



Einzelhandelskonzept Hesel 2021



Endbericht

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Martin Kremming
Bearbeitung: Dipl.-Geogr. Arne Decker
M.A. Wirtschaftsgeographie Marc Peus

Hannover, Juni 2021

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Berlin **Hannover**
Lübeck Ried(A)

cima Beratung + Management GmbH
Berliner Allee 12 30175 Hannover
T 0511 22 00 79 65
F 0511 22 00 79 99
cima.hannover@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus
Mobilität und Verkehr

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u. a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung | 8 |
| 1.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel | 8 |
| 1.2 Veränderte Kundenansprüche | 9 |
| 1.3 Entwicklung der Betriebsformen | 12 |
| 1.4 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel | 14 |
| 2 Einzelhandelsstandort Hesel – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen | 16 |
| 2.1 Makrostandort Hesel | 16 |
| 2.2 Sozioökonomische Strukturdaten | 17 |
| 3 Analyse der Kundenherkunft | 19 |
| 4 Marktgebiet und Marktpotenziale | 23 |
| 4.1 Marktgebiet der Samtgemeinde Hesel | 23 |
| 4.2 Nachfragepotenzial der Samtgemeinde Hesel | 25 |
| 5 Einzelhandelsstrukturdaten Hesel | 26 |
| 5.1 Einzelhandelsstrukturen in der Samtgemeinde Hesel | 26 |
| 5.2 Einzelhandelszentralität | 29 |
| 5.3 Strukturdaten des Einzelhandels im Überblick | 34 |
| 5.4 Nahversorgungssituation in der Samtgemeinde Hesel | 34 |
| 6 Zentrenstruktur | 37 |
| 6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs | 39 |
| 6.2 Zentraler Versorgungsbereich Hesel | 40 |
| 6.3 Sonstiges Gemeindegebiet | 45 |
| 7 Branchenkonzept | 47 |
| 7.1 Ableitung der Sortimentsliste für die Samtgemeinde Hesel | 47 |
| 7.1.1 Vorbemerkung | 47 |
| 7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen | 47 |
| 7.1.3 Ableitung der Heseler Sortimentsliste | 50 |
| 7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien | 57 |
| 7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Hesel | 59 |
| 7.2.2 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte | 59 |
| 7.2.3 Ansiedlungsstrategien für solitäre Fachmarktstandorte | 60 |
| 7.2.4 Ansiedlungsstrategien für sonstige Wohn- und Mischgebiete | 60 |
| 7.2.5 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete und sonstige nicht-integrierte Standorte | 61 |
| 8 Aussagen zu konkreten Planvorhaben und Entwicklungsideen | 63 |
| 8.1 Erweiterung Lidl | 63 |
| 8.2 Städtebauliches Entwicklungskonzept Hesel Süd-West | 65 |
| 9 Online-Bürgerbefragung in der Samtgemeinde Hesel | 70 |
| 9.1 Methodik | 70 |
| 9.2 Soziodemographische Struktur und Wohnort der Befragten | 72 |
| 9.3 Ergebnisse der Online-Bürgerbefragung – Einzelhandel in Hesel | 74 |

| | |
|--|------------|
| 10 Aussagen zum zukünftigen Verkehrskonzept der Gemeinde Hesel im Kontext der Einzelhandelsentwicklung | 84 |
| 10.1 Ziele und Grundsätze der Raumordnung zur Entwicklung von Mobilität und Verkehr | 84 |
| 10.2 Allgemeine Entwicklungen in der Mobilität und im (Einkaufs-)Verkehr | 85 |
| 10.3 Verkehrliche Rahmenbedingungen in der Samtgemeinde Hesel | 87 |
| 10.4 Verkehrliche Erkenntnisse aus der Online-Bürgerbefragung und Kundenherkunftsbefragung für die Samtgemeinde Hesel | 92 |
| 10.5 Abgeleitete Empfehlungen zum zukünftigen Verkehrskonzept der Gemeinde Hesel im Kontext der Einzelhandelsentwicklung | 96 |
| 11 Zusammenfassung | 100 |
| 12 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes | 102 |
| 13 Anhang | 104 |
| 13.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials | 105 |
| 13.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation | 106 |
| 13.3 Abgrenzung von Betriebstypen | 107 |
| 13.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung | 108 |
| 13.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche | 112 |

Abbildungsverzeichnis

| | | | | | |
|----------|--|----|----------|--|----|
| Abb. 1: | Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels..... | 8 | Abb. 25: | Fußläufige Erreichbarkeit der Nahversorger (10 Min.)..... | 36 |
| Abb. 2: | Convenience-Anbieter „Das Kochhaus“ und „REWE to go“ | 10 | Abb. 26: | Einzelhandelsstandorte in der Samtgemeinde Hesel..... | 38 |
| Abb. 3: | Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2019..... | 13 | Abb. 27: | Vergleich Anteil Umsatz, Verkaufsfläche und Betriebe in den Lagebereichen..... | 40 |
| Abb. 4: | Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten..... | 14 | Abb. 28: | Zentraler Versorgungsbereich Hesel – Kartierung Einzelhandel und ergänzende Nutzungen..... | 42 |
| Abb. 5: | Lage der Gemeinde Hesel im Raum..... | 17 | Abb. 29: | Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Hesel (Auswahl)..... | 43 |
| Abb. 6: | Sozioökonomische Rahmendaten der Samtgemeinde Hesel | 18 | Abb. 30: | Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Hesel..... | 43 |
| Abb. 7: | Touristische Rahmendaten der Samtgemeinde Hesel | 18 | Abb. 31: | Solitäre Nahversorgungsstandorte | 45 |
| Abb. 8: | Karte für die Kundenherkunftsanalyse..... | 19 | Abb. 32: | Anbieter an solitären Nahversorgungsstandorten | 46 |
| Abb. 9: | Kundenherkunft..... | 20 | Abb. 33: | Anbieter an sonstigen Standorten (Auswahl)..... | 46 |
| Abb. 10: | Wohnort innerhalb der Samtgemeinde | 20 | Abb. 34: | Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereich auf Sortimentebene: periodischer Bedarf | 51 |
| Abb. 11: | Kundenherkunft von außerhalb der Samtgemeinde | 20 | Abb. 35: | Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentebene: aperiodischer Bedarf | 51 |
| Abb. 12: | Kundenherkunft Samtgemeinde Hesel..... | 21 | Abb. 36: | Übersicht der Standortkategorien in der Samtgemeinde Hesel | 58 |
| Abb. 13: | Kundenherkunft Fokus Hauptort Hesel..... | 21 | Abb. 37: | Übersicht der Ansiedlungsregeln | 62 |
| Abb. 14: | Kundenherkunft Samtgemeinde Hesel nach Datum | 22 | Abb. 38: | Lidl-Bestandsmarkt | 63 |
| Abb. 15: | Marktgebiet der Samtgemeinde Hesel..... | 23 | Abb. 39: | Mikrostandort Lidl..... | 64 |
| Abb. 16: | Nachfragepotenzial der Samtgemeinde Hesel..... | 25 | Abb. 40: | Entwicklungsflächen Hesel Süd-West..... | 65 |
| Abb. 17: | Einzelhandelsverteilung auf die Mitgliedsgemeinden | 26 | Abb. 41: | Flächen Hesel Süd-West heute..... | 66 |
| Abb. 18: | Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in der Samtgemeinde Hesel | 27 | Abb. 42: | Ansiedlungspotenziale periodisch | 67 |
| Abb. 19: | Verkaufsfläche je Einwohner | 29 | Abb. 43: | Ansiedlungspotenziale aperiodisch..... | 67 |
| Abb. 20: | Kaufkraftpotenzial, Einzelhandelsumsatz und Zentralität in der Samtgemeinde Hesel | 30 | Abb. 44: | Geschlecht der Befragten..... | 72 |
| Abb. 21: | Ranking: Handelszentralität in der Samtgemeinde Hesel | 32 | Abb. 45: | Altersstruktur der Befragten | 72 |
| Abb. 22: | Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel | 33 | Abb. 46: | Wohnort der Befragten (Gemeindeebene)..... | 73 |
| Abb. 23: | Datenblatt der Samtgemeinde Hesel | 34 | Abb. 47: | Arbeits-/Ausbildungsort der Befragten..... | 73 |
| Abb. 24: | Lebensmitteleinzelhandel in der Samtgemeinde Hesel (Auswahl) | 35 | | | |

| | | | |
|---|----|---|-----|
| Abb. 48: Häufigkeit der Standortbesuche – Auswertung nach Standorten | 74 | Abb. 74: cima Warengruppen | 106 |
| Abb. 49: Gründe für den Aufenthalt an den untersuchten Standorten | 75 | Abb. 75: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche | 110 |
| Abb. 50: Benotung der untersuchten Standorte | 77 | | |
| Abb. 51: Benotung des Einzelhandelsangebotes | 78 | | |
| Abb. 52: Veränderung des Kaufverhaltens nach Standort | 79 | | |
| Abb. 53: Verbesserungsvorschläge für die Standorte Im Brink und Ortskern | 80 | | |
| Abb. 54: Einkaufsort verschiedener Warengruppen | 81 | | |
| Abb. 55: Einschätzung über fehlende Angebote in Hesel | 82 | | |
| Abb. 56: Fehlende Sortimente | 83 | | |
| Abb. 57: Verkehrsmittelwahl für Einkäufe des täglichen Bedarfs nach verschiedenen Kategorien | 86 | | |
| Abb. 58: Verkehrsmengenkarte Niedersachsen 2015, Ausschnitt Hesel | 88 | | |
| Abb. 59: Querschnittsbezogene Kfz-Belastungsdifferenzen zwischen dem Planfall und Bezugsfall 2030 bei einer Ortsumgehung der Gemeinde Hesel | 88 | | |
| Abb. 60: 5-minütiger Pkw-Radius Nahversorger Hesel | 89 | | |
| Abb. 61: Verteilung des Einzelhandels in Hesel | 90 | | |
| Abb. 62: Zufahrten und Parkplätze in Hesel (Auswahl) | 91 | | |
| Abb. 63: Fahrradabstellanlagen und Bushaltestelle in Hesel (Auswahl) | 91 | | |
| Abb. 64: Online-Befragung: Zur Verfügung stehende Verkehrsmittel | 92 | | |
| Abb. 65: Online-Befragung: Verkehrsmittelwahl je Wegezweck | 93 | | |
| Abb. 66: Online-Befragung: Verkehrsmittelwahl je Standort | 93 | | |
| Abb. 67: Kundenherkunftsbefragung: Verkehrsmittelwahl | 94 | | |
| Abb. 68: Kundenherkunftsbefragung: Verkehrsmittelwahl nach Entfernung | 95 | | |
| Abb. 69: Bedarfsampel an der B 72 | 97 | | |
| Abb. 70: Konzept Hesel Süd-West | 98 | | |
| Abb. 71: Ausfahrt Knippelkamp zur B 72 | 98 | | |
| Abb. 72: Anliegerstraße Knippelkamp westlich Wassergarten | 99 | | |
| Abb. 73: Zufahrt B 72 zum Standort Im Brink | 99 | | |

Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag und Zielsetzung

- Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes für das Gebiet der Samtgemeinde Hesel als Grundlage für die strategische Steuerung des Einzelhandels im Samtgemeindegebiet.
- Mit der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Samtgemeinde Hesel sollen die Anforderungen und Rahmenbedingungen der Raumordnung und Landesplanung (derzeit geltendes Regionales Raumordnungsprogramm 2006 für den Landkreis Leer sowie Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017) erfüllt werden. Maßgebliche Relevanz hat die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und die Ableitung der Sortimentsliste für Hesel.

Auftraggeber

- Gemeinde Hesel

Zeitraum

- Oktober 2019 bis Februar 2021

Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Samtgemeinde Hesel
- Analyse der Kundenherkunft und Verkehrsmittelwahl
- Durchführung einer Online-Bürgerbefragung zur Einkaufsorientierung und -häufigkeit, Gewohnheiten bei der Verkehrsmittelwahl und Bewertung der örtlichen Angebote

- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in Hesel
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs
- Ableitung der Heseler Liste nahversorgungsbereicher, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung
- Bewertung konkreter Planvorhaben und Entwicklungsideen
- Aussagen zu den verkehrlichen Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung in Hesel und Beurteilung dieser Entwicklung unter den Gesichtspunkten der Raumordnung

Vorbemerkung zur Methodik

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im Oktober 2019 und Überprüfung im Dezember 2020.
- Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weitere Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme und Einschätzung der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Samtgemeinde Hesel beziehen sich auf das Jahr 2020.
- Die Abschätzung der verkehrlichen Wirkungen basieren auf einer vor Ort durchgeführten Kundenherkunftsanalyse, der Online-Bürgerbefragung sowie umfangreichen statistischen Analysen.

1 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung

1.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und damit auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Der Preis (Discountorientierung, Stichwort „Geiz ist geil“) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den aktuell steigenden privaten Verbrauchsausgaben (gute Arbeitsmarktlage und steigende Gehälter) bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

Weit wichtiger für die aktuelle und zukünftige Entwicklung und dem damit verbundenen Strukturwandel innerhalb der Handelslandschaft ist die Zunahme des Online-Handels. Durch diese Entwicklungen steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern auch nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Der E-Commerce verzeichnet seit Jahren ein stetiges Umsatzwachstum. Je nach Untersuchungsdesign variieren hierbei die Angaben und Prognosen zum Umsatz des Online-Handels:

Abb. 1: Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels in Mrd. €



Quelle: Handelsverband Deutschland – HDE e.V., 2020; Bearbeitung: cima 2021

Zwischen 2009 bis 2019 konnte der Einzelhandel insgesamt ein Umsatzwachstum von 125 Mrd. €, d. h. eine Steigerung von rd. 30 %, verzeichnen. Der Gesamtumsatz liegt nun bei insgesamt 544 Mrd. €. Das Wachstum ist dabei zu einem nicht unwesentlichen Anteil auf Umsatzzuwächse im Online-Handel zurückzuführen. Dort konnte der Umsatz von ca. 16 Mrd. € im Jahr 2009 auf ca. 59 Mrd. € im Jahr 2019 gesteigert werden.

Dabei variieren die Verhältnisse zwischen den einzelnen Branchen und der Stadtgröße deutlich. Eine Befragung der Kundenbindung in verschiedenen Branchen des IFH Köln aus dem Jahr 2015 kam zu folgendem Ergebnis: Bei Waren des täglichen Bedarfs, wie Lebensmittel sowie Kosmetik/ Drogerie/ Gesundheit, überwiegt in allen Stadtgrößen klar der Einkauf im stationären Handel. Hier bleibt abzuwarten, wie sich der Trend mit Online-Angeboten und dem Lieferservice von Lebensmitteln weiterentwickelt. Im Bereich

Bücher/ Zeitschriften/ Schreibwaren überwiegt in mittelgroßen Städten und Großstädten auch noch der stationäre Handel. Die Branche Multimedia/ Elektronik/ Foto hat ihren Schwerpunkt naturgemäß beim Online-Handel.

In allen weiteren Branchen ergeben sich Unterschiede hinsichtlich der Stadtgröße. In Kleinstädten überwiegt mittlerweile in fast allen Branchen der Online-Handel. Besonders bedeutend ist der Zusammenhang für Städte im mittelfristigen Bedarfsbereich, zu dem auch die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung und Schuhe zählen. Auch mittelgroße Städte können mit dem vielfältigen Sortiment im Online-Handel zum Teil nicht mehr mithalten. In der Regel verfügen nur noch Großstädte über ein ausreichend breites und attraktives Angebot und binden zumindest noch in vielen Branchen mehr Kunden im stationären Handel. Im Bereich Oberbekleidung wird der Onlineeinkauf in allen drei Stadtgrößen bevorzugt, wobei es sich in Großstädten in etwa noch die Waage mit dem Einkauf vor Ort hält. In fast allen Branchen zeigt sich der Trend:

Je größer die Stadt, desto größer das Einzelhandelsangebot vor Ort und desto mehr wird (noch) vor Ort eingekauft. Je kleiner die Stadt, desto mehr Waren werden bereits online bestellt.

1.2 Veränderte Kundenansprüche

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und der Konsument als solches wird für den Einzelhandel zunehmend „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und

Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seine Mehrwerte darstellt und kommuniziert, was nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität, Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um den hybriden Kunden anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt mehr denn je eine zentrale Rolle, da die reine Produktverfügbarkeit allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten gegenüber dem Kunden kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt bzw. Broschüren stellen wichtige Plattformen für einen gelungenen Gesamteindruck dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkern des Unternehmens oder auch von Einzelhandelslagen und Quartieren herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zu Wettbewerbern zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebs historie oder

durch Spezialisierungen z. B. über Sortiment, Personal und Service erfolgen. Es gilt ein positives Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist hierbei als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. durch das stark nachgefragte individuelle und passgenaue Angebot in Frischetheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung wieder, z. B. in Form von Kinderspielecken, Sitzmöglichkeiten etc. Ein Beispiel für reinen Convenience-Fokus bietet die Kette „Das Kochhaus“. Hier werden bereits portionierte Lebensmittel mit Rezeptvorschlag angeboten.

Abb. 2: Convenience-Anbieter „Das Kochhaus“ und „REWE to go“



Fotos: cima 2018

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Durch die starke Konkurrenz sind kleine und mittelständische Einzelhandelsbetriebe zum Handeln gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten können hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten.

Mono-Label Store

Als Mono-Label Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer/ Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. An den guten bis sehr guten Standorten der Großstädte nimmt das Flächenangebot zudem stetig ab. Mono-Label Stores können eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem darstellen. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit oder direkt durch den Hersteller angeboten.

Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden“ der jeweiligen Hersteller, Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz als um die Präsenz von Marke, Hersteller oder Händler in den A-Lagen der Zentren. Ziel ist es durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffen“ weder interaktive noch

individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereit, die die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch zusätzliche Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten bzw. Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein gutes Beispiel ist auch der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten durch Elektronik-Fachmärkte. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist aber die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Hierbei verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, zum anderen mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, als Händler nur einen Kanal zu bedienen; es müssen möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. Der Kunde kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen

mehreren Vertriebskanälen wählen, z. B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling („Seamless Commerce“) kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen wechseln, z. B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Händlern eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (Research online, purchase offline = suche online, kaufe offline) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essenziell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden.

Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen zahlreiche Dienste für Händler, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online-Marktplätzen (bspw. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest und Youtube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim sogenannten „Showrooming“ informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, dem Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online im eigenen Online-Shop.

1.3 Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

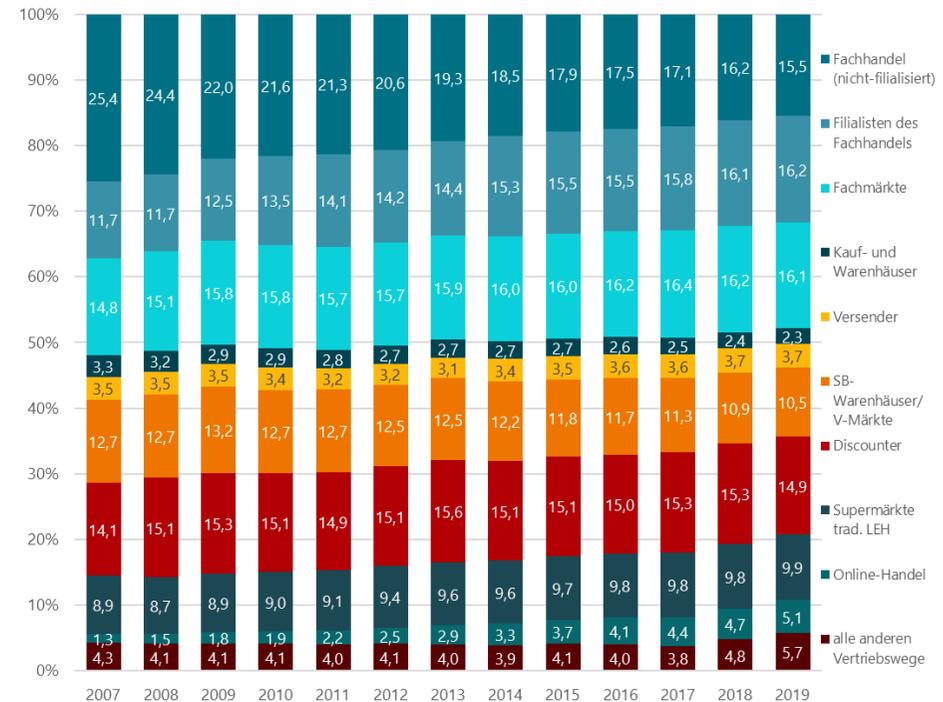
- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Monolabel-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch. In größeren Städten repräsentieren sog. Flagship-Stores an wenigen Standorten das Prestige der Marke.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multi-Markenimage oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile. Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze.
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig ohne Marktbedeutung sein. Der moderne Facheinzelhändler ist gleichzeitig Franchisenehmer der verschiedensten Anbieter in seiner Stadt oder Region. Einkaufskooperationen sind das Mindestmaß an Verbundlösungen.
- Viele Filialisten sind nach dem Top-down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilien-Experten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadt-Einzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Kundenbewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-up: Die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (Aufnahme von bekannten Markenprodukten, zunehmende Frischekompetenz, qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenienceprodukte etc.) und neue Konzepte im Ladenbau oder der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.
- Parallel bringt eine neue Qualitätsorientierung im Lebensmitteleinzelhandel angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentren oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf), Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-eat-Angebots), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe allein ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser haben die Grenze des Wachstums erreicht. Eine Sortimentskompetenz, die von Lebensmittel über Bekleidung bis hin zu Haushaltsgeräten reicht, ist dem Kunden immer schwerer zu vermitteln.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer“ spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf). Aber auch hier ist das Größenwachstum gebremst. Die sogenannte digitale Regalverlängerung ermöglicht es, die Anzahl der präsentierten Produktvarianten zu verringern und Ausstellungsfläche zu sparen.
- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen, den deutschen Markt zu erschließen. Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv. So hat sich bspw.

Primark v. a. in den Oberzentren sehr erfolgreich als Textil-Discount Konzept unterhalb von H&M etabliert.

- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Der Anteil der sogenannten Handelsmarken nehmen zu (store branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, Standard Shopping-Center haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten, ob gewachsen oder geplant, müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Versandhändler in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog, Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter in Nischen etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan (immer) noch in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online-Shops der etablierten Lebensmittelhändler bis zu neuen, reinen Online-Anbietern wie Picnic oder hellofresh.de mit Kochboxen.

Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Stadt- und Ortsteilen.

Abb. 3: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2019 (nominal in %)



Quelle: Handelsverband Deutschland – HDE e.V. 2020

Bearbeitung: cima 2021

1.4 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit sowie Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird im zunehmenden Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt. Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.800 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind Flächen über 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discountern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln.

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer verbesserten Warenpräsentation, neuen Service- und Angebotsbausteinen und in signifikanten Prozessveränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Kundenservice zur Verfügung hat.

- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte, und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft, wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, so dass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden.
- Backautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche im Laden für Lagerung, Bestückung und Warenpräsentation.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. Obst oder Salat, die erst im Markt aufgeschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale/-zellen etc. für die „Ready-to-eat“ Convenience-Produkte.
- Großzügigere Gänge sorgen nicht nur für ein angenehmeres Einkaufserlebnis, sondern tragen auch zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abb. 4: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten (Bsp.: LIDL Leverkusen-Hitdorf)



Fotos: cima 2018

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, welche die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem „one-stop-shopping“ entgegen. Ein idealtypisches Nahversorgungskonzept in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und einen Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten), Lebensmittel-Handwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden. Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte Angebotsmix sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form“ des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z. B. Netto, NP-Markt) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse, etc.).

Aus kommunaler Sicht ist hinzuzufügen, dass eine kundenorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen sind Nahversorgungsstrukturen ziel-

gerichtet in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer Treffpunkt für Kinder, Jugendliche, Senioren (ohne Führerschein) und alle anderen Altersgruppen. Diese Zentren leisten auch einen wichtigen Beitrag im Sinne der „Stadt der kurzen Wege“ und der Verkehrsreduzierung.

2 Einzelhandelsstandort Hesel – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

2.1 Makrostandort Hesel

Die Samtgemeinde Hesel im Landkreis Leer liegt im nordwestlichen Teil des Bundeslandes Niedersachsen nahe der Grenze zu den Niederlanden. Neben dem namensgebenden Kernort umfasst die Samtgemeinde fünf weitere Mitgliedsgemeinden, in denen aktuell ca. 10.822 Menschen¹ leben. Laut dem Regionalen Raumordnungsprogramm des Landkreises Leer aus dem Jahr 2006 übernimmt Hesel für die Samtgemeinde eine grundzentrale Versorgungsfunktionen² und hat somit insbesondere Sortimente des täglichen Grundbedarfes vorzuhalten.

Das nächstgelegene Mittelzentrum ist mit der Stadt Leer ca. 12 km westlich für Pkw-Kunden entfernt. Mit der Stadt Aurich ist im Norden in einer Entfernung von rd. 22 km ein weiteres Mittelzentrum verortet.

Über die Bundesstraßen 72 und 436 ist Hesel an die Bundesautobahnen 28 Richtung Bremen und die 31 in die Niederlande bzw. das Ruhrgebiet angebunden. Die Fahrzeit zu den jeweiligen Anschlussstellen beträgt rd. 10 Minuten, sodass die verkehrliche Erreichbarkeit für den motorisierten Verkehr insgesamt als gut bezeichnet werden kann.

