

Verträglichkeitsanalyse Jawoll Sonderpostenmarkt GE Sulingen-Ost

Gutachterliche Stellungnahme zu den absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens



Im Auftrag der Stadt Sulingen

- Endbericht Januar 2014 -

Inhaltsverzeichnis

1	Auftrag und Aufgabenstellung	2
2	Untersuchungsrelevante Rahmendaten	3
2.1	Zentralörtliche Bedeutung, Einzugsgebiet und Nachfragevolumen	3
2.2	Angebotsstruktur, Umsatzvolumen, Flächen- und Umsatzanteile	4
2.3	Zusammenfassende Einschätzung der Marktsituation	6
3	Beschreibung des Ansiedlungsvorhabens	8
3.1	Lage und Charakteristik des Vorhabenstandortes	8
3.2	Konzeption, Sortimentsstruktur und Umsatzprognose Jawoll	10
3.3	Wettbewerbssituation, Kundenbindung und Umsatzrekrutierung	11
4	Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen	13
4.1	Auswirkungen auf die Stadt Sulingen insgesamt	13
4.2	Auswirkungen auf die Sulinger Innenstadt	15
4.3	Auswirkungen auf die Nahversorgung in Sulingen	17
5	Gesamtbewertung und Empfehlung	18
	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	20

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auf dem Gelände des Möbelhauses Müller & Co. an der Nienburger Straße im Gewerbe- und Sondergebiet Sulingen-Ost (Bereich SO 4) plant das Unternehmen J.A. Woll Handels GmbH, einen Jawoll Sonderpostenmarkt mit einer Innenverkaufsfläche von rund 2.300 m² (zzgl. etwa 700 m² Freifläche für Gartenbedarf) anzusiedeln. Da es sich hierbei um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt, der auf über der Hälfte der geplanten Verkaufsfläche zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten würde, ist die Unschädlichkeit des Ansiedlungsvorhabens auf die weitere Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches (Innenstadt) sowie die Nahversorgung in Sulingen gutachterlich nachzuweisen.

Mit Auftragsbestätigung vom 15./20.11.2013 beauftragte die Stadt Sulingen das Büro City Consult – Beratung für Stadt und Handel, Rosengarten, auf Basis des Angebots vom 29.10.2013 mit der Erstellung einer Verträglichkeitsanalyse bzw. einer gutachterlichen Stellungnahme zu den möglichen Auswirkungen des geplanten Sonderpostenmarktes.

Im Rahmen der Begutachtung ist zu prüfen, ob eine begründete, geregelte Ausnahme von den Festlegungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, das die weitere Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches grundsätzlich ausschließt, getroffen und somit dem Ansiedlungsbegehren zugestimmt werden kann. Dafür ist nachzuweisen, dass von der Ansiedlung eines Sonderpostenmarktes in der geplanten Größenordnung aller Wahrscheinlichkeit nach keine bzw. keine nennenswert negativen Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten der Innenstadt sowie der ausgewiesenen Nahversorgungszentren von Sulingen ausgehen werden.

2 Untersuchungsrelevante Rahmendaten

2.1 Zentralörtliche Bedeutung, Einzugsgebiet und Nachfragevolumen

Gemäß Regionalem Raumordnungsprogramm (RROP 2004) des Landkreises Diepholz ist die Stadt Sulingen als Mittelzentrum ausgewiesen. Neben den beiden weiteren Mittelzentren Diepholz und Syke übernimmt sie damit eine wichtige Versorgungsbedeutung für große Teile des Landkreises.

Im engeren Einzugsgebiet der Stadt Sulingen (12.700 Einwohner), das sich etwa 15 km weit erstreckt und unter anderem die angrenzenden Grundzentren Schwaförden, Siedenburg und Kirchdorf umfasst, leben insgesamt knapp 20.000 Einwohner. Im erweiterten Einzugsgebiet, das bezogen auf einzelne Branchen des mittel- und langfristigen etwa 25 km weit – bis relativ dicht vor die Tore von Diepholz, Syke und Nienburg – reicht und unter anderem die Grundzentren Twistringen, Bassum und Wagenfeld einschließt, leben nochmals rund 70.000 Menschen. Sulingen verfügt damit – gemessen an der geringen Einwohnerzahl der Stadt selbst – über ein erstaunlich großes Marktgebiet mit insgesamt gut 100.000 Einwohnern. Sulingen wird seiner mittelzentralen Versorgungsbedeutung somit vollauf gerecht (vgl. Abb. 1).



Abb. 1: Lage und maximale Ausdehnung des Einzugsgebietes der Stadt Sulingen

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Stadt Sulingen liegt – ebenso wie auch im Einzugsgebiet – mit einem Indexwert von 95,5 (IfH 2013) unterhalb des Bundesdurchschnitts von 100. Nach Berechnungen des Gutachters Stadt+Handel steht der Sulinger Bevölkerung somit 2013 eine gesamtstädtische Einzelhandelskaufkraft von rund 65,5 Mio. € zur Verfügung, wovon ca. 34,0 Mio. € auf den kurzfristigen, ca. 17,6 Mio. € auf den mittelfristigen und ca. 13,9 Mio. € auf den langfristigen Bedarfsbereich entfallen.¹

¹ Stadt+Handel: Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Sulingen, Endbericht November 2013, Seite 12 und 13

2.2 Angebotsstruktur, Umsatzvolumen, Flächen- und Umsatzanteile

Nach den Bestandserhebungen des Gutachterbüros Stadt+Handel von März 2013 beläuft sich die Gesamtverkaufsfläche der Stadt Sulingen auf rd. 63.800 m², was einer überdurchschnittlich hohen Verkaufsflächenausstattung von 5,0 m² pro Einwohner entspricht. Auf dieser Fläche wurde nach Berechnungen des Büros Stadt+Handel 2013 ein Einzelhandelsumsatz in Höhe von insgesamt rd. 111 Mio. € brutto p.a. erzielt. Hieraus errechnet sich eine Flächenproduktivität (Umsatz pro m² Verkaufsfläche) von knapp 1.750 €/m², die deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 3.400 €/m² liegt. Dies ist zum einen der insgesamt überdurchschnittlich hohen Verkaufsflächenausstattung geschuldet, zum anderen aber auch darauf zurückzuführen, dass mit rd. 29.300 m² ein großer Anteil der Verkaufsfläche (46%) auf nicht-zentrenrelevante Sortimente (Baumarkt, Gartenbedarf, Möbel) entfällt.

Entsprechend der hohen zentralörtlichen Bedeutung der Stadt Sulingen, die wichtige Versorgungsfunktion für das ländlich geprägte Umland übernimmt, werden in allen Bedarfsbereichen Zentralitätswerte von deutlich über 100, in vielen innenstadtrelevanten Warengruppen – insbesondere im wichtigen Segment Bekleidung und Schuhe – sowie in den nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereichen sogar Zentralitätswerte von weit über 200 erreicht. Über alle Einzelhandelsbranchen beträgt die Zentralität durchschnittlich 170. Das bedeutet, gemessen am einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen der Sulinger Bevölkerung werden in der Stadt etwa 70% höhere Umsätze erzielt als den Sulingern selbst an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zur Verfügung steht.

Warengruppe	Nachfragevolumen		Sulingen gesamt			Zentralität
	Kaufkraft	je Einwohner	VKF	Umsatz	Flächenprod	Indexwert
	in Mio €	in €	in m ²	in Mio €	in €/m ²	in %
nahversorgungsrelevant	31,6	2.492	11.820	43,0	3.638	136
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	7,4	583	9.610	18,8	1.956	254
Hausrat, GPK, Deko, Haus-/Heimtextilien	2,3	181	5.510	4,7	853	204
Schreib- und Spielwaren, Hobby, Bücher	3,7	292	2.100	5,0	2.381	135
Sportartikel, Fahrräder, Camping	1,2	95	1.190	1,5	1.261	125
Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik	6,7	528	2.050	8,0	3.902	119
Orthopädie, Optik, Uhren, Schmuck	1,7	134	950	3,4	3.579	200
sonstige Sortimente	0,5	39	1.210	1,4	1.157	280
nicht zentrenrelevant (Bau, Garten, Möbel)	10,5	828	29.320	25,4	866	242
Einzelhandel gesamt	65,6	5.172	63.760	111,2	1.744	170

Tab. 1: Verkaufsflächen, Umsätze und Zentralitätswerte in Sulingen nach Warengruppen²

Von der Gesamtverkaufsfläche entfallen ca. 22.400 m² oder rd. 35% auf das Innenstadtzentrum und ca. 41.300 m² (rd. 65%) auf andere Einzelhandelsstandorte in städtebaulich integrierten oder nicht-integrierten Lagen Sulingens. Zu den nicht-integrierten Lagen zählt u.a. der Vorhabenstandort GE Sulingen-Ost, der gemäß Bestandserhebung des Büros Stadt+Handel über eine Verkaufsfläche von ca. 21.400 m² (rd. 34%) verfügt. Tab. 2 auf der folgenden Seite gibt einen Überblick über die Flächen- und Umsatzverteilung nach Standortbereichen.

