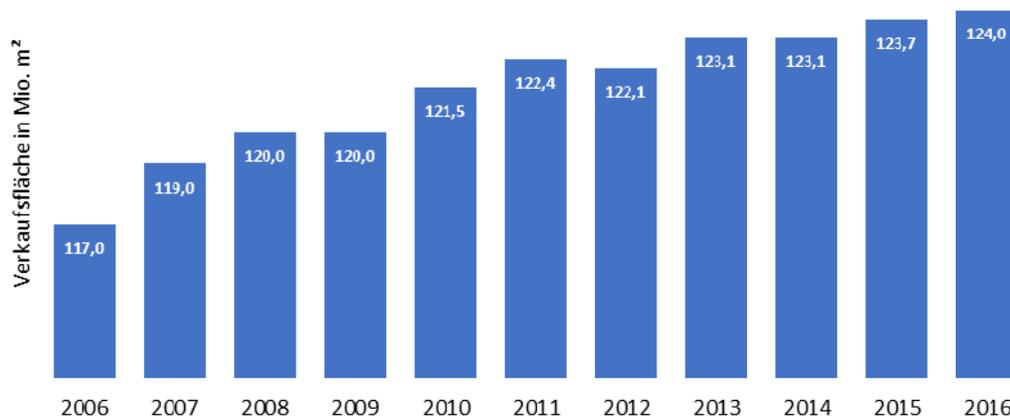
Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland



Quelle: Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2019, Umsatz ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken

Der Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet; in den Folgejahren schwächte sich der Verkaufsflächenzuwachs hingegen deutlich ab.

Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2016



Quelle: Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2019

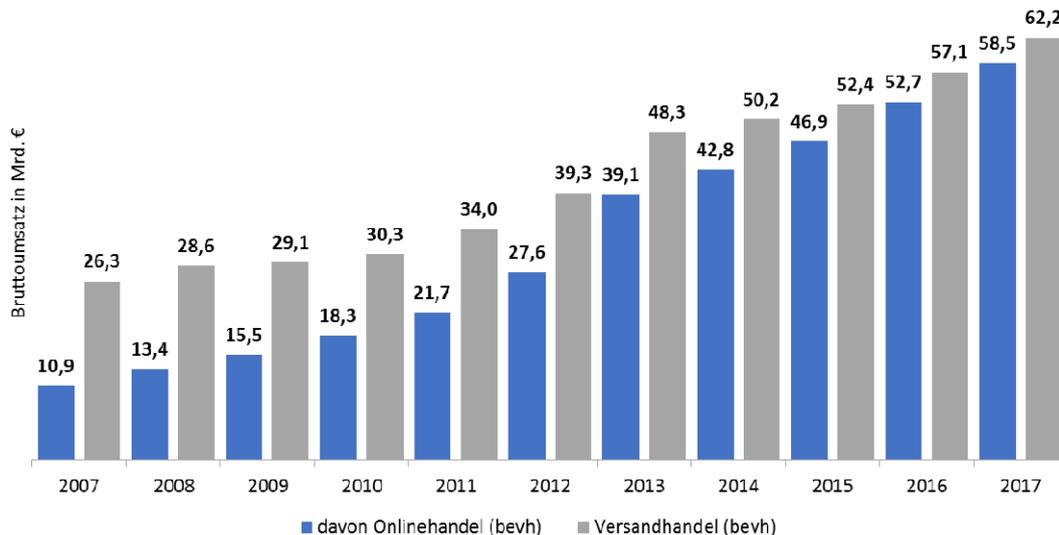
Seit Jahrzehnten vollzieht sich ein **Strukturwandel**, welcher v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Der Anteil von Einzelunternehmen nahm von rd. 55 % im Jahr 1980 auf rd. 20 % ab.³ Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchise-konzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen.

² Bezogen auf den Einzelhandel „im engeren Sinne“, d. h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, und verschreibungspflichtigen Apothekenwaren.

³ GMA-Grundlagenforschung.

Der Internethandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert. Während der Umsatz des gesamten Einzelhandels in den vergangenen Jahren nur leichte Steigerungen verzeichnen konnte, verbuchte der Onlinehandel eine rasante Entwicklung.

Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Quelle: bevh 2017, GMA-Darstellung 2018

Für 2017 gibt der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) einen Umsatz von 58,5 Mrd. € an. Der Umsatzanteil des Onlinehandels am gesamten Einzelhandel liegt bei fast 14 %.⁴ Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar, da viele (stationäre) Einzelhändler auch Onlineshops anbieten, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. In Großstädten zeigt sich, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen.

2.2 Angebotsstrukturen und Entwicklungen der Nahversorgung

Die Nahversorgung wird heute durch sehr unterschiedliche Anbieter- und Betriebsformen abgedeckt, wobei insbesondere die Lebensmittelmärkte strukturprägend sind. Es werden folgende Betriebstypen vom EHI Köln unterschieden.⁵

⁴ Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von über 20 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei 5 %. Auch der Lebensmitteleinzelhandel weist mit 2 % noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf. (Quelle: bevh, Präsentation zum Jahresgespräch 2019).

⁵ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁶ 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-Artikel⁷ 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.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

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

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des **Lebensmitteleinzelhandels** kommt discountierenden Angebotsformen zu. Es handelt sich hierbei um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Diese verfügen über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45,7 %⁸, wobei mittlerweile über 16.000 Lebensmitteldiscounter in Deutschland vorhanden sind. In den vergangenen Jahren hat sich die Expansionswelle der Discounter jedoch deutlich abgeflacht, d.h. Optimierungen der bestehenden Filialen stehen im Vordergrund. Supermärkte und SB-Warenhäuser konnten ebenfalls in den letzten Jahren noch expandieren, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen hohen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleineren Lebensmittelgeschäfte von über 12.800 (2009) auf etwa 8.650 Geschäfte (2017)⁹. Als Standorte für großflächige Lebensmitteldiscounter

⁶ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁷ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

⁸ Quelle: EHI Retail Institute, April 2018.

⁹ Quelle: EHI handelsdaten aktuell, 2018.

oder Supermärkte wurden in den letzten Jahren aufgrund raumordnerischer Vorgaben zunehmend Standorte in städtebaulich integrierten Lagen nachgefragt.

In einem Lebensmitteldiscounter werden im feststehenden Sortiment (ohne wöchentliche Aktionswaren) zwischen 1.200 Artikel (Aldi Nord) und 4.000 Artikel (Netto Marken-Discount) angeboten. Ein Supermarkt führt auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² bereits über 15.000 Artikel und auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.800 m² über 30.000 Artikel. Der Angebots- und Umsatzschwerpunkt entfällt sowohl bei Discountern als auch bei Supermärkten auf den periodischen Bedarf, wenngleich mit unterschiedlichen Anteilen. Bei Discountern liegt dieser Anteil bei etwa 85 %, bei kleineren Supermärkten bei rd. 95 % und bei großen Supermärkten bei etwa 75 %.

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 auf den Lebensmitteleinzelhandel aus. So führt der Einsatz neuer Technologien zu Optimierungsprozessen, v. a. in der Warenlogistik und in der Warenbewirtschaftung. Folgende Veränderungen zeichnen sich weiter ab:

- / Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel und im Drogeriehandel optimieren und modernisieren weiterhin ihr **Standortnetz** konsequent. 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.

Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen

mögliche / typische Angebote	Beispiele	Mindest-Einwohnerzahl im Einzugsgebiet	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Supermarkt in ländlich geprägten Orten	Edeka, Rewe, Markant, Combi	4.000	1.200 – 1.500
Lebensmitteldiscounter	Aldi-Nord	8.000	1.200 – 1.400
	Lidl	8.000	1.300 – 1.500
	Netto Marken-Discount	3.000	800 – 1.100
Getränkemarkt	Hol ab	5.000 – 10.000	300 – 500
Drogeriemarkt Rossmann	-	ab 10.000	600 – 800
Drogeriemarkt dm	-	ab 20.000	800
Bäckereifiliale	-	2.000 – 3.000	30 – 50
Metzgereifiliale	-	5.000 – 10.000	30 – 50
Apotheke	-	4.000	80 – 120

GMA-Standortforschung 2019

- / 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.

- /// Auch kleinere Verpackungsgrößen und bequemes Einkaufen durch breitere Gänge sowie niedrigere Regalhöhen tragen zu größeren Einheiten bei.
- /// Im Lebensmittelhandel konnten bislang insbesondere Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen) den online-Umsatzanteil erhöhen. So stieg dieser Umsatzanteil¹⁰ bei Weinen und Sekt von 4,1 % (2015) auf 5,6 % (2017). Bei Lebensmitteln und Delikatessen erhöhte sich im Vergleichszeitraum der Onlineanteil nur geringfügig (2015: 0,6 %, 2017: 0,9 %).
- /// Bei Artikeln der Körperpflege und Kosmetik liegt der Onlineanteil bei rd. 10 %, bei Drogeriewaren (Hygienepapiere, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel) hingegen nur bei 1,5 %¹¹.
- /// Auch Artikel des Heimtierbedarfs (Tiernahrung, Zubehör¹²) werden verstärkt online¹³ nachgefragt, dieser Anteil erhöhte sich von 12,1 % (2015) auf 16,4 % (2017).

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB (Baugesetzbuch) und der BauNVO (Baunutzungsverordnung) ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert wird.

3.1 Bauplanungsrecht

3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan

Nach § 30 BauGB ist ein Vorhaben im Geltungsbereich eines qualifizierten Bebauungsplans zulässig, wenn es diesen Festsetzungen nicht widerspricht und die Erschließung gesichert ist. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebietstypen festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO wie folgt vorgesehen:

¹⁰ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, Handel digital, Online-Monitor 2018, Seite 16.

¹¹ ebd.

¹² Käfige, Leinen, Körbchen, Spielzeug.

¹³ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, Handel digital, Online-Monitor 2018, Seite 16

Tabelle 2: Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben differenziert nach Baugebietstypen

Baugebiet	Bezeichnung	Zulässigkeit Einzelhandel	Großflächiger Einzelhandel
WA, WS	Allgemeines Wohngebiet, Kleinsiedlungsgebiet	Läden, die der Versorgung des Gebietes dienen	nein
WR	Reines Wohngebiet	Nur ausnahmsweise: Läden zur Deckung des täglichen Grundbedarfs für die Bewohner des Gebiets	nein
WB	Besonderes Wohngebiet	Läden, soweit mit Wohnnutzung vereinbar	nein
MD	Dorfgebiet	Allgemein zulässig*	nein
MI	Mischgebiet	Allgemein zulässig*	nein
MU	Urbanes Gebiet	Allgemein zulässig*	nein
GE GI	Gewerbegebiet Industriegebiet	Allgemein zulässig*	nein
MK	Kerngebiet	Allgemein zulässig	ja
SO	Sondergebiet	Allgemein zulässig	ja

* sofern nicht sondergebietspflichtig gem. § 11 Abs. 3 BauNVO

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe enthält § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung. **Einkaufszentren** und **großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind **außer in Kerngebieten nur in den festgesetzten sonstigen Sondergebieten** zulässig.

In Gebieten mit einfachen Bebauungsplänen gem. § 30 Abs. 3 BauGB richtet sich die Zulässigkeit nach § 34 oder § 35 BauGB. Zudem können nach § 1 Abs. 5, 6 BauNVO in Bebauungsplänen Nutzungsarten ausgeschlossen oder nur ausnahmsweise zugelassen werden:

- „(5) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2 bis 9 sowie 13 und 13a allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
- (6) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass alle oder einzelne Ausnahmen, die in den Baugebieten nach den §§ 2 bis 9 vorgesehen sind,
1. nicht Bestandteil des Bebauungsplans werden oder
 2. in dem Baugebiet allgemein zulässig sind, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.“

3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der zu überbauenden Grundstücksfläche in die Eigenart der näheren

Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. Gewerbegebiet, Mischgebiet, entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in einer Nachbarkommune ausgehen. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

In Gemengelage, z. B. Mischgebieten, ist eine Steuerung ohne Aufstellung eines Bebauungsplanes möglich. Dies soll der Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in Innenstädten dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 schuf der Gesetzgeber die Möglichkeit, über § 9 Abs. 2 a BauGB im unbeplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

3.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Kommunen die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder Entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich-investive Maßnahmen und die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

3.2 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen

Für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Landes-Raumordnung, festgelegt im Landes-Raumordnungsprogramm (LROP-VO) 2017, zu beachten. Im LROP werden Ober- und Mittelzentren abschließend festgelegt; im Landkreis Ammerland sind dies Bad Zwischenahn, Rastede und Westerstede. werden hingegen in den Regionalen Raumordnungsprogrammen festgelegt.

Bei der zentralörtlichen Einstufung handelt es sich um ein Ziel der Raumordnung¹⁴, wobei es um die Konzentration der Siedlungstätigkeit auf ein System leistungsfähiger Orte mit Versorgungsfunktion für Verflechtungsbereiche geht. Unterschieden werden Grund-, Mittel- und Oberzentren, welche unterschiedliche Einrichtungen und Angebote sichern und entwickeln sollen:

- /// **Oberzentrum:** für den spezialisierten höheren Bedarf
- /// **Mittelzentrum:** für den gehobenen Bedarf
- /// **Grundzentrum:** für den allgemeinen täglichen Grundbedarf.