Hesel ist nicht an das regionale Schienennetz der Deutschen Bahn angebunden. Die nächstgelegenen Bahnhöfe befinden sich in Leer und Aurich, zu denen jeweils Regionalbuslinien aus Hesel verkehren. Fernverbindungen können über den Bahnhof Leer und Aurich sowie den Bremer Hauptbahnhof erreicht werden. Das ÖPNV-Netz der Gemeinde besteht

hauptsächlich aus den Regionalbuslinien 460, 479 und 652 Richtung Leer sowie 460 Richtung Aurich.

Zusammen mit dem Ortsteil Kiefeld, der sich direkt westlich an den Hauptort anschließt, bildet Hesel einen überwiegend kompakten Siedlungskörper aus, der durch Quartiere individuellen Wohnraums dominiert wird und östlich vom Heseler Wald begrenzt wird. Die Bevölkerungsdichte ist im Hauptort am höchsten. Im südwestlichen Bereich der Gemeinde Hesel befindet sich ein Gewerbegebiet.

Mit einem Gesamtwert von 104 Einwohnern je km² liegt die Bevölkerungsdichte der Samtgemeinde für eine ländliche Region im moderaten Bereich. Laut BMVI³ handelt es sich bei Hesel um den Regionstypen „Stadtregionsnahe ländliche Region – kleinstädtischer, dörflicher Raum“.

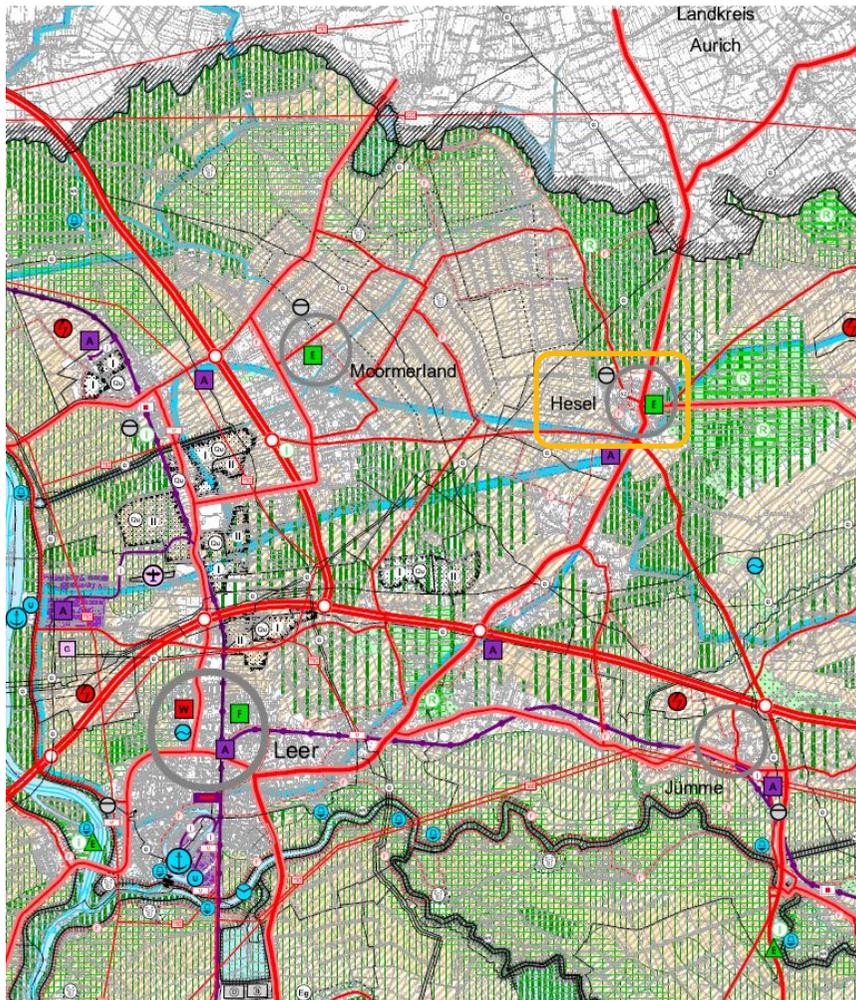
Die Bebauung Hesels öffnet sich bereits in geringer Distanz zum Zentrum, sodass der Siedlungscharakter hier schon als ländlich beschrieben werden kann. Gleiches gilt für die übrigen Orte in der Samtgemeinde, die mit ihren für die Fehnlandschaft typischen bandartigen Strukturen entlang der Kanäle oftmals eine geringe Siedlungs- und Bevölkerungsdichte aufweisen.

¹ Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand: 31.12.2019)

² Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Leer 2006, D 1.6 02

³ Regionalstatistische Raumtypologie (RegioStaR) 2019

Abb. 5: Lage der Gemeinde Hesel im Raum



Quelle: Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Leer 2006
 Bearbeitung: cima 2021

2.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Hesel verzeichnete im Betrachtungszeitraum 2014 bis 2019 eine positive Bevölkerungsentwicklung. Mit einem Zuwachs von 1,8 % liegt die Samtgemeinde dabei nah an den positiven Trends des Landkreises Leer (+3,0 %) und des Bundeslandes Niedersachsen (+2,1 %).

Kongruent zur bundesdeutschen Entwicklung hat sich die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in der Samtgemeinde Hesel zwischen 2015 und 2019 erhöht (+3,1 %). Die Zuwachsrate erreicht allerdings nicht ganz die Werte des Landkreises Leer und des Landes Niedersachsen. Hier stieg die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 7,7 % bzw. 8,0 %. Die auf Bundesebene positive wirtschaftliche Entwicklung der letzten Dekade wird dennoch auch in Hesel sichtbar.

Die Samtgemeinde Hesel verfügt über eine niedrige Arbeitsplatzzentralität und weist daher ein negatives Pendlersaldo auf. Das Defizit seit 2015 ist bis 2019 um 378 (ca. +24 %) angewachsen. Die Entwicklung Hesels verläuft ähnlich zum Landkreis Leer, in der das Defizit im selben Zeitraum um 19,4 % wuchs. Im Vergleich dazu stieg der Auspendlerüberschuss im Land Niedersachsen nur um ca. 8,1 % an.

Auf Gemeindeebene liegen keine Daten zur Arbeitslosenquote vor. Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlich positiven Entwicklung, der Beschäftigtenzahlen am Arbeitsort und unter Berücksichtigung der Vergleichswerte des Landes Niedersachsen und des Landkreises Leer ist allerdings auch in der Samtgemeinde Hesel von einer leicht positiven Entwicklung der Arbeitslosenquote auszugehen.

Abb. 6: Sozioökonomische Rahmendaten der Samtgemeinde Hesel

| Indikatoren | | SG Hesel | Landkreis Leer | Niedersachsen |
|--|---------------------------|----------|----------------|---------------|
| Bevölkerungsentwicklung | 31.12.2014 | 10.634 | 165.809 | 7.826.739 |
| | 31.12.2016 | 10.809 | 168.253 | 7.945.685 |
| | 31.12.2019 | 10.822 | 170.756 | 7.993.608 |
| | +/- in % 2014-2019 | 1,8 | 3,0 | 2,1 |
| Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle A100001G; Stand 31.12.2018 | | | | |
| Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten | 30.06.2015 | 1.942 | 44.741 | 2.784.011 |
| | 30.06.2017 | 2.041 | 46.223 | 2.894.119 |
| | 30.06.2019 | 2.002 | 48.168 | 3.007.560 |
| | +/- in % 2015-2019 | 3,1 | 7,7 | 8,0 |
| Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7015101; Stand 30.06.2019 | | | | |
| Einpendler | 30.06.2015 | 1.575 | 27.479 | 1.681.364 |
| Auspendler | 30.06.2015 | 3.148 | 39.527 | 1.808.044 |
| Saldo | | -1.573 | -12.048 | -126.680 |
| Einpendler | 30.06.2017 | 1.646 | 28.311 | 1.763.853 |
| Auspendler | 30.06.2017 | 3.352 | 41.700 | 1.895.798 |
| Saldo | | -1.706 | -13.389 | -131.945 |
| Einpendler | 30.06.2019 | 1.631 | 29.577 | 1.836.055 |
| Auspendler | 30.06.2019 | 3.582 | 43.965 | 1.972.963 |
| Saldo | | -1.951 | -14.388 | -136.908 |
| Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle P7015115; Tabelle P7015105; Stand: 13.08.2019 | | | | |
| Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt in Prozent | 2015 | k.A. | 6,2 | 6,1 |
| | 2017 | k.A. | 6,0 | 5,8 |
| | 2019 | k.A. | 5,2 | 5,0 |
| | +/- in % 2015-2019 | k.A. | -16,1 | -18,0 |
| Quelle: Bundesagentur für Arbeit - Arbeitslosenquoten Jahreszahlen 2015, 2017, 2019 | | | | |

Bearbeitung: cima 2021

Zahlen zur Entwicklung des Tourismus wurden aufgrund der statistischen Geheimhaltung bei einer geringen Anzahl an Betrieben für die Samtgemeinde Hesel nicht veröffentlicht.

Abb. 7: Touristische Rahmendaten der Samtgemeinde Hesel

| Indikatoren | | SG Hesel | Landkreis Leer | Niedersachsen |
|---|---------------------------|----------|----------------|---------------|
| Anzahl der Ankünfte (insgesamt) | 2015 | k.A. | 274.000 | 13.444.539 |
| | 2017 | k.A. | 319.153 | 14.495.990 |
| | 2019 | k.A. | 363.798 | 15.416.654 |
| | +/- in % 2015-2019 | k.A. | 32,8 | 14,7 |
| Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7360412; Stand 13.08.2019 | | | | |
| Übernachtungen (insgesamt) | 2015 | k.A. | 1.544.109 | 41.310.035 |
| | 2017 | k.A. | 1.726.218 | 43.494.781 |
| | 2019 | k.A. | 1.864.374 | 46.228.427 |
| | +/- in % 2015-2019 | k.A. | 20,7 | 11,9 |
| Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7360412; Stand 13.08.2019 | | | | |
| Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen | 2015 | k.A. | 5,6 | 3,1 |
| | 2017 | k.A. | 5,4 | 3,0 |
| | 2019 | k.A. | 5,1 | 3,0 |
| | +/- in % 2015-2019 | k.A. | -8,9 | -3,2 |
| Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K7360412; Stand 13.08.2019 | | | | |

Bearbeitung: cima 2021

In der Zusammenschau der demografischen und wirtschaftlichen Faktoren Hesels kann insgesamt ein positives Fazit gezogen werden. Der Ort verzeichnet ein stetiges Bevölkerungswachstum.

Auch die Arbeitsmarktsituation hat sich in Hesel gut entwickelt. Zwar haben die Beschäftigtenzahlen am Arbeitsort nicht im gleichen Maße zugenommen wie im Landkreis Leer oder im Land Niedersachsen, angesichts der wirtschaftlichen Struktur des Ortes kann das Wachstum in diesem Bereich aber dennoch als solide eingestuft werden.

Daten zur Entwicklung des Tourismussektors lagen für die Samtgemeinde nicht vor. Es ist davon auszugehen, dass der Sektor im ökonomischen Gefüge der Samtgemeinde lediglich eine untergeordnete Rolle einnimmt.

3 Analyse der Kundenherkunft

Um valide Aussagen über das Einkaufs- und Mobilitätsverhalten in Hesel treffen zu können, hat die cima am Donnerstag, den 01.10., und Freitag, den 02.10.2020, eine Kundenbefragung durchgeführt. Der mit der Verwaltung abgestimmte Standort lag im südlichen Teil des zentralen Versorgungsbereichs vor dem Combi-Supermarkt (Im Brink 2).

Da erfahrungsgemäß viele Menschen nicht bereit sind, ihre eigene Adresse preiszugeben und eine Analyse der Postleitzahlen- oder Pkw-Kennzeichen zu ungenau ist, wurde die Erhebung mittels eines Kartenrasters vorgenommen. Dafür hat eine geschulte cima-Mitarbeiterin mit Hilfe einer Befragungs-App und eines Plakates (Abb. 8) 2 x 8 Stunden die Kunden nach ihrem Wohnort und dem verwendeten Verkehrsmittel gefragt. Auf der Karte konnten sich die Befragten 500 x 500 m großen Kästchen zuordnen, anschließend wurde die Verkehrsmittelwahl ergänzt.

Insgesamt nahmen 446 Personen vollständig an der Befragung teil, davon

- 229 am Do., 01.10.2020
- 217 am Fr., 02.10.2020.

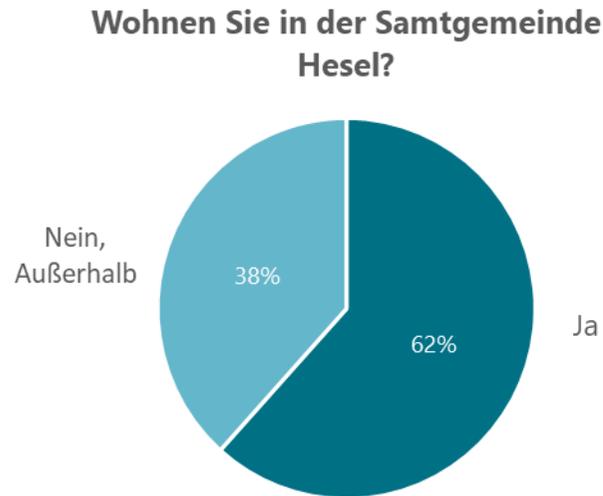
Abb. 8: Karte für die Kundenherkunftsanalyse



Foto: cima 2020

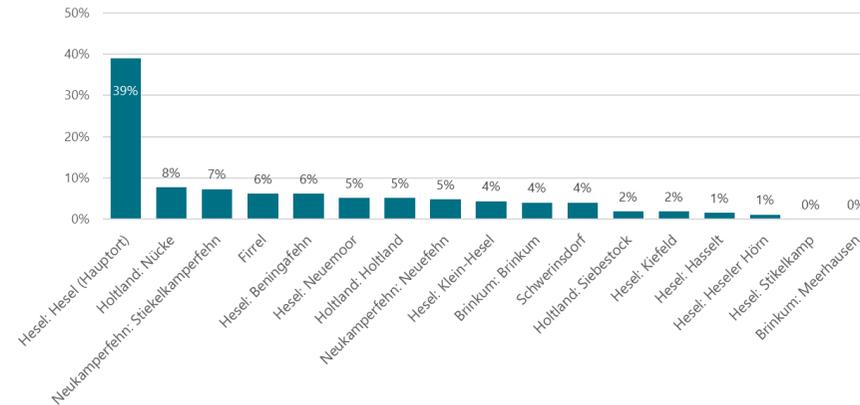
Die Abbildungen 9 bis 11 geben einen ersten Überblick über die Herkunft der Befragten. Rund zwei Drittel der Befragten stammen aus der Samtgemeinde Hesel (vgl. Abb. 9). Von den aus der Samtgemeinde stammenden Befragten kommt der mit Abstand größte Teil (39 %) aus dem Hauptort Hesel. Auch Nücke (8 %), Stielkammerfehn (7 %), Firrel und Beningafehn (jeweils 6 %) können vergleichsweise hohe Kundenwerte vermerken. Der Anteil von Kunden aus den anderen Ortsteilen liegt je bei 5 % oder weniger (vgl. Abb. 10). Von den 171 Befragten Kunden, welche nicht in der Samtgemeinde Hesel wohnen, kommt ca. ein Viertel aus der Samtgemeinde Jümme. Auch aus der Gemeinde Moormerland kann ein verhältnismäßig hoher Kundenanteil (17 %) vermerkt werden. In der Kategorie „Sonstiges“ finden sich seltener genannte Antworten sowohl aus dem näheren Umfeld (z. B. Ostrhauderfehn) als auch aus entfernteren Orten (z. B. Celle).

Abb. 9: Kundenherkunft



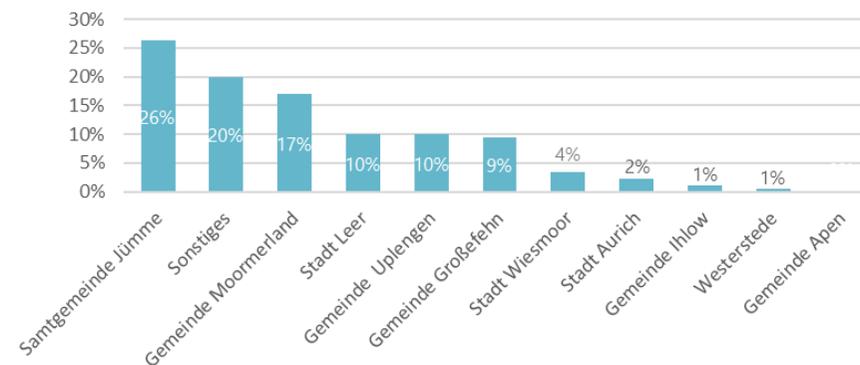
Quelle: cima 2020, n=445

Abb. 10: Wohnort innerhalb der Samtgemeinde



Quelle: cima 2020, n= 274

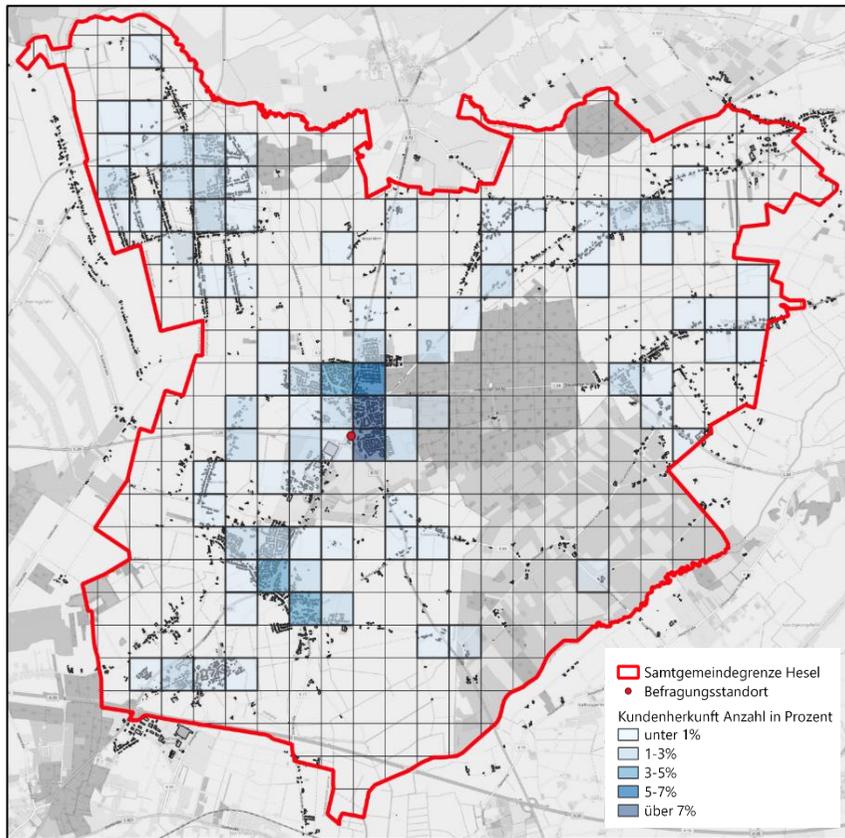
Abb. 11: Kundenherkunft von außerhalb der Samtgemeinde



Quelle: cima 2020, n=171

Die Abb. 12 zeigt die Kundenherkunft der Erhebung am 01.10. und 02.10.2020 kombiniert am Standort Combi-Markt in der Gesamtschau des Kartenrasters für die Samtgemeinde Hesel, Abb. 13 eine nähere Betrachtung der gleichen Karte mit einer Fokussierung auf den Hauptort von Hesel.

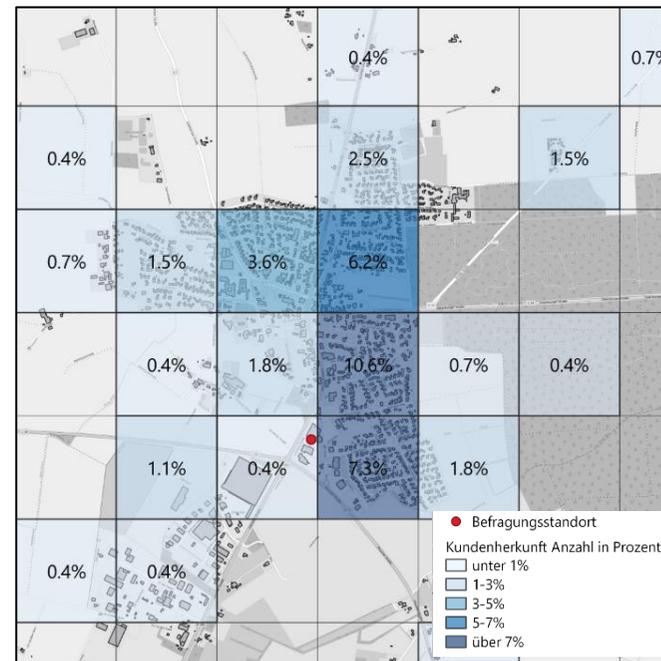
Abb. 12: Kundenherkunft Samtgemeinde Hesel



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
 Bearbeitung: cima 2020

Zu erkennen ist die Verteilung der Kunden über alle Ortsteile der Samtgemeinde. In den meisten Felder ist der Anteil an der Gesamtkundenzahl jedoch sehr gering (<3 %), welches auf die Verteilung der Orts-Bevölkerung auf mehrere Felder zurückzuführen ist. Eine stärkere Konzentration lässt sich für Holtland-Nücke und besonders für den Ortskern von Hesel erkennen (Abb. 13). Diese Ergebnisse passen auch zu den Werten aus Abbildung 10. Insbesondere aus den beiden Gebieten östlich vom Befragungsstandort kommt ein verhältnismäßig hoher Anteil der Kunden. Rund 20 % der befragten Kunden aus der Samtgemeinde stammen aus dem direkten Umfeld (4 Felder) des Standortes.

Abb. 13: Kundenherkunft Fokus Hauptort Hesel

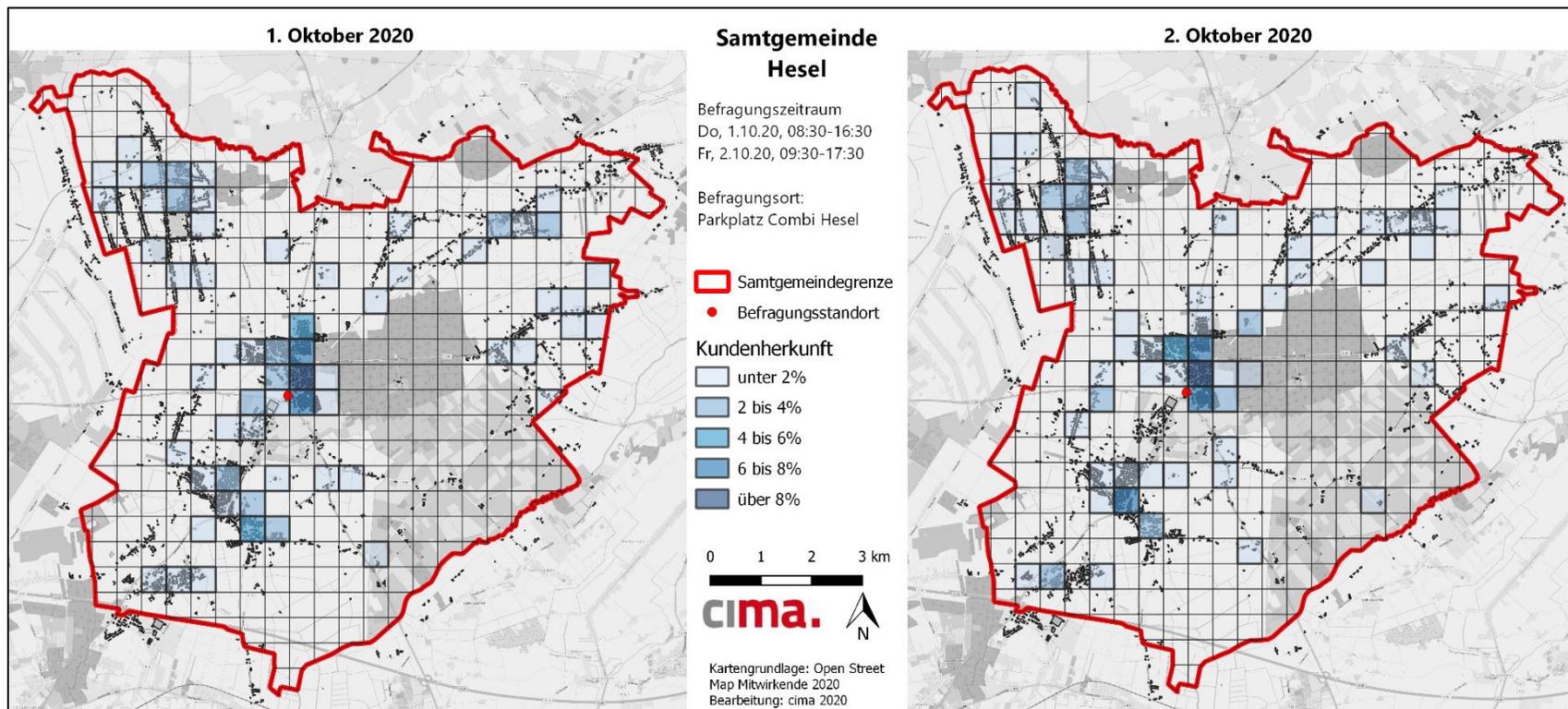


Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
 Bearbeitung: cima 2020

Abb. 14 stellt die Kundenherkunft jeweils differenziert für den 01.10. und den 02.10.2020 dar. Größtenteils ist die Verteilung der Kundenherkunft sehr ähnlich. Auch die stärkere Prägung in den Gebieten Hesel-Hauptort (über 8 %) und Holtland-Nücker (u. a. über 4 %) ist wieder erkennbar. Zudem ist bei der differenzierten Betrachtung auch die Prägung (u. a. über 4 % pro Feld) in Neukamperfeh-Neukamperfeh deutlicher. Die größten sichtbaren Unterschiede gibt es in Schwerinsdorf. Hier ist der Anteil der Kunden aus dem Ort am Donnerstag den 1. Oktober deutlich höher als am Freitag den 2. Oktober.