² Stadt+Handel: Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Sulingen, Endbericht November 2013, Seite 7 und 13

Tab. 2: Verkaufsflächen, Umsätze und Flächenproduktivitäten nach Standortbereichen

Warengruppe	Innenstadt					GE Sulingen-Ost					sonstige Standorte				
	VKF	in %	Umsatz	in %	Flächenprod	VKF	in %	Umsatz	in %	Flächenprod	VKF	in %	Umsatz	in %	Flächenprod
	in m ²		in Mio €		in €/m ²	in m ²		in Mio €		in €/m ²	in m ²		in Mio€		in €/m ²
nahversorgungsrelevant	6.620	56	26,1	61	3.938	2.100	18	6,1	14	2.924	3.100	26	10,8	25	3.480
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	8.460	88	16,3	86	1.921	-	0	0,0	0	-	1.150	12	2,5	14	2.214
Hausrat, GPK, Deko, Haus-/Heimtextilien	1.820	33	1,5	32	816	2.300	42	2,0	43	887	1.390	25	1,2	25	845
Schreib- und Spielwaren, Hobby, Bücher	1.480	70	3,9	79	2.665	200	10	0,3	6	1.500	420	20	0,8	15	1.800
Sportartikel, Fahrräder, Camping	850	71	1,2	79	1.400	100	8	0,1	7	1.000	240	20	0,2	14	875
Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik	1.460	71	6,3	79	4.336	200	10	0,4	5	2.000	390	19	1,3	16	3.254
Orthopädie, Optik, Uhren, Schmuck	900	95	3,3	98	3.693	-	0	0,0	0	-	50	5	0,1	2	1.520
sonstige Sortimente	270	22	0,4	29	1.500	500	41	0,5	36	1.000	440	36	0,5	35	1.125
nicht zentrenrelevant (Bau, Garten, Möbel)	570	2	0,5	2	800	16.000	55	12,4	49	775	12.750	43	12,5	49	984
Einzelhandel gesamt	22.430	35	59,5	53	2.651	21.400	34	21,9	20	1.022	19.930	31	29,9	27	1.498

Quelle: Berechnungen City Consult auf Basis der Bestandserhebungen von Stadt+Handel, Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Sulingen, Endbericht November 2013
Aufteilung der sortimentspezifischen Umsätze nach Standorten durch City Consult; alle Angaben Circa-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

Gleichzeitig werden in der Innenstadt jedoch Umsätze in Höhe von knapp 60 Mio. € oder rd. 53% des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes erzielt. Dies entspricht einer mittleren Flächenproduktivität im Innenstadtzentrum von etwa 2.650 €/m², wobei die höchsten Raumleistungen in der Warengruppe Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik (rd. 4.350 €/m²) sowie im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie, Parfümerie (rd. 3.950 €/m²) erreicht werden. Der Nahversorgungsbereich trägt mit einem geschätzten Umsatz von etwa 26 Mio. € auf einer Verkaufsfläche von ca. 6.600 m² (Flächenanteil 30%) außerdem den höchsten Anteil (44%) zum Innenstadtumsatz bei, gefolgt von den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren mit einem geschätzten Umsatz von gut 16 Mio. € (27%) und einer Verkaufsfläche von ca. 8.500 m² (Flächenanteil 38%) (vgl. Tab. 2 auf der vorigen Seite).

Als flächengrößte und gleichzeitig wichtigste Anbieter bzw. Magneten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind zu nennen das Kaufhaus Ranck (ca. 4.150 m²) mit dem angrenzenden K+K Supermarkt (ca. 1.050 m²) sowie Takko und ABC Schuhe (zusammen ca. 1.000 m²) am östlichen Ende der Lange Straße, das Edeka-Center (ca. 3.250 m² inkl. Konzessionäre) mit dem angeschlossenen M Live Modehaus (ca. 1.000 m²) und vorgelegtem großen Parkplatz im mittleren Bereich sowie die beiden Modehäuser Röhe (zus. ca. 2.000 m²) im westlichen Teil der Lange Straße (vgl. Abb. 2 auf der nächsten Seite).

Demgegenüber werden am Vorhabenstandort GE Sulingen-Ost auf annähernd gleich großer Verkaufsfläche von 21.400 m² wie im zentralen Versorgungsbereich (22.400 m²) lediglich knapp 22 Mio. € oder rd. 20% des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes erzielt. Dies entspricht eine durchschnittlichen Flächenproduktivität von etwa 1.020 €/m², die damit noch einmal deutlich unterhalb des Durchschnittswertes aller übrigen Einzelhandelsstandorte Sulingens liegt, wo im Mittel etwa 1.500 €/m² erwirtschaftet werden. Hierzu zählen neben diversen städtischen Streulagen zum einen die ausgewiesenen Nahversorgungszentren Bassumer Straße (Netto) und Nienburger Straße (Lidl) und zum anderen die Sonderstandorte Lloyd Werksverkauf im Südwesten der Stadt und der sog. Sun-Park (Hagebaumarkt, BauKing Ranck) am Hasseler Weg östlich der Bahnlinie (vgl. Abb. 3 auf der nächsten Seite).

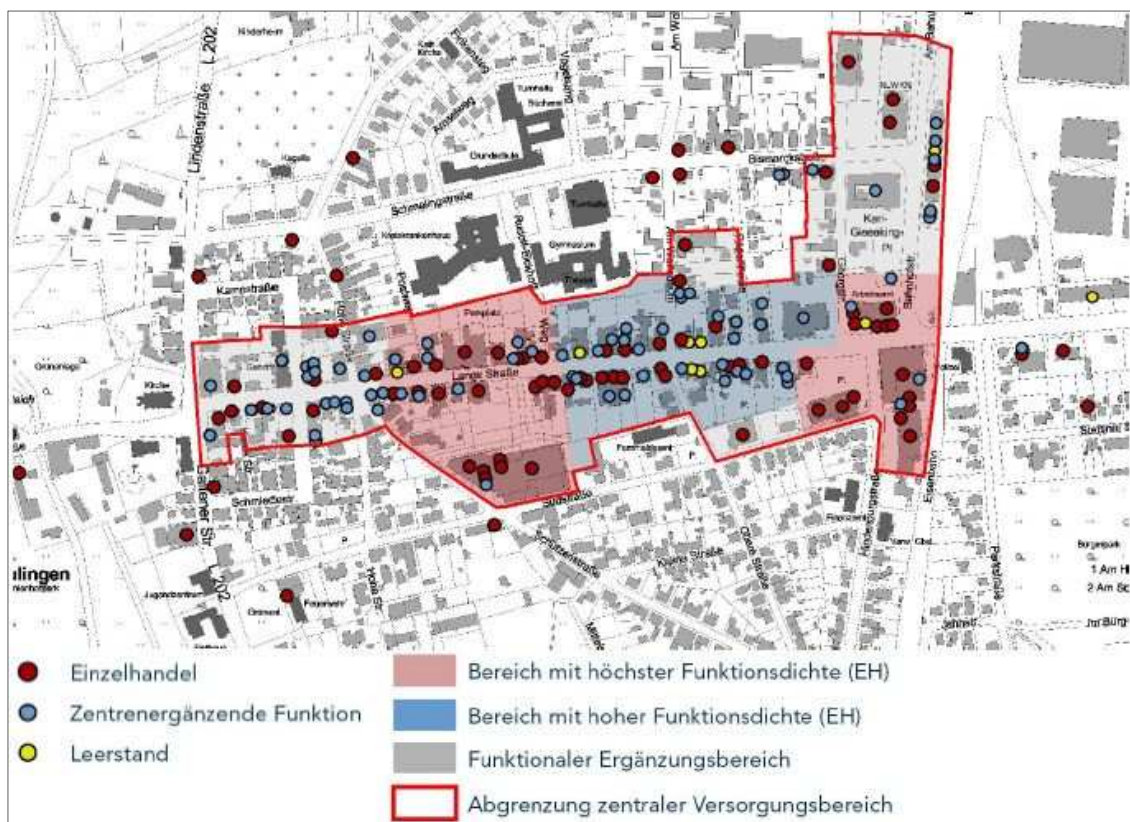
2.3 Zusammenfassende Einschätzung der Marktsituation

Die Stadt Sulingen erreicht mit einem geschätzten Einzelhandelsumsatz von rd. 111 Mio. € (2013) einen überdurchschnittlich hohen Zentralitätswert von 170 und unterstreicht damit eindrucksvoll die wichtige Versorgungsbedeutung, die ihr als einem von drei ausgewiesenen Mittelzentren im Landkreis Diepholz zukommt.