Die Vorgaben der Landes-Raumordnung sind bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben zu beachten, sofern der Bebauungsplan neu aufgestellt bzw. ein Bebauungsplan geändert wird. Nach dem LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Ziffer 02, Satz 1-3 werden Einzelhandelsgroßprojekte beschrieben:

„Neue Einzelhandelsprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffer 03 – 10 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 – 3 der BauNVO einschließlich Hersteller / Direktverkaufszentren. „Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, ggf. jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (**Agglomerationen**).“

In Bezug auf die Steuerung des großflächigen Einzelhandels sind folgende Ziele zu beachten:

- /// **Konzentrationsgebot**
„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Nr. 4)
- /// **Integrationsgebot**
„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-VO 2017, Kapitel 2.3 Nr. 5)

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom 100 periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes **ausnahmsweise** auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus

¹⁴ Ziele der Raumordnung sind verbindliche Vorgaben in Form von räumlich und sachlich bestimmten oder bestimmbar, vom Träger der Regionalplanung abschließend abgewogenen textlichen oder zeichnerischen Festlegungen in Raumordnungsplänen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raumes (§ 3 Nr. 2 ROG). Die Ziele der Raumordnung sind von den öffentlichen Stellen bei ihren raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen zu beachten (§ 4 Abs. 2 ROG). Zudem besteht eine Anpassungspflicht der Bauleitplanung an die Ziele der Raumordnung (§ 1 Abs. 4 BauGB).

städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.“

Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

- a) wenn die **Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert** der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
- b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“ (LROP-VO, Kapitel 2.3 Nr. 6)

Kongruenzgebot

„In einem **Grundzentrum** 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 – 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“

Beeinträchtungsverbot

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

Für Betriebe mit periodischen Kernsortimenten, d. h. sämtliche Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte, ist die Regelung zu den sog. **Standorten mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung außerhalb der zentralen Orte** zu beachten:

„Abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05 sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente auf mindestens 90 vom 100 der Verkaufsfläche periodische Sortimente sind, auch zulässig, wenn

- sie an Standorten errichtet werden, die im regionalen Raumordnungsprogramm als Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung festgelegt sind,
- sie den Anforderungen der Ziffer 07 (Abstimmungsgebot) und 08 (Beeinträchtungsverbot) entsprechen,
- sie im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Ortskern oder mit Wohnbebauung liegen und
- ihr jeweiliges Einzugsgebiet den zu versorgenden Bereich i. S. des Satzes 4 nicht überschreitet.

Die Standorte mit **herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung** dürfen die Funktion und Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und sind im Benehmen mit

der jeweiligen Gemeinde oder Samtgemeinde festzulegen. Sie sollen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Das regionale Raumordnungsprogramm muss für jeden dieser Standorte einen zu versorgenden Bereich festlegen.“ (LROP-VO 2017, Kapitel 2.3 Nr. 10).!“

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 Einzelhandelsbetriebe ohne raumbedeutsame Auswirkungen. Für diese gelten die landes- bzw. regionalplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels nicht. Darunter werden folgende Betriebe verstanden:

- /// **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 Zentraler Orte sowie die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten.

Bei großflächigen nicht raumbedeutsamen Vorhaben müssen folgende Kriterien erfüllt sein:

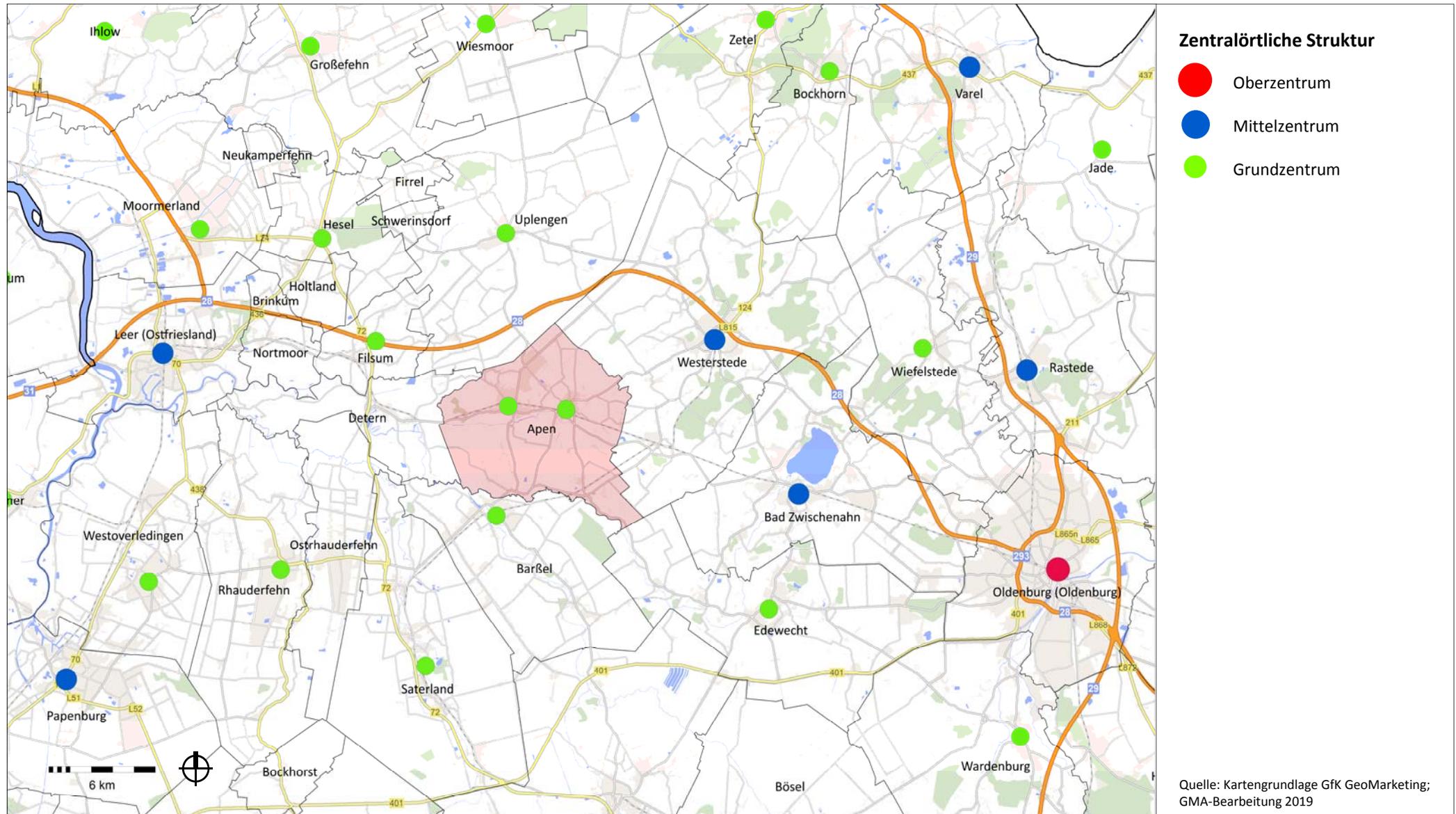
- /// überwiegend fußläufiger Einzugsbereich
- /// mehr als 50 % des Vorhabenumsatzes stammt aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld des Betriebes (10 Minuten-Laufdistanz)
- /// mind. 90 % der Verkaufsfläche entfällt auf das nahversorgungsrelevante Sortiment.

Damit ein Lebensmittelmarkt mehr als die Hälfte seines Umsatzes aus diesem fußläufigen Nahbereich erzielen kann, müssen mindestens 3.000 Einwohner in diesem Nahbereich leben. Dies hängt mit der Tatsache zusammen, dass Verbraucher nicht ausschließlich in einem Lebensmittelmarkt einkaufen, sondern i. d. R. mehrere Märkte (Supermärkte, Discounter, Getränkemärkte, kleinere Betriebe) aufsuchen. In ländlich geprägten Orten mit geringen bzw. kaum verdichteten Wohngebieten ist diese Mindesteinwohnerzahl im fußläufigen Nahbereich kaum zu erreichen.

3.3 Regionalplanung

Im Regionalen Raumordnungsprogramm des Landkreises Ammerland sind Apen und Augustfehn als Grundzentren ausgewiesen, für die Kongruenzräume festgelegt wurden.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



Karte 2: Kongruenzräume der Grundzentren Apen und Augustfehn

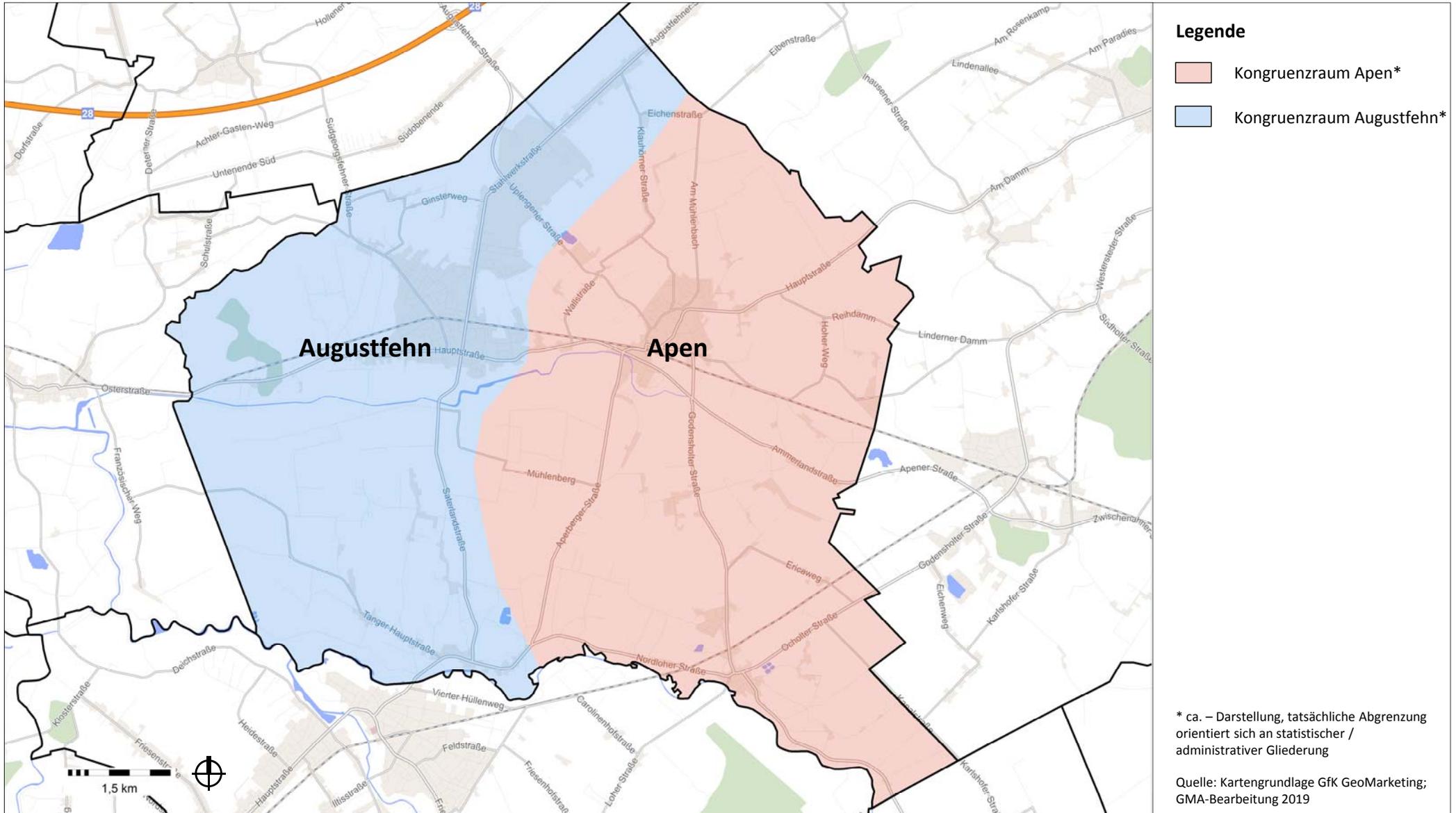


Tabelle 3: Kongruenzräume der Grundzentren Apen und Augustfehn

Apen Kongruenzraum	Einwohner 2018	Augustfehn Kongruenzraum	Einwohner 2018
Apen	2.377	Augustfehn	4.781
Aperberg	187	Bokelermoor	79
Aperfeld	22	Holtgast	24
Apermarsch	95	Klauhörn	84
Espern	60	Lenegenermoor	59
Godensholt	864	Nordloh	426
Godensholterfeld	53	Nordloh-Kanal	45
Godensholterweg	164	Tange	475
Hengstforde	192	Vreschen-Bokel	1.272
Hengstforderfeld	64	Summe	7.245
Klampen	27		
Roggenmoor	210		
Winkel	36		
Summe	4.351		

Quelle: Einwohnerzahlen der Gemeinde Apen (Stand: 19.11.2018), Zuordnung der Ortsteile / Bauernschaften LK Ammerland

Der Landkreis Ammerland erstellte in 2010 ein Regionales Einzelhandelskonzept. Demnach gelten als Potenzialflächen für Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment städtebaulich integrierte Lagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsbereiche sowie Standorte mit funktionsräumlicher Anbindung an städtebaulich integrierte Lagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche. In Industrie- und Gewerbegebietslagen ist eine Ansiedlung ausgeschlossen. Grundsätzlich soll im Lebensmitteleinzelhandel das Verhältnis der Verkaufsfläche zur Einwohnerzahl einen Maximalwert von 0,5 m² pro Einwohner nicht überschreiten.