In der Kundenherkunftsanalyse vom Einzelhandelsstandort „Im Brink“ zeigt sich eine relativ starke Streuung über die gesamte Samtgemeinde. Stärkere Konzentrationen gab es insbesondere in Hesel-Hauptort und den Ortsteilen Neukamperfeh-Stielkamperfeh und Holtland. Von den 447 befragten Kunden gab ca. ein Drittel an, nicht in der Samtgemeinde zu wohnen, diese stammen jedoch größtenteils aus umliegenden Gemeinden. Das Einzugsgebiet zeigt den Bedeutungsüberschuss einzelner Branchen in Hesel, ist ein Indiz für die z. T. hohe Zentralität und ermöglicht die Ermittlung eines orts-spezifischen Marktgebietes.

Abb. 14: Kundenherkunft Samtgemeinde Hesel nach Datum



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende; Bearbeitung: cima 2020

4 Marktgebiet und Marktpotenziale

4.1 Marktgebiet der Samtgemeinde Hesel

Das Marktgebiet der Samtgemeinde Hesel wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

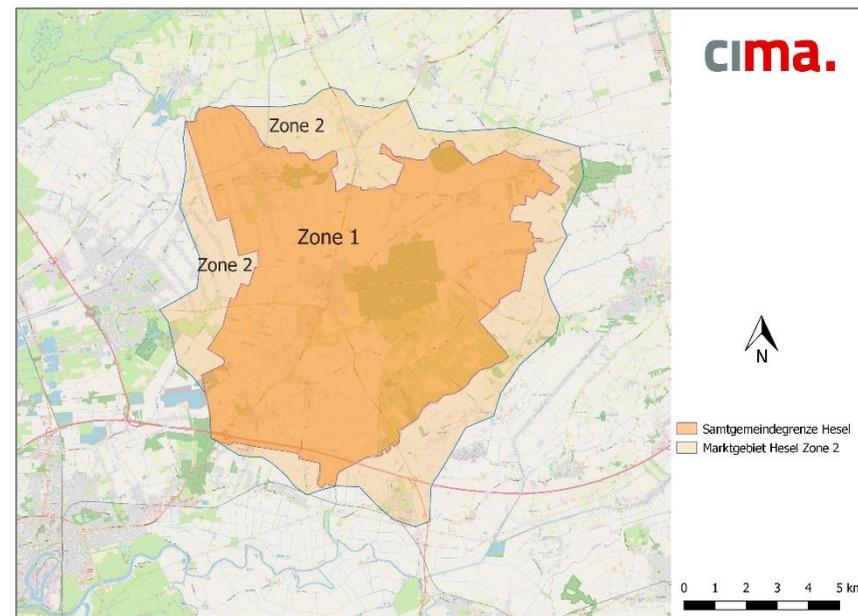
- Struktur, Branchenmix und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Hesel und den anderen Mitgliedsgemeinden,
- Sogkraft ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- Nähe zu Konkurrenzorten sowie
- die Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten.

Auf Basis der genannten Abgrenzungskriterien und den Ergebnissen der Kundenherkunftsanalyse (vgl. Kapitel 3) weist die cima für den Einzelhandel der Samtgemeinde Hesel ein zweizonales Einzugsgebiet aus. Zone 1 umfasst dabei das Samtgemeindegebiet. Zone 2 reicht im Norden in die Gemeinde Großefehn (Landkreis Aurich), im Osten in die Gemeinde Uplengen, im Süden in die Samtgemeinde Jümme und im Westen in die Gemeinde Moormerland hinein. Südwestlich liegt das Mittelzentrum Leer mit rund 35.000 Einwohnern und einem vielfältigem Einzelhandelsbesatz, sodass von signifikanten Kaufkraftzuflüssen aus diesem Gebiet nicht auszugehen ist.

Im Westen und Nordosten beschneiden der umfangreiche periodische und aperiodische Einzelhandelsbesatz in Warsingfehn (Gemeinde

Moormerland und der Stadt Wiesmoor (Landkreis Aurich) die Marktreichweite von Hesel.

Abb. 15: Marktgebiet der Samtgemeinde Hesel



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2021
 Bearbeitung: cima 2021

Die im Norden angrenzenden Ortschaften Mittegrosbefehn und Ost-grosbefehn (Gemeinde Grosbefehn) bieten ihren Einwohner eigene Angebote im Bereich Nahversorgung/täglicher Bedarf, jedoch nur in eingeschränktem Maß aperiodische Sortimente wie Mode, Schreibwaren oder Fahrräder. Im Osten begrenzt der starke Besatz in Remels (Gemeinde Uplengen) das Marktgebiet Hesels. Die Zuflüsse aus Zone 2 in die Samtgemeinde liegen daher überwiegend in Teilen des aperiodischen

Bedarfsbereichs und bei schnellerer Erreichbarkeit des nächsten Lebensmittelmarktes auf Hesel er Samtgemeindegebiet auch im periodischen.

Filsum (Samtgemeinde Jümme) im Süden verfügt über keine eigene Lebensmittelversorgung. Daher ist hier mit Kaufkraftbeziehungen nach Hesel zu rechnen.

Die Kundenherkunftsanalyse mit ihrer Befragung in der Haupteinkaufslage in Hesel (vgl. Kapitel 3) zeigt eine signifikante Kundenbindung zu Einwohnern von Orten außerhalb der Samtgemeinde. Gut ein Drittel der Befragten wohnt nicht in der Samtgemeinde Hesel, davon ca. ein Viertel in der Samtgemeinde Jümme sowie 17 % auf dem Gebiet der Gemeinde Moormerland. Wie allerdings die strukturellen Angebotslücken (vgl. Kapitel 5.1) sowie vermissten Sortimente und Angaben zu Haupteinkaufsorten aus der Bürgerbefragung (vgl. Kapitel 9.3) zeigen, bestehen Wechselbeziehungen in beide Richtungen und es fließt ebenso Kaufkraft aus Hesel ab. Dies schlägt sich auf die Einzelhandelszentralitäten (vgl. Kapitel 5.2) nieder, sodass das in Abb. 15 dargestellte Marktgebiet den Durchschnitt der Summe der Einzugsgebiete aller Betriebe zeigt. Einzelne Betriebe und Spezialanbieter können dabei ein ungleich höheres Einzugsgebiet aufweisen.

Generell nimmt die Kaufkraftbindung im Marktgebiet mit der Entfernung ab. Pkw-Fahrzeiten von über 15 Minuten für Einkaufstätigkeiten sind selbst im ländlichen Raum eher die Ausnahme. So gibt es in Zone 2 aber z. T. auch in den Rändern der Zone 1 Überlagerungen mit den Marktgebieten benachbarter Kommunen. Auf der anderen Seite kommen aber Streuumsätze des Heseler Einzelhandels auch aus Gebieten von weit außerhalb des abgegrenzten Marktgebiets.

4.2 Nachfragepotenzial der Samtgemeinde Hesel

Die Berechnung des Nachfragepotenzials⁴ in der Samtgemeinde Hesel ergibt sich aus der gemeindeschaffen Einwohnerzahl (10.822 EW)⁵ sowie den einzelhandelsrelevanten pro-Kopf-Ausgaben, die an das lokale Kaufkraftniveau angepasst werden. Die durchschnittliche pro-Kopf Kaufkraft liegt für das Jahr 2020 in Deutschland bei 6.836 €.⁶ Aussagen zur ortsspezifischen Kaufkraft lassen sich mittels der Kaufkraftkennziffer treffen, die die lokale Kaufkraft in das Verhältnis zum nationalen Durchschnitt setzt. In der Samtgemeinde liegt dieser Wert bei 89,5⁷ und somit unterdurchschnittlich.

Aus den nationalen pro-Kopf Ausgaben und der Kaufkraftkennziffer Hesels ergibt sich für die Samtgemeinde eine durchschnittliche jährliche pro-Kopf Kaufkraft in Höhe von 6.121 €.

Auf Basis dieses Wertes beläuft sich das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial in der Samtgemeinde Hesel auf rund 54,2 Mio. €, differenziert nach den in 14 Warengruppen zusammengefassten 31 Branchen, die die CIMA bei der Bestandserhebung des Einzelhandelsangebots vor Ort erfasst (vgl. Kapitel 5). Von den 54,2 Mio. € entfallen etwa 27,6 Mio. € auf den periodischen Bedarf und rd. 26,6 Mio. € auf den aperiodischen Bedarfsbereich. Das größte rechnerische Nachfragepotential liegt naturgemäß im Sortiment „Nahrungs- und Genussmittel“, dem Kern des sogenannten täglichen Bedarfs. In den aperiodischen Warengruppen entfällt der Großteil der Ausgaben auf die Segmente „Bekleidung, Wäsche“, „Elektronikartikel, Unterhaltungselektronik“ sowie „Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel.“

⁴ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Samtgemeinde Hesel, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

⁵ Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand: 31.12.2019)

⁶ Die CIMA unterhält in diesem Zusammenhang eine eigenständige Abteilung, welche sich fortwährend und ausschließlich mit der Ermittlung von Pro-Kopf-Kaufkraftwerten

Abb. 16: Nachfragepotenzial der Samtgemeinde Hesel (in Mio. €)

| CIMA Warengruppe | Samtgemeinde Hesel |
|---|--------------------|
| Periodischer Bedarf insgesamt | 27,6 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 22,4 |
| Gesundheit und Körperpflege | 4,4 |
| Zeitschriften, Schnittblumen | 0,8 |
| Aperiodischer Bedarf insgesamt | 26,6 |
| Bekleidung, Wäsche | 5,0 |
| Schuhe, Lederwaren | 1,6 |
| Bücher, Schreibwaren | 1,0 |
| Spielwaren, Hobbybedarf | 0,7 |
| Sportartikel, Fahrräder | 2,0 |
| Elektroartikel, Unterhaltungselektronik | 4,7 |
| Uhren, Schmuck | 0,7 |
| Optik, Akustik, Sanitätsartikel | 1,7 |
| Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat | 0,8 |
| Einrichtungsbedarf | 3,9 |
| Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel | 4,6 |
| Einzelhandel insgesamt | 54,2 |

Quelle: CIMA 2021

beschäftigt und dazu unter anderem die Umsatz- und Einkommenssteuerstatistik, aber auch Grundlagendaten der Handels- und Absatzwirtschaft auswertet.

⁷ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2020

5 Einzelhandelsstrukturdaten Hesel

5.1 Einzelhandelsstrukturen in der Samtgemeinde Hesel

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Samtgemeinde Hesel im Oktober 2019 und einer Überprüfung im Dezember 2020.

Die dargestellten Umsatzvolumina leiten sich aus den konkreten Warenangeboten sowie der Angebotsqualität und Sortimentsstruktur ab. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der

relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen. Es handelt sich demnach um Schätzwerte, die tatsächlichen Umsätze einzelner Betriebe können zum Teil deutlich abweichen.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel wurden 52 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 29.320 qm erhoben. Sie erwirtschaften jährlich einen geschätzten Einzelhandelsumsatz von ca. 51,9 Mio. €.

Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes ist in Abb. 17, die warengruppenspezifische Differenzierung in Abb. 18 dokumentiert. Hierfür wurden die 31 Branchen analog zum Nachfragepotenzial in 14 Warengruppen zusammengefasst.

Abb. 17: Einzelhandelsverteilung auf die Mitgliedsgemeinden

| Mitgliedsgemeinde | Anzahl der Betriebe | Anteil der Betriebe | Verkaufsfläche in m ² | Anteil der Verkaufsfläche | Umsatz in Mio. € | Anteil am Umsatz |
|-------------------------------|---------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------------|------------------|------------------|
| Hesel | 34 | 65,4% | 17.775 | 60,6% | 36,3 | 70,0% |
| Holtland | 9 | 17,3% | 2.350 | 8,0% | 3,9 | 7,5% |
| Neukamperfehn | 4 | 7,7% | 1.005 | 3,4% | 1,1 | 2,2% |
| Firrel | 3 | 5,8% | 7.720 | 26,3% | 9,7 | 18,6% |
| Brinkum | 1 | 1,9% | * | * | * | * |
| Schwerinsdorf | 1 | 1,9% | * | * | * | * |
| Einzelhandel insgesamt | 52 | 100,0% | 29.320 | 100,0% | 51,9 | 100,0% |

Quelle: cima 2021

* Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben ausgewiesen werden.

Abb. 18: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in der Samtgemeinde Hesel

| CIMA Warengruppe | Anzahl der Betriebe (Haupt-sortiment) | Anteil der Betriebe | Verkaufsfläche in m ² (Haupt- und Nebensortiment) | Anteil der Verkaufsfläche | Umsatz in Mio. € (Haupt- und Nebensortiment) | Anteil am Umsatz |
|---|---------------------------------------|---------------------|--|---------------------------|--|------------------|
| Periodischer Bedarf insgesamt | 19 | 36,5% | 5.820 | 19,8% | 26,9 | 51,9% |
| Nahrungs- und Genussmittel | 17 | 32,7% | 5.055 | 17,2% | 23,7 | 45,7% |
| Gesundheit und Körperpflege | 2 | 3,8% | 685 | 2,3% | 2,9 | 5,6% |
| Zeitschriften, Schnittblumen | 0 | 0% | 80 | 0,3% | 0,3 | 0,7% |
| Aperiodischer Bedarf insgesamt | 33 | 63,5% | 23.500 | 80,2% | 25,0 | 48,1% |
| Bekleidung, Wäsche | 1 | 1,9% | 3.105 | 10,6% | 6,7 | 13,0% |
| Schuhe, Lederwaren | 0 | 0% | 50 | 0,2% | 0,1 | 0,2% |
| Bücher, Schreibwaren | 0 | 0% | 50 | 0,2% | 0,2 | 0,3% |
| Spielwaren, Hobbybedarf | 1 | 1,9% | 170 | 0,6% | 0,4 | 0,7% |
| Sportartikel, Fahrräder | 2 | 3,8% | 540 | 1,8% | 1,1 | 2,1% |
| Elektroartikel, Unterhaltungselektronik | 0 | 0% | 235 | 0,8% | 1,2 | 2,4% |
| Uhren, Schmuck | 1 | 1,9% | * | * | * | * |
| Optik, Akustik, Sanitätsartikel | 1 | 1,9% | 70 | 0,2% | 0,4 | 0,7% |
| Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat | 4 | 7,7% | 1.505 | 5,1% | 1,0 | 1,9% |
| Einrichtungsbedarf | 5 | 9,6% | 4.900 | 16,7% | 5,0 | 9,7% |
| Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel | 18 | 34,6% | 12.780 | 43,6% | 8,4 | 16,2% |
| Einzelhandel insgesamt | 52 | 100,0% | 29.320 | 100,0% | 51,9 | 100,0% |

Quelle: cima 2021

* Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, so dass eine Dokumentation dennoch möglich wird.

Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

- Den Warengruppen des periodischen Bedarfs konnten 19 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 5.820 qm zugeordnet werden (36,5 % aller Betriebe). Sie realisieren einen Umsatz von rd. 27 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt damit bei 19,8 % bzw. 51,9 % am gesamten Einzelhandelsbestand. Der Umsatzanteil des periodischen Bedarfsbereiches von gut 50 % entspricht der typischen Ausstattung eines Grundzentrums und lässt auf eine gute Nahversorgungsqualität und -quantität schließen.
- Der absolut größte Anteil entfällt dabei auf die Nahrungs- und Genussmittel. 17 Betriebe setzen auf 5.055 qm Verkaufsfläche im Jahr rund 23,7 Mio. € um. Sie vereinen damit 17,2 % der Fläche und 45,7 % des Gesamtumsatzes in der Samtgemeinde.
- Den höchsten Flächenanteil im aperiodischen Bedarfsbereich und auch insgesamt erreicht die Warengruppe „Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel“. Auf einer Verkaufsfläche von 12.780 qm werden hier insgesamt ca. 8,4 Mio. € Umsatz jährlich erwirtschaftet. Dies entspricht Flächen- bzw. Umsatzanteilen von 43,6 % respektive 16,2 % am gesamten Einzelhandelsbestand. Für ein Grundzentrum stellt dies einen überdurchschnittlichen Besitz dar.
- Die Warengruppe „Einrichtungsbedarf“ besteht aus den Sortimenten Heimtextil, Möbel, Antiquitäten und Kunstgegenstände. Für die Gemeindegröße von Hesel ist diese Warengruppe mit 4.900 qm Verkaufsfläche stark vertreten (Anteil 16,7 %). Insgesamt werden in diesem Marktsegment ca. 5 Mio. € umgesetzt, was einem Anteil von 9,7 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes entspricht.
- In der Warengruppe „Bekleidung, Wäsche“, den Leitsortimenten der meisten Innenstädte und Ortskernlagen, ist nur ein Hauptsortimentsbetrieb etabliert.⁸ Zusammen mit den Randsortimentsflächen weiterer

Händler ergibt sich jedoch eine Verkaufsfläche von insgesamt 3.105 qm. Realisiert wird ein Einzelhandelsumsatz von ca. 6,7 Mio. €. Diese Werte entsprechen einem Verkaufsflächenanteil von 10,6 % bzw. einem Umsatzanteil von 13 % am gesamten Einzelhandelbestand der Samtgemeinde. Im Vergleich zu anderen Grundzentren entspricht dies einer leicht überdurchschnittlichen Ausstattung.

- In der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat werden mit einem Verkaufsflächenanteil von 5,1 % (1.501 qm) und einem Umsatzanteil von 1,9 % (rd. 1 Mio. €) überdurchschnittliche Anteilswerte für ein Grundzentrum erreicht.
- 4 der 14 Warengruppen werden in keinem Betrieb als Hauptsortiment geführt. Überwiegend findet die Versorgung hier über die Randsortimentsflächen andere Händler statt. Für ein Grundzentrum sind diese Lücken im Angebot nicht unüblich und eine Folge der Konzentration und des Flächenwachstums in der Einzelhandelslandschaft, bei der die Anzahl und Vielfalt kleinerer Läden abnimmt.

Räumliche Verteilung (Abb. 17)

Mit 34 Betrieben und 17.775 qm befindet sich die Mehrheit der Einzelhändler (65,4 %) und Verkaufsfläche (60,6 %) in Hesel, der einwohnerstärksten Mitgliedsgemeinde. Entsprechend wird hier mit ca. 36,3 Mio. € rd. 70 % des Umsatzes innerhalb der Samtgemeinde erwirtschaftet. An zweiter Stelle folgt Holtland mit 9 Betrieben, 2.350 qm Verkaufsfläche und ca. 3,9 Mio. € jährlichem Einzelhandelsumsatz, an dritter Stelle Neukamperfehn.

Die Gemeinde Firrel vereinigt mit nur 3 Betrieben über ein Viertel der Verkaufsfläche (7.720 qm) und knapp 19 % des Gesamtumsatzes auf sich. In

⁸ Der Anbieter Kaiser in Firrel ist mit seiner Wohn- und Modewelt als ein Betrieb gezählt und wird aufgrund des größeren Verkaufsflächenanteils der Möbelabteilung dem Hauptsortiment Möbel/Einrichtungsbedarf zugeordnet.

Brinkum und Schwerinsdorf wurde nur ein Einzelhandelsbetrieb bzw. ein Handwerksbetrieb mit untergeordnetem Verkauf erfasst.

Verkaufsfläche je Einwohner

Die Flächendichte setzt die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt aktuell bei rund 1,5 qm je Einwohner,⁹ von der Großstadt bis hin zu ländlich geprägten Kommunen.

Abb. 19: Verkaufsfläche je Einwohner

| Samtgemeinde Hesel | |
|---|-------------|
| Verkaufsflächendichte in qm je Einwohner | 2,71 |
| im periodischen Bedarf | 0,54 |
| im aperiodischen Bedarf | 2,17 |

Quelle: cima 2021

Die Verkaufsfläche je Einwohner beträgt in der Samtgemeinde Hesel im periodischen Bedarf 0,54 qm, im aperiodischen Bedarf 2,17 qm. In Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche erreicht die Samtgemeinde einen Wert von 2,71 qm je Einwohner und liegt damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt und im regionalen Vergleich zwischen der benachbarten Gemeinde Moormerland (1,28 qm/EW)¹⁰, Rhaderfehn (2,34 qm/EW)¹¹ und der Stadt Wiesmoor (4,1 qm/EW)¹².

Ausschlaggebend für die relativ hohen Verkaufsflächenwerte pro Kopf sind insbesondere im aperiodischen Bedarfsbereich die großflächigen Gärtnereien und Gartenfachmärkte sowie das Möbel- und Modehaus Kaiser in Firrel.

⁹ Quelle: EHI handelsdaten.de 2019

¹⁰ Quelle: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Moormerland, cima 2017

5.2 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis zwischen dem am Ort getätigten Einzelhandelsumsatz und des am Ort vorhandenen Nachfragepotentials. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse, Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten können sowohl für den Einzelhandel insgesamt als auch für einzelne Warengruppen ermittelt werden. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist offensichtlich seine Sogwirkung auf Kunden des Umlandes.

Die Zentralität eines Ortes hängt maßgeblich von seiner Angebotsqualität und -quantität ab. Die Verkaufsflächenausstattung und der Branchenmix spielen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. Es sind allerdings auch andere Faktoren relevant, wie z. B. die Verkehrsanbindung.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial der Samtgemeinde Hesel liegt bei insgesamt 54,2 Mio. € pro Jahr. Der jährlich erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz beträgt den Berechnungen der cima zufolge rund 52 Mio. €. Die Kaufkraftabflüsse übersteigen somit leicht die Kaufkraftzuflüsse. Dementsprechend erreicht der Einzelhandel in der Samtgemeinde insgesamt nur einen Zentralitätswert von 96. In den einzelnen Warengruppen unterscheiden sich diese Werte jedoch teilweise erheblich (vgl. Abb. 20).

¹¹ Quelle: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Rhaderfehn, cima 2019

¹² Quelle: Aktualisiertes Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Dr. Jansen GmbH 2018

Abb. 20: Kaufkraftpotenzial, Einzelhandelsumsatz und Zentralität in der Samtgemeinde Hesel

| CIMA Warengruppe | Umsatz in Mio. € | Nachfragevolumen in Mio. € | Handelszentralität |
|---|------------------|----------------------------|--------------------|
| Periodischer Bedarf insgesamt | 26,9 | 27,6 | 98 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 23,7 | 22,4 | 106 |
| Gesundheit und Körperpflege | 2,9 | 4,4 | 66 |
| Zeitschriften, Schnittblumen | 0,3 | 0,8 | 41 |
| Aperiodischer Bedarf insgesamt | 25,0 | 26,6 | 94 |
| Bekleidung, Wäsche | 6,7 | 5,0 | 133 |
| Schuhe, Lederwaren | 0,1 | 1,6 | 8 |
| Bücher, Schreibwaren | 0,2 | 1,0 | 17 |
| Spielwaren, Hobbybedarf | 0,4 | 0,7 | 56 |
| Sportartikel, Fahrräder | 1,1 | 2,0 | 54 |
| Elektroartikel, Unterhaltungselektronik | 1,2 | 4,7 | 27 |
| Uhren, Schmuck | * | 0,7 | 66 |
| Optik, Akustik, Sanitätsartikel | * | 1,7 | 21 |
| Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat | 1,0 | 0,8 | 123 |
| Einrichtungsbedarf | 5,0 | 3,9 | 128 |
| Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel | 8,4 | 4,6 | 184 |
| Einzelhandel insgesamt | 51,9 | 54,2 | 96 |

Quelle: cima 2021

* Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, so dass eine Dokumentation dennoch möglich wird.

In den Branchen des **periodischen Bedarfs** wird in der Samtgemeinde Hesel insgesamt eine Handelszentralität von 98 erzielt.

Für die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** liegt eine Zentralität von 106 vor. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von ca. 23,7 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 22,4 Mio. € gegenüber. Die Werte veranschaulichen, dass das Angebot in der Branche Nahrungs- und Genussmittel für ein Grundzentrum als gut einzustufen ist. In der Samtgemeinde besteht mit zwei Lebensmittelvollsortimentern, drei Lebensmitteldiscountern, einem kleinen Supermarkt sowie zahlreichen Bäckern und einer Fleischerei eine umfassende Angebotsstruktur. Die zentralörtliche Versorgungsfunktion eines Grundzentrums wird hier vollumfänglich erfüllt.

In der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** liegt die Handelszentralität bei 66. Hier sind deutliche Kaufkraftabflüsse zu konstatieren. Der grundzentrale Versorgungsauftrag wird nur eingeschränkt erfüllt. Im Wesentlichen werden Drogerie- und Parfümeriewaren durch einen Rossmann-Fachmarkt und in Form von Randsortimenten in den Lebensmittelmärkten sowie auf kleiner Fläche in einer Apotheke vertrieben.