Die Angebotsstruktur Sulingens präsentiert sich insgesamt sehr ausgewogen. Auf die Innenstadt mit einem Verkaufsflächenanteil von lediglich rd. 35% entfallen mit knapp 60 Mio. € etwa 53% der gesamtstädtisch erzielten Umsätze, wobei ein wesentlicher Schwerpunkt hier – neben den wichtigen innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung und Schuhe, die mit Ausnahme des Lloyd Werksverkaufs vollständig im zentralen Versorgungsbereich konzentriert sind – auch im Segment Lebensmittel und Drogeriewaren liegt.

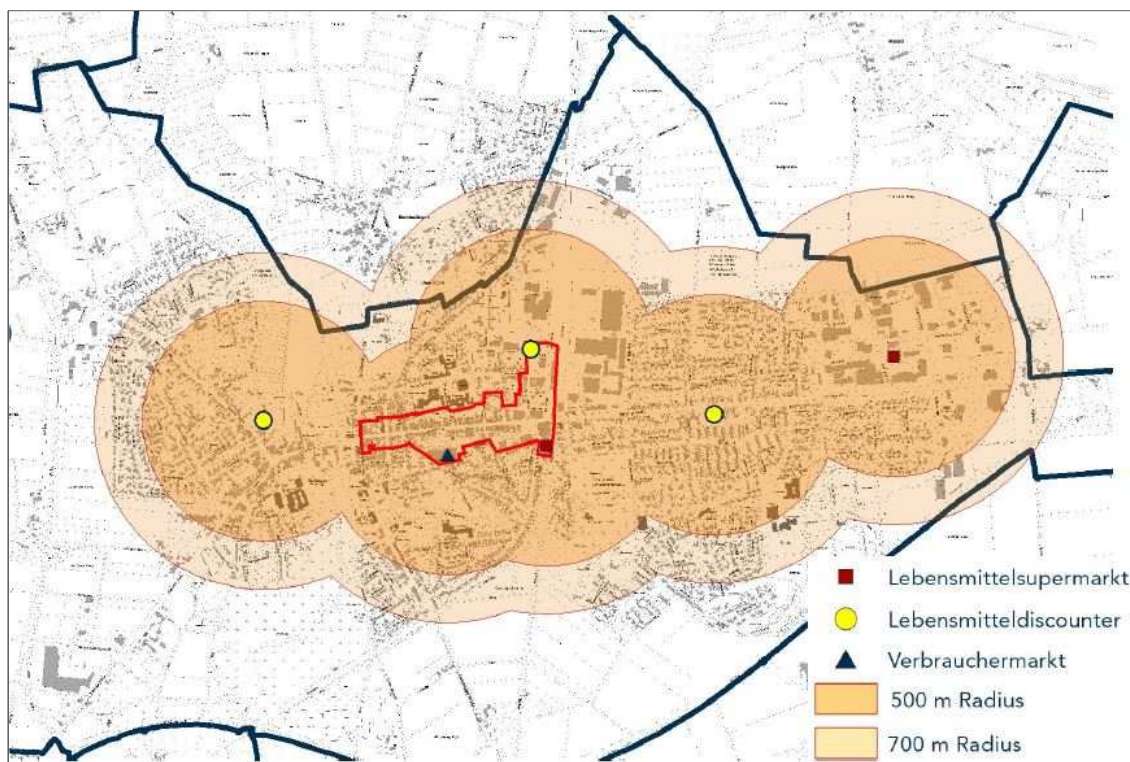
Angebotsdefizite sind in Sulingen nicht auszumachen. Lediglich in den Warengruppen Schreibwaren und Bücher, Sportartikel und Fahrräder, Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik sowie Blumen und zoologischer Bedarf sind noch gewisse Zuwachspotentiale hinsichtlich der Zentralitätswerte und entsprechende Ansiedlungsspielräume erkennbar.

Abb. 2: Der zentrale Versorgungsbereich Sulingens (Innenstadtzentrum)



Quelle: Stadt+Handel, Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Sulingen, Enderbericht November 2013, Seite 27

Abb. 3: Die Nahversorgungsstruktur Sulingens im Überblick



Quelle: Stadt+Handel, Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Sulingen, Enderbericht November 2013, Seite 21

3 Beschreibung des Ansiedlungsvorhabens

3.1 Lage und Charakteristik des Vorhabenstandortes

Bei dem Vorhabenstandort im Gewerbe- und Sondergebiet Sulingen-Ost handelt es sich um eine klassische verkehrsorientierte Ortsrandlage an einer der wichtigen, in Ost-West-Richtung verlaufenden Hauptverkehrsachsen Sulingens, der Nienburger Straße, die in ihrem weiteren Verlauf auf die Bundesstraße B214 ins ca. 28 km entfernte Nienburg führt. Die Entfernung zum Innenstadtzentrum Sulingens beträgt ca. 1.500 m (vgl. Abb. 4).

Für das Gebiet, das sich nördlich der Nienburger Straße auf insgesamt rd. 220.000 m² erstreckt, existiert der mit Satzungsbeschluss vom 30.10.2011 rechtsgültige Bebauungsplan Nr. 79, der parallel zur Neuaufstellung des FNP 2010 aus diesem entwickelt wurde und in dem die alten BPläne Nr. 8, 8a und 41a zusammengefasst und überplant worden sind.³ Um den im Einzelhandelsentwicklungskonzept (EHEK) formulierten Zielen – Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung, Erhaltung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches sowie Sicherung von Standorten für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel – angemessen Rechnung zu tragen, werden die mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben bereits belegten Flächen an der Nienburger / Berliner Straße als Sondergebiete (SO 1-4) ausgewiesen (vgl. Abb. 5) und die Anteile zentrenrelevanter Randsortimente grundsätzlich auf jeweils 10% der Gesamtverkaufsfläche begrenzt.⁴ Die maximal zulässigen Verkaufsflächen in den einzelnen Sondergebieten sind dabei wie folgt festgelegt:⁵

Nr.	Hauptwarengruppe	Betreiber	max. VKF
SO-1	Baummarktsortiment/Gartenartikel	Baumarkt Leymann	6.400 m ²
SO-2	Raumausstattung/Bodenbeläge	Hammer Heimfachmarkt	1.500 m ²
SO-3	Lebensmittel/Getränke	REWE / Getränkemarkt	1.700 m ²
SO-3	Pflanzen/Gartenbedarf	Gartencenter Wiesmoor	1.300 m ²
SO-4	Möbel/Teppiche	Möbelhaus Müller & Co.	5.500 m ²

Gleichzeitig heißt es in der Begründung weiter, dass ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Sortimenten städtebaulich nicht sinnvoll sei, da eine marktübliche Mindestattraktivität der Geschäfte aus Wettbewerbsgründen gewährleistet sein sollte. Dabei sollten die angebotenen Randsortimente allerdings stets in einem klar erkennbaren Zusammenhang zum Hauptsortiment stehen.⁶ Da der Angebotsschwerpunkt, bezogen auf das gesamte Gewerbe- und Sondergebiet Ost, eindeutig im Bereich Heimwerker-, Garten- und Einrichtungsbedarf liegt und es das Ziel ist, alle hier vorhandenen großflächigen Einzelhandelsbetriebe (einschließlich des Lebensmittelmarktes REWE) in ihrem Bestand zu sichern, könnte insofern auch die Ansiedlung eines Sonderpostenmarktes am Vorhabenstandort eine sinnvolle Ergänzung darstellen. Denn für einen Großteil der dort angebotenen Waren ist nicht nur die Nähe zum Bedarfsbereich „Bauen und Wohnen“ gegeben, vielmehr dürften die oft wechselnden Sonderposten und das relativ hohe Besucheraufkommen einen wichtigen Beitrag zur Frequenzsteigerung im Gebiet leisten (vgl. Kap. 3.2).