4. Zentrale Versorgungsbereiche

4.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ ist Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen und in verschiedenen Schutznormen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs¹⁵:

¹⁵ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- /// **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare **großflächige Handelsbetriebe**, die sich u. a. „auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- /// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten“ zu erwarten sein dürfen.
- /// **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Städten nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Nach **§ 1 Abs. 6 BauGB** sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

„Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt - ggf. auch nur eines Teiles des Stadtgebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...].

Entscheidend ist, dass der zentrale Versorgungsbereich eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt¹⁶. In diesem Bereich, ist Einzelhandel vorhanden, welcher aufgrund Qualität und Umfang einen über die eigenen Grenzen und über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich hat¹⁷.

¹⁶ Vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

¹⁷ Vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration verschiedener Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei der Einzelhandel durch Komplementärnutzungen (bspw. Dienstleister, Ärzte, Gastronomie / Hotellerie, öffentliche Einrichtungen) ergänzt wird.

4.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wenngleich die städtebauliche Integration und die Versorgungsfunktion als „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die Abgrenzung¹⁸ erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei folgende Anforderungen mindestens erfüllt sein müssen:

- /// **Städtebaulich integrierte Lage:** Diese ist durch die Einbettung in eine bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung charakterisiert, d. h. es muss ein baulicher Zusammenhang mit einem Wohnumfeld in mindestens zwei Himmelsrichtungen vorliegen. Fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnumfeld und Einzelhandel sind Voraussetzung. Städtebauliche, natürliche oder topografische Barrieren zwischen Geschäftslage und Wohnbereichen (z. B. Autobahn, Flüsse, Geländesprünge) mindern die Integrationsfähigkeit einer Lage, schließen sie jedoch per se nicht aus. Entscheidend ist die fußläufige Anbindung, welche über ergänzende Hilfsmittel (z. B. Ampelanlagen, Querungshilfen) sichergestellt werden kann. Grundlage ist die Bewertung der konkreten Situation vor Ort.
- /// **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken, d. h. reine Wohnhäuser, wahrgenommen.
- /// **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben“ gewährleistet, wozu großflächige Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Kauf- und Warenhäuser zählen. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden¹⁹ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.²⁰
- /// In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel** und **ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Kultur, Freizeit, öffentliche Einrichtungen) aus.
- /// **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus:** Die Betriebe in einem zentralen Versorgungsbereich können sowohl einen überörtlichen als auch einen

¹⁸ BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

¹⁹ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

²⁰ d. h. die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

auf einen bestimmten örtlich begrenzten Bereich als Versorgungsbereich abdecken. Ein übergemeindliches Einzugsgebiet ist nicht Voraussetzung. Auch Betriebe in einer Lage, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Ein Zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich haben und über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Der Idealzustand eines zentralen Versorgungsbereichs ist durch eine durchgängige, kompakte Geschäftslage gekennzeichnet. Die Längenausdehnung spielt i. S. der **fußläufigen Erreichbarkeit** eine entscheidende Rolle. Ein wichtiger Faktor ist die Anbindung an den **öffentlichen Personennahverkehr** und eine ausreichende **Pkw-Erreichbarkeit**.

II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Apen

1. Makrostandort Apen

1.1 Demographische Entwicklung

In den vergangenen fünf Jahren verbuchte die Gemeinde Apen eine deutliche Einwohnerzunahme, die Wachstumsrate im Landkreis Ammerland wurde leicht übertroffen.

Tabelle 4: Einwohnerveränderung der Gemeinde Apen im Vergleich

Daten	Einwohner		Veränderung 2013 / 2018	
	30.09.2013	30.09.2018	abs.	in %
Apen	11.117	11.637	520	4,5
Bad Zwischenahn	27.912	28.656	744	2,6
Edewecht	21.369	22.413	1.044	4,7
Rastede	21.193	22.628	1.435	6,3
Westerstede, Stadt	21.957	22.719	762	3,4
Wiefelstede	15.453	16.114	661	4,1
Barßel	12.470	13.009	539	4,1
Bösel	7.458	7.996	538	6,7
Saterland	13.103	13.727	624	4,5
Bockhorn	8.478	8.839	361	4,1
Uplengen	11.434	11.809	375	3,2
Hesel, SG	10.556	10.865	309	2,8
Jümme, SG	6.400	6.676	276	4,1
Landkreis Ammerland	119.001	124.167	5.166	4,3
Niedersachsen	7.791.958	7.981.576	189.618	2,4

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Die Einwohnerzunahme resultierte aus einem leichten Wanderungsgewinn, während die natürliche Bevölkerungsbilanz negativ ausfiel (mehr Sterbefälle als Geburten). Zwischen 2013 und 2017 gab es 4.699 Zuzüge und 4.126 Fortzüge, das entspricht einem Saldo von 573 Personen. Demgegenüber gab es im gleichen Zeitraum 582 Geburten und 728 Sterbefälle.

Abbildung 4: Zu- und Fortzüge

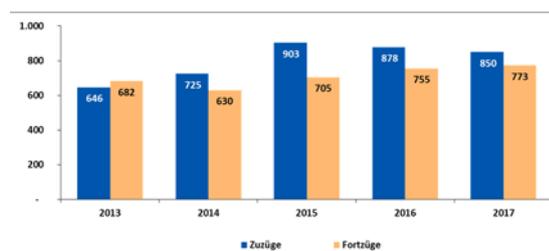
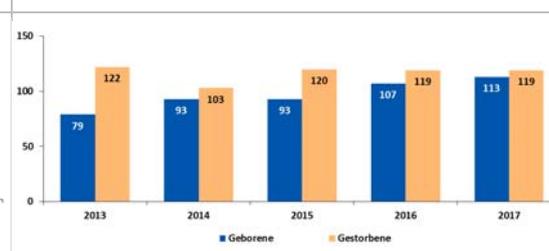


Abbildung 5: Geburten und Sterbefälle



GMA-Berechnung und -Darstellung 2019

Auf Basis einer Prognose des Landesamtes für Statistik Niedersachsen wird für die kommenden Jahre von einer dynamischen Wachstumsrate für die Gemeinde Apen ausgegangen, die Wachstumsprognose liegt über dem Landesdurchschnitt. Gegenüber dem Basisjahr 2017 soll die Bevölkerung bis zum Jahr 2027 um über 700 Personen wachsen (+ 6,2 %).

Tabelle 5: Bevölkerungsprognose für die Gemeinde Apen

	Einwohner (zum 31.12.)			Veränderungsrate
	2017	2022	2027	2017 - 2027
	Absolut	Absolut	Absolut	in %
Apen	11.518	11.877	12.236	+ 6,2
Landkreis Ammerland	123.377	128.233	133.089	+ 7,9
Niedersachsen	7.962.775	8.142.860	8.322.945	+ 4,5

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, Basisjahr 2017

Diese Prognose dürfte realistisch sein, bereits zwischen 2017 und 2018 erhöhte sich die Bevölkerung um 120 Personen. Insgesamt sind 14 Neubaugebiete mit ca. 440 Bauplätzen geplant, davon sollen in Augustfehn rd. 340 Bauplätze, in Apen rd. 80 Bauplätze und in weiteren Ortsteilen rd. 20 Bauplätze entstehen. Das größte Baugebiet ist in Augustfehn mit ca. 300 Bauplätzen vorgesehen, hier kann das Potenzial auf rd. 750 zusätzliche Einwohner geschätzt werden.²¹ Dies setzt voraus, dass der überwiegende Teil der Einwohner aus anderen Orten, z.B. Oldenburg, zuzieht.

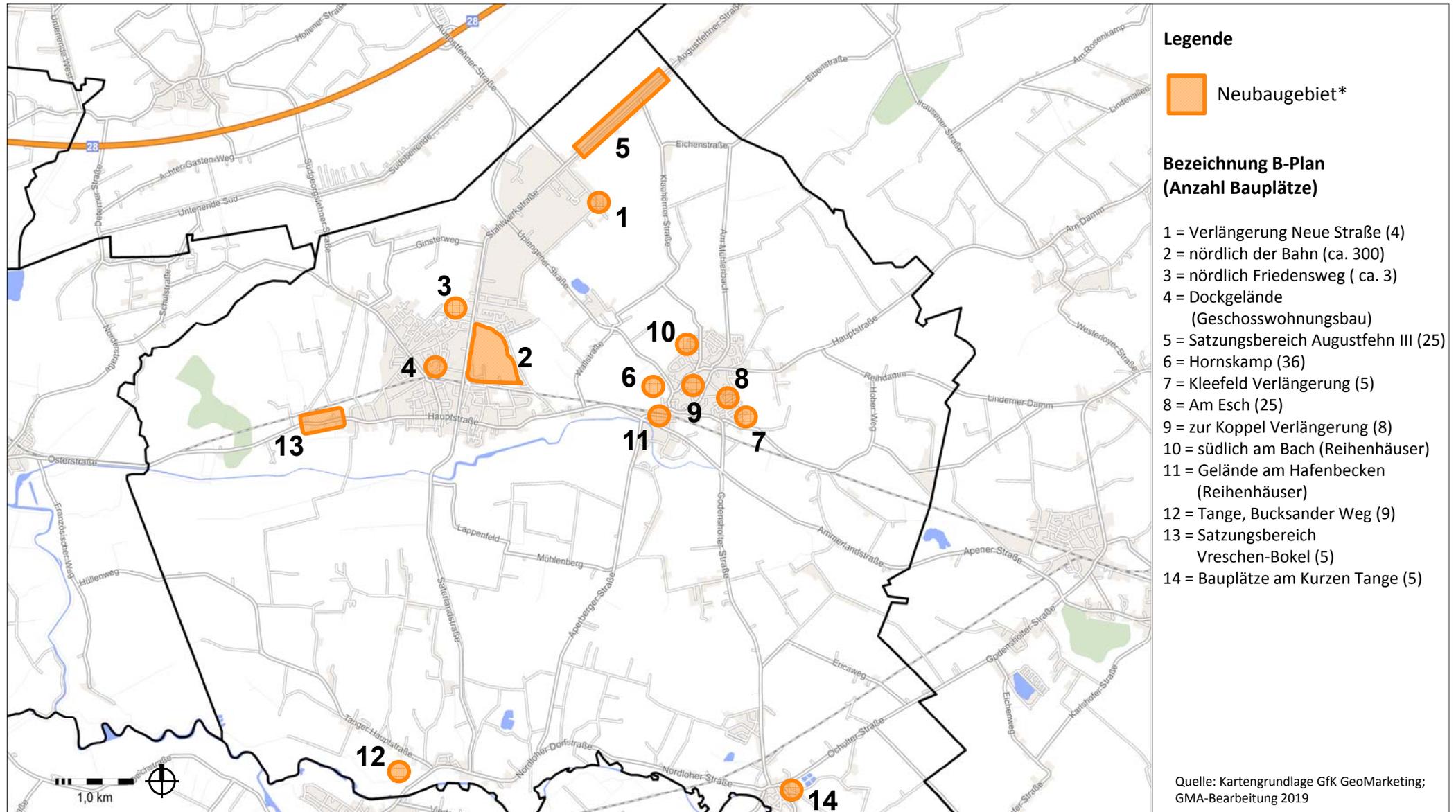
Tabelle 6: Geplante Neubaugebiete in der Gemeinde Apen

Orts teil	Bebauungsplan Nr.	Rechtswirksam seit	Anzahl Bauplätze
Augustfehn	90, 4. Änderung, Verlängerung Neue Straße	-	4
	nördlich der Bahn, 123 A und 123 B	-	ca. 300
	nördlich Friedensweg	Aufstellungsbeschluss	ca. 3
	Dockgelände	Aufstellungsbeschluss	Geschosswohnungsbau
	Satzungsbereich Augustfehn III	24.03.2017	25
Apen	Hornskamp	30.06.2017	36
	Kleefeld Verlängerung	15.04.2016	5
	Am Esch	24.03.2016	25
	zur Koppel Verlängerung	16.03.2018	8
	südlich am Bach	Aufstellungsbeschluss	Reihenhäuser
	Gelände am Hafenbecken	Aufstellungsbeschluss	Reihenhäuser
Sonstige	Tange, Bucksander Weg	-	9
	Satzungsbereich Vreschen-Bokel	21.10.2016	5
	Bauplätze am Kurzen Tangen	Bereich § 34	5

Quelle: Gemeinde Apen

²¹ Für das Baugebiet wird von rd. 2,5 Einwohner pro Bauplatz ausgegangen.