Die Warengruppe **Zeitschrift, Schnittblumen**, die außer in einigen Blumenläden und Gartenmärkten meist als Randsortiment in den o.g. Lebensmittelmärkten angeboten wird, weist bei einem Umsatz von 0,3 Mio. € nur eine geringe Zentralität von 41 auf.

In den Branchen des **aperiodischen Bedarfs** erreichen die Betriebe der Samtgemeinde Hesel insgesamt eine Einzelhandelszentralität von 94.

Entsprechend des generierten Umsatzes von ca. 6,7 % wird in der Warengruppe **Bekleidung, Wäsche** mit einem Wert von 133 ein hohes Zentralitätsniveau erreicht. Für den Zufluss an Kaufkraft von außerhalb der Samtgemeinde sorgt vor allem das Modehaus Kaiser in Firrel, welches ein ausgedehntes Einzugsgebiet hat. Die zweitgrößte Fläche hält der Kik-Markt in Hesel vor. Ergänzt wird das in seiner Vielfalt begrenzte Angebot durch Arbeitsbekleidung im Müller & Janßen Baufachmarkt, Baudi, Raiffeisen Markt, Auto Premium Teile sowie durch Randsortimente und Aktionswaren der Lebensmittel- und Drogeriemärkte.

Entgegengesetzt dazu erreicht die Warengruppe **Schuhe, Lederwaren** einen sehr geringen Zentralitätswert von 8. Beide Sortimenten zusammen werden nur im Modehaus Kaiser angeboten, Lederwaren auf kleinster Fläche im Kik, Arbeitsschuhe bei Müller & Janßen und im Raiffeisen Markt. Einen Schuhladen gibt es seit der Schließung von Jelten in Holtland nicht mehr in der Samtgemeinde.

Bücher wurden bei der Erhebung nicht vorgefunden, **Schreibwaren** auf nennenswerten Flächen nur bei Rossmann, Combi, Markant und geringfügig im nah und gut-Markt sowie bei Kik. Entsprechend gering ist der Umsatz, dem eine Kaufkraft von rd. 1 Mio. € pro Jahr entgegensteht. Somit ergibt sich eine Zentralität von nur 17.

Die Zentralität im Bereich **Spielwaren, Hobbybedarf** liegt im Untersuchungsgebiet bei 56. Der Umsatz deckt nur etwa die Hälfte des Nachfragepotenzials in Höhe von 0,7 Mio. €. Spielwaren als Hauptsortiment führt kein Geschäft. Die sortimentsbezogene Verkaufsfläche entfällt daher vollständig auf die Randsortimente der Drogerie- und Verbrauchermärkte sowie gewisse Bereiche bei Kik und in der Bastelstube in Hesel. Unter Hobbybedarf fallen auch Musikinstrumente. Diese werden in Holtland im Gitarrenspeicher Frisia Toene angeboten.

Ein ähnliches Zentralitätsniveau erreicht der Einzelhandel Hesels im Bereich **Sportartikel, Fahrräder**. Der Wert von 54 zeugt von einer für ein Grundzentrum durchschnittliche Ausstattung. Größter Anbieter ist das Zweirad-Fachgeschäft W. Johann Potthast. Fahrradzubehör gibt es zudem bei Combi und Baudi, Sportartikel bei der Schwimmbäder Schröder GmbH in Hesel. Ein eigenes Sportartikel und -bekleidungsgeschäft wurde nicht vorgefunden.

In die Warengruppe **Elektronikartikel und Unterhaltungselektronik** fallen Elektrogeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik, Foto, Computer, Büro-/ Telekommunikation. Deren summarische Einzelhandelszentralität beträgt nur 27. Angesichts des üblicherweise begrenzten Angebots in Grundzentren ist dies kein Grund zur Sorge. Spezialisierte Händler und große Elektronik-Fachmärkte finden sich fast ausschließlich in größeren Städten und Ballungszentren. In Hesel existieren Handwerksbetriebe und

Dienstleister, die Elektroartikel, Lampen und Haushaltselektronik führen. Ergänzt wird das Angebot durch die Randsortimente der Bau-, Lebensmittel-, und Drogeriemärkte.

Für die Warengruppe **Uhren, Schmuck** errechnet sich eine Zentralität von 66. Da das Sortiment in der Samtgemeinde nur von zwei Anbietern im Haupt- bzw. Randsortiment vorgehalten wird, ist der geschätzte Jahresumsatz in der vorangegangenen Tabelle aus Gründen des Datenschutzes nicht ausgewiesen.

Im Segment **Optik, Akustik, Sanitätsartikel** beläuft sich die Zentralität auf 21. Sanitätswaren werden zurzeit im Grundzentrum nicht angeboten, Optik und Hörgeräteakustik bei immerhin 2 Fachhändlern. Aus Datenschutzgründen ist der Umsatz hier nicht angegeben.

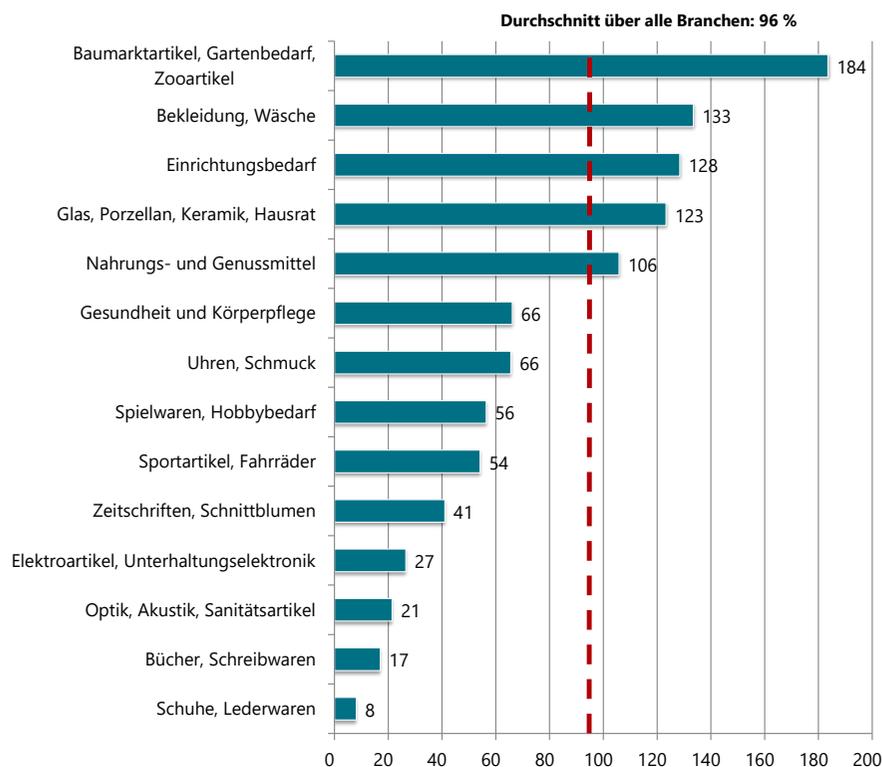
Im Segment **Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** erreicht der Einzelhandel in der Samtgemeinde bei einem Umsatz von rd. 1 Mio. € eine für ein Grundzentrum hohe Handelszentralität von 123. Branchenbestimmend sind in dieser Warengruppe Antikpark Gräfe, Bastelstube, Elektro Wieder, Hesel Pflanzencenter und Oltmanns. Kik, Combi, Lidl und Rossmann vertreiben die Warengruppe in nennenswertem Umfang als Randsortiment und Aktionsware. Angebotsergänzende Funktion haben darüber hinaus einige Wohn-/Möbelgeschäfte, Gärtnereien und Blumenläden.

Überdurchschnittliche Zentralitätswerte werden auch im Sortiment **Einrichtungsbedarf** erreicht. Umsätze von 5,0 Mio. € stehen hier einem lokalen Nachfragevolumen von 3,9 Mio. € gegenüber. Dementsprechend ergibt sich eine für ein Grundzentrum hohe Einzelhandelszentralität von 128. Als strukturprägende Anbieter von Heimtextilien, Möbeln, Antiquitäten und Kunstgegenständen waren zum Zeitpunkt der Erhebung Kaiser, Outdoor Living, Wohndervoll, Antikpark Gräfe, Müller & Janßen, Kunst-& Bildergalerie Hesel, Lücht & Palm vor Ort aufzufinden. Kleinere Flächen bei Freudenberg, Kettwig und Kik ergänzen die örtlichen Strukturen.

Die Warengruppe **Baummarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel** verzeichnet mit 184 die höchste Zentralität der Samtgemeinde. Größte Anbieter

bei Eisenwaren, Baumarktartikeln (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche) und Gartenbedarf sind Garten König, Baumschule E. Wilken, Müller & Janßen, Baudi, Heseler Kaminstudio Plagge-Popken, Schröder Fenster & Wintergärten, Antikpark Gräfe, Raiffeisen, Lücht & Palm, Kettwig, Jutta's Staudengarten, Blumen Burgwal. Bei Kfz-Zubehör Auto Premium Teile sowie in kleinerem Umfang die Tankstellen, Autohaus Thieme und Baudi. Zooartikel werden ausschließlich als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriefachmärkten angeboten.

Abb. 21: Ranking: Handelszentralität in der Samtgemeinde Hesel



Quelle: cima 2021

Auf Basis der ermittelten Handelszentralitäten wird deutlich, dass die Samtgemeinde Hesel ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion nur teilweise nachkommt. In diesem Zusammenhang ist aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung vor allem der periodische Bedarfsbereich relevant, also die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Dingen des sogenannten täglichen Bedarfs. Das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ist mit einer Zentralität von 106 ausreichend vorhanden, bei den Artikeln der Gesundheit und Körperpflege ist rechnerisch der Bedarf nicht gedeckt. Eine Unterversorgung liegt jedoch aufgrund des Drogeriefachmarktes und den diversen Verkaufsflächen in den Lebensmittelmärkten nicht vor.

In den aperiodischen Segmenten erreicht die Samtgemeinde z. T. Zentralitätswerte, die für ein Grundzentrum bemerkenswert sind. Kaufkraftzuflüsse sind insbesondere bei Baumarktartikeln, Gartenbedarf, Bekleidung, Wäsche und Einrichtungsbedarf zu verzeichnen. Hier zeigt sich ein Bedeutungsüberschuss und der Einzelhandel Hesel übernimmt sogar eine gewisse Versorgung der umliegenden Bevölkerung.

Eine geringere Ausstattung liegt in zahlreichen Warengruppen vor, die aufgrund der niedrigen Bevölkerungsdichte in kleineren, ländlich geprägten Gemeinden generell weniger häufig nachgefragt werden. Hier zeigt sich seit Jahren ein Trend weg von kleinen, inhabergeführten Fachgeschäften hin zu großflächigen Fachmärkten mit breiter Auswahl, die jedoch in der Regel nur in Mittel- und Oberzentren wirtschaftlich arbeiten können. Aus Sicht der Raumordnung ist es grundlegend sogar sinnvoll, dass Produkte mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, d.h. mit geringer Nachfragehäufigkeit, in nahegelegenen, gut erreichbaren, größeren Städten verfügbar sind.

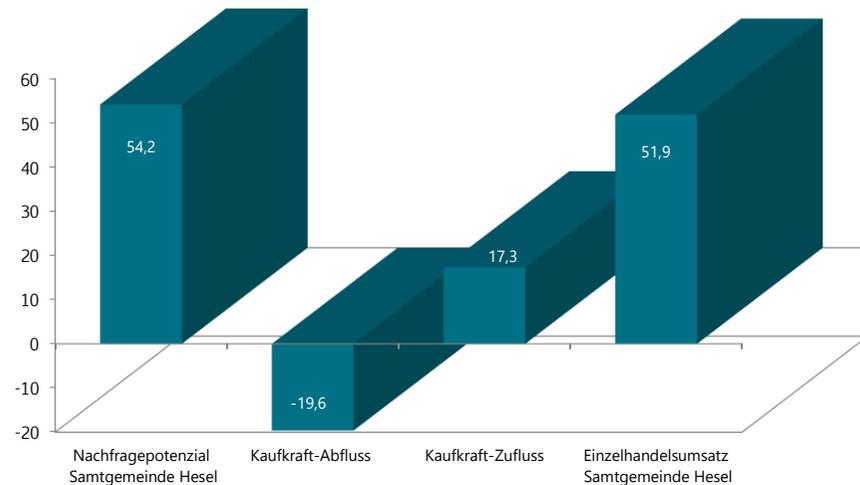
Vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Einstufung der Samtgemeinde als Grundzentrum sollte es das Ziel sein, den Status quo in den gut ausgestatteten Branchen zu erhalten und die Nahversorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren durch Modernisierung und qualitative Angebotsverbesserung zu sichern.

Kaufkraftstromanalyse

Die nachfolgende Abb. 22 dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Samtgemeinde Hesel.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen aller Mitgliedsgemeinden liegt bei 54,2 Mio. €. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 52 Mio. €. Einem Kaufkraftzufluss von ca. 17,3 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 19,6 Mio. € gegenüber. Mit einer durchschnittlichen Bindungsquote von 62,5 % beläuft sich der Kaufkraftabfluss auf rd. 36,1 % des in der Samtgemeinde vorhandenen Nachfragevolumens.

Abb. 22: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel (in Mio. €)



Quelle: cima 2021

Nach gutachterlicher Einschätzung generiert mit 5,1 Mio. € die Warengruppe Baumarktartikel, Gartenbedarf und Zooartikel den höchsten saldierten Kaufkraftzufluss, gefolgt von Bekleidung, Wäsche (3,8 Mio. €), Nahrungs- und Genussmittel (3,6 Mio. € und Einrichtungsbedarf (3,5 Mio. €).

Nennenswerte Kaufkraftabflüsse von über 1 Mio. € sind in neun Warengruppen zu verzeichnen: Elektronikartikel, Unterhaltungselektronik (-3,8 Mio. €), Einrichtungsbedarf (-2,4 Mio. €), Nahrungs- und Genussmittel (-2,2 Mio. €), Bekleidung, Wäsche (-2,1 Mio. €), Gesundheit und Körperpflege (-1,5 Mio. €), Schuhe, Lederwaren (-1,5 Mio. €), Optik, Akustik, Sanitätsartikel (-1,3 Mio. €), Baumarktartikel, Gartenbedarf und Zooartikel (-1,3 Mio. €) sowie Sportartikel, Fahrräder (-1,2 Mio. €).

Über alle Warengruppen und Sortimente ergibt sich ein leicht negatives Kaufkraftsaldo und somit eine Zentralität von 96.

5.3 Strukturdaten des Einzelhandels im Überblick

Abb. 23 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel zusammen.

Abb. 23: Datenblatt der Samtgemeinde Hesel

| Samtgemeinde Hesel | 2020 |
|--|---------------|
| Anzahl Betriebe | 52 |
| Verkaufsfläche gesamt in qm | 29.320 |
| Umsatz in Mio. € | 51,9 |
| Flächenproduktivität in € / qm | 1.769 |
| Nachfragepotenzial in Mio. € | 54,2 |
| Zentralität in % | 96 |
| Zentralität periodisch in % | 98 |
| Zentralität aperiodisch in % | 94 |
| Einwohner (31.12.2019) | 10.822 |
| Verkaufsfläche je Einwohner in qm | 2,71 |
| im periodischen Bedarf | 0,54 |
| im aperiodischen Bedarf | 2,17 |
| Umsatz je Einwohner in € | 4.793 |
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in % | 89,5 |

Quelle: cima 2021, LSN, Michael Bauer Research GmbH

5.4 Nahversorgungssituation in der Samtgemeinde Hesel

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel getroffen werden:

- Die Samtgemeinde verfügt in der Branche Nahrungs- und Genussmittel über eine Gesamtverkaufsfläche von 5.055 qm, die sich auf 17 Betriebe verteilt.
- Für die Branche Nahrungs- und Genussmittel hat die cima in der eine Handelszentralität von 106 ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von 23,7 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 22,4 Mio. € gegenüber.
- Per Saldo generieren die Lebensmittelhändler in der Samtgemeinde einen Kaufkraftzufluss von rund 1,3 Mio. €.

Mit dem Verbrauchermarkt der Firma Combi ist in der Heseler Handelslage „Im Brink“ ein Lebensmittelvollsortimenter etabliert. Ein deutlich kleinerer Supermarkt befindet sich mit nah und gut Kleen in der Kirchstraße im westlichen Siedlungskörper des Hauptortes in Wohngebietslage. Verkehrlich gut erreichbar an der Hauptkreuzung der Gemeinde Holtland liegt der dritte Lebensmittelvollsortimenter, ein Markant-Markt (ehemals NEZ.)

Neben den Vollsortimentern sind insgesamt drei Lebensmitteldiscounter der Firmen Aldi, Lidl und Netto vorhanden, alle in der Gemeinde Hesel. Aldi befindet sich unweit des Combi-Marktes, mit dem er sich (aus Kundensicht) einen Parkplatz teilt. Die Märkte von Lidl und Netto liegen innerhalb der gleichen Einzelhandelskonzentration auf der gegenüberliegenden Straßenseite von „Im Brink“ und bilden den südlichen Abschluss des Ortes Hesel.

Abgerundet wird das Angebot durch einen Rewe to go in der Aral-Tankstelle im Ortskern von Hesel, ein Basissortiment in der Score-Tankstelle in

Holtland, einige kleinere Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer) in Hesel, Holtland, Neukamperfehn und Firrel sowie einen Hofladen. Einen eigenständigen Getränkemarkt gibt es zurzeit nicht.

Die relativ hohe Verkaufsflächenausstattung von 0,47 qm pro Person unterstreicht die gute Versorgungslage der Samtgemeinde in diesem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.

Die Analyse der räumlichen Verteilung der Lebensmittelbetriebe zeigt, dass ein großer Teil der Wohnquartiere des Hauptortes in fußläufiger Entfernung (10 Minuten) zu mindestens einem Lebensmittelmarkt liegt (vgl. Abb. 25). Nur das Wohngebiet nördlich des Rathauses wird nicht abgedeckt. Die Nahversorgungslage kann dennoch für den Hauptort Hesel insgesamt als gut beschrieben werden. Dies gilt vor allem für die Wohngebiete im Süden, die am nächsten an der Einzelhandelskonzentration entlang der Straße „Im Brink“ liegen.

Holtland ist der einzige Ort neben Hesel, der über einen Lebensmittelmarkt mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche verfügt. Wesentliche Teile des langgestreckten Ortsgebietes liegen allerdings weiter als 10 Gehminuten vom Vollsortimentsbetrieb entfernt. Durch die zentrale Lage ist für Holtland trotzdem eine Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs gewährleistet.

In den übrigen Ortschaften der Samtgemeinde sind keine nahversorgungsrelevanten Lebensmittelmärkte vorhanden. Grund hierfür ist neben verkehrlichen Aspekten der Randlage vor allem die begrenzte Tragfähigkeit aufgrund der geringen Bevölkerung. Eine fußläufige Abdeckung gar, wie sie die Raumordnung und Landesplanung vorsieht, ist angesichts der langgezogenen Kanal- und Siedlungsstrukturen grundlegend nicht gegeben.

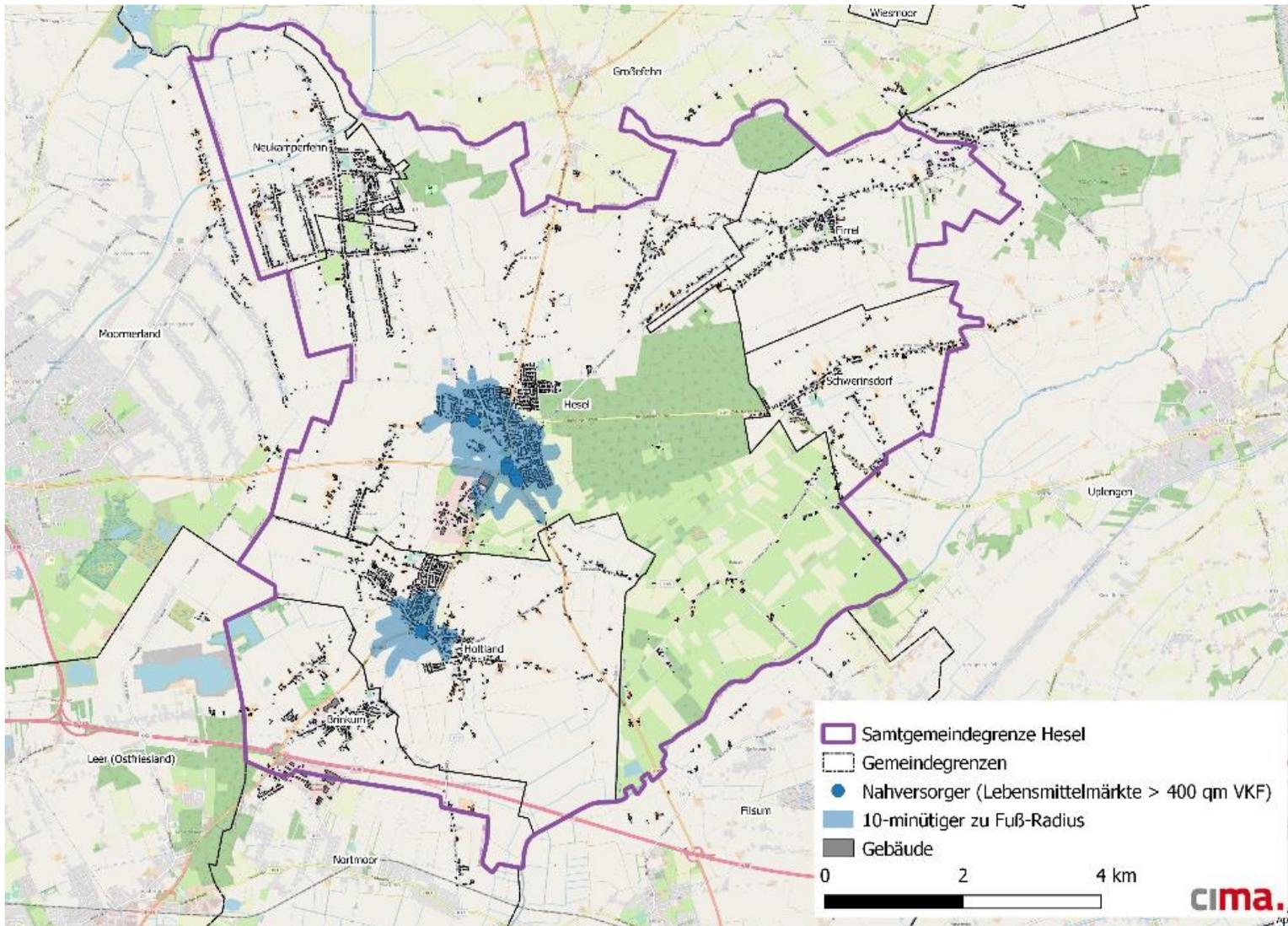
Reine Solitärlagen von Supermärkten oder Discountern z. B. in Gewerbegebieten ohne nennenswerte fußläufige Nahversorgungsfunktion finden sich in der Samtgemeinde nicht.

Abb. 24: Lebensmitteleinzelhandel in der Samtgemeinde Hesel (Auswahl)



Fotos: cima 2020

Abb. 25: Fußläufige Erreichbarkeit der Nahversorger (10 Min.)



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2021
Bearbeitung: cima 2021

6 Zentrenstruktur

In den folgenden Kapiteln wird die Zentrenstruktur der Samtgemeinde Hesel dargestellt und die unterschiedlichen Standortkategorien und deren Versorgungsaufgaben beschrieben.

Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in qm, Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb der abgegrenzten Lagebereiche wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs Hesel für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsbetriebe sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.

Aufgrund der Siedlungsstruktur und des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes hat die cima in der Samtgemeinde Hesel folgende Zentrenstruktur herausgearbeitet:

Zentraler Versorgungsbereich Hesel:

- Entlang der Leeraner Straße zwischen Blumenstraße und Filsumer Straße erstreckt sich das Hauptgeschäftszentrum mit hervorgehobener Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion.