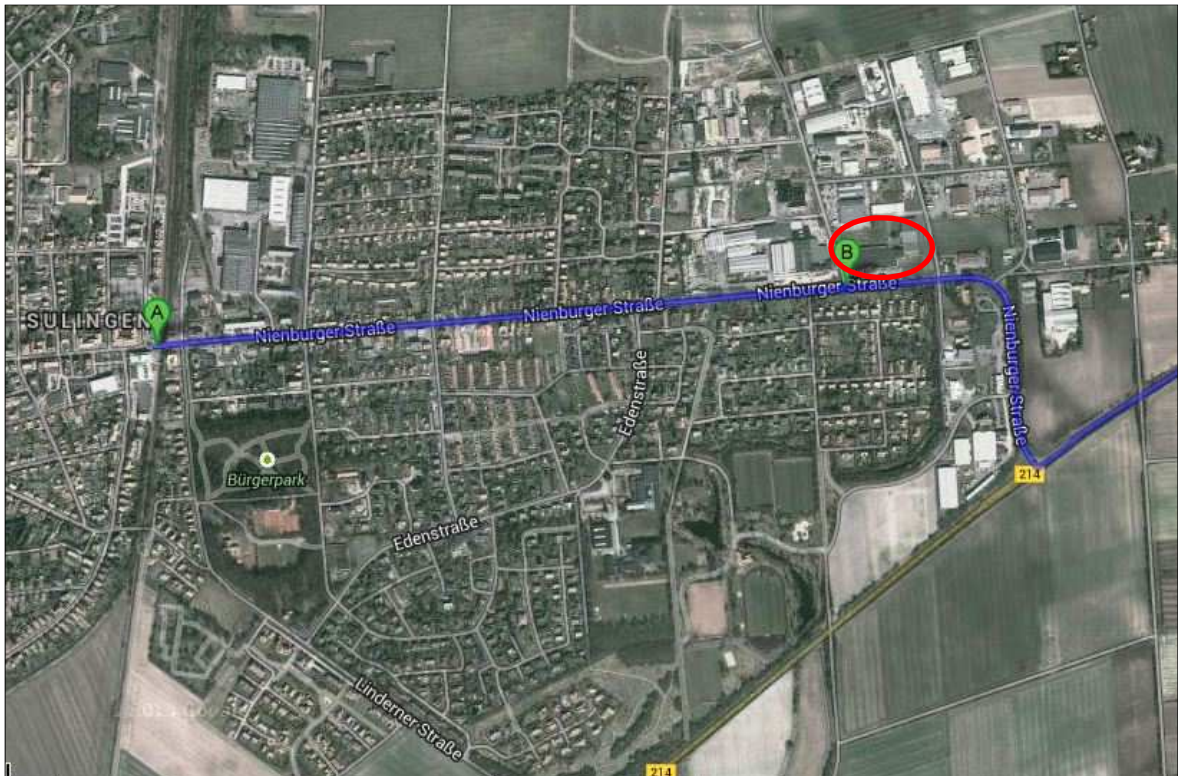
³ Vgl. Stadt Sulingen, Begründung Bebauungsplan Nr. 79 „Gewerbe- und Sondergebiet Ost“, Seite 3-4

⁴ ebenda, Seite 9

⁵ ebenda, Seite 10-12

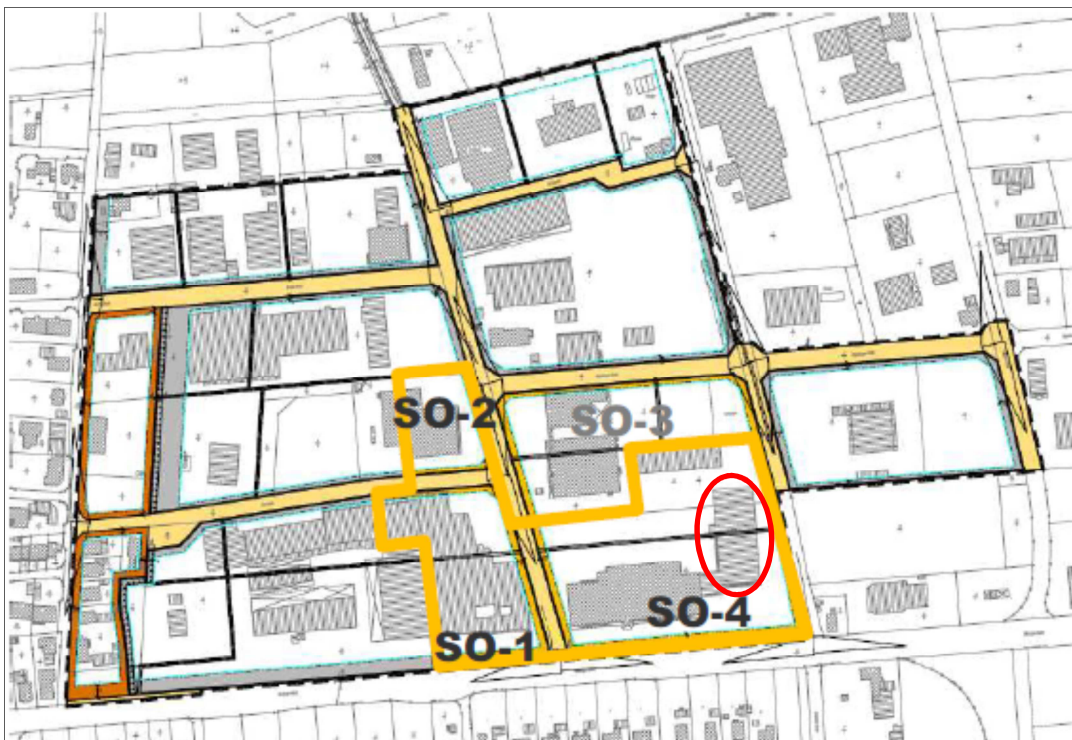
⁶ ebenda, Seite 9

Abb. 4: Lage und stadträumliche Einbindung des Vorhabenstandortes



Quelle: Bearbeitung City Consult auf Kartengrundlage google maps

Abb. 5: Abgrenzung der Sondergebiete im GE Ost gemäß Bebauungsplan Nr. 79



Quelle: Stadt Sulingen, Begründung Bebauungsplan Nr. 79 „Gewerbe- und Sondergebiet Ost“, Seite 9

3.2 Konzeption, Sortimentsstruktur und Umsatzprognose Jawoll

Das Firma J.A. Woll Handels GmbH ist darauf spezialisiert, Waren aus Sortimentsbereinigungen, Saisonüberhängen, Verpackungsumstellungen, Überproduktionen, Konkursmassen sowie Zweite-Wahl-Waren aufzukaufen und in ihren Jawoll Sonderpostenmärkten zu vermarkten. Diese Posten werden in jeweils beschränkter Vorratsmenge ohne Nachordermöglichkeit bezogen. Hieraus ergibt sich ein stetig wechselndes Sortiment, das in seiner Zusammensetzung einkaufs- und saisonbedingten Schwankungen unterliegt. Gleichwohl sind bestimmte Sortimentsschwerpunkte auszumachen, die vor allem in den Bereichen Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (GPK), Haus- und Heimtextilien, Lebensmittel, Getränke und Drogeriewaren sowie im Garten- und Heimwerkerbedarf liegen.