Karte 3 : Neubaugebiete in der Gemeinde Apen



1.2 Beschäftigtenstruktur und touristische Struktur

In 2017 waren in Apen rd. **2.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte**²² am Arbeitsort registriert. In Relation zur Einwohnerzahl lag ein Besitz von rd. 230 Beschäftigten je 1.000 Einwohner vor. Der Beschäftigtenbesatz lag unter dem Niveau des Landkreises Ammerland und des Landes Niedersachsen. Den 1.520 Einpendlern nach Apen standen 3.270 Auspendler gegenüber. Damit ist die Gemeinde Apen als Wohnstandort einzustufen.

Tabelle 7: Beschäftigtenbesatz und Ein- / Auspendlersaldo im Vergleich

	Beschäftigte	Einwohner	Beschäftigte /1.000 EW	Einpendler	Auspender	Saldo
Apen	2.692	11.637	231	1.520	3.272	-1.752
Bad Zwischenahn	9.416	28.656	329	6.327	6.760	-433
Edeweicht	6.176	22.413	276	3.728	6.474	-2.746
Rastede	7.342	22.628	324	5.101	5.967	-866
Westerstede	10.695	22.719	471	6.475	4.680	1.795
Wiefelstede	5.627	16.114	349	4.282	5.125	-843
Barßel	3.379	13.009	260	1.924	3.292	-1.368
Bösel	2.091	7.996	262	1.290	2.556	-1.266
Saterland	4.704	13.727	343	2.934	3.216	-282
Bockhorn	1.511	8.839	171	925	2.671	-1.746
Uplengen	2.783	11.809	236	1.572	3.332	-1.760
Hesel, SG*	2.025	10.865	186	1.633	3.093	-1.460
Jümme, SG	1.732	6.676	259	1.472	2.021	-549
LK Ammerland	41.948	124.167	338	18.404	23.249	-4.845
Niedersachsen	2.894.119	7.981.576	363	290.533	423.964	-133.431

*ohne Gemeinde Schwerinsdorf

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2017, GMA-Darstellung 2019

Nach Auskunft des Verkehrsvereins verzeichnete die Gemeinde Apen in 2018 rd. 72.420 Übernachtungen. Gegenüber dem Jahr 2017 konnte dabei ein Wachstum erzielt werden. Der überwiegende Teil der Übernachtungen entfällt auf Urlauber (v. a. Radtouristen).²³

²² Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2017.

²³ Quelle: Verkehrsverein in der Gemeinde Apen e. V.

2. Einzelhandelssituation

2.1 Aktueller Einzelhandelsbestand

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in Apen 74 Betriebe²⁴ mit einer Verkaufsfläche von ca. 40.320 m² vorhanden. Der Flächenschwerpunkt liegt aufgrund des Möbelhauses Eilers bei Hausrat, Einrichtung, Möbel.

Tabelle 8: Einzelhandelsbestand der Gemeinde Apen

	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	24	6.370
Drogeriewaren, Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel	5	870
Blumen, Tiernahrung, Zeitschriften / Zeitungen	4	500
Summe periodischer Bedarf	33	7.700
Bücher, Schreib-, Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport	7	2.150
Elektrowaren, Medien, Foto	5	410
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8	20.000
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	12	8.550
Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck, sonstige Sortimente	9	1.470
Einzelhandel insgesamt	74	40.320

Zuordnung der Betriebe nach deren Umsatzschwerpunkt

GMA-Erhebungen 2018 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Im Vergleich zum Einzelhandelsbestand 2009 zeigen sich folgende Veränderungen:

- Die Zahl der Betriebe ist per Saldo (2009: 83 Betriebe) leicht gesunken. Neben einigen kleinteiligen Betrieben wurden zwei Schlecker-Filialen in Augustfehn, eine Schlecker-Filiale in Apen sowie eine Netto Marken-Discount-Filiale (Südgeorgsfehner Straße) in Augustfehn geschlossen. Die Aufgaben der Schlecker-Filiale konnte durch die Ansiedlung des Drogeriemarktes Rossmann, allerdings nur in Augustfehn, kompensiert werden. Zudem wurde eine Lidl-Filiale im Verbund mit Rossmann angesiedelt. Im aperiodischen Bedarf ist v. a. auf die Aufgabe des Baumarktes Plagge, des Fachmarktes Meiners-Hagen Heimdecor und des Sonderpostenmarktes Sagenhaft zu verweisen. Ebenso erfolgten Neuansiedlungen, u. a. Baumarkt FEPA, Fabrikverkauf des Textilproduzenten Gardeur, Werksverkauf des Garten-/ Outdoor Möbel-Produzenten de Vries.

²⁴ Die Umsätze der Betriebe mit diversen Sortimenten werden dem jeweiligen Sortiment zugeordnet. Dies bezieht sich insbesondere auf Supermärkte und Lebensmitteldiscounter, welche dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zugeordnet wurden. Hingegen sind Sonderpostenmärkte in der Branchengruppe sonstige Sortimente eingeordnet.

- / Die Verkaufsfläche erhöhte sich in den letzten 10 Jahren von rd. 37.700 m² auf rd. 40.300 m² und resultierte v. a. aus einem Zuwachs in der Warengruppe Hausrat, Einrichtung, Möbel. Dies ist auf die Erweiterung des Möbelhauses Eilers zurückzuführen.
- / Auch bei Nahrungs- und Genussmitteln nahm die Verkaufsfläche durch Neuansiedlungen (Lidl) und Erweiterungen z. B. Aldi und Edeka zu.

Bei der Differenzierung des Einzelhandelsbestandes nach den Kongruenzräumen der Grundzentren Apen und Augustfehn zeigt sich ein ambivalentes Bild. Obwohl im Kongruenzraum Augustfehn fast doppelt so viele Betriebe ansässig sind, liegt die Verkaufsfläche deutlich unter der Verkaufsfläche des Kongruenzraumes Apen. Dies resultiert v. a. aus der Verkaufsfläche des Möbelhauses Eilers (rd. 18.000 m²) im Kongruenzraum Apen.

Tabelle 9: Einzelhandelsbestand in den Kongruenzräumen Apen und Augustfehn

Daten	Kongruenzraum Apen		Kongruenzraum Augustfehn	
	Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
periodischer Bedarf	10	2.190	23	5.550
aperiodischer Bedarf	15	23.230	26	9.350
Einzelhandel insgesamt	25	25.420	49	14.900

GMA-Erhebungen 2018

2.2 Nahversorgungssituation

Die Versorgungssituation bei Nahrungs- und Genussmitteln wird in erster Linie durch Supermärkte und Lebensmitteldiscounter gewährleistet, welche überwiegend großflächige Einheiten aufweisen. Biomärkte, Drogeriemärkte, Apotheken, das Lebensmittelhandwerk und spezialisierte Betriebe, wie z. B. ethnische Lebensmittelmärkte, Reformhäuser, Feinkostgeschäfte und Hofläden ergänzen das nahversorgungsrelevante Angebot. Die Betriebstypen unterscheiden sich in einer Vielzahl von Kriterien, dies betrifft nicht nur die Verkaufsflächengröße, sondern auch die Sortimentszusammensetzung. Für ein hinsichtlich der Größe des Ortes angemessenes nahversorgungsrelevantes Angebot sind die Größe der Betriebe, Sortimentszusammensetzung, räumliche Verteilung der Betriebe im Gemeindegebiet und auch Verhältnis der Betriebstypen zueinander, entscheidend. Zur Bewertung der räumlichen Versorgungssituation wurde um die Standorte der Supermärkte und Lebensmitteldiscounter jeweils eine fußläufige Laufdistanz von 1.000 m gesetzt, welche etwa zehn Gehminuten entspricht. Diese Gehminutenzeit entspricht den Vorgaben der Landes-Raumordnung²⁵. Bei dieser Betrachtung handelt es sich um eine rein theoretische

²⁵ Die 10 min-fußläufige Entfernungen wird mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen, Fluss, Bahntrassen als Zäsur). Größtenteils nicht berücksichtigt, werden jedoch Abkürzungen oder „Schleichwege“ (z. B. über Parkflächen, Grünanlagen).

Betrachtung, da in einem nicht verdichteten Raum das Einkaufen mit dem Pkw größtenteils erledigt wird.

Tabelle 10: Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet der Supermärkte und Discounter

Anbieter	Straße	Einwohner im fußläufigen Nahbereich
Markant	Hauptstraße	843
Netto Marken-Discount	Hauptstraße	1.440
Edeka	Stahlwerkstraße	901
Aldi	Stahlwerkstraße	901
Lidl	Hauptstraße	1.027

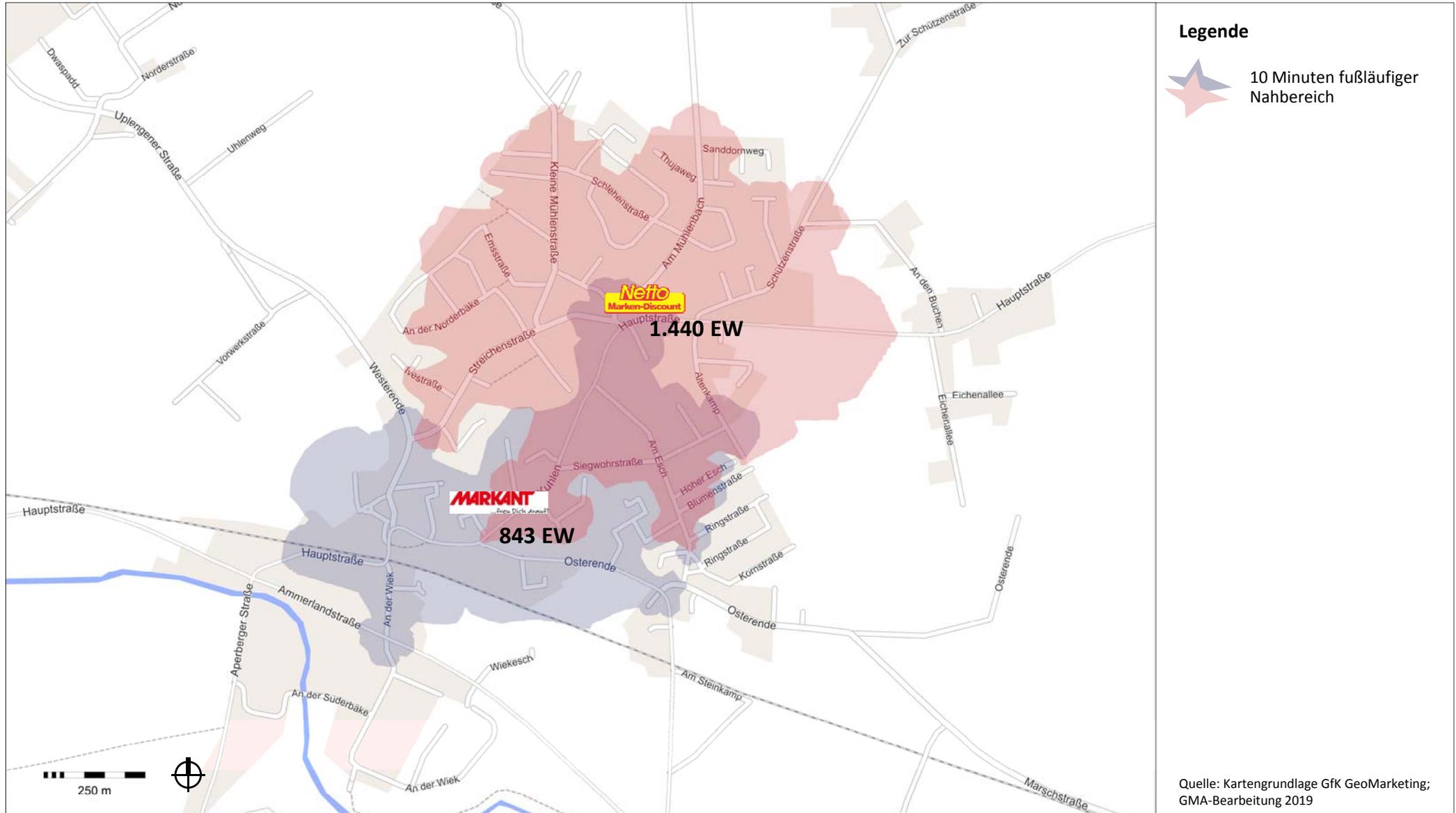
GfK Geomarketing, GMA-Bearbeitung 2019

Im Grundzentrum Apen übernehmen der Markant Supermarkt und der Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount die Nahversorgungsfunktion, wobei sich Markant im Süden und Netto Marken-Discount im Norden befinden, so dass sich kaum räumliche Versorgungslücken ergeben.

Im Grundzentrum Augustfehn sind die beiden Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie der Supermarkt Edeka entlang der Stahlwerkstraße bzw. Hauptstraße im südlichen Siedlungsbereich ansässig. Aufgrund dieser Konzentration bestehen räumliche Versorgungslücken in den nördlich der Bahntrasse gelegenen Wohngebieten. Ebenso besteht im westlichen Siedlungsbereich entlang der Hauptstraße tlw. keine fußläufige Anbindung.