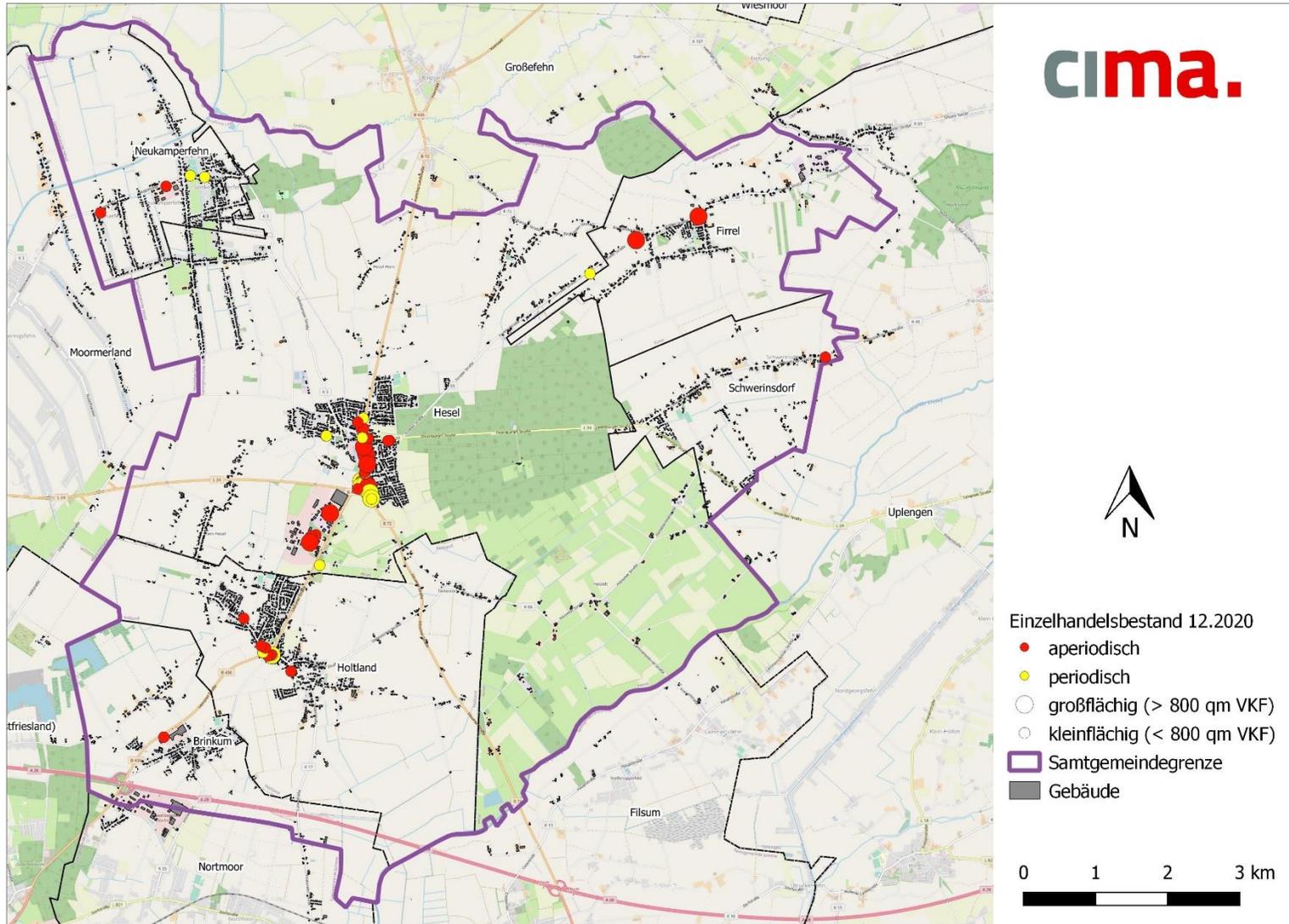
Sonstiges Gemeindegebiet:

- Solitäre Nahversorgungsstandorte Hesel-Kirchstraße, Holtland
- Sonstige Standorte

In Abb. 26 werden alle erfassten Einzelhandelsstandorte in der Samtgemeinde Hesel im Überblick dargestellt.

Mit 34 von insgesamt 52 Einzelhandelsbetriebe befindet sich die Mehrheit in der einwohnerstärksten Mitgliedsgemeinde Hesel. An zweiter Stelle folgt Holtland mit 9 Betrieben, an dritter Stelle Neukamperfehn mit 4. Die Gemeinde Firrel verfügt über nur 3 Betriebe, in Brinkum und Schwerinsdorf wurde nur ein Einzelhandelsbetrieb bzw. ein Handwerksbetrieb mit untergeordnetem Verkauf erfasst.

Abb. 26: Einzelhandelsstandorte in der Samtgemeinde Hesel



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2021; Landkreis Leer (Auszug Geobasisdaten der Nds. Vermessungs- und Katasterverwaltung, LGLN © 2019)
 Bearbeitung: cima 2021

6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“¹³ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB 2004 in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten „unbeplanten“ Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandels-erlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.¹⁴

¹³ Eine ausführliche Definition des Begriffes zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang

- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.¹⁵
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z. B. der häufige

¹⁴ Vgl. Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

¹⁵ Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Fall eines Lebensmittelvollsortimenters, eines benachbarten Lebensmitteldiscounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt. Hierbei gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen:

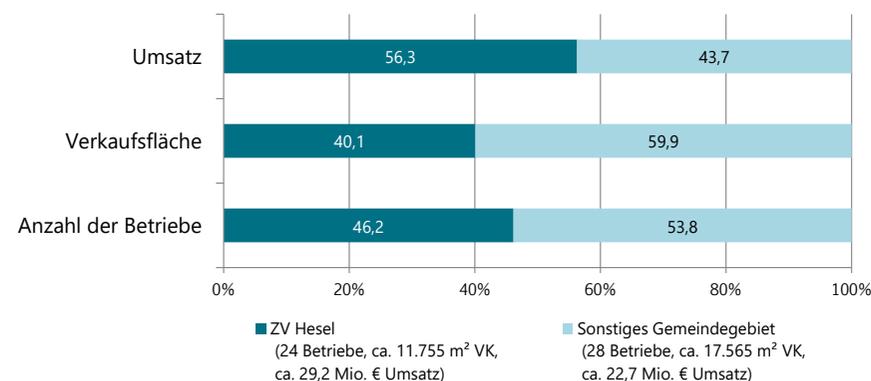
- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und Dienstleistungsbesatzes,
- städtebaulich integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Stadt/ Gemeinde.

6.2 Zentraler Versorgungsbereich Hesel

Der zentrale Versorgungsbereich Hesel übernimmt die Funktion des Hauptzentrums der Samtgemeinde. Innerhalb des definierten Bereichs ist ein bedeutender Anteil des Einzelhandelsbesatzes der Samtgemeinde vorhanden. Ergänzend finden sich dort einzelhandelsnahe Dienstleistungen, freizeitbezogene Einrichtungen (z. B. Gastronomie) sowie Gesundheitseinrichtungen und Verwaltungsgebäude. Eine Anbindung an das ÖPNV-Netz ist ebenso gegeben wie eine Integration in die Wohngebiete des Hauptortes. Im südwestlichen Bereich schließt ein Gewerbegebiet an.

Der zentrale Versorgungsbereich umfasst im Wesentlichen die folgenden Lagebereiche: Beiderseits der Leerer Straße zwischen Blumenstraße und Filsumer Straße, entlang der Oldenburger Straße zwischen Tankstelle und Fahrschule, entlang der Straße Im Brink (vgl. Abb. 27). In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Kultur, Verwaltung etc.) eingegliedert.¹⁶ Mittels der vergleichenden Darstellung der relevanten Strukturkennziffern (Umsatz, Verkaufsfläche, Anzahl der Betriebe) wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs für die Samtgemeinde deutlich.

Abb. 27: Vergleich Anteil Umsatz, Verkaufsfläche und Betriebe in den Lagebereichen (in %)



Quelle: cima 2021

Bezogen auf die Einzelhandelsstrukturen im Samtgemeindegebiet finden sich im zentralen Versorgungsbereich Hesel 46,2 % der Betriebe (24 Betriebe), die 40,1 % (11.755 qm) der Gesamtverkaufsfläche darstellen und rd. 56,3 % (29,2 Mio. €) des Gesamtumsatzes erzielen. Damit handelt es sich

¹⁶ Sowohl die dargestellten Kennziffern des zentralen Versorgungsbereiches als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum Ende März 2019 und Überprüfung im Dezember 2020

um die größte Einzelhandelskonzentration. Im Gegensatz dazu sind im sonstigen Gemeindegebiet 28 mit Ausnahme vom Mode-/Möbelhaus Kaiser und der Bau- und Gartenmärkte überwiegend kleinere Betriebe verortet, die auf 17.565 qm in Summe nur gut 43,7 % des Gesamtumsatzes generieren.

Einzelhandelsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich

Der Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Hesel stellt sich sehr langgestreckt und eher schmal dar. Verbindendes Element ist die B 72 (Leeraner Straße bzw. Auricher Straße), die Hesel in nord-südlicher Richtung durchzieht. Die Nahversorgung konzentriert sich mit den Lebensmittelmärkten Combi, Aldi, Lidl und Netto, zwei Bäckern sowie dem Drogeriemarkt Rossmann im Süden beiderseits der Straße Im Brink. Ergänzend sind dort das Heseler Pflanzencenter, ein Blumenladen, Apotheke, Augenoptiker und Hörgeräteakustiker angesiedelt. Reisebüro, Bausparkasse und zwei gastronomische Einrichtung runden das Angebot ab. Das Autohaus gehört nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne, es bietet jedoch auch auf kleiner Fläche Kfz-Zubehör an. Zudem schließt mit dem Grundstück der Lagebereich nach Süden ab.

Im Übergang zum Ortskern liegt eine Ladenzeile mit Kik, kleinem Fitnessstudio, Pizzeria und Friseur, nördlich davon schließen der Anbieter Antikpark Gräfe, Polizei und Raiffeisenbank an.

Zwischen Alter Postweg und Am Timmersberge bietet Müller & Janßen Baustoffe (nicht Einzelhandel im engeren Sinne) aber auch Eisenwaren und Baumarktartikel an. Auf der gegenüberliegenden Seite der Leeraner Straße sitzt die Schröder GmbH, ein Schwimmbad-, Pool- und Saunabauer inkl. Zubehörverkauf. Bis zum Kreuzungsbereich der Oldenburger Straße folgen Baudi Baudiscount-Markt, Restaurant sowie Tourist-Information.

Entlang der Oldenburger Straße befinden sich das Deko- und Hobbybedarfsgeschäft Bastelstube, Sanitärhandel und Klempner Freudenberg und eine Fahrschule. Die am östlichen Ortsausgang gelegenen Einrichtungsläden Wohndervoll und Outdoorliving sind aufgrund des Abstandes und

aperiodischen Sortiments nicht mehr Teil des zentralen Versorgungsbereichs.

Im Bereich nördlich der Oldenburger Straße setzt sich der zentrale Versorgungsbereich auf beiden Seiten der B 72 (Auricher Straße) fort. Mit Tankstelle (inkl. Rewe to go-Lebensmittelsortiment), Sparkasse, Oltmanns (Deko, Eisenwaren), Elektro-Wieder, Kunst-& Bildergalerie Hesel und Rathaus liegt hier die größte Funktionsmischung vor.

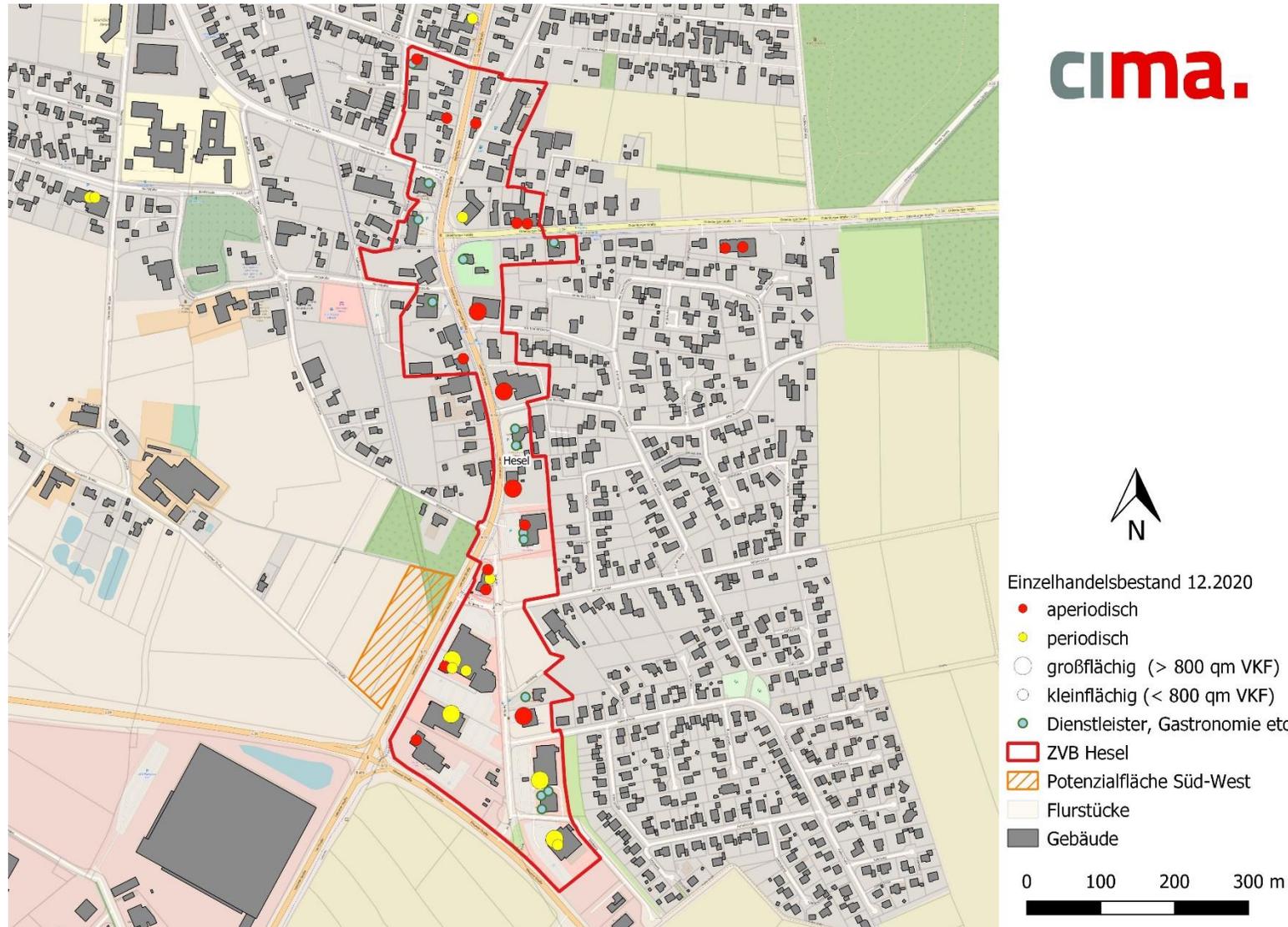
Potenzialflächen in Hesel

Zur Arrondierung von bestehenden Einzelhandelsflächen z. B. für Erweiterungen, Verlagerungen oder gezielte Ergänzung der Versorgungsstrukturen bzw. für andere Zentrenfunktionen hat die cima in einem ersten Schritt drei Potenzialflächen identifiziert, die zurzeit überwiegend landwirtschaftliche genutzt werden. Zwei liegen bereits innerhalb der Abgrenzung beiderseits des Mühlenwegs, eine grenzt westlich an den zentralen Versorgungsbereich an. Alle sind aufgrund ihrer räumlichen Lage grundlegend geeignet und sollten bei Ansiedlungsvorhaben vorrangig geprüft werden. Von einer weitergehenden Ausdehnung oder gar neuen Solitärstandorten ist angesichts des großen und langgestreckten zentralen Versorgungsbereichs aus Gutachtersicht abzusehen. Vielmehr kommt es darauf an, die bestehenden Versorgungsstrukturen zu stärken, zu verdichten und attraktiv zu halten. Gänzlich neue, diffuse, nicht integrierte Standorte konterkarieren die Bestrebungen, einen kompakten und vitalen Ortskern- und die wohornnahe Versorgung der Bevölkerung zu erhalten.

Die Potenzialfläche zwischen Kik und Mühlenstraße ist laut B-Plan Nr. HE10 „Osterwarf“ Mischgebiet, jene zwischen Mühlenstraße und Brinkweg unbeplanter Innenbereich. Beide befinden sich jedoch in privatem Eigentum und stehen mittelfristig nicht für eine gewerbliche Entwicklung zur Verfügung. Die städtebauliche Entwicklungsfläche westlich von Combi und Aldi wird gesondert in Kapitel 8.2 behandelt.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ist in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abb. 28: Zentraler Versorgungsbereich Hesel – Kartierung Einzelhandel und ergänzende Nutzungen



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2021; Landkreis Leer (Auszug aus den Geobasisdaten der Nds. Vermessungs- und Katasterverwaltung, LGLN © 2019)
 Bearbeitung: cima 2021

Abb. 29: Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Hesel (Auswahl)



Fotos: cima 2020

Abb. 30: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Hesel

| | Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment) | Verkaufsfläche in qm | Umsatz in Mio. € |
|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------|------------------|
| periodischer Bedarf (gesamt) | 9 | 4.370 | 20,7 |
| davon Lebensmittel | 7 | 3.690 | 17,9 |
| aperiodischer Bedarf (gesamt) | 15 | 7.385 | 8,5 |
| davon zentrenrelevant | 9 | 2.680 | 4,0 |
| gesamt | 24 | 11.755 | 29,2 |

Quelle: cima 2021

Mit 9 Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 4.370 qm und einem Umsatz von rd. 20,7 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des periodischen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Hesel. Den größten Anteil daran haben die Lebensmittelmärkte Combi, Aldi, Lidl und Netto am Standort Im Brink.

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege bedienen der Rossmann Drogeriemarkt und eine Apotheke die Nachfrage. Darüber hinaus werden Drogerieartikel als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten und -discountern angeboten.

Der aperiodische Bereich zählt 15 Betriebe mit insgesamt 7.385 qm Verkaufsfläche und ca. 8,5 Mio. € Umsatz pro Jahr. Flächenmäßig größte Anbieter sind dabei Müller & Janßen, Antikpark Gräfe und Baudi. Derartige Bau- und Einrichtungsmärkte haben sortimentsbedingt erheblichen Platzbedarf und befinden sich oftmals außerhalb der Zentrumslagen am Ortsrand, nicht so in Hesel. Ergänzt wird der Einrichtungsbedarf durch das Sortiment „gedeckter Tisch“ (Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat) im Kik, Heseler Pflanzencenter, Oltmanns und der Bastelstube.

Hinsichtlich der typischerweise zentrenprägenden Sortimente innerhalb des aperiodischen Bedarfs (Bekleidung, Wäsche, Schuhe) ist das Angebot im zentralen Versorgungsbereich von Hesel mit nur einem Betrieb (Kik) und wenigen Randsortimentsflächen unterdurchschnittlich. Der einzige weitere und mit Abstand größter Anbieter im gesamten übrigen Samtgemeindegebiet ist das Modehaus Kaiser in Firrel.

In den Sortimenten Unterhaltungselektronik, Bücher, Spielwaren, Sportartikel, Fahrräder, Heimtextilien und Sanitätswaren verfügt Hesel ebenfalls über eine geringe Ausstattung. Für ein Grundzentrum ist dies im langfristigen, aperiodischen Bedarfsbereich nicht per se ein Mangel, jedoch lassen sich für die Gemeinde Hesel Angebotslücken insbesondere bei Bekleidung und Schuhen sowie Büchern und Sanitätswaren feststellen.

Der zentrale Versorgungsbereich Hesel übernimmt klar die Funktion des Hauptzentrums der Samtgemeinde. Hier sind 46,2 % der Betriebe und über 56 % des Einzelhandelsumsatzes konzentriert. Daneben befinden sich weitere zentralörtliche Funktionen wie einzelhandelsnahe Dienstleistungen, freizeitbezogene Einrichtungen (Gastronomie, etc.), Finanzdienstleister sowie Gesundheits- und Verwaltungseinrichtungen.

Da sich ein Großteil der Nahversorger (Lebensmittel, Drogeriewaren) im südlichen Lagebereich beiderseits der Straße Im Brink ballt, ist eine gewisse Arbeitsteilung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs festzustellen: Lebensmittelfilialisten im Süden, individuelle Läden und Dienstleister in der nördlichen Hälfte, d.h. im Ortskern von Hesel.

In Bezug auf den Siedlungskörper des Hauptortes Hesel liegt der zentrale Versorgungsbereich überwiegend integriert und von Wohngebieten umgeben. Nur in südwestlicher Richtung bilden die o.g. Nahversorger den Abschluss des Siedlungsgebiets, während im Osten weiterhin Wohnbebauung anschließt.

Im Bereich des Ortskerns gibt es immer wieder auch funktionale Lücken und Wohnhäuser entlang der B 72, so z. B. zwischen Knippelkamp und Kirchstraße oder zwischen Stikelkamper Straße und Blumenstraße. Hier ist anzunehmen, dass angesichts des in Kapitel 1 beschriebenen begrenzten Wachstums des stationären Einzelhandels Bestand und Dichte weiter abnehmen werden. Eine größere Ausdehnung der Haupthandelslagen ist daher nicht zu empfehlen, vielmehr sollte auf eine kompakte, funktionsgemischte und lebendige Ortsmitte hingearbeitet werden.

Förderlich wäre es daher im Hinblick auf Einzelhandel und Dienstleister, die Geschäftssituation in Hesel qualitativ (Sortimentsvielfalt, Warenpräsentation, Ladenbau, Beratung) gezielt weiterzuentwickeln. Ein quantitatives Wachstum ist voraussichtlich nur über moderate Anpassungen an die Marktbedingungen, d.h. geringfügige Erweiterungen zur Modernisierung, oder im Zuge einer Verbesserung der Lage innerhalb des (Samt)Gemeindegebiets zu erwarten. Einzig bei den Sortimenten Bekleidung, Schuhen sowie Bücher und Sanitätswaren ist ein Abbau der Angebotslücken durch die Ansiedlung neuer Betriebe in standortgerechter Dimensionierung zu empfehlen.

Darüber hinaus gilt es, die Aufenthaltsqualität zu verbessern. Dies lässt sich grundsätzlich durch ansprechende Gestaltung der Fassaden und Außenflächen aber auch des öffentlichen Raums erreichen. Eine Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit und Anbindung für Radfahrer durch Ertüchtigung der Fuß- und Fahrradwege kann hierzu ebenfalls einen Beitrag leisten. An vielen Stellen ist insbesondere der Bereich Im Brink mit großzügigen Straßenquerschnitten und weitläufigen Pkw-Parkplätzen bislang eher Auto-orientiert. Hinzu kommt die hohe Verkehrsbelastung der B 72, die das Einkaufen beiderseits der Bundesstraße im Ortskern erschwert, sowohl bei der Querung zu Fuß als auch beim Erreichen unterschiedlicher Betriebe mit dem Pkw.

Die cima empfiehlt, Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten auch weiterhin im zentralen Versorgungsbereich Hesel zu konzentrieren, um diese relativ zentral gelegene Einzelhandelslage in ihrer Funktion zu erhalten und zu stärken. Die Samtgemeindegröße bietet nicht ausreichend Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial, um zentrenrelevante Sortimente an mehreren Standorten vorzuhalten, ohne dass Frequenz- und Funktionsverluste drohen.

6.3 Sonstiges Gemeindegebiet

Auch außerhalb der großen Einzelhandelskonzentration in Hesel finden sich im sonstigen (Samt)Gemeindegebiet zahlreiche Anbieter, die allerdings in Bezug auf ihre räumliche Ballung, Lage und das Vorhandensein weitere Zentrenfunktionen nicht genügend Kriterien für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich erfüllen (vgl. Kapitel 6.1). Da es ebenfalls keine Fachmarkttagglomeration auf dem Gebiet der Samtgemeinde gibt, werden alle übrigen Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hesel dem „sonstigen Gemeindegebiet“ zugeordnet. Eine besondere Würdigung erfahren jedoch im Folgenden die zwei einzelnen Nahversorgungsstandorte im Westen von Hesel und in Holtland.

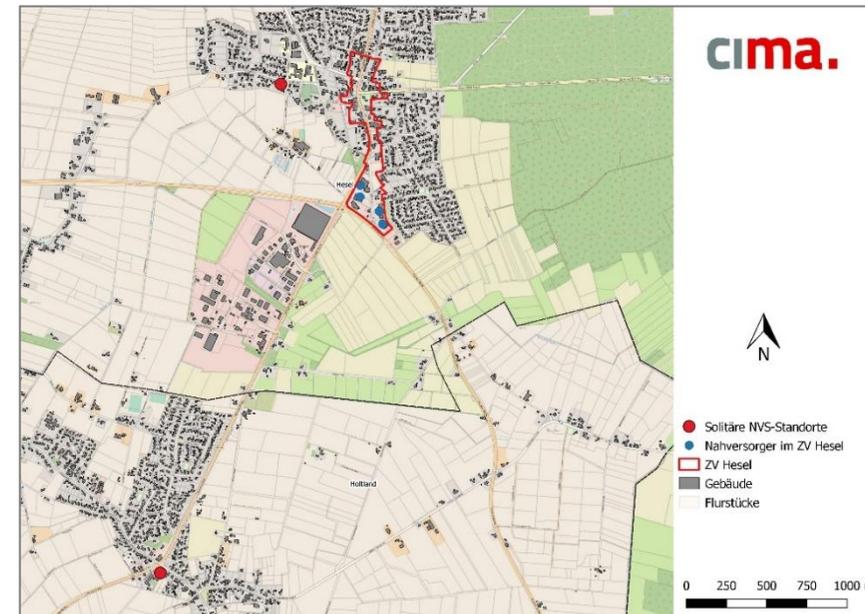
Solitäre Nahversorgungsstandorte Hesel-Kirchstraße, Holtland

Zwei Lebensmittelanbieter von relevanter Größe (über 400 qm VK) liegen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hesel. Das sind der nah und gut-Markt in der Kirchstraße in Hesel sowie der Markt (vormals NEZ) in Holtland. Beiden verdichten das Nahversorgungsnetz im Samtgemeindegebiet und sichern die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und anderen Dingen des täglichen Bedarfs.