In der tabellarischen Übersicht auf der folgenden Seite sind die geführten Sortimente mit den üblicherweise jeweils belegten Verkaufsflächen aufgelistet. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die angegebenen Flächenobergrenzen nie zeitgleich ausgeschöpft werden, sondern die zeitlich begrenzte Ausdehnung eines bestimmten Sonderpostens immer zu einer entsprechenden Verringerung der Verkaufsfläche anderer Sortimentsbereiche führt. Insofern wird die rein rechnerisch sich ergebende Gesamtverkaufsfläche von 3.400 m² tatsächlich nicht erreicht. Insgesamt steht am Vorhabenstandort – in einem eigenständigen Gebäudeteil des bestehenden Möbelhauses Müller, das seine Verkaufsfläche zukünftig auf den westlichen, älteren und größeren Gebäudeteil beschränken würde (vgl. Abb. 5 auf der vorigen Seite) – eine Innenverkaufsfläche von ca. 2.300 m² und eine nicht überdachte Außenverkaufsfläche von ca. 700 m² für Jawoll zur Verfügung. Davon sollen etwa 600 bis 750 m² mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittel, Getränke, Drogerieartikel, Kosmetik) und rd. 900 bis 1.150 m² mit innenstadtrelevanten Sortimenten (Haushaltswaren, Geschenkartikel, Spiel- und Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Elektrogeräte) belegt werden. Die im Rahmen der Verträglichkeitsprüfung untersuchungsrelevante Verkaufsfläche beträgt somit insgesamt etwa 1.500 m² bis maximal 1.900 m². Nichtzentrenrelevante Sortimente (Baumarktartikel, Gartenbedarf, Pflanzen, Möbel, Bettwaren, Autozubehör) verteilen sich auf rd. 600 bis 800 m² im übrigen Innenbereich sowie auf der vorgesehenen Außenfreifläche von 700 m² (vgl. Tab. 3).

Ausgehend von sortiments-, konzept- und anbieterspezifischen Flächenproduktivitäten zwischen 500 € (Gartenmöbel) und 2.600 € (Drogerieartikel) pro m² Verkaufsfläche, im Mittel rd. 1.300 bis 1.400 € im Innenbereich sowie rd. 400 bis 500 €/m² im Außenbereich, lässt sich für den Jawoll Sonderpostenmarkt am Standort Sulingen insgesamt ein Bruttoumsatz in Höhe von etwa 3,3 bis 3,8 Mio. € p.a. prognostizieren. Von diesem am Vorhabenstandort zu erwartenden Gesamtumsatz würden auf nahversorgungsrelevante Sortimente im Jahresmittel rd. 1,4 bis 1,6 Mio. € und auf innenstadtrelevante Warengruppen rd. 1,1 bis 1,9 Mio. € entfallen, so dass sich für die zentren-/nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereiche ein prüfungs- bzw. umverteilungsrelevanter Umsatz in Höhe von insgesamt rd. 2,5 bis 2,9 Mio. € ergibt (vgl. Tab. 3).

Der prognostizierte Gesamtumsatz deckt sich mit den von City Consult recherchierten Leistungskennzahlen des Unternehmens, wonach Jawoll im Gesamtdurchschnitt aller derzeit 54 Filialstandorte einen Bruttoumsatz in Höhe von rd. 3,4 Mio. € pro Markt (Durchschnittsgröße rd. 2.300 m²) erzielt. Bei insgesamt etwa 11 Millionen kaufenden Kunden jährlich⁷ entspricht dies einer mittleren Kundenfrequenz von rd. 680 Besuchern pro Tag und Standort und einem durchschnittlichen Einkaufsbetrag von 16,70 € pro Zahlkunde.

⁷ Siehe: <http://www.jawoll.de/alles-ueber-jawoll/philosophie.html>

Tab. 3: Verkaufsflächen und Umsatzprognose Jawoll nach Sortimentsbereichen

Jawoll Sortimentsliste	Verkaufsfläche		Flächenproduktivität		Bruttoumsatz	
	von ...	bis ...	von ...	bis ...	von ...	bis ...
Lebensmittel, Getränke, Tiernahrung	450	550	2.200	2.300	1.035.000	1.210.000
Drogerie, Kosmetik	120	150	2.500	2.600	312.000	375.000
Hausrat, Haushaltswaren, GPK	300	350	1.100	1.200	360.000	385.000
Geschenkartikel, Deko, Wohnaccessoires	80	110	1.100	1.200	96.000	121.000
Haus-/Heimtextilien, Kurzwaren, Wolle	70	90	800	900	63.000	72.000
Spiel-/Schreibwaren, Bürobedarf, Bücher	30	50	1.300	1.400	42.000	65.000
Elektrogeräte, Elektronik, Computer, Foto	20	40	2.300	2.400	48.000	92.000
Fahrräder und Fahrradzubehör	40	60	1.100	1.200	48.000	66.000
Bekleidung, Strümpfe, Unterwäsche	130	150	1.300	1.400	182.000	195.000
Schuhe, Hausschuhe, Sportschuhe	120	150	1.200	1.300	156.000	180.000
Taschen, Koffer, Lederwaren	20	30	1.100	1.200	24.000	33.000
Sport- und Campingartikel	10	20	1.100	1.200	12.000	22.000
Saisonwaren (Weihnachten, Fasching, ...)	80	100	1.200	1.300	104.000	120.000
Bettwaren, Matratzen	20	30	800	900	18.000	24.000
Autozubehör	20	50	1.400	1.500	30.000	70.000
Zoologischer Bedarf	30	50	800	900	27.000	40.000
Baumarktsortiment	120	150	800	900	108.000	120.000
Möbel, Kleinmöbel, Lampen, Leuchten	20	30	1.000	1.100	22.000	30.000
Gartengeräte	20	40	1.000	1.100	22.000	40.000
Garten- und Campingmöbel	400	500	500	600	240.000	250.000
Jawoll Innenverkaufsfläche	2.100	2.700	1.300	1.404	2.949.000	3.510.000
zzgl. Freifläche (Pflanzen, Garten)	700	700	400	500	350.000	280.000
Jawoll gesamt	2.800	3.400	1.115	1.178	3.299.000	3.790.000
nahversorgungsrelevant	600	750	2.113	2.245	1.347.000	1.585.000
innenstadtrelevant	900	1.150	1.175	1.261	1.135.000	1.351.000
zentren-/nahversorgungsrelevant	1.500	1.900	1.545	1.655	2.482.000	2.936.000
nicht zentrenrelevant (Bau, Garten, Möbel)	600	800	718	778	467.000	574.000
zzgl. Freifläche (Pflanzen, Garten)	700	700	400	500	350.000	280.000
Jawoll gesamt	2.800	3.400	1.115	1.178	3.299.000	3.790.000

Quelle: Berechnungen City Consult auf Basis der Verkaufsflächenangaben Jawoll vom 09.12.2013 sowie eigener Recherchen zu branchen- und anbieterspezifischen Leistungskennzahlen; alle Angaben Circa-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

3.3 Wettbewerbssituation, Kundenbindung und Umsatzrekrutierung

Als wesentliche Wettbewerber mit ähnlichem Vertriebskonzept und Sortiment wie Jawoll sind die Sonderpostenmärkte ‚Thomas Philipps‘ und ‚Schaaf kalkuliert‘ zu nennen. Filialen dieser Unternehmen sind in Diepholz, Vechta und Bremen-Stuhr angesiedelt. Jawoll selbst betreibt Filialen in Weyhe, Oyten, Nienburg sowie in Asendorf, dem mit ca. 20 km Entfernung nächstgelegenen Standort zum geplanten Markt in Sulingen (vgl. Abb. 6).

Vor dem Hintergrund dieser recht „entspannten“ Wettbewerbssituation ist davon auszugehen, dass sich das Einzugsgebiet des geplanten Jawoll-Marktes am Vorhabenstandort im Wesentlichen mit dem in Kapitel 2.1 skizzierten Einzugsgebiet der Stadt Sulingen insgesamt decken wird (vgl. Abb. 1). Lediglich aus dem Umfeld der bestehenden Filialen in

Asendorf und Nienburg sind deutlich geringere Kundenanteile zu erwarten. Gleichzeitig ergaben Recherchen von City Consult zum Einkaufsverhalten der Sulinger Bevölkerung, dass eine nicht zu unterschätzende Zahl an Verbrauchern, die sich durch Werbeangebote von Jawoll angesprochen fühlen, desöfteren die Filiale in Asendorf aufsucht. Das bedeutet, dass ein Teil der Kaufkraft, die derzeit in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen aus Sulingen abfließt, zukünftig am Vorhabenstandort gebunden werden könnte.

Weiterhin ist anzunehmen, dass sich der prognostizierte Gesamtumsatz des geplanten Jawoll-Marktes in Höhe von rd. 3,3 bis 3,8 Mio. € (vgl. Tab. 3) zu etwa 50-60% aus dem Sulinger Stadtgebiet und zu etwa 40-50% aus dem erweiterten Einzugsgebiet rekrutieren wird. Über alle Bedarfsbereiche entspräche dies einem absoluten Umsatzanteil von rd. 1,65 bis 2,3 Mio. € oder einer erforderlichen Kaufkraftbindung der in Sulingen vorhandenen Kaufkraft (ca. 65,6 Mio. €) zwischen 2,5 und 3,5%.