Die übrigen Ortsteile weisen keine eigenständigen Nahversorgungsstrukturen auf. Aufgrund der geringen Einwohnerzahl ist die wirtschaftliche Tragfähigkeit für einen Supermarkt (ab 800 m² Verkaufsfläche) in den kleineren Ortsteilen nicht gegeben. Die Lebensmittelanbieter in Apen und Augustfehn sind jedoch aus dem gesamten Gemeindegebiet verkehrlich gut erreichbar.

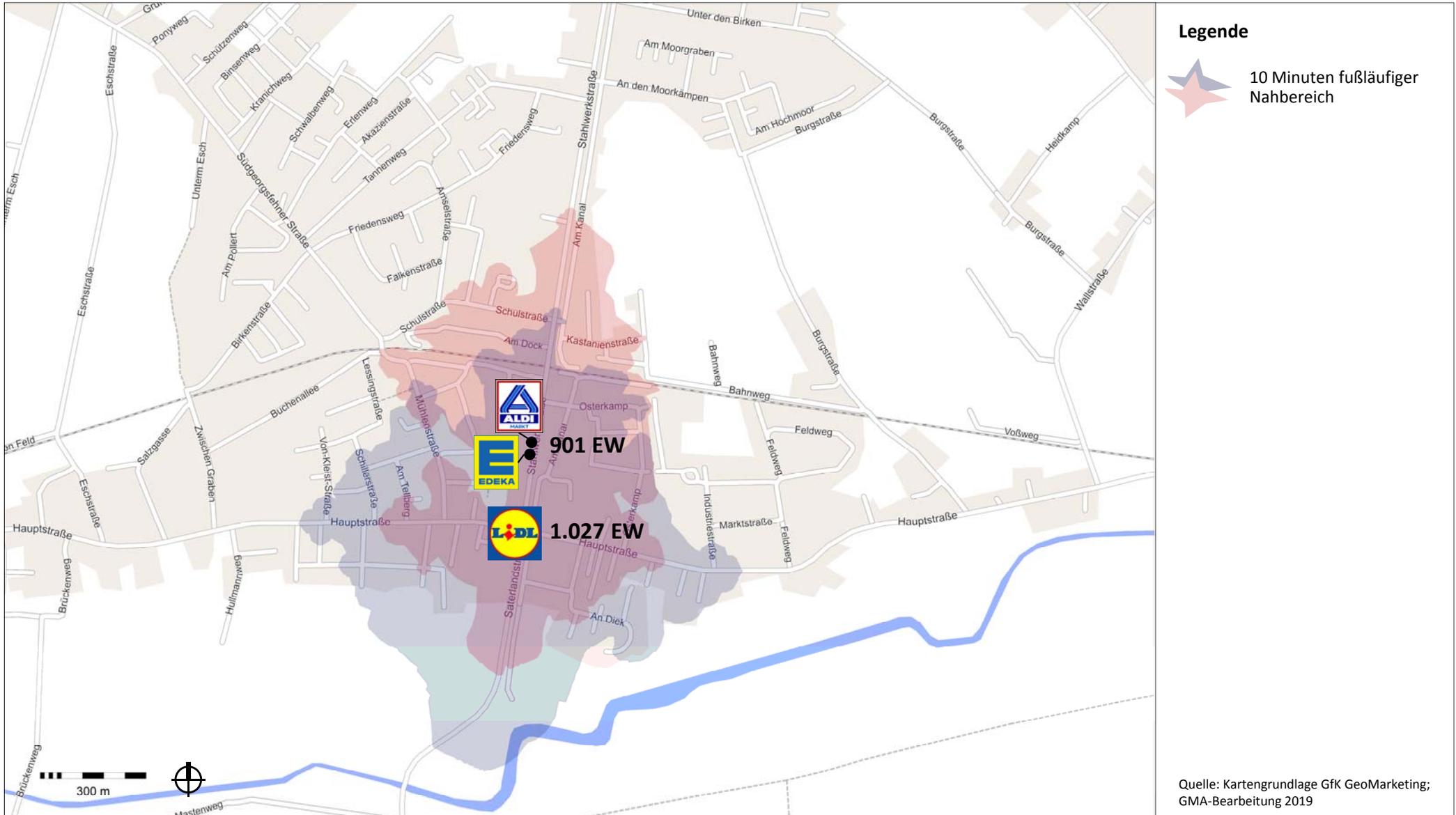
Karte 4: Fußläufige Nahbereiche von Markant und Netto Marken-Discount in Apen



Legende
★ 10 Minuten fußläufiger Nahbereich

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2019

Karte 5: Fußläufige Nahbereiche von Aldi, Edeka und Lidl in Augustfehn



III. Nachfragesituation

1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Apen

Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf den Einzelhandelsstandort orientieren. Zur Abgrenzung wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Angebotssituation in der Gemeinde Apen und im Umland
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Apen und im Umland
- /// verkehrliche Gegebenheiten und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- /// Ergebnisse der Befragung von Kunden zu ihren Wohnorten.

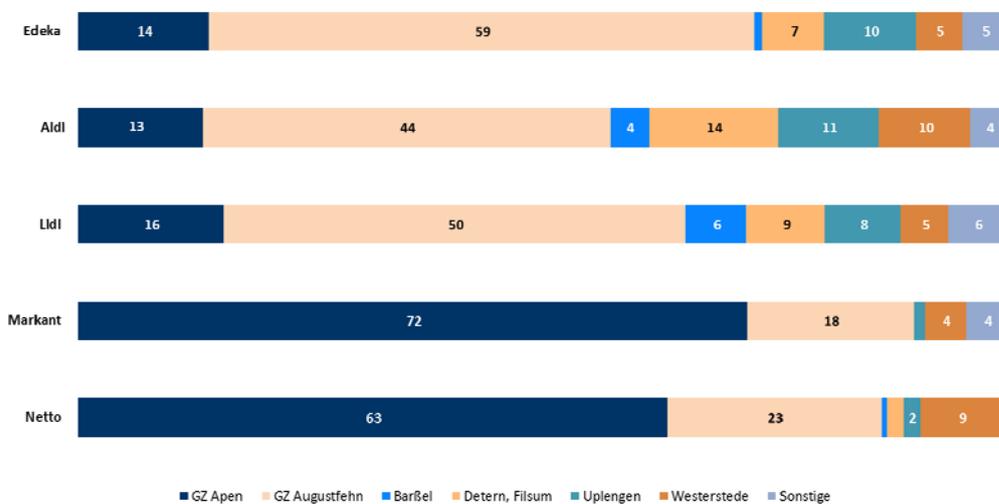
Zur Einschätzung der Nachfrageverflechtungen wurden im Februar 2019 an einem Freitagnachmittag (3 Stunden) Kunden der Lebensmittelmärkte nach deren Wohnort befragt²⁶. Die Befragung erfolgte vor den Lebensmittelmärkten, da diese stark frequentiert sind und innerhalb kurzer Zeit viele Kunden befragt werden. Insgesamt gaben fast 1.000 Kunden ihren Wohnort an.

Die Kundenaufteilung zeigt, dass Markant und Netto Marken-Discount schwerpunktmäßig auf die Wohnbevölkerung im Grundzentrum Apen sowie dessen Kongruenzraum ausgerichtet sind. Knapp ein Fünftel der Kunden des Markant Marktes kommen aus dem Kongruenzraum Augustfehn. Bei der Netto-Filiale machen Kunden aus Augustfehn und den dazugehörigen Ortsteilen sogar fast ein Viertel der Kunden aus. Ein geringer Anteil entfällt bei Markant und bei Netto Marken-Discount auf Kunden aus dem Umland, v. a. aus Westerstede.

Der größte Anteil bezieht sich bei den Discountern Aldi und Lidl sowie beim Edeka Markt zwar auf Augustfehn / Ortsteilen, wenngleich nur zwischen rd. 44 und rd. 58 % der Kunden aus dem Kongruenzraum stammen. Diese Anteile entsprechen nicht den Vorgaben der Landes-Raumordnung zum Kongruenzgebot, wonach bei 70 % des Umsatzes mit Kunden aus dem jeweiligen Kongruenzraum bei großflächigen Lebensmittelmärkten erzielt werden soll. Auffallend ist, dass weniger Kunden Aldi, Lidl und Edeka aus Apen / Ortsteilen als aus den Nachbar-, Umlandgemeinden kommen. Insbesondere Kunden aus Detern, Filsum kaufen in Augustfehn ein, in beiden Gemeinden sind die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl nicht ansässig.

²⁶ Die Kundenwohnortenerhebung fand am 22.02.2019 statt.

Abbildung 6: Kundenanteile nach Standorten



GMA-Kundenerhebung 02 / 2019

Setzt man die Kundenzahl in Relation zu den jeweiligen Einwohnerzahlen, so ergibt sich die sog. **Kundendichte** (Kunden je 1.000 Einwohner), wobei die Kundendichte für die Grundzentren Apen und Augustfehn erwartungsgemäß am höchsten ausfällt. Die Schwankungen zwischen den einzelnen Orten der Gemeinde Apen sind sowohl bei den Märkten in Apen als auch in Augustfehn nicht ausgeprägt. Im Umland ist in der Gemeinde Detern eine hohe Kundendichte festzustellen und ist demnach zum Einzugsgebiet von Aldi, Edeka und Lidl in Augustfehn zu rechnen. Mit Blick auf die Vorgaben zu den Kongruenzräumen, ist Detern als Mitgliedsgemeinde der Samtgemeinde Jümme dem Grundzentrum Filsum raumordnerisch zuzuordnen.

Mit Blick auf die Festlegung als Grundzentren werden daher die grundzentralen Kongruenzräume von Apen und Augustfehn des Landkreises Ammerland als Marktgebiet festgelegt.

Tabelle 11: Kundenverteilung und Kundendichte in der Gemeinde

Bauerschaften	Edeka	Aldi	Lidl	Markant	Netto Marken-Dis- count	insges.	Einwohner	Kunden / 1.000 EW
Apen	23	22	34	59	99	237	2.587	92
Espern	3	-	2	2	1	8	404	20
Godensholt	6	3	6	2	7	24	917	26
Hengstforde	2	1	4	1	-	8	443	18
Kongruenzraum Apen	34	26	46	64	107	277	4.351	64
Augustfehn	117	74	130	15	36	372	4.924	76
Nordloh	5	2	4	-	1	12	471	25
Tange	3	3	4	1	-	11	475	23
Vreschen-Bokel	17	6	8	-	2	33	1.375	24
Kongruenzraum Augustfehn	142	85	146	16	39	428	7.245	59
Summe	176	111	192	80	146	705	11.596	61

Quelle: Kundenwohnorterberhebung 02/2019; GMA-Darstellung 2019

Tabelle 12: Kundenverteilung und Kundendichte im Umland

Wohnort	Edeka	Aldi	Lidl	Markant	Netto Marken-Dis- count	insges.	Einwohner	Kunden / 1.000EW
Barßel	2	8	19	-	1	30	13.009	2
Detern	13	25	25	-	2	65	2.756	24
Filsum	3	2	-	-	1	6	2.145	3
Ocholt	4	13	4	1	4	26	2.800	9
Westerstede	8	6	11	3	11	39	19.919	2
Uplengen	24	21	24	1	3	73	11.809	6
Edeweicht	1	2	-	-	-	3	22.413	0
Wiefelstede	1	-	-	-	-	1	16.114	0
Rastede	2	-	-	-	-	2	22.628	0
Bad Zwischenahn	1	1	2	-	-	4	28.656	0
Oldenburg	4	1	2	1	-	8	34.810	0
Sonstige Orte	3	4	15	3	1	26	-	-
Summe Auswärtige	66	83	102	9	23	281	-	-
Insgesamt	242	194	294	89	169	986	-	-

Quelle: Kundenwohnorterberhebung 02/2019; GMA-Darstellung 2019

2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Apen

Das Kaufkraftpotenzial wird für den stationären Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Autohandel) berechnet. Die jährliche Pro-Kopf-Ausgabe lag im Jahr 2017 in Deutschland bei ca. 6.035 €, davon entfielen ca. 2.859 € auf den periodischen Bedarf²⁷.

Neben den Pro-Kopf-Ausgaben ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. In Apen lag im Jahr 2018 mit 87,9 ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau²⁸ vor. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet, d. h. in einem Raum mit hohem Einkommen liegt ein hohes Kaufkraftniveau vor. Gegenüber dem alten Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 verringerte sich das Kaufkraftniveau (damals 90,9). Im Landkreis Ammerland lag das Kaufkraftniveau 2018 bei 99,3 wobei das höchste Niveau im Mittelzentrum Bad Zwischenahn mit 105,8 erreicht wurde. Damit ist das Kaufkraftniveau gegenüber 2009 im Landkreis leicht gestiegen (99,0).