Für die westlichen Siedlungsteile von Hesel stellt der nah und gut-Markt den nächstgelegenen Lebensmittelmarkt dar. Die fußläufige Erreichbarkeitsraum deckt große Teile der Wohngebiete ab. Schüler des Schulzentrums bilden eine weitere Kundengruppe. Mit Bäckerei, Reinigungsannahme, Lotto-Schalter und Hermes Paketshop erfüllt der inhabergeführte, kleinflächige Vollsortimenter eine Vielzahl von Funktionen.

Holtland ist neben Hesel der einzige Ort in der Samtgemeinde, der über einen kleinen Supermarkt verfügt. Auch wenn wesentliche Teile des langgestreckten Ortsgebietes nicht im Radius von 10 Gehminuten zum Vollsortimentsbetrieb liegen, gewährleistet er durch seine zentrale Lage trotzdem eine Grundversorgung der Bevölkerung von Holtland. Der Markt verfügt ebenfalls über eine Bäckerei-Filiale, Frischetheke und einen Blumenladen.

Abb. 31: Solitäre Nahversorgungsstandorte



Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA, CC-BY-SA, Landkreis Leer (Auszug aus den Geobasisdaten der Nds. Vermessungs- und Katasterverwaltung, LGLN © 2019)

Bearbeitung: cima 2021

Die Nahversorgungsfunktion beider Märkte gilt es aus Gutachtersicht zu erhalten und stärken. Ab einer Verkaufsflächengröße von 800 qm muss allerdings laut Baurecht die städtebauliche Verträglichkeit und Nicht-Schädigung der umliegenden zentralen Versorgungsbereiche nachgewiesen werden. Beide Anbieter liegen an der unteren Grenze der heute gängigen Formate im Lebensmitteleinzelhandel und könnten mittelfristig eine Erweiterung auf modernere Vertriebstypen anstreben.

Abb. 32: Anbieter an solitären Nahversorgungsstandorten



Fotos: cima 2020

Sonstige Standorte

In vielen Kommunen sind Fachmarktstandorte oder -agglomerationen entstanden, da Anbieter mit großen Flächenbedarfen, z. B. Möbel- und Einrichtungshäuser, Bau- und Gartenmärkte, in eher dicht bebauten Ortsmitten keine geeigneten Grundstücke vorfinden. Entsprechend ist im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen geregelt, dass Anbieter sogenannter nicht-zentrenrelevanter Sortimente „auch außerhalb städtebaulich integrierter Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des Zentralen Ortes“ (ebd. 2.3 Ziffer 06) zulässig sind, sofern sie ihre zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % und höchsten 800 qm Verkaufsfläche beschränken.

Derart großflächige Fachmärkte gibt es im Samtgemeindegebiet nur wenige. Sie liegen zudem meist vereinzelt und bilden keine Agglomeration im engeren Sinne. Dazu gehören Garten König und Schröder Fenster & Wintergärten im Gewerbegebiet südlich des Aldi-Lagers. Die nicht-zentrenrelevante Sortimente mit langfristigem Beschaffungsrhythmus gehören nur begrenzt zum landesplanerischen Versorgungsauftrag eines Grundzentrums wie der Samtgemeinde Hesel. Daher ist mit Ausnahme des Bestandschutzes und ggf. moderater Erweiterung zur marktkonformen Anpassung der Warenpräsentation oder Aufnahme von Kundenservices ein Ausbau

dieser Sortimente und auch des Standortes in Gewerbegebietslage nicht zu empfehlen.

Abb. 33: Anbieter an sonstigen Standorten (Auswahl)



Fotos: cima 2020, 2019

Ein Sonderfall ist Kaiser in Firrel mit seinem Möbel- und Modehaus. Da Möbel und Einrichtungsgegenstände nicht zu Fuß, sondern nur mit dem Auto transportiert werden können, ist dieser Pkw-orientierte Standort trotz seiner randlichen Lage innerhalb der Samtgemeinde als unkritisch anzusehen. Die Bekleidungssortimente jedoch sind baurechtlich stets den Innenstädten und Ortszentren zugewiesen. Erweiterungen und Ergänzungen des historisch gewachsenen und etablierten Standortes sind daher nur unter Prüfung von Ausnahmeregelungen denkbar. Der Standortbereich wird von der cima als solitärer Fachmarktstandort kategorisiert.

Weitere in der Regel kleinere Läden liegen in Wohn- oder Mischgebieten sowie an sonstigen nicht integrierten Standorten. Diese eignen sich aus Gründen der Verkehrsvermeidung und mangels Möglichkeit zu Kopplungskäufen nicht für die Weiterentwicklung als Einzelhandelsstandort.

7 Branchenkonzept

7.1 Ableitung der Sortimentsliste für die Samtgemeinde Hesel

7.1.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LROP Niedersachsen oder auch der Rückgriff auf allgemein gültige Sortimentslisten (z. B. Empfehlungen aus dem LROP, der IHK etc.) ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadt- oder Gemeindegebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.¹⁷

Die Liste der zentrenrelevanten oder nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Samtgemeinde Hesel dient dem Schutz und der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 qm Verkaufsfläche): Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z. B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u. a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.¹⁸

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist“ (VGH Mannheim; Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05)).

¹⁷ OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzepts.

¹⁸ Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschuss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht.“

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) vollständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den Zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.¹⁹

Das OVG Münster weist zudem in einem Urteil vom 03. Juni 2002 (7 aD 92/99.NE) darauf hin, dass keine allgemeingültige Sortimentsliste besteht. „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als ‚zentrenrelevant‘“ erweist. Das Gericht weist vielmehr auf die Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente hin.

Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.²⁰ Dabei können bestehende Listen der

Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein sollte, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen, um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Unbestimmte Kategorien wie beispielsweise „Sonderpostensortiment“ können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht-zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen.

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10 % der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.²¹

Die Sortimentsliste muss politisch per Ratsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzern, vorhandenen Einzelhandelsbetrieben), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Entwicklung einer Sortimentsliste für Hesel soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten

¹⁹ Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von einzelnen Sortimenten

²⁰ vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

²¹ Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Samtgemeinde bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Verwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung in den Mitgliedsgemeinden kann lediglich als Anhaltspunkt dienen. Für die Zentrenrelevanz sind aus Sicht der cima folgende Faktoren mitentscheidend:

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Samtgemeinde Hesel sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in qm) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhe zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.
Darüber hinaus sollte der Branchenmix der Innenstadt bzw. des Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Innenstadtlage vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.
- **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem kleinen Grundzentrum sind die Frequenzbringer der Innenstadt in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereiches (u. a. Lebens-

mittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.

- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen einer Innenstadt umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadt-/Ortsbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind in der Regel nur selten geeignet für einen zentralen Versorgungsbereich.

Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Ortskernlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt.

- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt werden kann (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind

kleinformatig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

- **Planungswille der Stadt/ Gemeinde:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt- oder Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

7.1.3 Ableitung der Heseler Sortimentsliste

Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Samtgemeinde Hesel. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als spezielle „Unterform“ der zentrenrelevanten Sortimente zu betrachten. Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des täglichen und wöchentlichen Bedarfs kann eine Ansiedlung auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können.

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,

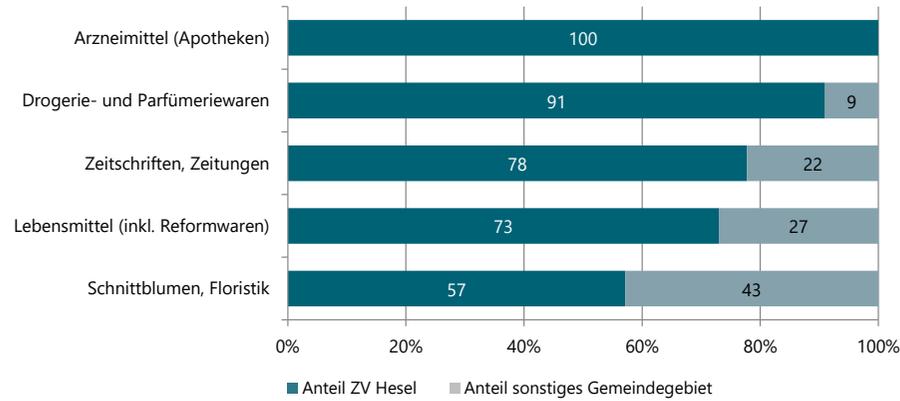
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen,
- vorwiegend in den Ortskernen angeboten werden,
- i.d.R. einen Erlebniseinkauf nach sich ziehen.

Nicht-zentrenrelevant sind hingegen vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen,
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden und
- eher einem Versorgungs- als einem „Erlebniseinkauf“ dienen.
- Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität.

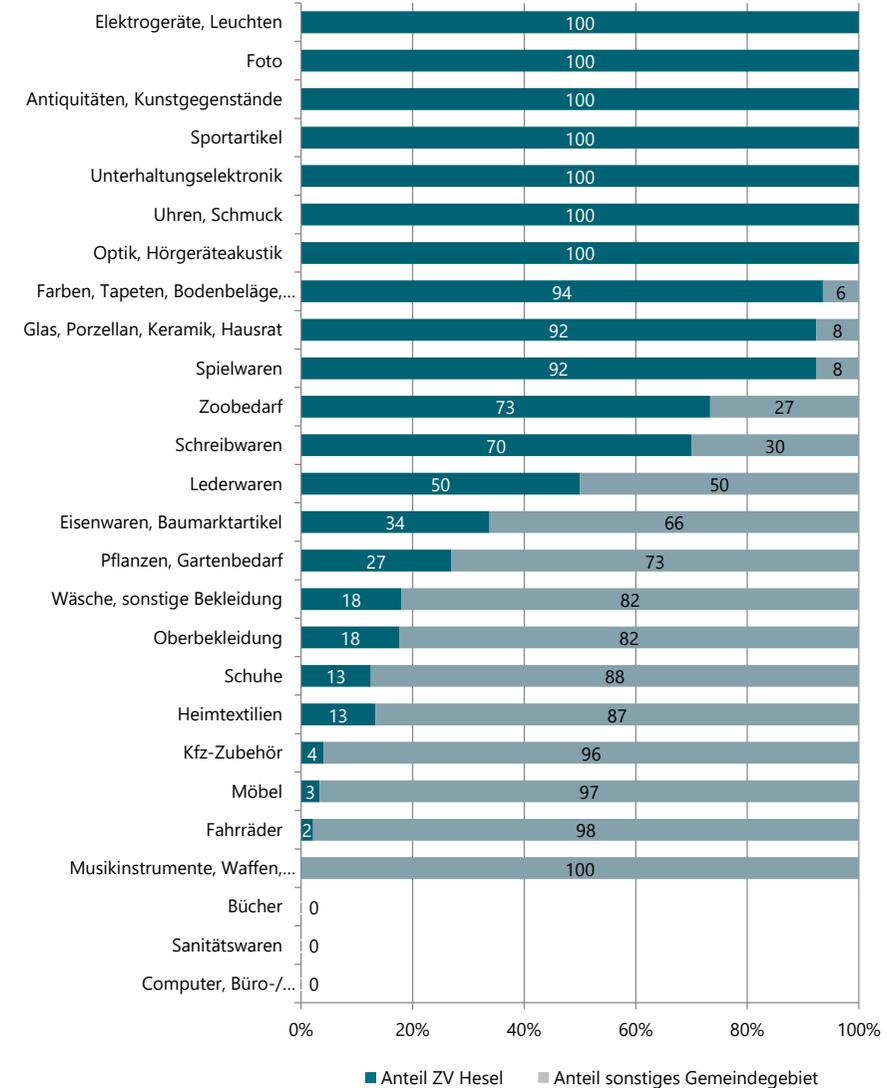
In den nachfolgenden Abb. 34 und Abb. 35 werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels in den Einzelhandelslagen für die Sortimente des periodischen und aperiodischen Bedarfs dokumentiert.

Abb. 34: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereich auf Sortimentsebene: periodischer Bedarf



Quelle: cima 2021 (Rundungsdifferenzen möglich)

Abb. 35: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: aperiodischer Bedarf



Quelle: cima 2021 (Rundungsdifferenzen möglich)

Aus der Angebotsstruktur des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel ergibt sich folgende Ableitung der Heseler Sortimentsliste:

Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant):

- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)
- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke), Reformwaren
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)
- Schnittblumen und kleinere Pflanzen
- Zeitungen und Zeitschriften

Zentrenrelevante Sortimente:

- Antiquitäten, Kunstgegenstände
- Baby-/ Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen, Kindersitze)
- Bekleidung, Wäsche
- Bücher
- Computer und Kommunikationselektronik (einschließlich Zubehör)
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektrokleingeräte)
- Foto und Zubehör
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Haus- und Heimtextilien (u. a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Lampen und Leuchten
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Medizinisch-orthopädischer Bedarf
- Musikalien, Musikinstrumente
- Optische und akustische Artikel
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf

- Parfümerie- und Kosmetikartikel
- Schuhe
- Spielwaren
- Sportartikel (inkl. Sportbekleidung und -schuhe)²²
- Uhren, Schmuck
- Unterhaltungselektronik, Tonträger

Nicht-zentrenrelevante Sortimente:

- Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“)
- Fahrräder und Fahrradzubehör
- Farben und Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- Kfz und Kfz-Zubehör
- Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)
- Sport- und Freizeitgroßgeräte (inkl. Angler-, Jagd-, Reitsportbedarf und Campingartikel)
- Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel
- Sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen

²² ohne Sport- und Freizeitgroßgeräte

Erklärung zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Die Aufstellung berücksichtigt die nachfolgenden spezifischen Aspekte des Handels in der Samtgemeinde sowie das allgemeine Verbraucherverhalten:

Nahrungs- und Genussmittel, also Lebensmittel im weiteren Sinne inkl. Getränke sowie Reformwaren, stellen unstrittig den Kern des sogenannten täglichen Bedarfs dar. Sie werden regelmäßig und häufig konsumiert, sollten verbraucher- und wohnartnah verortet und gut erreichbar sein, auch fußläufig. 73 % der Verkaufsfläche liegt innerhalb des ZV Hesel.

Drogerieartikel wie Körperpflegeprodukte, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel gehören ebenfalls in den kurzfristigen, täglichen Bedarfsbereich und werden in der Regel gemeinsam mit Lebensmitteln gekauft. 91 % der Verkaufsfläche liegt innerhalb des ZV Hesel.

Die über die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und Drogerieartikel hinaus aufgeführten Warengruppen stellen **Waren des täglichen Bedarfs** dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden wird, wie z. B. **Zeitungen und Zeitschriften**. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten.

Pharmazeutische Artikel und **Arzneimittel** werden fast ausschließlich in Apotheken verkauft und sollten insbesondere für mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsgruppen zentral und gut erreichbar vorgehalten werden. Da die einzige Apotheke der Samtgemeinde im ZV Hesel liegt, sind 100 % der Verkaufsfläche in diesem Segment dort verortet.

Bei der Warengruppe **Blumen** wird eine Differenzierung zwischen **Schnittblumen, Floristik** und **gartenmarktspezifischen Sortimenten** vorgenommen. Da Schnittblumen als Sortiment des periodischen Bedarfs in der Regel u. a. über Fachgeschäfte in Ortskernlagen oder im Lebensmitteleinzelhandel verkauft werden, sind diese als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen. Waren des Gartenbedarfes (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und -gefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die u. a. aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des hohen Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben

sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Erklärung zu den zentrenrelevanten Sortimenten

Sortimente mit einem bedeutenden Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich Hesel sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da sie zu den Kernsortimenten des strukturprägenden, z. T. mittelständischen Facheinzelhandels in der Haupteinzelhandelslage der Gemeinde gehören. Die als zentrenrelevant definierten Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den Einzelhandel im Ortskern und dem Standortbereich Im Brink ein. Darüber hinaus wird im Folgenden die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn diese bisher nicht im Ortskern bzw. nur mit einem sehr geringen Anteil vertreten sind, aber eine strategische Bedeutung für die Zentrumsentwicklung und die Frequenzsicherung des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich übernehmen können.

Die zwei spezialisierten Anbieter von **Antiquitäten und Kunstgegenständen** sind beide innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Hesel ansässig. Anderenorts werden antike Möbel, Gemälde und Kunstobjekte oftmals auf geringen Flächen in großen Möbelfachmärkten verkauft. In Hesel jedoch kann es klar den zentrenprägenden Sortimenten zugerechnet werden.

Im Segment **Bekleidung/ Wäsche** ist in der Samtgemeinde Hesel eine untypische Struktur vorzufinden. Gut 81 % der Verkaufsfläche vereint ein einzelnes Geschäft auf sich, welches außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hesel und in der nur 834 Einwohner zählenden Mitgliedsgemeinde Firrel liegt. Abgesehen von dieser historisch gewachsenen Atypik und Kleinstflächen Wäsche im Markant sowie Arbeitsbekleidung im Raiffeisen-Markt werden die Sortimente ausschließlich im Kik-Markt sowie als Randsortimente bei Combi, Aldi, Rossmann, Lidl, Netto, Müller & Janßen und Baudi im zentralen Versorgungsbereich geführt. Die CIMA empfiehlt daher

diese typisch zentrenrelevanten Leitsortimente auch in Hesel als zentrenrelevant zu bewerten.

Das Sortiment **Bücher** ist zur Zeit der Einzelhandelserhebung in der Samtgemeinde nicht erfasst worden. Klassischer Weise werden Bücher in kleinen Fachgeschäften der Innenstädte und Ortskerne sowie z. T. als Randsortiment in größeren Lebensmittel- und Drogeriemärkten angeboten. Um die Wiederherstellung dieser wünschenswerten Struktur in Hesel nicht zu behindern, sollten Bücher den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

In der Sortimentsgruppe **Computer und Kommunikationselektronik**, einschließlich Zubehör fand die cima keinen Bestand vor. Als Randsortiment von Elektronikfachmärkten und Dienstleistern kann das Sortiment jedoch im Verbund eine zentrenprägende Wirkung entfalten und sollte daher den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Für **Elektrohaushaltsgeräte** und **Lampen, Leuchten** existieren in der Samtgemeinde kleinere Flächen bei mehreren Anbietern. 100 % der Verkaufsfläche liegt im zentralen Versorgungsbereich und kann somit als ortsspezifisch zentrenrelevant gewertet werden. Allerdings empfiehlt die cima für die baurechtliche Steuerung eine Unterscheidung zwischen **Elektrokleingeräten** wie Wasserkocher, Fön o.Ä., die auch als Randsortiment im Lebensmitteleinzelhandel verkauft und darüber hinaus ohne Auto transportiert werden können und Elektrogroßgeräten, sogenannter „Weiße Ware“. Dazu gehören Waschmaschinen, Kühlschränke etc., die zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu rechnen sind.

Die Warengruppe **Foto und Zubehör** findet sich zu 100 % im zentralen Versorgungsbereich, wenn auch nur auf kleiner Fläche im Drogeriemarkt Rossmann.

Das Sortiment **Glas, Porzellan, Keramik und Hausrat** mit einem Zentrenanteil von 92 % findet sich vor allem im Antikpark Gräfe und der Bastelstube, bei Oltmanns und Elektro Wieder, daneben Randsortiment im Baudi, bei den Lebensmittel- und Drogeriemärkten sowie als Kleinstflächen in Gärtnereien und Blumenläden.

Bei den **Haus- und Heimtextilien** ist das Modehaus Kaiser der mit Abstand größte der drei Anbieter. Entsprechend fallen 87 % der Verkaufsfläche nicht in den ZV Hesel. Analog zur Atypik im Segment Bekleidung/ Wäsche empfiehlt die cima das typisch zentrenrelevante Sortiment auch in Hesel als solches einzustufen.

Lederwaren, Koffer und Taschen werden in der Samtgemeinde zurzeit ausschließlich als Randsortimente im Modehaus Kaiser außerhalb des ZV Hesel sowie bei KIK innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten. Bei gleichen Verkaufsflächengrößen liegt eine 50/50-Verteilung vor. Aufgrund der o.g. Atypik des Kaiser-Standortes empfiehlt die cima das Sortiment als zentrenrelevant einzustufen.

Für das Sortiment **medizinisch-orthopädischer Bedarf** (inkl. Sanitätswaren) und ließ sich in Hesel kein Bestand feststellen. Im südlichen Teil des zentralen Versorgungsbereichs sind die beiden einzigen Anbieter von **optischen und akustischen Artikeln**, de Buhr und Lienemanns Hörwelt, ansässig und lassen daher eine Zentrenrelevanz von 100 % ableiten. Aufgrund der inhaltlichen Nähe zu den Sanitätswaren empfiehlt die cima die Einordnung beider Warengruppen zu den zentrenrelevanten Sortimenten.

Bei **Musikalien, Musikinstrumente** fallen derzeit 100 % der Verkaufsfläche auf ein kleines Geschäft in Holtland. Aus dieser monozentralen Struktur lässt sich keine Zentrenprägung herleiten. Jedoch empfiehlt die cima für eine zukünftige Entwicklung die Einordnung zum zentrenrelevanten Sortimentsbereich.

Ferner ist das Sortiment **Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf** den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen, bei einem Anteil von 70 % im ZV Hesel. Ein Schreibwarengeschäft gibt es in Hesel nicht, die Flächen setzen sich aus Randsortimente bei Combi, Rossmann und Kik zusammen.

Das Sortiment Drogerieartikel wird bereits den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugerechnet, daher sollten die ergänzenden **Parfümerie- und Kosmetikartikel** als zentrenrelevantes Sortiment erwähnt werden.

Auch das Sortiment **Schuhe** ist als typisches innerstädtisches Leitsortiment in der Samtgemeinde von der o.g. Atypik durch das Modehaus Kaiser

betroffen. Schuhe sollten trotz ihres ZV-Anteils von zurzeit nur 13 % den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, damit entsprechende Fachgeschäfte zukünftig in den ZV Hesel gelenkt werden können.

In der Branche **Spielwaren** entfällt aktuell ein Anteil von 92 % der Verkaufsfläche auf Einzelhändler im zentralen Versorgungsbereich. Ein klassisches Spielwarengeschäft existiert im Gemeindegebiet nicht, das größte Angebot findet sich in der Bastelstube, im Rossmann, Kik und Combi.

Das Sortiment **Sportartikel** (inkl. Sportbekleidung und -schuhe) befindet sich zu 100 % im zentralen Versorgungsbereich. Zur besseren baurechtlichen Steuerung sollen in der Sortimentsliste allerdings die Sport- und Freizeitgroßgeräte gesondert behandelt und u. a. aufgrund ihrer z. T. begrenzten Transportfähigkeit dem nicht-zentrenrelevanten Bereich zugeordnet werden.

Uhren und Schmuck sind bei de Buhr und auf kleiner Randsortimentsfläche bei Kik vertreten. Ihr Zentrenanteil liegt somit bei 100 %.

Das Sortiment **Unterhaltungselektronik, Tonträger** wird in der Samtgemeinde nur im Randsortiment und auf Aktionsflächen der Lebensmittel- und Drogeriemärkte angeboten. Diese liegen zu 100 % im ZV Hesel. Das Sortiment kann folglich als klar zentrenrelevant eingestuft werden.

Erklärung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

Das **baumarktspezifischen Kernsortiment** mit Eisenwaren, Fliesen, Werkzeug und Baumarktartikel findet sich zwar zu 34 % bei den Anbietern Baudi und Müller & Janßen und somit innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Gut zwei Drittel liegen allerdings außerhalb. Dies ist ein durchaus normaler Wert, da derartige Märkte aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs in der Regel nur in Randlagen oder Gewerbegebieten unterkommen. Diese Entwicklungen könnten Baudi und Müller & Janßen bei eventuellen zukünftigen Expansionsbestrebungen nachholen und dürften sich großflächig außerhalb des ZV Hesel ansiedeln, wo sie z. B. auch besser für (Groß)Kunden mit Anhänger, Transporter oder LKW erreichbar sind.

Die cima empfiehlt, das Sortiment **Elektrohaushaltsgeräte** (Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“) als nicht-zentrenrelevantes Sortiment einzuordnen. Zur besseren baurechtlichen Steuerung sollte die genannte Unterscheidung bei den Elektrogeräten vorgenommen werden und die Großgeräte aufgrund ihres Platzbedarfs und der Nähe zum Möbelsegment den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Das Sortiment **Fahrräder und Fahrradzubehör** ist aus Gutachtersicht den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Das dominierende Fachgeschäft befindet sich weit außerhalb der Ortskerne der Mitgliedsgemeinden. Neuansiedlungen von Anbietern dieses Sortiments finden heutzutage üblicherweise in Form von flächenbeanspruchenden Fachmärkten statt. Die aktuellen Branchenentwicklungen, u. a. in der E-Mobilität, lassen derzeit keine Abkehr von der derzeitig überwiegenden Angebotsform erkennen.

Die Verkaufsflächen für **Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge** als klassisches nicht-zentrenrelevantes Sortiment sind in Hesel aufgrund der Anbieter Baudi und Müller & Janßen zwar zu 94 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verortet. Dort können sie auch bleiben, dürften sich zukünftig aber bei einer Eingruppierung als nicht-zentrenrelevant ebenfalls außerhalb ansiedeln und größere Verkaufsflächen und Parkplätze realisieren.

Einen Verkaufsflächenanteil von 73 % außerhalb der abgegrenzten Zentren erzielt das **gartenmarktspezifische Kernsortiment**. Gartenbedarfe und Pflanzen zählen zu den Sortimenten, die typischerweise von großflächigen Fachhändlern, Gärtnereien, Baumschulen und Baumärkten angeboten werden. Die cima empfiehlt daher, das gartenmarktspezifische Sortiment den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Das Sortiment **Kfz und Kfz-Zubehör** ist aus Gutachtersicht in der Samtgemeinde Hesel den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen, da zu es prädestiniert ist für Auto-orientierte Standorte außerhalb der Ortszentren und entsprechend zu 96 % bereits dort angeboten wird.