Dabei dürfte der mit Kunden aus Sulingen generierte Umsatzanteil mit etwa 65-75% (ca. 0,9 bis 1,2 Mio. €) im Nahversorgungssegment am höchsten ausfallen, da insbesondere Lebensmittel traditionell wohnortnah eingekauft werden und daher entsprechend geringere Kaufkraftzuflüsse aus dem übrigen Einzugsgebiet zu erwarten sind. Gleichwohl entspräche auch dieser Umsatzanteil lediglich einer erforderlichen Kaufkraftbindung der in Sulingen vorhandenen Kaufkraft in diesem Segment (ca. 31,6 Mio. €) von 2,8 bis 3,9%. Die relativ gesehen höchste Kaufkraftbindung ist mit einer Bindungsquote von 10 bis 15% hingegen in einem weiteren Kernsortimentsbereich von Jawoll, dem Segment Haushaltswaren, GPK, Einrichtungszubehör, Haus-/Heimtextilien zu erwarten, obwohl hier etwa die Hälfte des insgesamt prognostizierten Umsatzes (ca. 0,5 bis 0,6 Mio. €) von Kunden aus dem Sulinger Umland zufließen dürfte.

Abb. 6: Wettbewerbssituation Sonderpostenmärkte im Großraum Sulingen



4 Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

4.1 Auswirkungen auf die Stadt Sulingen insgesamt

Basierend auf den Ausführungen in Kapitel 3 zu Konzeption, Einzugsgebiet und Kundenbindung sowie den sortimentspezifischen Umsatzprognosen des geplanten Jawoll Sonderpostenmarktes, soll im Folgenden geprüft werden, welche absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen von dem Ansiedlungsvorhaben zu erwarten sind. Dabei ist aufgrund der in fast allen Warengruppen bereits erreichten hohen oder gar sehr hohen Zentralitätswerte Sulingens (vgl. Kap. 2) davon auszugehen, dass ein Großteil des Jawoll Zielumsatzes in Höhe von insgesamt rd. 3,3 bis 3,8 Mio. € aus dem bestehenden Einzelhandel umverteilt und nur zu einem geringeren Teil aus einer Erhöhung der Kaufkraftbindung der Sulinger Bevölkerung bzw. aus höheren Kaufkraftzuflüssen aus dem weiteren Einzugsgebiet rekrutieren würde. Im Durchschnitt aller Sortimentsbereiche dürfte der aus dem Bestand umzuverteilende Umsatzanteil bei knapp 80% liegen. Je nach Warengruppe ergeben sich jedoch erhebliche Unterschiede, wobei sich das Zuwachspotential nach der jeweils gegebenen Verkaufsflächenausstattung und dem bereits erreichten Zentralitätsniveau richtet (vgl. Tab. 1). So steht zu erwarten, dass zwischen rd. 10% (Lebensmittel, Drogerieartikel) und 25% (Baumarkt-/Gartenbedarf, Möbel) bis etwa 30% (Hausrat, Deko, Heimtextilien), in einzelnen Sortimentsbereichen aber auch bis zu 50% (Schreib-/Spielwaren, Sport/Camping, Elektrogeräte) des jeweiligen Zielumsatzes zusätzlich am Standort gebunden werden können und sich das Umsatzvolumen Sulingens dadurch rein rechnerisch – ohne Berücksichtigung externer Effekte durch zusätzliche Kunden bzw. häufigere Einkaufsbesuche in der Stadt – um insgesamt etwa 0,7 bis 0,8 Mio. € erhöhen würde, andererseits allerdings je nach Warengruppe auch zwischen 50 und 90% des jeweiligen Zielumsatzes innerhalb Sulingens umverteilt würden (vgl. Tab. 4).

Stellt man die jeweiligen „Verdrängungsumsätze“ in Summe von insgesamt rd. 2,6 bis 3,0 Mio. € dem derzeit im Sulinger Einzelhandel erzielten Gesamtumsatz von rd. 111 Mio. € gegenüber, so ergibt sich eine durchschnittliche Umverteilungsquote zwischen 2,4 und 2,7%. Dabei fällt die zu erwartende Umsatzumverteilung im Segment Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (GPK), Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien mit Werten von 7,7 bis 8,6% mit Abstand am höchsten aus, bewegt sich aber dennoch in einem noch als verträglich erachteten Rahmen unterhalb des Schwellenwertes von 10%, bei dessen Überschreitung regelmäßig städtebaulich negative Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu vermuten wären. Die relativ hohen Werte liegen darin begründet, dass der Verkaufsflächenanteil dieses Sortimentsbereiches mit mind. 450 bis zu 550 m² im Jawoll-Markt rund 10% der in Sulingen insgesamt vorhandenen Verkaufsfläche von ca. 5.500 m² erreicht. Gleichwohl erscheint eine Verkaufsflächenbegrenzung in diesem für Jawoll sehr wichtigen Kernsortiment nicht anzuraten, da dadurch die Angebotskompetenz beschnitten und die erwartete Erhöhung der Kaufkraftbindung bzw. der externen Kaufkraftzuflüsse durch Impulskäufe eher ausbleiben oder zumindest geringer ausfallen würde (vgl. Tab. 4).

In allen übrigen Sortimentsbereichen bleiben die anzunehmenden Umverteilungsquoten mit Werten zwischen 0,6% und max. 6,0% jeweils deutlich unter dem Schwellenwert von 10% zurück, so dass hier von keinen nennenswert schädlichen Auswirkungen auf den Sulinger Einzelhandelsbestand auszugehen ist. Dies gilt auch und insbesondere für das Nahversorgungssegment, in dem die errechnete Umverteilungsquote mit 2,9 bis 3,4% – trotz des geringen Marktzuwachspotentials von rd. 10% und eines relativ hohen absoluten Verdrängungsumsatzes von schätzungsweise etwa 1,2 Mio. € bis max. 1,5 Mio. € – ebenfalls weit von einer bestandsgefährdenden Größenordnung entfernt liegt (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf den Einzelhandelsbestand Sulingens

Warengruppe	Sulingen gesamt			Jawoll Umsatzprognose					Umsatzumverteilung Sulingen			Umverteilung in %	
	VKF	Umsatz	Flächenprod	Verkaufsfläche		Bruttoumsatz		Flächenprod	Verdrängungsumsatz		aus Sulingen gesamt		
	in m ²	in Mio €	€/m ²	von ...	bis ...	von ...	bis ...	gemittelt	Anteil in %	von ...	bis ...	von ...	bis ...
nahversorgungsrelevant	11.820	43,0	3.638	600	750	1.374.000	1.625.000	2.221	90	1.236.600	1.462.500	2,9	3,4
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	9.610	18,8	1.956	250	300	338.000	375.000	1.296	80	270.400	300.000	1,4	1,6
Hausrat, GPK, Deko, Haus-/Heimtextilien	5.510	4,7	853	450	550	519.000	578.000	1.097	70	363.300	404.600	7,7	8,6
Schreib- und Spielwaren, Hobby, Bücher	2.100	5,0	2.381	50	80	66.000	98.000	1.262	50	33.000	49.000	0,7	1,0
Sportartikel, Fahrräder, Camping	1.190	1,5	1.261	50	80	60.000	88.000	1.138	50	30.000	44.000	2,0	2,9
Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik	2.050	8,0	3.902	20	40	48.000	92.000	2.333	50	24.000	46.000	0,3	0,6
Orthopädie, Optik, Uhren, Schmuck	950	3,4	3.579	-	-	0	0	-	0	0	0	0,0	0,0
sonstige Sortimente	1.210	1,4	1.157	80	100	104.000	120.000	1.244	70	72.800	84.000	5,2	6,0
innenstadtrelevant	22.620	42,8	1.892	900	1.150	1.135.000	1.351.000	1.213	70	793.500	927.600	1,9	2,2
nicht zentrenrelevant (Bau, Garten, Möbel)	29.320	25,4	866	1.300	1.500	790.000	814.000	573	75	592.500	610.500	2,3	2,4
Einzelhandel gesamt	63.760	111,2	1.744	2.800	3.400	3.299.000	3.790.000	1.143	79	2.622.600	3.000.600	2,4	2,7

Quelle: Berechnungen City Consult auf Basis der sortimentspezifischen Umsatzprognosen Jawoll gemäß Tab. 3 sowie der Bestandserhebungen von Stadt+Handel, Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Sulingen, Endbericht November 2013; alle Angaben Circa-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

4.2 Auswirkungen auf die Sulinger Innenstadt

Aufbauend auf den im vorigen Kapitel 4.1 angestellten Berechnungen zu den Umsatzumverteilungswirkungen des geplanten Jawoll Sonderpostenmarktes auf die Stadt Sulingen insgesamt, wird im Folgenden geprüft, welche absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen von dem Ansiedlungsvorhaben auf die Sulinger Innenstadt als dem zentralen Versorgungsbereich der Stadt ausgehen könnten.