Entsprechend des Kaufkraftniveaus wurde der durchschnittliche Ausgabesatz für den Einzelhandel gewichtet, d. h. in Apen lag der Ausgabesatz bei rd. 5.305 € p. a. pro Einwohner²⁹ und damit etwa 730 € unter dem Bundesdurchschnitt. Das Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel ist in Apen mit ca. 61 – 62 Mio. € p. a. zu beziffern. Davon entfallen rd. 38 – 39 Mio. € auf den Kongruenzraum Augustfehn und rd. 23 – 24 Mio. € auf den Kongruenzraum Apen.

Nach dem LROP-VO 2017 kann die Kaufkraft der Übernachtungstouristen dem Kaufkraftpotenzial einer Gemeinde hinzugerechnet werden.³⁰ Nach Auskunft des Verkehrsvereines der Gemeinde Apen e.V. lag die Übernachtungszahl im Jahr 2018 bei ca. 72.420. Demzufolge können ca. 200 zusätzliche Einwohner bei der Kaufkraft berücksichtigt werden, das entspricht einem Kaufkraftvolumen von rd. 1,0 Mio. € (davon periodischer Bedarf: ca. 0,5 Mio. €). Die Aufteilung der zusätzlichen ca. 200 Einwohner und des Kaufkraftvolumens auf die beiden Kongruenzräume Apen und Augustfehn erfolgt einwohnerproportional. Demnach werden 38 % der zusätzlichen Einwohner bzw. des Kaufkraftvolumens dem Kongruenzraum Apen zugerechnet und 62 % entfallen auf den Kongruenzraum Augustfehn.

²⁷ Bei Apotheken wird nur der Anteil der nicht verschreibungspflichtigen Medikamente berücksichtigt.

²⁸ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2018: Werte über 100 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

²⁹ Nur Hauptwohnsitze, die Nebenwohnsitze werden nicht berücksichtigt, um Kaufkraft in Deutschland nicht doppelt zu verteilen.

³⁰ „Deren Kaufkraft kann z.B. zur angemessenen raumordnerischen Beurteilung eines Einzelhandelsgroßprojektes in einem touristisch geprägten Grundzentrum der Kaufkraft der einheimischen Bevölkerung hinzugerechnet werden. Die jeweiligen Übernachtungszahlen sind dabei auf das Jahr umzurechnen“ (Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 des LROP, Kapitel 3.5)

Allerdings ist bei den Angaben des Verkehrsvereines der Gemeinde Apen e.V. zu berücksichtigen, dass die Übernachtungszahl auf einer jährlich durchgeführten Befragung unter den Beherbergungsbetrieben inkl. Privatquartieren beruht. An dieser Befragung nehmen nicht alle Betriebe teil. Die tatsächliche Übernachtungszahl liegt nach Auskunft des Verkehrsvereines höher, sodass auch das Kaufkraftpotenzial durch den Tourismus höher einzuschätzen ist.

Auf die Hauptsortimente verteilt sich das Kaufkraftvolumen wie folgt:

Tabelle 13: Kaufkraftvolumen in der Gemeinde Apen

Daten	Kaufkraft in Mio. €		
	Kongruenzraum Apen	Kongruenzraum Augustfehn	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	8,6	14,3	22,9
Drogerie-, Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel	1,8	2,9	4,7
Blumen, Tiernahrung, Zeitschriften / Zeitungen	0,8	1,3	2,1
Bücher, Schreib- und Spielwaren	1,0	1,6	2,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	2,9	4,7	7,6
Elektrowaren, Medien, Foto	2,2	3,6	5,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2,4	4,0	6,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2,0	3,4	5,4
Optik / Akustik, Uhren / Schmucke	0,6	1,0	1,6
sonstige Sortimente	1,3	2,2	3,5
Summe	23,6	39,0	62,6

GMA-Berechnung 2019

3. Einzelhandelszentralität

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung einer Gemeinde sowie für deren Entwicklungspotenzial dient die Zentralitätskennziffer. Die **einzelhandelsrelevante Zentralität** zeigt das Verhältnis zwischen Umsatz und einzelhandelsbezogener Kaufkraft der Bevölkerung. Werte über 100 kommen zustande, wenn mehr durch den Einzelhandel umgesetzt wird, als Kaufkraft am Ort vorhanden ist. Der Einzelhandel bindet die Kaufkraft der Wohnbevölkerung in einem hohen Maße und generiert gleichzeitig Zuflüsse mit Kunden aus dem Umland.

Die Gemeinde Apen verfügt über die zwei Grundzentren Apen und Augustfehn, sodass im Folgenden die Einzelhandelszentralität auf beide Grundzentren sowie deren Kongruenzräume bezogen wird.

Für das **Grundzentrum Apen** und dessen Kongruenzraum liegt die Zentralität bei rd. 121 %. Die hohe Zentralität resultiert aus dem Möbelhaus Eilers, wobei ein Möbelhaus für ein Grundzentrum eher ungewöhnlich ist. Ohne das Möbelhaus Eilers liegt die Zentralität deutlich bei unter 100 %. Im periodischen Bedarf wird eine Zentralität von ca. 70 % erreicht. Damit wird nur ein Teil der Kaufkraft gebunden und mit Verbrauchern aus Augustfehn / Ortsteile bzw. aus den Nachbargemeinden werden nur wenige Umsätze erzielt. Im aperiodischen Bedarf hingegen liegt die Zentralität mit 168 % auf einem sehr hohen Niveau, was mit dem Möbelhaus Eilers zusammenhängt. Die Zentralität im Einrichtungsbedarf fällt mit fast 700 % entsprechend hoch aus. Auch im Bau- / Heimwerker-, Gartenbedarf fällt die Zentralität mit 151 % überdurchschnittlich aus, hier erzielen die größeren Betrieben (u. a. Kuhlmann Pflanzenmarkt, FEPA Baustoffe, Raiffeisenmarkt) deutliche Zuflüsse aus Augustfehn, aber auch aus dem Umland.

Die Zentralität im Grundzentrum Augustfehn liegt im gesamten Einzelhandel bei ca. 94 %. Im periodischen Bedarf wird mit ca. 124 % eine hohe Zentralität erreicht. Ein Umsatzzufluss erfolgt aus dem Umland (insb. Detern, Filsum und Uplengen) und dem Grundzentrum Apen. Die Zentralität von 66 % beim aperiodischen Bedarf ist aufgrund der Nähe zu den Mittelzentren Bad Zwischenahn und Westerstede beachtlich und resultiert aus einem Angebot an großflächigen Betriebsformen (u. a. Baumarkt Borchers, Fabrikverkauf von Gardeur) und einer hohen Anzahl inhabergeführter Betriebe (u. a. Haltenhoff Schuhe, Euronics Löning).

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes

1. Bewertung des Einzelhandelsangebotes im periodischen Bedarf

Das Angebot in den einzelnen periodischen Sortimenten wird wie folgt bewertet:

- /// Der **Markant-Markt** weist mit einer Verkaufsfläche von rd. 950 m² kein zeitgemäßes Marktkonzept mehr auf. Der Supermarkt übernimmt primär eine Versorgungsfunktion für den Kongruenzraum Apen (rd. 4.400 Einwohner). Eine langfristige Modernisierung des Standortes ist zur Standortsicherung notwendig; als einziger Supermarkt und einziger Betrieb mit einer hohen Kundenfrequenz übernimmt der Markt eine strukturprägende Funktion für das Ortszentrum Apen.
- /// Der **Netto Marken-Discount** weist eine Verkaufsfläche von rd. 800 m² auf und liegt etwas unter den seitens des Betreibers als marktgängig angesehenen Einheiten von rd. 1.100 m². Eine Erweiterung des Lebensmitteldiscounters ist vor dem Hintergrund der Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches und in diesem Zusammenhang dem Nichterfüllen des Integrationsgebotes nicht möglich.
- /// Der **Edeka Supermarkt** in Augustfehn ist mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.700 m² zzgl. Bäckerei und Blumenfachgeschäft ausreichend dimensioniert und präsentiert sich zeitgemäß. Diese Filiale bildet mit dem Lebensmitteldiscounter Aldi einen gemeinsamen Standortverbund und übernimmt vorrangig eine Versorgungsfunktion für den Kongruenzraum Augustfehn. Erweiterungsbedarf zeichnet sich nicht ab.
- /// Der **Lebensmitteldiscounter Aldi** ist mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² ausreichend groß. Aufgrund seiner Verbundlage mit dem Supermarkt Edeka und der verkehrsgünstigen Lage, weist der Markt Aldi gute Standortrahmenbedingungen auf.
- /// Mit einer Verkaufsfläche von fast 1.000 m² liegt die **Lidl-Filiale** etwas unter den von Lidl angestrebten Größenordnungen. Dennoch bildet die Filiale im Verbund mit dem Drogeriemarkt Rossmann einen leistungsfähigen Standort. Eine Erweiterung der Verkaufsfläche ist vor dem Hintergrund der landesplanerischen Vorgaben planungsrechtlich kaum umsetzbar, da das Kongruenzgebot nicht erfüllt wird.
- /// Das Angebot bei **Drogerie- / Parfümeriewaren** verteilt sich auf den Rossmann Drogeriemarkt und auf Teilsortimente der Supermärkte und Lebensmitteldiscounters. Die stark frequentierte Rossmann Filiale weist mit rd. 630 m² eine durchschnittliche Verkaufsfläche auf.
- /// Mit **drei Apotheken** hat sich deren Anzahl in den letzten Jahren nicht verändert. Bundesweit entfallen rd. 4.000 Einwohner auf eine Apotheke, sodass die Gemeinde Apen einen angemessenen Besitz aufweist. Allerdings ist der zunehmende Online-Anteil in

dieser Branche zu beachten. Zudem sind Apotheken nicht großflächig und bedürfen damit keiner planungsrechtlichen Steuerung.

- /// Das Angebot bei **Blumen** verteilt sich auf drei Fachgeschäfte mit üblichen Einheiten. Sofern hier Ansiedlungen / Erweiterungen vollzogen werden, ist dies nicht planungsrechtlich abzusichern.
- /// Das Angebot bei **Tiernahrung** verteilt sich auf ein Fachgeschäft für Hundebedarf und auf die Teilsortimente in den Supermärkten, Discountern und im Raiffeisenmarkt. Die bundesweit vertretenen Fachmärkte Futterhaus und Fressnapf benötigen größere Einzugsgebiete und können deshalb nicht angesiedelt werden.

Es gibt derzeit Bestrebungen, die brach liegende Fläche nördlich des Bahnhofes in Augustfehn durch Wohnungen, Gewerbe und einer Anlage für den öffentlichen Nahverkehr nachzunutzen. Im Rahmen der Planungen gibt es Überlegungen auch einen Lebensmitteldiscounter an dem Standort anzusiedeln. Dieses Vorhaben ist wie folgt zu bewerten:

- /// Mit dem Supermarkt Edeka sowie den Discountern Aldi und Lidl besteht ein hoher Besitz an leistungsfähigen und modernen Lebensmittelmärkten im Grundzentrum Augustfehn. Die Kundenbefragung zeigte, dass diese Anbieter bereits einen vergleichsweise hohen Anteil der Kunden aus dem Kongruenzraum Apen bzw. dem Umland anziehen. Vor diesem Hintergrund ist nicht zu erwarten, dass ein zusätzlicher Lebensmitteldiscounter 70 % seines Umsatzes aus dem Kongruenzraum Augustfehn erzielt. Somit würde er nicht den Vorgaben der Landes-Raumordnung entsprechen. Dennoch ist zu beachten, dass für die Gemeinde Apen eine positive Bevölkerungsentwicklung prognostiziert wird. Aufgrund der Ausweisung von Neubaugebieten ist insb. in den Kernorten Apen und Augustfehn ein Bevölkerungsanstieg zu erwarten. Perspektivisch besteht somit ein Ansiedlungspotenzial für einen weiteren Lebensmittelmarkt in Augustfehn.

2. Bewertung des Einzelhandelsangebotes im aperiodischen Bedarf

- /// Bei **Büchern, Schreib- und Spielwaren** sind zwei Fachgeschäfte im Ortskern Augustfehn vorhanden. Ansonsten verteilt sich das Angebot auf die Lebensmittelmärkte bzw. wird als Aktionswaren in den Lebensmitteldiscountern geführt. Entwicklungspotenziale bei Büchern sind angesichts des hohen Online-Anteils kaum mehr gegeben.
- /// Bei **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist neben drei Fachgeschäften noch der Filialist kik ansässig. Zudem betreibt Gardeur noch einen Fabrikverkauf. Vor dem Hintergrund des Online-Handels liegt für die Gemeinde Apen ein angemessenes Angebot vor.