Im Sortiment **Möbel** beträgt der Verkaufsflächenanteil außerhalb der zentralen Lagen, hauptsächlich bedingt durch Kaiser in Firrel, aber auch Outdoor Living und Wohndervoll am östlichen Ortsrand von Hesel, rd. 97 %. Da Anbieter dieses typisch nicht-zentrenrelevanten Sortiments in der Regel große Flächen beanspruchen, empfiehlt die cima, das Sortiment Möbel den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Die Sortimente **Sport- und Freizeitgroßgeräte** (inkl. Angler-, Jagd-, Reitsportbedarf und Campingartikel) sind üblicherweise als nicht-zentrenrelevant einzustufen. In Abgrenzung zu den zentrenrelevanten Sportartikeln, Sportbekleidung und Sportschuhen können sie wie folgt definiert werden: Sportgroßgeräte sind von ihrer Zweckbestimmung und/oder aufgrund des hohen Gewichtes, der Sperrigkeit usw. dafür vorgesehen, nicht oder nur selten transportiert zu werden. Hierzu gehören beispielsweise Fußball- und andere Tore, Basketballkörbe, Tischtennisplatten, Billardtische, Hantelbänke, Heimtrainer, Laufbänder usw. Andere Sport- und Freizeitgroßgeräte können jene sein, die nach ihrer Zweckbestimmung zwar häufig mobil an unterschiedlichen Orten eingesetzt werden können und sollen, deren Transport aber ohne Hilfsmittel (d. h. Pkw, Anhänger o. ä.) nicht oder nur schwer möglich ist. Hierzu zählen beispielsweise Boote, Windsurfing-Boards und -segel, Pressluftflaschen usw.

Übrige Sportartikel, die meist die Eigenschaft aufweisen, dass sie leicht transportiert werden können bzw. ihrer Zweckbestimmung nach dazu dienen, auch über längere Distanzen mitgeführt zu werden, sind dem zentrenrelevanten Sortiment Sportartikel zuzuordnen. Dazu gehören beispielsweise (Tisch)Tennisschläger, Bälle, Yoga-Matten etc.

Ähnliche Unterscheidung gilt für ein Teilsortiment aus dem **Baby- und Kleinkindbedarf: Kinderwagen und Kindersitze** sind sperrig oder explizit für die Nutzung im Auto vorgesehen. Sie werden oftmals als Randsortiment in Möbelhäusern oder Fahrradfachmärkten angeboten. Der Verkauf im zentralen Versorgungsbereich Hesel ist selbstverständlich trotzdem weiterhin möglich.

Die cima empfiehlt, das Segment **Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel** den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der Verkaufsflächenanteil innerhalb der Heseliger Ortskerne und Im Brink liegt derzeit bei hohen 73 %. Aufgrund der Tatsache, dass der Wert ausschließlich den zahlreichen Randsortimenten der großen Lebensmittel- und Drogeriemärkte zuzuschreiben ist, stellt dieses Sortiment trotzdem keine strukturprägende Relevanz für die Ortsmitte dar. Großflächige, moderne Anbieter haben eher Fachmarktcharakter und zielen auf Kunden ab, die diese Artikel zwecks Vorratshaltung in größeren Gebinden mit dem Pkw einkaufen. Eine derartige Entwicklung sollte nicht zwingend in die ZVBs gelenkt werden.

Als letzte nicht-zentrenrelevante Sortimentsgruppe sind Waren des sonstigen Einzelhandels zu nennen. Hierzu zählen unter anderem **Erotikartikel, Waffen etc.** Eine belebende Funktion als Frequenzbringer soll diesen Sortimenten in der Regel nicht zu Teil werden oder ist explizit unerwünscht. Entsprechend ist eine planerische Lenkung auf die Ortsmitte und zentralen Lagen eher die Ausnahme. Daher empfiehlt die cima die Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Anhand der Einzelhandelsanalyse konnte verdeutlicht werden, dass in der Samtgemeinde Hesel in einigen Warengruppen und Sortimenten der Bedarf für ergänzende Ansiedlungen oder Angebotserweiterung besteht. Nachfolgend soll aufgezeigt werden, an welchen Standorten für bestimmte Sortimente Ansiedlungspotenzial infrage kommt bzw. in welche Richtung der Handel weiterentwickelt werden sollte. Durch die Schaffung einer möglichst attraktiven Einzelhandelslandschaft mit einem für ein Grundzentrum angemessenen Angebot soll die bestehende Versorgungssituation gesichert und in einigen Sortimenten insbesondere des aperiodischen Bedarfsbereichs die Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung gesteigert werden. Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Samtgemeinde Hesel mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben am Zentrenkonzept bewertet und nach Sortiment und Zielstandort beurteilt werden.

Mit der Orientierung an den folgenden Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Samtgemeinde getrieben bzw. der Wettbewerb eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Samtgemeinde. Wenn es gelingt, sich an diesem Zentrenkonzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) zentrenorientierte Entwicklungen und verbliebene Spielräume.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend den Zielvorstellungen des Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches) angepasst werden.²³

²³ Das Einzelhandelskonzept der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt, zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und

Das hier vorgelegte Zentrenkonzept für die Samtgemeinde Hesel wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet.

Für die unterschiedlichen Sortiments- und Standortkategorien ergeben sich folgende strategische Aussagen, die anschließend in einer Matrix (Abb. 37) veranschaulicht werden:

Nahversorgung

- Die Sicherung bestehender Standorte (insb. im zentralen Versorgungsbereiche) geht vor Neuansiedlungen.
- Moderate Anpassungen an die Marktbedingungen (Erweiterungen) und Verlagerungen im Rahmen nachzuweisender Verträglichkeit möglich.
- Grundsätzlich keine Neuansiedlung in sonstigen Lagen. Neue Standorte zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung nur in direkter, fußläufiger Nähe zu Wohn- und Mischgebieten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation mit nachgewiesener Verträglichkeit für bestehende, integrierte Nahversorgungsstandorte.
- Ziel: Sicherung und behutsame Weiterentwicklung der Nahversorgung für einen möglichst großen Teil der Einwohner.

Zentrenrelevante Sortimente

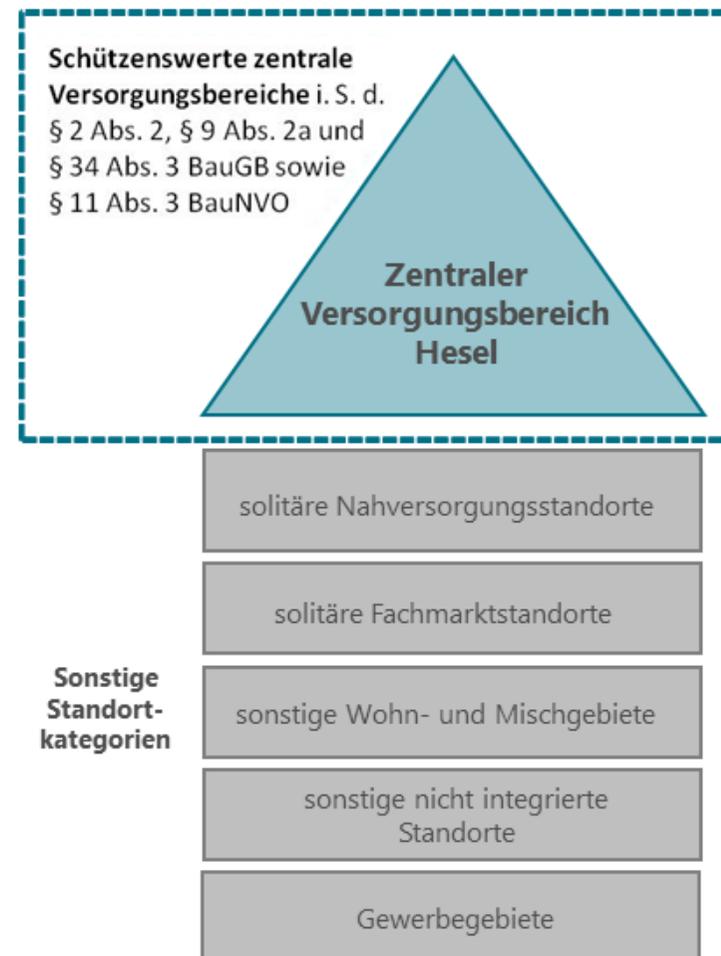
- Fokussierung zukünftiger Entwicklungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hesel; Bestandsschutz für Modehaus Kaiser in Firrel.
- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente in allen sonstigen Lagen, bzw. Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente auf höchstens 10 % der Verkaufsfläche (max. 800 qm) gemäß LROP 2.3 06.
- Ziel: Entwicklung eines attraktiven, kompakten und langfristig wettbewerbsfähigen zentralen Versorgungsbereiches in Hesel.

Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z. B. Rechtsanwälten) einzuholen.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich möglich bei landesplanerischer Verträglichkeit.
- Gemäß LROP Ansiedlungen und Erweiterungen großflächig auch außerhalb städtebaulich integrierter Lagen möglich an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des Zentralen Ortes,²⁴ dabei Beschränkung der zentrenrelevanten Sortimente im Randsortiment auf höchstens 10 % der Gesamtverkaufsfläche (max. 800 qm)
 - an solitären Nahversorgungsstandorten keine Ansiedlung, nur ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung. Diese Standorte dienen vorrangig der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Dingen des täglichen Bedarfs, d.h. nahversorgungsrelevanten Sortimenten;
 - an solitären Fachmarktstandorten nur nach eingehender baurechtlicher und landesplanerischer Einzelfallprüfung;
 - in sonstigen Wohn- und Mischgebieten und sonstigen nicht-integrierten Lagen nur ausnahmsweise möglich, nach eingehender Einzelfallprüfung. Wohngebiete sollen von Einkaufsverkehren freigehalten werden, eine diffuse Verteilung von Einzelhandelsbetrieben vermieden werden;
 - Gewerbegebiete sollten dem produzierenden Gewerbe und Handwerksbetrieben vorbehalten bleiben und daher möglichst von Einzelhandel freigehalten werden. Historisch gewachsene Betriebe und Mischformen haben Bestandsschutz.
- Ziele: Sicherung einer Grundversorgung mit aperiodischen, nicht-zentrenrelevanten Sortiment an zentralen, gut erreichbaren Standorten; Vermeidung von zusätzlichen Einkaufsverkehren zu neuen, diffusen Standorten; kein neuer Einzelhandel in Gewerbegebieten.

Abb. 36: Übersicht der Standortkategorien in der Samtgemeinde Hesel



Quelle: cima 2021

²⁴ Zentraler Ort und Grundzentrum der Samtgemeinde ist Hesel, vgl. Kapitel 2.1 sowie RROP Landkreis Leer 2006, D 1.8 02

7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Hesel

Der zentrale Versorgungsbereich Hesel soll langfristig entwickelt und attraktiv aufgestellt werden. Ziel ist der Erhalt und die Stärkung der Zentrums- und Versorgungsfunktion. Um dies erreichen zu können, sind innerörtliche Entwicklungen zukünftig prioritär auf diesen Bereich zu konzentrieren. Zur Etablierung und Positionierung der Zentrums- und Versorgungsfunktion, die sich vom Ortskern zur Straße Im Brink erstreckt, sollen Neuansiedlungen und Erweiterungen von Betrieben vor allem mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig hier stattfinden, sofern sie raumordnerisch verträglich sind. Eine weitere Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs hingegen gilt es angesichts des begrenzten Wachstums im Einzelhandel zu vermeiden.

Für den zentralen Versorgungsbereich Hesel gelten daher folgende Ansiedlungsstrategien:

- Groß- und kleinflächige, prioritäre Ansiedlung sowie Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlung sowie moderate Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

Bei potenziellen neuen Vorhaben ist grundsätzlich darauf zu achten, dass diese eine sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote sind. Eine ansprechende und zeitgemäße, gestalterische Umsetzung neuer Entwicklungen sollte ebenso berücksichtigt werden wie die Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit.

7.2.2 Ansiedlungsstrategien für solitäre Nahversorgungsstandorte

Die zwei außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gelegenen Lebensmittelhändler in der Kirchstraße in Hesel sowie in Holtland nehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen für die umliegenden Wohngebiete wahr. Diese gilt es aus Gutachtersicht zu erhalten und stärken. Da beide Anbieter an der unteren Grenze der heute gängigen Formate im Lebensmitteleinzelhandel liegen, sollte grundsätzlich eine Neupositionierung und moderate Erweiterung im Rahmen der Anpassung an die Marktbedingungen möglich. Ab einer Gesamtverkaufsflächengröße von 800 qm muss jedoch die raumordnerische Verträglichkeit und Nicht-Schädigung umliegender zentraler Versorgungsbereiche nachgewiesen werden.

- Es gelten folgende Ansiedlungsstrategien:
- Keine Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente.
- Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Hauptsortimente, ggf. aber moderate Erweiterungen zur Standortsicherung.
- Keine Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente, ggf. ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung zulässig.

Die bestehenden Nahversorgungsbetriebe genießen an den beiden Standorten Bestandsschutz, unterliegen jedoch - anders als ein zentraler Versorgungsbereich - keinem besonderen baurechtlichen Schutz. Die konkrete Verträglichkeit von großflächigen Erweiterungsvorhaben oder ggf. greifende Ausnahmeregelungen müssen durch ein gesondertes Gutachten geprüft werden.

7.2.3 Ansiedlungsstrategien für solitäre Fachmarktstandorte

Großflächige Fachmärkte außerhalb des ZV Hesel gibt es im Samtgemeindegebiet nur wenige. Sie führen in der Regel nicht-zentrenrelevante, aperiodische Sortimente und liegen zudem meist vereinzelt in Gewerbegebieten (vgl. 7.2.5). Einziger großflächiger Fachmarkt mit zentrenrelevantem Sortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist das Möbel- und Modehaus Kaiser in Firrel. Die Bekleidungs sortimente werden in der Landesplanung und Raumordnung stets den Innenstädten und Ortszentren zugewiesen, um Kopplungskäufe an zentraler Stelle zu ermöglichen. Daher unterliegt der abseits gelegene Standort aufgrund seiner Fehlallokation keinem besonderen baurechtlichen Schutz, trotz seiner Bedeutung für die Bevölkerung. Eine Erweiterung des historisch gewachsenen und etablierten, aber eindeutig Pkw-orientierten Standortes, ist daher nur im Sinne eines dynamischen Bestandsschutzes oder unter Prüfung von Ausnahmeregelungen denkbar.

Für den solitären Fachmarktstandort Kaiser in Firrel gelten daher folgende Ansiedlungsstrategien:

- Keine Neuansiedlung und nur moderate Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente (dynamischer Bestandsschutz bzw. Prüfung von Ausnahmeregelungen).
- Keine Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Hauptsortimente.
- Keine Neuansiedlung und nur moderate Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Sortimente (dynamischer Bestandsschutz bzw. Prüfung von Ausnahmeregelungen).

Verhindert werden sollte zudem die Entstehung eines neuen, gänzlich anders verorteten großflächigen Standortes außerhalb der Gemeinde Hesel, der eine weitere Verkehrszunahme zur Folge hätte. Zukünftige Entwicklungen sind vielmehr das zentrale Siedlungsgebiet des Grundzentrums Hesel zu lenken, z. B. auf die Potenzialflächen im Bereich Hesel Süd-West.

7.2.4 Ansiedlungsstrategien für sonstige Wohn- und Mischgebiete

In sonstigen Wohn- und Mischgebieten sollten grundsätzlich keine Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben erfolgen. Die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Hesel besitzt Priorität.

Die CIMA empfiehlt daher folgende Strategie:

- Grundsätzlich sollte die Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment prioritär im zentralen Versorgungsbereich erfolgen.
- In Ausnahmefällen sind Neuansiedlungen nahversorgungsrelevanter Sortimente in integrierter Lage nach Einzelfallprüfung möglich. Diese neuen Standorte sollten zur Schaffung oder Verbesserung einer fußläufigen Nahversorgung nur in direkter Nähe zu Wohn- und einwohnerstarken Mischgebieten entstehen. Der Nachweis der baurechtlichen und raumordnerischen Verträglichkeit (insb. Nichtschädigung der bestehenden integrierten Nahversorger) ist durch Einzelfallprüfung zu erbringen.
- Bei der Ansiedlung von Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer etc.) und vergleichbaren kleinflächigen Anbietern mit prioritärer wohnortnaher Grundversorgungsfunktion sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten.
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Hauptsortimente ist in sonstigen Wohn- und Mischgebieten nur nach Einzelfallprüfung ausnahmsweise zulässig. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Vereinbarkeit mit der Wohnfunktion beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass die bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

7.2.5 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete und sonstige nicht-integrierte Standorte

Diese Kategorie umfasst Gewerbegebiete mit z. T. historisch gewachsenen Mischformen zwischen Groß- und Einzelhandel bzw. Handwerk und (untergeordnetem) Verkauf von Waren sowie Gewerbegebiete ohne nennenswerten Einzelhandel in Ortsrandlagen und weitere nicht-integrierte Lagen im Samtgemeindegebiet. Im Sinne der übergeordneten Strategie, den Einzelhandel an gut erreichbaren, wohnortnahen Standorten zu konzentrieren, ist mit Ausnahme des Bestandsschutzes und ggf. moderater Erweiterung zur marktkonformen Anpassung der Warenpräsentation oder Aufnahme von Kundenservices ein Ausbau von nicht-integrierten Standorten und jenen in Gewerbegebietslage nicht zu empfehlen.

Die cima sieht für Gewerbegebiete und sonstige nicht-integrierte Standorte die nachfolgende Strategie vor:

- Keine Neuansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanter Sortimente über das aktuelle Maß des jeweils rechtsgültigen Bebauungsplans hinaus. Diese Sortimente sollten prioritär im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Neuansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente im Hauptsortiment sind in Gewerbegebieten auszuschließen. Auch an sonstigen nicht-integrierten Standorten sollte eine Ansiedlung lediglich in Ausnahmefällen erfolgen, wenn sich nachweislich kein Standort im räumlichen Zusammenhang mit bereits vorhandenen Einzelhandelsbetrieben finden lässt.

- Reine Gewerbegebiete sollten möglichst von Einzelhandel freigehalten werden und dem Handwerk sowie produzierenden Gewerbe vorbehalten bleiben.
- In Gewerbegebieten ist Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- und Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter Verkaufsfläche zentrenrelevanter Sortimente ausnahmsweise zulässig.

Abb. 37: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe)

| | Zentrenrelevante Hauptsortimente | | Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente |
|---|---|---|--|
| | | Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente | |
| zentrale Versorgungsbereiche | | | |
| Zentraler Versorgungsbereich Hesel | großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung* | großflächig möglich* | großflächig möglich* |
| sonstige Standortkategorien | | | |
| solitäre Nahversorgungsstandorte | keine Ansiedlung | keine Neuansiedlung aber moderate Anpassung an die Marktbedingungen** | keine Ansiedlung (ggf. ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung**) |
| solitäre Fachmarktstandorte | keine Ansiedlung | keine Ansiedlung | großflächige Ansiedlung nur im zentralen Siedlungsgebiet nach Einzelfallprüfung** |
| sonstige Wohn- und Mischgebiete | keine Ansiedlung | keine Ansiedlung**** (ausnahmsweise in siedlungsstrukturell integrierter Lage nach Einzelfallprüfung**) | keine Ansiedlung (ggf. ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung**) |
| sonstige nicht integrierte Standorte | keine Ansiedlung | keine Ansiedlung | grundsätzlich keine Ansiedlung (ggf. ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung möglich**) |
| Gewerbegebiete | keine Ansiedlung*** | keine Ansiedlung*** | keine Ansiedlung*** |

* ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich. Die Ziele der Landes-Raumordnung sind zu beachten.

** ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich sowie Einschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente. Die Ziele der Landes-Raumordnung sind zu beachten.

*** Ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter, in jedem Fall aber kleinflächiger VKF zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente.

**** Ansiedlungen von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren Anbietern (z. B. Hofläden, Tankstellen) zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung möglich.

8 Aussagen zu konkreten Planvorhaben und Entwicklungsideen

In der Samtgemeinde Hesel wurden zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes zwei Einzelhandels- bzw. städtebauliche Projekte diskutiert. Dies ist zum einen die mögliche Vergrößerung und ggf. Verlagerung des Lidl-Lebensmitteldiscounters in Hesel, zum anderen die Entwicklung eines neuen Wohngebietes und Gewerbestandortes westlich des Combi-Vollsortimenters unter dem Namen „Hesel Süd-West“.

Für beide Planvorhaben soll die Ersteinschätzung der städtebaulichen und regionalen Verträglichkeit vorgenommen werden. Zudem werden Lage und (potenzielle) Sortimente auf Vereinbarkeit mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept untersucht. Diese Bewertung stellt keinen Ersatz für die Prüfung eines genauen Vorhabens im Rahmen eines Verträglichkeitsgutachtens dar, sondern dient als Richtungsweisung auf Basis der im Einzelhandelskonzept festgelegten Strategien und Ziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Samtgemeinde.

8.1 Erweiterung Lidl

Am Standort Im Brink 15, 26835 Hesel, besteht seit über 10 Jahren eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Lidl. Aufgrund des älteren Filialtyps soll die Verkaufsfläche von aktuell rund 850 qm auf das vom Betreiber benötigte Maß von ca. 1.400 – 1.500 qm durch einen Neubau vergrößert werden. Unklarheit herrscht über die Erweiterungsmöglichkeiten im aktuellen Mietobjekt. Ein alternativer Standort innerhalb der Handelslage Im Brink kommt aus Betreibersicht ebenfalls in Betracht.

Bewertung des Vorhabenstandortes

Generell ist der bestehende Standort von Lidl für ein Erweiterungsvorhaben geeignet, da er im zentralen Versorgungsbereich Hesel liegt (vgl. Abb. 39). Als Alternativen im direkten nördlichen Umfeld bieten sich die zwei

identifizierten Potenzialflächen beiderseits des Mühlenwegs an. Diese befinden sich jedoch in privatem Eigentum und stehen mittelfristig nicht für eine gewerbliche Entwicklung zur Verfügung (vgl. Abb. 39). Allgemein kann durch einen Umzug innerhalb des ZVs der eigene zentrale Versorgungsbereich nur bedingt geschädigt werden. Es findet vielmehr eine Stärkung der Versorgungsfunktion in diesem räumlich abgegrenzten Positivbereich statt.

Eine weitere Standortoption wird ggf. westlich der B 72 entwickelt, auf der Fläche Hesel Süd-West (vgl. Kapitel 8.2). Aus baurechtlicher Sicht besteht die Chance des sogenannten „Anschmiegens“ an den zentralen Versorgungsbereich oder eine Arrondierung im Rahmen einer Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes.

Abb. 38: Lidl-Bestandsmarkt

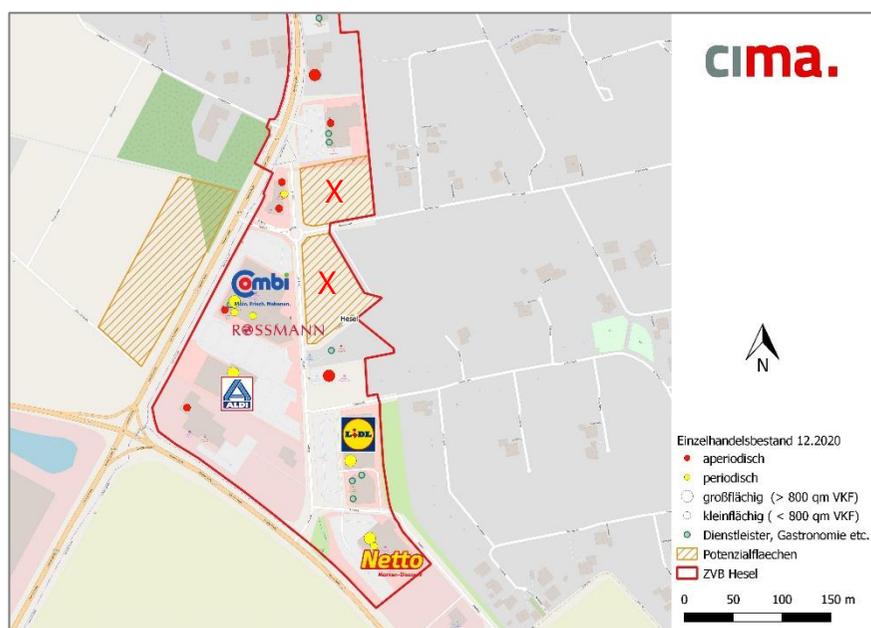


Foto: cima 2019

Im Rahmen einer gesonderten ökonomischen Wirkungsprognose müsste in beiden Fällen jedoch untersucht werden, welche Auswirkungen das Planvorhaben auf den bestehenden Einzelhandel (Hauptsortiment Nahrung- und Genussmittel) im weiteren Untersuchungsgebiet, auch über die

Gemeinde Hesel hinaus haben wird. Der Fokus ist hierbei, entsprechend den Anforderungen der § 11,3 BauNVO und § 34 III BauGB, insbesondere auf andere zentrale Versorgungsbereiche im Umfeld und in den Nachbarkommunen, aber auch die Standorte der wohnortnahen Versorgung sowie die Funktionsfähigkeit zentraler Orte generell zu legen.