Dazu wird angenommen, dass von dem für Sulingen insgesamt ermittelten Verdrängungsumsatz in Höhe von rd. 2,6 bis 3,0 Mio. € (vgl. Tab. 4) – ungefähr entsprechend dem jeweiligen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil der Innenstadt am gesamten Flächen- bzw. Umsatzvolumen der Stadt (vgl. Tab. 2) – voraussichtlich gut 40% oder insgesamt rd. 1,1 bis 1,3 Mio. € zulasten der bestehenden Einzelhandelsbetriebe im Innenstadtzentrum umverteilt würden. Über alle Sortimentsbereiche entspräche dies einer durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquote von etwa 1,8 bis 2,2% des derzeit in der Innenstadt erzielten Einzelhandelsumsatzes in Höhe von knapp 60 Mio. € (vgl. Tab 5).

Auch hier fällt die zu erwartende Umsatzumverteilung im Segment Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/Keramik (GPK), Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien mit Werten von 8,1 bis 9,0% mit Abstand am höchsten und sogar geringfügig höher aus als in Sulingen insgesamt (vgl. Tab 5). Gleichwohl bewegt sie sich aber noch in einem als verträglich zu erachtenden Rahmen unterhalb des Schwellenwertes von 10%, so dass weder einzelne Geschäftsaufgaben, welche die Funktionsfähigkeit des Innenstadtzentrums beeinträchtigen könnten, noch sonstige städtebaulich negative Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu erwarten sind. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass ein klassisches Haushaltswaren-Fachgeschäft in der Sulinger Innenstadt überhaupt nicht (mehr) existiert und auch das Kaufhaus Ranck diesen früher geführten Sortimentsbereich inzwischen aufgegeben hat. Insofern konzentriert sich das vorhandene Angebot im Wesentlichen auf das Kleinkaufhaus Magro in innerstädtischer Randlage, den Haushaltswaren-Discounter T€di und ein Geschäft für höherwertige Geschenkartikel und Wohnaccessoires in der Lange Straße, dessen Sortiment sich allerdings nur bedingt mit dem niedrigpreisigen Angebot von Jawoll überschneidet. Ähnliches gilt für die Warengruppen Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kurzwaren, Stoffe, Wolle und Handarbeiten, die in der Innenstadt – außer zum Teil in den genannten Geschäften – höchstens noch als Randsortimente bei NKD, im E-Center oder im Drogeriemarkt Rossmann zu finden sind.

Im Nahversorgungssegment (Nahrungs- und Genußmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik) dürften die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel im Innenstadtzentrum mit einer ermittelten Umverteilungsquote von 2,4 bis 2,8% hingegen eher noch geringer ausfallen als in Sulingen insgesamt, da mit den wichtigsten relevanten Anbietern E-Center, K+K und Aldi sowie dem Drogeriemarkt Rossmann überdurchschnittlich leistungsstarke Betriebe in der Innenstadt vertreten sind, deren Umsatzleistung durch das Ansiedlungsvorhaben aller Voraussicht nach höchstens marginal zurückgehen wird.

Für den innenstadtprägenden Sortimentsbereich Bekleidung, Schuhe, Lederwaren errechnet sich ebenfalls nur eine sehr niedrige Umverteilungsquote von durchschnittlich 1,5 bis 1,7%, entsprechend einem absoluten Umsatzrückgang in den relevanten Innenstadtbetrieben in Höhe von maximal 0,3 Mio. € (vgl. Tab. 5). Diese geringfügigen Umsatzverluste dürften in erster Linie zulasten der im Niedrigpreissegment agierenden Anbieter Takko, KiK und NKD sowie Deichmann und ABC Schuhcenter gehen. Die Angebotskompetenz und Entwicklungschancen der Innenstadt werden hierdurch jedoch nicht beeinträchtigt.

Tab. 5: Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf den Einzelhandel in der Innenstadt

Warengruppe	Innenstadt			Jawoll Umsatzprognose					Umsatzumverteilung Sulingen			davon aus der Innenstadt			Umverteilung in %	
	VKF	Umsatz	Flächenprod	Verkaufsfläche		Bruttoumsatz		Flächenprod	Verdrängungsumsatz		Verdrängungsumsatz		aus der Innenstadt			
	in m ²	in Mio €	€/m ²	von ...	bis ...	von ...	bis ...	gemittelt	Anteil in %	von ...	bis ...	Anteil in %	von ...	bis ...	von ...	bis ...
nahversorgungsrelevant	6.620	26,1	3.938	600	750	1.374.000	1.625.000	2.221	90	1.236.600	1.462.500	50	618.300	731.250	2,4	2,8
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	8.460	16,3	1.921	250	300	338.000	375.000	1.296	80	270.400	300.000	90	243.360	270.000	1,5	1,7
Hausrat, GPK, Deko, Haus-/Heimtextilien	1.820	1,5	816	450	550	519.000	578.000	1.097	70	363.300	404.600	33	119.889	133.518	8,1	9,0
Schreib- und Spielwaren, Hobby, Bücher	1.480	3,9	2.665	50	80	66.000	98.000	1.262	50	33.000	49.000	80	26.400	39.200	0,7	1,0
Sportartikel, Fahrräder, Camping	850	1,2	1.400	50	80	60.000	88.000	1.138	50	30.000	44.000	80	24.000	35.200	2,0	3,0
Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik	1.460	6,3	4.336	20	40	48.000	92.000	2.333	50	24.000	46.000	80	19.200	36.800	0,3	0,6
Orthopädie, Optik, Uhren, Schmuck	900	3,3	3.693	-	-	0	0	-	0	0	0	100	0	0	0,0	0,0
sonstige Sortimente	270	0,4	1.500	80	100	104.000	120.000	1.244	70	72.800	84.000	33	24.024	27.720	5,9	6,8
innenstadtrelevant	15.240	32,9	2.161	900	1.150	1.135.000	1.351.000	1.213	70	793.500	927.600	58	456.873	542.438	1,4	1,6
nicht zentrenrelevant (Bau, Garten, Möbel)	570	0,5	800	1.300	1.500	790.000	814.000	573	75	592.500	610.500	2	10.665	10.989	2,3	2,4
Einzelhandel gesamt	22.430	59,5	2.651	2.800	3.400	3.299.000	3.790.000	1.143	79	2.622.600	3.000.600	41	1.085.838	1.284.677	1,8	2,2

Quelle: Berechnungen City Consult auf Basis der sortimentspezifischen Umsatzprognosen Jawoll gemäß Tab. 3, der gesamtstädtisch ermittelten Umverteilungswirkungen gemäß Tab. 4 sowie der Bestandserhebungen von Stadt+Handel, Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Sulingen, Endbericht November 2013; alle Angaben Circa-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

4.3 Auswirkungen auf die Nahversorgung in Sulingen

Wie bereits in Kapitel 2.2 erläutert, sind im Einzelhandelsentwicklungskonzept (EHEK) der Stadt Sulingen – neben der Innenstadt als dem zentralen Versorgungsbereich, die mit hohen Flächen- und Umsatzanteilen im Nahversorgungssegment auch eine sehr wichtige Nahversorgungsfunktion übernimmt (vgl. Tab. 2) – zwei weitere, städtebaulich integrierte Standortbereiche als Nahversorgungszentren ausgewiesen, deren Erhalt und Entwicklung im Sinne einer stadträumlich ausgewogenen Nahversorgungsstruktur sicherzustellen ist. Es sind dies zum einen der Bereich um den Lebensmitteldiscounter Netto an der Bassumer Straße im Westen mit insgesamt rd. 1.700 m² Verkaufsfläche und zum anderen der Bereich um den Lebensmitteldiscounter Lidl an der Nienburger Straße, auf halber Strecke zwischen dem Vorhabenstandort GE Sulingen-Ost und der Innenstadt (vgl. Abb. 3).