- /// Im Sortiment **Optik, Akustik, Uhren, Schmuck** sind zwei Fachgeschäfte im Ortskern von Augustfehn ansässig, wobei auch für diese Branche Ansiedlungen nicht planungsrechtlich gesteuert werden müssen.
- /// Bei **Elektrowaren, Medien, Foto** sind wenige kleinteilige spezialisierte Fachanbieter vorhanden. Angebotsergänzungen wären zwar wünschenswert, sind angesichts des Online-Einzelhandels aber kaum mehr umsetzungsfähig.
- /// Das Sortiment **Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik / Wohnaccessoires** wird in einem kleinen spezialisierten Geschäft im Ortsteil Apen sowie in dem Fachgeschäft Hinrichs – Alles für ein schönes Zuhause in Augustfehn als Hauptsortiment geführt. Daneben führt auch das Möbelhaus Eilers die Warengruppe als Randsortiment. In einem geringen Umfang bieten Supermärkte und die Lebensmitteldiscounter als Aktionswaren diese Sortimente an. Insgesamt liegt für die Gemeinde Apen ein gutes Angebot in dieser Branche vor.
- /// Im **Möbelsektor** hält das Möbelhaus Eilers ein umfangreiches Angebot vor, welches um ein eigenes Küchenstudio ergänzt wird. Im Gewerbegebiet Augustfehn II bietet der Möbelproduzent de Vries einen Werksverkauf an, auf einer großflächigen Einheit werden hier vorrangig Gartenmöbel angeboten. In Augustfehn ist noch ein kleinteiliges Möbelfachgeschäft vorhanden.
- /// Bei **Heimtextilien** (v. a. Gardinen / Zubehör, Badtextilien) ist auf drei kleine Fachgeschäfte zu verweisen, zudem führt das Möbelhaus Eilers das Sortiment.
- /// Im Bereich **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** sind die großflächigen Formate Baumarkt Borchers, Kuhlmann Pflanzenwelt, FEPA Baustoffe, Blumen Klefes und Carl Hinrichs Werkzeuge ansässig. Ergänzt wird das Angebot durch eine Reihe an spezialisierten Betrieben, wie z. B. Gertie Motorgeräte, Raiffeisenmarkt und Malerfachbetrieb Möhlmann. Ergänzungsbedarf besteht nicht.
- /// Fahrräder / Zubehör wird in dem Fachgeschäft Wollf's Fahrradwelt geführt, welches an der Mühlenstraße lokalisiert ist. Autozubehör sowie Motorradbekleidung wird in den Geschäften Börjers im zentralen Versorgungsbereich Augustfehn bzw. dem kleinen Fachgeschäft J. & K. Automotive im Gewerbegebiet Augustfehn I / Henstforde geführt. Zudem ist in der Mühlenstraße noch ein Fachgeschäft für Angelzubehör lokalisiert. Mit diesen Betrieben besteht ein bereits umfangreiches Angebot für ein Grundzentrum.

V. Einzelhandelskonzept für Apen

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels ist die Verabschiedung eines Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte³¹. Dieses berücksichtigt auch die übergeordneten Ziele der Landesplanung (LROP-VO 2017).

Die wesentlichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Apen werden wie folgt gesehen:

- /// Sicherung und Ausbau der grundzentralen Versorgungsfunktion
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung, ggf. Anpassung bestehender Bebauungspläne an die Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes und der Raumordnung
- /// Erhalt und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt:

- /// **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient damit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung großflächiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- /// **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Mit dem Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Einzelhandelsentwicklung geschaffen werden. An dieser Stelle ist darauf

³¹ Durch den Beschluss des Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen in den zentralen Versorgungsbereichen.

2. Sortimentskonzept

Für das **Sortimentskonzept** wird geklärt, welche Sortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstrukturen heute dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen. Diese Sortimente werden als **zentrenrelevant** bezeichnet.

Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe). Zu zentrenrelevanten Sortimenten gehören **nahversorgungsrelevante Sortimente**, da eine möglichst wohnortnahe Versorgung im periodischen Bedarf erreicht werden sollt. Das Angebot an **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für zentrale Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten unter Umständen aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der Verkehrsfrequenz sogar erwünscht.

Die nachfolgende Übersicht stellt die Einstufung der Sortimente dar, diese orientiert sich an der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Apen, den rechtlichen Vorgaben und berücksichtigt die städtebauliche Zielsetzungen. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht im zentralen Versorgungsbereich angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden. Voraussetzung ist, dass Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen.

Großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind häufig in dezentralen Lagen angesiedelt. Diese Sortimente sind i. d. R. nicht kritisch im Hinblick auf die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in zentralen Versorgungsbereichen zu sehen. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Tabelle 14: Sortimentsliste des Einzelhandels von Apen

nahversorgungsrelevante Sortimente = periodischer Bedarf i. S. des LROP	Nicht zentrenrelevante Sortimente = aperiodischer Bedarf
<ul style="list-style-type: none"> - Nahrungs-/ Genussmittel - Drogerie-, Parfümerie-, Apothekerwaren - Zeitschriften, Zeitungen - Schnittblumen - Tiernahrung 	<ul style="list-style-type: none"> - Gartenbedarf, Pflanzen, Pflegeartikel, Düngemittel - Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge, Farben, Lacke, Tapeten, Leitern
<p style="text-align: center;">Zentrenrelevante Sortimente = aperiodischer Bedarf</p>	<ul style="list-style-type: none"> - baumarktrelevante Haushaltswaren (z.B. Aufbewahrungsboxen, Wäscheständer) - Sanitär / Fliesen
<ul style="list-style-type: none"> - Bücher, Spiel-, Schreibwaren, Bastelartikel - Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche - Sportbekleidung und -geräte - Schuhe, Lederwaren - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - Baby-/ Kinderartikel, Kinderwagen, Autokindersitze - Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren, Wohnaccessoires, Kunstgegenstände, Bilder / Rahmen, - Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettzüge, Laken) - Gardinen / Zubehör - Elektrogroß- und -kleingeräte, Unterhaltungselektronik, Computer / Zubehör, Telekommunikation, Foto - Uhren, Schmuck, Optik, Akustik - Fahrräder / Zubehör - Tierpflegemittel, Tierbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> - Rollläden, Rollos, Markisen - Möbel, Antiquitäten, Küchen, Büromöbel, Badmöbel, -ausstattung - Matratzen, Matratzenschoner - Bettwaren (Decken, Kopfkissen, Tagesdecken) - Teppiche, Bodenbeläge - Gartenmöbel - Gartengeräte, Rasenmäher - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campingartikel - Auto- / Motorradzubehör - Sanitätswaren großvolumig - Reitsportartikel, Angel- und Jagdbedarf

GMA-Empfehlungen 2019

Mit Blick auf die sog. zentrenrelevanten Randsortimente bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind die Vorgaben des LROP (LROP-VO 2017, 2.3.06) zu berücksichtigen:

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

- c) wenn die **Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert** der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
- d) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“

Zu beachten ist ferner nach den Vorgaben des LROP-VO 2017, dass bei Erweiterungen in vorhandenen großflächigen Einzelhandelsbetriebe jeweils das gesamte Vorhaben, also nicht nur die Erweiterungsfläche, bewertet werden müssen. Dies bezieht damit auch die Betrachtung der Randsortimente mit ein.

Das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung erwies sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher. So können mit dem Instrumentarium der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den Gewerbegebieten ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// Die positive Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen werden ausgeschlossen.
- /// Die negative Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen werden zugelassen.

Mit diesen Festsetzungen bestehen für Kommunen Differenzierungsmöglichkeiten, mit denen zentrenrelevante Sortimente auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit ausgeschlossen werden können, um damit zentrale Versorgungsbereiche zu stärken und weiterzuentwickeln.

Von dem Ausschluss des zentrenrelevanten Einzelhandels können bestimmte Betriebstypen, wie Werksverkauf, Nachbarschaftsläden, Tankstellenshops, Kioske usw. ausgenommen und ausnahmsweise zugelassen werden, soweit sie zentrenverträglich sind. Gleichzeitig ist generell darauf hinzuweisen, dass alle bestehenden Betriebe **Bestandsschutz** genießen.

Da die Entwicklungspotenziale sehr begrenzt sind, sollte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte restriktiv hinsichtlich großflächiger Betriebe mit zentrenrelevanten Sortiment verfahren werden. Dies ist letztlich nur durch entsprechende Ausschlüsse in den jeweiligen Bebauungsplänen umsetzbar. Ein schlüssiges Gesamtkonzept muss damit neben konkreten Maßnahmen im zentralen Versorgungsbereich auch durch eine entsprechende Bebauungsplanung in den übrigen Standortlagen abgesichert werden. Bestehende Bebauungspläne wären nach Abwägung planerisch relevanter Gesichtspunkte anzupassen. Sortimentsausschlüsse bzw. -beschränkungen außerhalb der geschützten Bereiche (zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte) sind als flankierende Maßnahmen zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Ortsmitte zu sehen.

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelssteuerung. Ein wesentliches Augenmerk liegt auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen, z. B. Westerstede. Im Rahmen des Standortkonzeptes werden vorhandene Einkaufslagen eingeordnet.

Im Einzelhandelskonzept von 2009 waren zwei zentrale Versorgungsbereiche vorhanden:

- /// Zentraler Versorgungsbereich Apen
- /// zentraler Versorgungsbereich Augustfehn.

Der **zentrale Versorgungsbereich Apen** weist im Einzelhandelskonzept 2009 noch eine zweigeteilte Struktur auf, wovon zukünftig nur der südliche Teilbereich im historischen Kern rund um den Markant-Markt weiterhin als zentraler Versorgungsbereich eingestuft wird. Neben dem Markant-Markt befinden sich hier noch weitere kleinteilige Einzelhandelsnutzungen (zwei Bäckereien, Apotheke, Bekleidungsfachgeschäft). Das Einzelhandelsangebot wird durch diverse Komplementärnutzungen ergänzt, dazu zählen verschiedene Dienstleistungsbetriebe (u. a. Banken, Friseure, Ärzte), Gastronomieangebote, Kultur- und Freizeitangebote (u. a. Museum) und öffentliche Einrichtungen (u. a. Stadtverwaltung). Die hier ansässigen Betriebe übernehmen eine Versorgungsfunktion für den Kongruenzraum Apen. Der ehem. nördliche Teilbereich des zentralen Versorgungsbereiches rund um den Netto Marken-Discount wird nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich eingestuft, da zum einen nur zwei Einzelhandelsbetriebe (Netto Marken-Discount, Tankstelle) vorhanden sind und zum anderen keine Verbundeffekte zum südlichen Teilbereich am Markant-Standort bestehen.

Nach wie vor stellt der **zentrale Versorgungsbereich Augustfehn** mit einer Vielzahl an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben einen bedeutenden Versorgungsstandort dar. Unter den Einkaufslagen ist hier die höchste Nutzungsdichte und -mischung vorhanden. Die Betriebe übernehmen eine Versorgungsfunktion für den Kongruenzraum Augustfehn.

Tabelle 15: Einzelhandelsbestand nach Lagen

Lage	Betriebe		Verkaufsfläche	
	absolut	in %	absolut	in %
zentraler Versorgungsbereich Apen	5	7	1.090	3
zentraler Versorgungsbereich Augustfehn	26	35	7.415	18
Streu- / Gewerbegebiete	43	58	31.815	79
Gesamt	74	100	40.320	100

GMA-Berechnungen 2019, aus Datenschutzgründen können die Betriebe in Gewerbegebietslage nicht einzeln dargestellt werden

3.1 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Apen

Foto 1: Hauptstraße



Foto 2: Markant Supermarkt



Aufnahmen: GMA 2019

Räumliche Situation

- /// Der zentrale Versorgungsbereich umfasst Teilbereiche der Hauptstraße im Bereich um den Supermarkt Markant und dem Rathaus.