Gemäß den vorangehend angestellten Umsatzumverteilungsrechnungen (vgl. Tab. 4 und Tab. 5) ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung eines Jawoll Sonderpostenmarktes mit einem prognostizierten Bruttoumsatz im Nahversorgungssegment von etwa 1,4 bis 1,6 Mio. € zu Umsatzverlusten im relevanten Einzelhandelbestand Sulingens insgesamt in Höhe von 1,24 bis 1,46 Mio. € – entsprechend einer Umverteilungsquote von 2,9 bis 3,4% – führen könnte. Davon dürfte etwa die Hälfte zulasten der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe gehen und die andere Hälfte sich auf alle übrigen relevanten Anbieter dieses Sortimentsbereiches verteilen.

Unter Berücksichtigung, dass der am Vorhabenstandort existierende REWE Supermarkt (plus Getränkemarkt) aufgrund einer zu erwartenden Erhöhung der Kundenfrequenz im Gewerbegebiet Ost von der Ansiedlung des Jawoll-Marktes eher profitieren als Umsatz einbüßen dürfte bzw. dass sich Gewinne und Verluste hier wahrscheinlich weitgehend ausgleichen werden, ist weiterhin anzunehmen, dass ein entsprechend höherer Anteil des ermittelten Verdrängungsumsatzes von ca. 0,62 bis 0,73 Mio. € auf die ausgewiesenen Nahversorgungszentren sowie auf sonstige Streulagen im Stadtgebiet entfallen würde. Bezogen auf den derzeit an diesen Standorten erzielten Umsatz im Nahversorgungssegment von schätzungsweise ca. 10,8 Mio. € (vgl. Tab. 2) ergäbe sich hieraus somit eine Umverteilungsquote von maximal 5,7 bis 6,8%. Diese bewegt sich deutlich unterhalb des Schwellenwertes von 10% und lässt keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf den Fortbestand und die Entwicklung der bestehenden Nahversorgungszentren erwarten.

5 Gesamtbewertung und Empfehlung

Im Rahmen der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse war gutachterlich zu prüfen, ob von der geplanten Ansiedlung eines Jawoll Sonderpostenmarktes im Gewerbe- und Sondergebiet Sulingen-Ost in mehr als unwesentlichem Umfang negative absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen ausgehen könnten, welche die Entwicklung der bestehenden zentralörtlichen Versorgungsstrukturen Sulingens beeinträchtigen und somit den im Einzelhandelsentwicklungskonzept (EHEK) der Stadt formulierten Zielen, die Innenstadt als zentralen Versorgungsbereich zu stärken und die Nahversorgung zu sichern, entgegenstehen würden. Dies ist aus Sicht des beauftragten Gutachterbüros City Consult zu verneinen.

Nach den Ergebnissen der durchgeführten Berechnungen zu den infolge der Ansiedlung eines Jawoll Sonderpostenmarktes am Vorhabenstandort wahrscheinlich zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekten im Sulinger Einzelhandel lassen sich keine Anhaltspunkte dafür ableiten, dass die Ansiedlung existenzgefährdende Wirkungen entfalten oder es zu einer Beeinträchtigung der Einzelhandelsentwicklung im Innenstadtzentrum oder in den ausgewiesenen Nahversorgungszentren kommen könnte. Im Einzelnen wurden auf Basis flächen- und sortimentsbezogener Umsatzprognosen für den mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.300 m² geplanten Jawoll-Markt (zuzüglich ca. 700 m² Außenbereichsfläche) sowie unter Zugrundelegung einer realistischerweise zu erwartenden geringfügigen Erhöhung der Kaufkraftbindung in Sulingen bzw. der Kaufkraftzuflüsse von Kunden aus dem Einzugsgebiet, die durch den neuen Sonderpostenmarkt zusätzlich angesprochen werden, in einer Größenordnung von etwa 20% des prognostizierten Zielumsatzes in Höhe von rd. 3,3 bis 3,8 Mio. € die jeweils zu erwartenden Verdrängungsumsätze und Umverteilungsquoten im Sulinger Einzelhandel, differenziert nach Sortiments- und Standortbereichen, ermittelt. Danach ergibt sich eine durchschnittliche Umverteilungsquote über alle Sortimentsbereiche von ca. 2,4 bis 2,7% des derzeit in Sulingen insgesamt erzielten Einzelhandelsumsatzes in Höhe von rd. 111 Mio. €.

Die relativ stärksten Umsatzumverteilungseffekte werden dabei voraussichtlich im Sortimentsbereich Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Einrichtungszubehör sowie Haus- und Heimtextilien mit einer ermittelten Umverteilungsquote von maximal 9,0% festzustellen sein. Negative Auswirkungen auf die städtebauliche Struktur und Funktionsfähigkeit des Innenstadtzentrums sowie die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches wird dies aus gutachterlicher Sicht jedoch nicht zur Folge haben. In allen übrigen innenstadtrelevanten Sortimentsbereichen sind nur sehr geringe Umsatzeinbußen anzunehmen, die keinerlei Einfluss auf die Bestandsstrukturen haben werden.

Die Nahversorgung in Sulingen wird durch das Ansiedlungsvorhaben ebenfalls nicht gefährdet werden. Mit einer für Sulingen insgesamt ermittelten Umverteilungsquote in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Kosmetik/Parfümerie, Pharmazie sowie Blumen und Zeitungen/Zeitschriften) von durchschnittlich 2,9 bis 3,4% ist von einer existenzgefährdenden Wirkung auf die bestehenden Nahversorgungsstrukturen nicht auszugehen. Selbst unter der Annahme, dass sich die zu erwartenden Umsatzverluste nicht gleichmäßig auf alle relevanten Einzelhandelsbetriebe verteilen werden, sondern überwiegend die laut EHEK ausgewiesenen Nahversorgungszentren sowie sonstige städtebaulich integrierte Streulagen betroffen sein könnten, würde sich die Umverteilungsquote auf maximal 6,8% erhöhen und damit noch immer deutlich unterhalb des Schwellenwertes von 10% bleiben, ab dem städtebaulich negative Auswirkungen zu vermuten wären.

Vor dem Hintergrund, dass gemäß den Zielen des EHEK auch der Sicherung von Sonderstandorten für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine hohe Bedeutung zugemessen wird und hier insbesondere das Gewerbe- und Sondergebiet GE Ost mit seinem Angebotsschwerpunkt im Segment Baumarkt, Garten, Möbel und Einrichtungsbedarf einen wichtige Ergänzungsbereich zum Innenstadthandel darstellt, sollte der Ansiedlung eines Jawoll Sonderpostenmarktes am Vorhabenstandort aus gutachterlicher Sicht uneingeschränkt zugestimmt werden. Denn mit der Ansiedlung würde sich die derzeit relativ schwache Kundenfrequenz am Standort wesentlich erhöhen, was aufgrund der Sortimentsnähe zum bestehenden Angebot auch Kopplungseinkäufe auslösen und somit dazu beitragen könnte, die vorhandenen großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Bestand zu sichern. Gleichzeitig sind negative Auswirkungen für die Innenstadt und die Nahversorgung in Sulingen nicht zu erwarten.

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abbildungen

Abb. 1: Lage und maximale Ausdehnung des Einzugsgebietes der Stadt Sulingen	3
Abb. 2: Der zentrale Versorgungsbereich Sulingens (Innenstadtzentrum)	7
Abb. 3: Die Nahversorgungsstruktur Sulingens im Überblick	7
Abb. 4: Lage und stadträumliche Einbindung des Vorhabenstandortes	9
Abb. 5: Abgrenzung der Sondergebiete im GE Ost gemäß Bebauungsplan Nr. 79	9
Abb. 6: Wettbewerbssituation Sonderpostenmärkte im Großraum Sulingen	12

Tabellen

Tab. 1: Verkaufsflächen, Umsätze und Zentralitätswerte nach Warengruppen	4
Tab. 2: Verkaufsflächen, Umsätze und Flächenproduktivitäten nach Standorten	5
Tab. 3: Verkaufsflächen und Umsatzprognose Jawoll nach Sortimentsbereichen	11
Tab. 4: Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf den Einzelhandel in Sulingen	14
Tab. 5: Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf den Einzelhandel in der Innenstadt	16