Ausstattung

	Anzahl	Verkaufsfläche in m ²
Einzelhandel insgesamt	5	1.090

GMA-Erhebung 08/2018

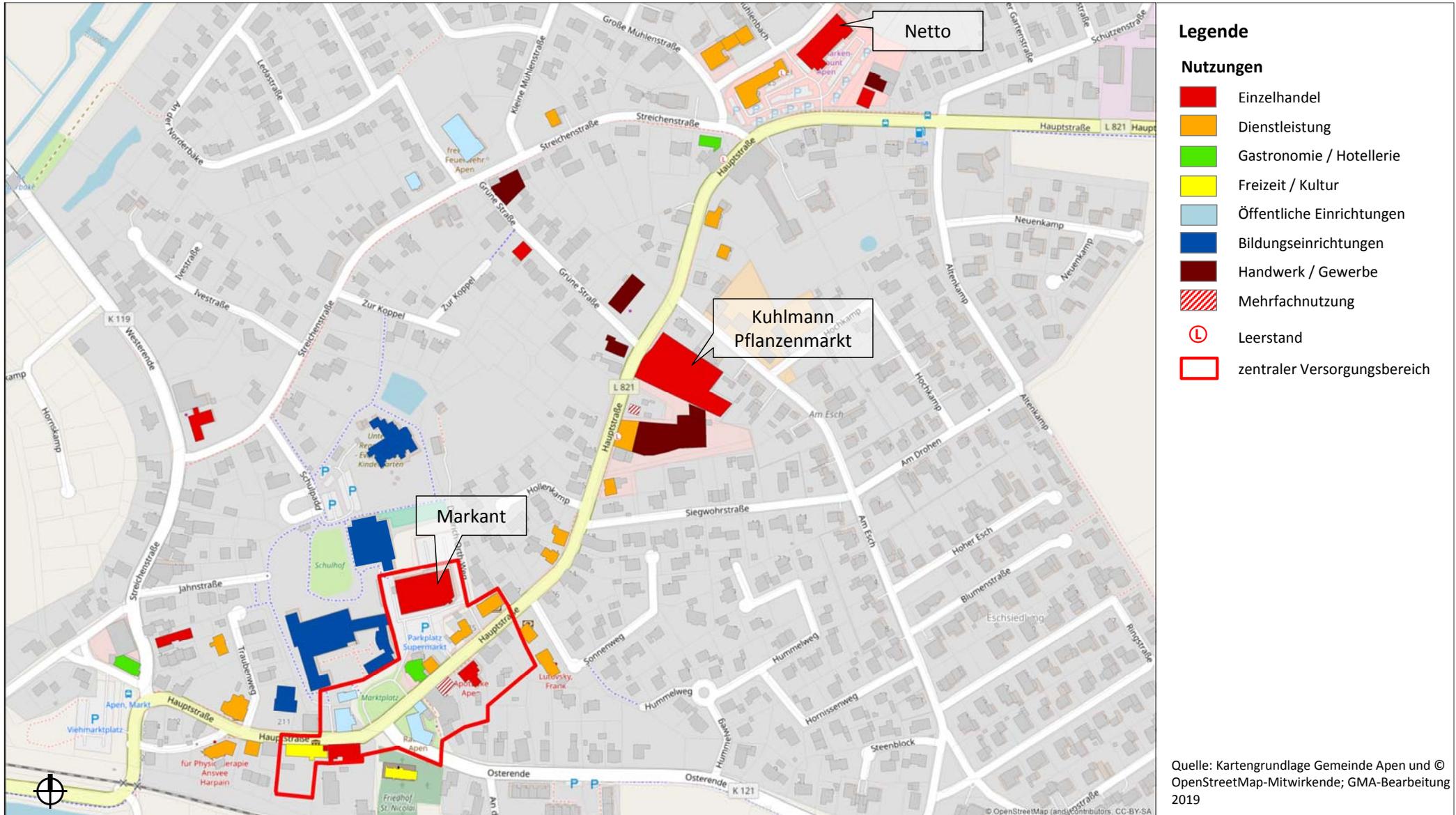
Versorgungsfunktion

- /// Die Betriebe übernehmen eine Versorgungsfunktion für den Kongruenzraum Apen.
- /// Strukturprägender Betrieb im periodischen Bedarf: Markant Supermarkt
- /// Das Spektrum an **Komplementärnutzungen** umfasst u. a. Gastronomie, Friseur, Bank, Versicherung, Rathaus, Museum.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung als grundzentralen Versorgungsstandort im periodischen Bedarf
- ➔ Modernisierung / Erweiterung der Markant-Filiale

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Apen



3.2 Zentraler Versorgungsbereich Augustfehn

Foto 3: Mühlenstraße



Foto 4: Standortverbund Lidl / Rossmann



Aufnahmen: GMA 2019

Räumliche Situation

- /// Entsprechend der faktischen Prägung umfasst der zentrale Versorgungsbereich die Stahlwerkstraße im Bereich nördlich des Bahnhofes bis einschließlich zum Lebensmitteldiscounter Lidl, die Hauptstraße zwischen der Stahlwerkstraße und Mühlenstraße sowie die Mühlenstraße bis Höhe Poststraße.
- /// Entlang der Stahlwerkstraße sind alle großflächigen Einzelhandelsbetriebe vorzufinden, während in der Mühlenstraße v. a. kleinteiliger Besatz das Stadtbild prägt.
- /// Das nördlich des Bahnhofes angrenzende Gelände liegt brach und wird als Potenzialfläche ausgewiesen. Derzeit gibt es Bestrebungen, an diesem Standort einen Lebensmittelmarkt anzusiedeln (vgl. Kapitel IV, 1.)

Versorgungsfunktion

- /// Die Betriebe übernehmen eine Versorgungsfunktion vorrangig für den Kongruenzraum Augustfehn. Daneben sind auch Umsatzzuflüsse in einem deutlichen Umfang aus dem Kongruenzraum Apen und u. a. den Umlandgemeinden Detern, Filsum und Uplengen festzustellen.

Ausstattung

Sortimente	Anzahl	Verkaufsfläche in m ²
periodischer Bedarf	14	4.895
aperiodischer Bedarf	12	2.520
Einzelhandel insgesamt	26	7.415

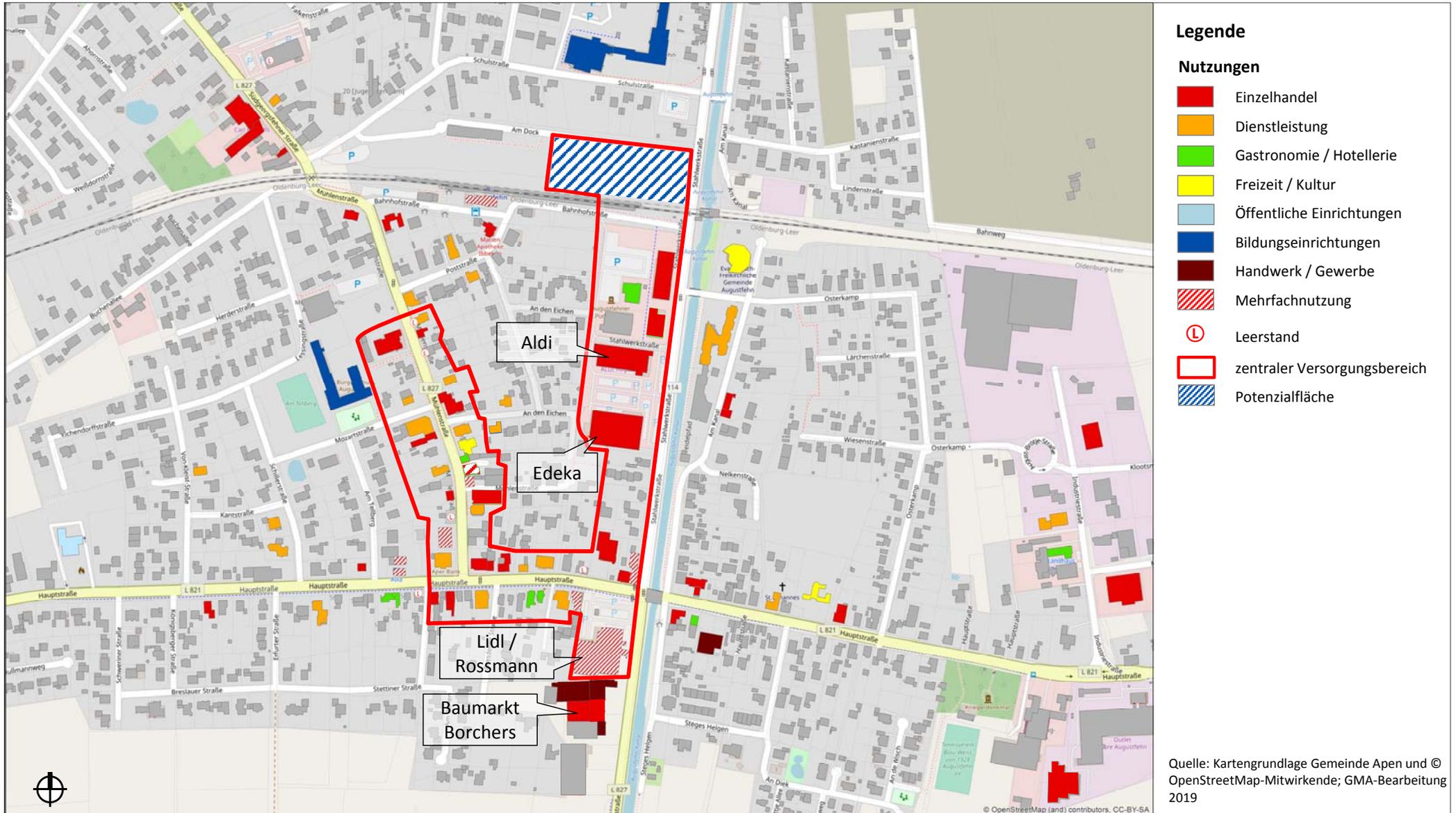
GMA-Erhebung 08/2018

- /// Strukturprägende Betriebe im periodischen Bedarf: Aldi, Edeka, Lidl, Rossmann
- /// Ergänzende Komplementärnutzungen u. a. Gastronomie, Friseure, Reisebüro, Kreditinstitute, Rechtsanwälte, Fahrschule, Spielhalle, ärztliche und medizinische Praxen

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung als grundzentralen Versorgungsstandort im periodischen Bedarf
- Bei einer positiven Bevölkerungsentwicklung kann die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auf der Potenzialfläche überprüft werden
- Erhalt der Betriebe im aperiodischen Bedarf

Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich Augustfehn



3.3 Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs

Darüber hinaus ist der Standort des Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount ein weiterer Standort der Nahversorgung. Aufgrund der dezentralen Lage bzw. fehlender Nutzungsmischung kann der Standort nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden.

Standortlage	Netto Marken-Discount
Verkaufsfläche	Netto Marken-Discount rd. 790 m ²
Wohngebietsbezug	Einfamilienhausbebauung
B-Plan	Dorfgebiet (MD)
verkehrliche Anbindung	gute Anbindung mit dem Pkw
Marktauftritt	zeitgemäß
Handlungsbedarf	kein akuter Handlungsbedarf

GMA-Zusammenstellung 2019

3.4 Gewerbegebiete

Innerhalb der Gemeinde Apen sind unterschiedliche Gewerbegebiete ausgewiesen. Die Anzahl der Betriebe mit einem zentrenrelevanten Kernsortiment beschränkt sich auf die Bäckerei Riepen im Gewerbegebiet Augustfehn II, den Getränkemarkt Geresma im Gewerbegebiet Augustfehn I / Henstforde und die Fischräucherei Prahm im Gewerbegebiet Apen. Die weiteren Betriebe führen ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment, wie z. B. das Möbelhaus Eilers.

4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung werden standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben empfohlen. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Um den zentralen Versorgungsbereich in seiner Struktur nicht zu beeinträchtigen sowie in der Entwicklung nicht zu behindern, sollte in den Gewerbegebieten die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) ausgeschlossen werden. Die hier vorhandenen Betriebe genießen Bestandsschutz. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben außerdem eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass die Erweiterung eines großflächigen

Einzelhandelsbetriebs den Vorgaben der Raumordnung entspricht und mit den städtebaulichen Zielsetzungen zur Entwicklung der Ortsmitte vereinbar ist. Darüber hinaus müssen sämtliche Vorhaben berücksichtigt und überprüft werden.

Das Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Gemeinde Apen erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Planung herzustellen, sollte das Konzept durch den Gemeinderat als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

Zudem sollte geprüft werden, soweit noch nicht erfolgt, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Gemeinderat beschlossen worden ist. Mittelfristig sollten die Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes bei einer Fortschreibung des Flächennutzungsplans berücksichtigt werden.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept ist als aktuelle Grundlagenuntersuchung der Einzelhandelsentwicklung zu verstehen, welche insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland	7
Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2016	7
Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	8
Abbildung 4: Zu- und Fortzüge	23
Abbildung 5: Geburten und Sterbefälle	23
Abbildung 6: Kundenanteile nach Standorten	33
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Hauptstraße	47
Foto 2: Markant Supermarkt	47
Foto 3: Mühlenstraße	49
Foto 4: Standortverbund Lidl / Rossmann	49
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur	17
Karte 2: Kongruenzräume der Grundzentren Apen und Augustfehn	18
Karte 3: Neubaugebiete in der Gemeinde Apen	25
Karte 4: Fußläufige Nahbereiche von Markant und Netto Marken-Discount in Apen	30
Karte 5: Fußläufige Nahbereiche von Aldi, Edeka und Lidl in Augustfehn	31
Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Apen	48
Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich Augustfehn	51
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen	10
Tabelle 2: Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben differenziert nach Baugebietstypen	12
Tabelle 3: Kongruenzräume der Grundzentren Apen und Augustfehn	19
Tabelle 4: Einwohnerveränderung der Gemeinde Apen im Vergleich	23
Tabelle 5: Bevölkerungsprognose für die Gemeinde Apen	24
Tabelle 6: Geplante Neubaugebiete in der Gemeinde Apen	24

Tabelle 7:	Beschäftigtenbesatz und Ein- / Auspendlersaldo im Vergleich	26
Tabelle 8:	Einzelhandelsbestand der Gemeinde Apen	27
Tabelle 9:	Einzelhandelsbestand in den Kongruenzräumen Apen und Augustfehn	28
Tabelle 10:	Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet der Supermärkte und Discounter	29
Tabelle 11:	Kundenverteilung und Kundendichte in der Gemeinde	34
Tabelle 12:	Kundenverteilung und Kundendichte im Umland	35
Tabelle 13:	Kaufkraftvolumen in der Gemeinde Apen	37
Tabelle 14:	Sortimentsliste des Einzelhandels von Apen	44
Tabelle 15:	Einzelhandelsbestand nach Lagen	46