Abb. 39: Mikrostandort Lidl



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2021

Bearbeitung: cima 2021

Raumordnerische Einschätzung

Wird festgestellt, dass es sich um ein großflächiges Planvorhaben gem. § 11,3 BauNVO handelt, hat ebenfalls eine Prüfung der Raumordnung (Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017) zu erfolgen. Hierfür müssen die für das Planvorhaben einzelhandelsrelevanten Ziele und Grundsätze geprüft und raumordnerisch beurteilt werden.

Konzentrations- und Integrationsgebot sind für den Altstandort und, vorbehaltlich ihrer Verfügbarkeit, für die beiden nördlichen Potenzialflächen durch die Lage innerhalb des ZVs als unkritisch einzustufen. Bzgl. der Fläche Hesel Süd-West ist die Einbeziehung in das zentrale Siedlungsgebiet von Hesel Voraussetzung für eine städtebaulich integrierte Lage. Die Festlegung nimmt der Landkreis Leer in der zurzeit laufenden Neuaufstellung des Regionalen Raumordnungsprogramm vor.

Die Vorgaben des **Beeinträchtigungsverbots** müssen mit der o.g. ökonomischen Wirkungsprognose und Widerlegung der städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11,3 BauNVO abgeprüft werden.

Das **Abstimmungsgebot** wird in der Regel über die interkommunale Abstimmung und TÖB-Beteiligung im Rahmen des Bauleitplanverfahrens erfüllt.

Kritisch könnte es bei der Einhaltung des **Kongruenzgebotes** werden, welches besagt, dass bei periodischen Sortimenten maximal 30 % des Vorhabenumsatzes aus Kaufkraft von außerhalb der Gemeindegrenze generiert werden dürfen (vgl. LROP Abschnitt 2.3, Ziffer 03, Satz 5). Bei einer Verlagerung käme ggf. erschwerend eine Nachnutzung des bisherigen Standortes durch einen weiteren Lebensmittelmarkt hinzu. In der Folge würde sich die Bindung der örtlichen Kaufkraft auf eine größere Zahl von Anbietern verteilen.

Einklang mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes

Der zentrale Versorgungsbereich Hesel soll langfristig entwickelt und attraktiv aufgestellt werden. Ziel ist der Erhalt und die Stärkung der Zentrums- und Versorgungsfunktion (vgl. Kapitel 7.2.1). Eine Modernisierung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl würde diesen Zielen entsprechen, sofern sich eine ggf. notwendige Verlagerung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vollzieht.

Die Einzelhandelszentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt in der Samtgemeinde Hesel bei 106 (vgl. Kapitel 5.2), was einem leicht positiven Kaufkraftsaldo entspricht. Wenngleich Erweiterungen oder Neuansiedlungen insbesondere in Branchen mit einer Zentralität von

deutlich unter 100 % zur Schließung von Angebotslücken wünschenswert sind, können sie auch bei Zentralitäten über 100 % sinnvoll sein., sofern sie der Standortsicherung dienen und den Weggang eines Anbieters z. B. mangels Erweiterungsflächen verhindern. Bei einer moderaten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters wird die Zentralität vermutlich nicht in kritische Höhen steigen. Bei einer Verlagerung sollte daher die Nachnutzung des Altstandortes durch einen Lebensmittel- oder Getränkemarkt ausgeschlossen werden.

Die Modernisierung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl innerhalb des ZV Hesel kann aufgrund der guten Standortvoraussetzungen und des Einklangs mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes trotz der Zentralität von über 100 in der Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel als sinnvoll beurteilt werden. Sie dient dem Erhalt und der Stärkung der Zentrums- und Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs Hesel. Diese Empfehlung stellt allerdings keinen Ersatz eines vollumfänglichen Verträglichkeitsgutachtens mit einer ökonomischen Wirkungsprognose und Prüfung auf raumordnerische Ge- und Verbot dar.

8.2 Städtebauliches Entwicklungskonzept Hesel Süd-West

Seit einigen Jahren wird die Entwicklung der bislang landwirtschaftlich genutzten Fläche westlich der B 72, zwischen Knippelkamp und L 24 vorbereitet. Nach einem B-Planentwurf, der ein Gewerbegebiet vorsah (4. Änderung B-Plan Nr. 40) wurde im Jahr 2020 eine zweiteilige Nutzung als Gewerbe- und Wohnstandort diskutiert. Das städtebauliche Entwicklungskonzept Hesel Süd-West (Diekmann, Mosebach & Partner, 2020) sieht überwiegend Wohnbebauung vor, die sich nach Westen bis zum Reiterhof und nach Norden bis an die Bestandsgebäude entlang der Straße Knippelkamp und z. T. Kirchstraße erstreckt (vgl. Abb. 40). Parallel zur L 24 im Süden und B 72 im Osten sind Flächen für Gewerbeansiedlungen vorgesehen.

Abb. 40: Entwicklungsflächen Hesel Süd-West



Quelle: Diekmann, Mosebach & Partner, 2020
 Bearbeitung: cima 2021

Abb. 41: Flächen Hesel Süd-West heute



Fotos: cima 2020 (oben: Blick von B 72/ Vorwerker Str. nach Norden; unten: Blick von B 72/ Mühlenstraße Richtung Südwesten)

Erkenntnisse aus der Online-Bürgerbefragung

Für diese gewerblichen Flächen stellt sich die Frage einer zukünftigen Einzelhandelsnutzung, nicht zuletzt aus Sicht der Bevölkerung. Die Bürgerbefragung, die im Rahmen der Erstellung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes online durchgeführt wurde (vgl. Kap. 9), hat spezielle Sortimentswünsche bei einem möglichen Ausbau des Einzelhandelsangebots in der Samtgemeinde ergeben. Insbesondere die Sortimente „Schuhe,

Lederwaren“ und „Bekleidung, Wäsche“, sind aus Sicht der Samtgemeindebewohner in Hesel bislang unterrepräsentiert und wären eine willkommene Ergänzung. Weitere Sortimente, welche auf Wunsch der Bevölkerung in Form eines kleinen Fachmarktes angesiedelt werden könnten, wären „Spielwaren und Hobbybedarf“, „Elektroartikel und Unterhaltungselektronik“ oder ein Ausbau des Nahrungsmittelsortiments im Bereich von biologisch angebauten oder regionalen Lebensmitteln. Neben einer Ausweitung des Einzelhandelsangebots besteht außerdem Nachfrage nach einem Ausbau des Gastronomieangebotes und der Ansiedlung eines Eiscafés, insbesondere im zentralen Versorgungsbereich Hesel. Ein Nutzungsmix aus den aufgeführten Einzelhandelsortimenten und gastronomischen Angeboten könnte demnach zu einer Erhöhung der Zufriedenheit der Einwohner in Bezug auf die Ausstattung der Samtgemeinde Hesel führen.

Vorgaben der Landesplanung und Raumordnung

Alle Überlegungen zur nachhaltigen Weiterentwicklung und Profilierung des Einzelhandelsstandortes Hesel sollten jedoch auf dem zentralörtlichen Versorgungscharakter eines Grundzentrums aufbauen, d. h. es sollte das Ziel der Gemeinde- und Einzelhandelsentwicklung sein, eine ausreichende Nahversorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs sicherzustellen und eine darüberhinausgehende Grundversorgung mit Gütern des aperiodischen Bedarfs zu erreichen.

Die Analyse der Einzelhandelsituation der Samtgemeinde Hesel hat aufgezeigt, dass die Grundversorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs, insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren, sowohl unter quantitativen als auch qualitativen Aspekten sichergestellt ist. In Bezug auf den aperiodischen Bedarf ist das Einzelhandelsangebot in einigen Warengruppen stark, in anderen nur gering ausgeprägt. Im Rahmen der Strukturanalyse (vgl. Kapitel 5) wurde bereits auf die bestehenden Angebotsdefizite hingewiesen. Gerade vor dem Hintergrund des Wettbewerbs mit den benachbarten Grundzentren Moormerland und Uplengen, aber auch den Mittelzentren Leer und Emden, muss es das Ziel des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel sein, die heute bestehenden

Strukturen zu erhalten und zu sichern. Bezogen auf die Güter des periodischen Bedarfsbereiches muss die Versorgung der eigenen Bevölkerung gewährleistet werden. Im aperiodischen Bereich ist es aus Sicht der Raumordnung ist es grundlegend sogar sinnvoll, dass Produkte mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus und geringer Nachfragehäufigkeit in gut erreichbaren, größeren Städten, z. B. Mittelzentren wie Leer und Emden, verfügbar sind.

Ableitung von Zentralitätszielen aus dem Einzelhandelskonzept

Das Ziel der folgenden Potenzialanalyse ist in erster Linie das Sichern des Bestands, ohne dabei einen maßgeblichen Verdrängungswettbewerb innerhalb der Samtgemeinde anzustoßen. Das Ausbilden mehrerer Zentren ist bei der Größe der Samtgemeinde Hesel zu vermeiden. Die Potenzialbeurteilung kann nicht als ein Legitimationsnachweis für positive oder negative Bauvorbescheide verstanden werden, sondern dient ausschließlich als eine Entscheidungs- und Abwägungshilfe im Vorfeld der Bauleitplanung.

Für die Samtgemeinde Hesel als Grundzentrum könnten Zielwerte der Einzelhandelszentralität zwischen 50 % und 60 % in den aperiodischen Sortimenten die Funktion des zentralen Versorgungsbereichs im Samtgemeindegebiet stärken. Das Erreichen der Zentralitätsziele führt dazu, dass die Gesamtzentralität der Samtgemeinde Hesel steigt und die Potenzialbindung erhöht wird. Derzeit fließen ca. 27,5 % des örtlichen Nachfragepotentials (rd. 19,6 Mio. €) an andere Einkaufsstandorte ab.

Abb. 42: Ansiedlungspotenziale periodisch

| CIMA Warengruppe, periodische Sortimente | Ansiedlungspotenziale |
|--|--------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | Ziel erreicht, heute 106 |
| Gesundheit und Körperpflege | 350 qm |
| Zeitschriften, Schnittblumen | 120 qm |
| periodischer Einzelhandel insgesamt | 470 qm |

Quelle: cima 2021 (Werte gerundet)

Für die **periodischen Sortimente** gilt die eigene Bedarfsdeckung (Zentralität 100), die in Hesel bisher ausschließlich in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren und Getränke) erreicht wird (Zentralität 106). Bei Produkten aus der Gruppe Gesundheit und Körperpflege (Zentralität 66) sowie Zeitschriften, Schnittblumen (Zentralität 41) ergeben sich hingegen rechnerische Verkaufsflächenpotentiale von 350 bzw. 120 qm. Der periodische Bedarfsbereich weist in der Samtgemeinde Hesel bis zur Zielzentralität von 100 insgesamt Flächen von ca. 470 qm für Ansiedlungen oder Erweiterungen auf (vgl. Abb. 42).

Da moderne Drogeriefachmärkte in der Regel zwischen 500 – 1.200 qm umfassen, reicht das Potenzial ggf. nicht für einen zweiten Markt in der Samtgemeinde, sondern nur für Verkaufsflächenerweiterungen.

Abb. 43: Ansiedlungspotenziale aperiodisch

| CIMA Warengruppe, aperiodische Sortimente | zusätzl. Verkaufsfläche für Zentralitätsziele | |
|---|---|--------|
| | 50 | 60 |
| Bekleidung, Wäsche | Ziel bereits erreicht, heute 133 | |
| Schuhe, Lederwaren | 260 qm | 320 qm |
| Bücher, Schreibwaren | 100 qm | 130 qm |
| Spielwaren, Hobbybedarf | Ziel teilweise erreicht, heute 57 | |
| Sportartikel, Fahrräder | Ziel teilweise erreicht, heute 54 | |
| Elektroartikel, Unterhaltungselektronik | 210 qm | 300 qm |
| Uhren, Schmuck | Ziel teilweise erreicht, heute 66 | |
| Optik, Akustik, Sanitätsartikel | 90 qm | 130 qm |
| Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat | Ziel bereits erreicht, heute 123 | |
| Einrichtungsbedarf | Ziel bereits erreicht, heute 128 | |
| Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel | Ziel bereits erreicht, heute 184 | |
| aperiodischer Einzelhandel insgesamt | 660 qm | 880 qm |

Quelle: cima 2021 (Werte gerundet)

In den Branchen des **aperiodischen Bedarfs** erreichen die Betriebe in der Samtgemeinde Hesel insgesamt eine Einzelhandelszentralität von 94. Wie

die Abb. 43 zeigt, bestehen jedoch rechnerische Flächenpotenziale in vier Warengruppen bis zum Erreichen der Zielzentralität zwischen 50 und 60:

- Schuhe, Lederwaren
- Bücher, Schreibwaren
- Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
- Optik, Akustik, Sanitätsartikel

Aus der Verkaufsfläche von in Summe nur ca. 660 bis 880 qm lassen sich keine Ansiedlungspotenziale für große Fachmärkte ableiten. Die Fokussierung bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen sollte in der Samtgemeinde daher bei qualitativen Anbietern liegen, die das bestehende Angebot sinnvoll ergänzen. Im Bereich Schuhe, Lederwaren sowie Bücher, Schreibwaren sind durchaus kleine Fachgeschäfte denkbar, bei Optik, Akustik, Sanitätsartikeln ein Sanitätshaus in Kombination z. B. mit Ärztehaus, Reha-Praxis o. Ä.

Kaufkraftpotenziale durch mittelfristigen Einwohnerzuwachs

Etwa zwei Drittel der städtebaulichen Entwicklungsfläche Hesel Süd-West sind laut Entwurf des Büro Diekmann, Mosebach & Partner für Wohnnutzung vorgesehen. Bei erfolgreicher Entwicklung dieses Baugebiets wächst die Einwohnerzahl in Hesel und der Samtgemeinde unter den folgenden Annahmen perspektivisch an:

- 84 Häuser (Einfamilien-, Doppel-, Reihenhäuser), Einwohnerschlüssel je Wohneinheit: $2,5^{25} = 210$ Einwohner
- 4 Mehrparteienhäuser, zweigeschossig, ca. 16 Wohneinheiten, Einwohnerschlüssel $2,1 = 33,6 = 34$ Einwohner

In Summe ergeben 244 Einwohner mit gleichem Ausgabesatz und Kaufkraftkennziffer (vgl. Kapitel 4.2) ein Nachfragepotenzial von zusätzlich jährlich 0,62 Mio. € bei periodischen und 0,6 Mio. € bei aperiodischen

Sortimenten für Hesel. Die Ansiedlungspotenziale (vgl. Abb. 42+43) erhöhen sich dadurch nur leicht auf:

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------|
| ▪ Gesundheit und Körperpflege | 370 qm (+ 20) |
| ▪ Zeitschriften, Schnittblumen | 120 qm (+/- 0, gerundet) |
| ▪ Schuhe, Lederwaren | 270 – 380 qm (je + 10) |
| ▪ Bücher, Schreibwaren | 100 – 130 qm (+/- 0, gerundet) |
| ▪ Elektroartikel, Unterhaltungselekt. | 220 – 320 qm (+ 10) |
| ▪ Optik, Akustik, Sanitätsartikel | 100 – 130 qm (+ 10) |

Unter Einbeziehung der perspektivischen Einwohner- und Nachfragepotenziale ergeben sich rechnerisch geringfügig größere zusätzliche Verkaufsflächen von nun insg. rd. 490 qm im periodischen Bereich (Zielzentralität 100) sowie ca. 680 qm (Zielzentralität 50) bis ca. 900 qm (Zielzentralität 60) im aperiodischen Bereich.

Bewertung des Vorhabenstandortes

Es ist zu beachten, dass es sich bei Gesundheit und Körperpflege, Zeitschriften, Schnittblumen sowie den vier genannten aperiodischen Warengruppen gemäß Heseler Sortimentsliste um zentrenrelevante Sortimente handelt. Für ein Realisieren der Verkaufsflächenpotenziale kommen daher nur Standorte infrage, die im zentralen Versorgungsbereich Hesel liegen oder direkt angrenzen - sowie die Entwicklungsfläche Hesel Süd-West.

Der Bau von neuen Geschäften mit insgesamt maximal 490 qm periodischer bzw. 900 qm aperiodischer Verkaufsfläche westlich der B 72 entwickelt voraussichtlich nicht die Anziehungskraft, die benötigt wird, um gegen die etablierten Anbieter der Lage Im Brink bestehen zu können. Ein Zusammenwachsen im Sinne einer funktionalen Einheit wird zudem durch die hohe Trennwirkung und die geringe Aufenthaltsqualität entlang der B 72 verhindert. Verkehrliche Aspekte werden in Kapitel 10.5. behandelt.

²⁵ Vgl. u. a. NBank Wohnungsmarktbericht 2019

Eine größere Bedeutung würde Hesel Süd-West nur erlangen, wenn zusätzliche Anbieter den Standort ergänzen. Denkbar wären Verlagerungen bestehender Betriebe aufgrund von Erweiterungsabsichten, die am Altstandort nicht realisiert werden können, z. B. von Bau- und Gartenfachmärkten. Bei einem Umzug aus der Hesel Ortsmitte sollte es im Idealfall zu einer attraktiven Nachnutzung kommen, damit diese nicht weiter an Vitalität einbüßt. Der Umzug innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wäre grundsätzlich mit dem Einzelhandelskonzept vereinbar. Wünschenswert wäre jedoch vielmehr die Aufgabe eines nicht-integrierten oder solitären Standortes im Gewerbegebiet, der zu einer zentralörtlichen Konzentration von Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich bzw. der Entwicklungsfläche Hesel Süd-West führt.

Im Falle der Sortimente Bekleidung und Wäsche zeigt sich die (historisch gewachsene) Fehlallokation: Die Warengruppe wird von den befragten Bürgern im Hesel Ortskern bzw. Im Brink vermisst, ist rein faktisch mit einer Zentralität von 133 jedoch in der Samtgemeinde als Grundzentrum bereits sehr stark vertreten, nur eben in Form eines sehr großen, dominierenden Anbieters an einem dezentralen Standort mit wenig eigenem Bevölkerungspotenzial. Rechnerische Ansiedlungspotenziale ergeben sich wie dargestellt daher nicht im Bereich Bekleidung und Wäsche für die Entwicklungsfläche Hesel Süd-West.

Für die Samtgemeinde Hesel ergeben sich in einigen Warengruppen rechnerische Ansiedlungs- oder Erweiterungspotenziale, die anhand der derzeitigen Verkaufsflächen und der festgestellten durchschnittlichen Flächenproduktivitäten in den jeweiligen Sortimentsbereichen errechnet wurden. Diese durch ein direktes Angrenzen an den zentralen Versorgungsbereich auf dem östlichen Teil der Entwicklungsfläche Hesel Süd-West realisiert werden, wo sie mit dem Einzelhandelskonzept vereinbar wären. Die große Trennwirkung der B 72 verhindert aus Gutachtersicht jedoch ein Zusammenwachsen mit dem Standortbereich Im Brink, sodass eher der Charakter einer separaten, zweiten Einzelhandelsallokation entsteht. Um eine eigenständige Anziehungskraft entwickeln zu können, bestehen nicht genügend Verkaufs-

flächenpotenziale, die dem grundzentralen Versorgungsauftrag der Samtgemeinde gerecht werden. Auch bei einer Zunahme der Mantelbevölkerung, z. B. nach Ausweisung von Baugebieten im direkten Umfeld, steigen die rechnerischen Flächenpotenziale nur geringfügig an. Weitere Einzelhandelsbetriebe könnten den Standort stärken, wenn sie ihre ggf. bestehenden Erweiterungs- oder Verlagerungsabsichten innerhalb der Samtgemeinde auf den Flächen von Hesel Süd-West realisieren. Bei der Größe der Gewerbeflächen des städtebaulichen Entwurfs (vgl. Abb. 40) verbleiben voraussichtlich dennoch Grundstücke für Gewerbe und Handwerk, insbesondere entlang der L 24. Insgesamt besteht die Herausforderung der Vereinbarkeit von erzeugten Liefer- und Kundenverkehren sowie Geräuschmissionen der Gewerbe- und ggf. Handelsbetriebe mit den direkt angrenzenden Wohnfunktion.

Die rechtssichere Beantwortung der Frage, ob Planvorhaben zur Neuansiedlung oder Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben am Standort Hesel Süd-West Betriebe baurechtlich und raumordnerisch zulässig sind, kann nur durch ein auf den konkreten Einzelfall bezogenes Verträglichkeitsgutachten beantwortet werden.

9 Online-Bürgerbefragung in der Samtgemeinde Hesel

9.1 Methodik

Ein essenzieller Baustein zur Einschätzung der Versorgungsstruktur und -qualität in der Samtgemeinde Hesel ist die Beteiligung der Bevölkerung. Um das Meinungsbild der Einwohner einzufangen und sie in die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes einzubinden, wurde im Zeitraum vom 14. Oktober bis 14. November 2020 eine Online-Bürgerbefragung durchgeführt. Insgesamt wurde eine Stichprobengröße (n) von 536 Befragten erreicht. 73,3 % der Befragten beantworteten den Online-Fragebogen vollständig. Die Stichprobengröße entspricht einem Anteil von knapp 5 % der Einwohner und hat daher nicht den Anspruch einer Repräsentativbefragung. Dennoch können wichtige Erkenntnisse aus den Befragungsergebnissen abgeleitet werden.

Der Fragebogen, den die cima entwickelt und mit der Gemeinde Hesel als Auftraggeber abgestimmt hat, konnte online via PC, Laptop, Tablet oder Smartphone ausgefüllt werden.

Ziel der Befragung war es, Erkenntnisse über die Einkaufsorientierung und Zufriedenheit mit den Einkaufsmöglichkeiten zu erhalten. Schwerpunkte der Befragung lagen auf der Einkaufsorientierung und -häufigkeit im Hinblick auf die Hauptlagen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Hesel, den Ortskern bzw. den Standort Im Brink, sowie der Bewertung verschiedener Eigenschaften der Lagebereiche und Versorgungsangebote. Thematisch gliedert sich die Befragung in folgende Bereiche:

- Standortvergleich Hesel Ortskern sowie Hesel Im Brink
- Einkaufsverhalten und -orientierung
- Bewertung des Einzelhandelsangebotes insgesamt
- Mobilitätsverhalten

Die Ergebnisse der Befragung wurden von der cima grafisch aufbereitet, die Kernergebnisse der Befragungen wurden textlich zusammengefasst. Alle im Text oder in den Abbildungen ausgewiesenen Werte sind als Circa-Werte zu verstehen. Diese können geringfügig von den Werten der Rohdaten abweichen (z. B. durch Rundungen).

Um eine größere Übersichtlichkeit zu gewährleisten, wurde in vielen Fällen nur eine Zusammenstellung der häufigsten Nennungen als Grafik aufbereitet. Abweichungen von der Anzahl der Befragten und der Teilnehmerzahl an den unterschiedlichen Fragen sind durch die Angaben „weiß nicht/keine Angabe“ bedingt.

Die wichtigsten Ergebnisse der Online-Bürgerbefragung werden im Folgenden dargelegt.

Einzelhandel in Hesel

- Der Einzelhandelsstandort Hesel Im Brink wird wesentlich häufiger besucht als der Ortskern Hesels.
- Als Besuchsgrund nimmt der Einzelhandel an beiden untersuchten Standorten eine dominierende Rolle ein. Der Ortskern von Hesel weist im Vergleich zu dem Einzelhandelsstandort Im Brink jedoch eine größere Funktionsmischung und einen stärkeren Dienstleistungsanteil auf. Der Standort Im Brink dient vorrangig Versorgungseinkäufen.
- Nach Selbsteinschätzung der Befragten wird der Standort Im Brink von vielen Befragten häufiger besucht als vor drei Jahren. Der Ortskern hingegen wird inzwischen eher seltener besucht.
- Die Haupteinkaufslagen von Hesel können für Waren des periodischen Bedarfs eine hohe Kundenbindung aufweisen. Lebensmittel und Drogeriewaren werden jeweils zu rund 75 % in Hesel eingekauft. Der

Online-Handel spielt für die periodischen Sortimente unter den befragten Bürgerinnen und Bürgern bisher eine eher untergeordnete Rolle.

- Der Ortskern von Hesel wird bevorzugt für Einkäufe von Baumarktartikeln, Garten- und Zoobedarf aufgesucht. Am Standort Im Brink werden am häufigsten Produkte folgender Sortimente nachgefragt: Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Zeitschriften, Schnittblumen. Einige wenige Sortimente werden zu gewissen Anteilen an anderen Standorten in der Samtgemeinde eingekauft (u. a. Sportartikel, Fahrräder und Bekleidung, Wäsche). Viele Sortimentsklassen werden jedoch zu einem großen Teil in der Stadt Leer oder an sonstigen Orten außerhalb der Samtgemeinde nachgefragt. Die Anteile der Befragten, die die untersuchten, aperiodischen Warengruppen im Internet einkaufen, erreicht bis zu 40 %. Das Einzelhandelsangebot in Hesel sollte aus Kundensicht gezielt in diesen aperiodischen Warengruppen ergänzt werden.
- Die Sortimentsbereiche Schuhe/Lederwaren, Spielwaren/Hobbybedarf, Elektroartikel/Unterhaltungselektronik und Einrichtung werden nur in sehr geringem Umfang in der Samtgemeinde nachgefragt.
- Ein Großteil der Befragten vermisst bestimmte (Einkaufs-)Angebote in Hesel, sie fordern diesbezüglich ein breiteres Sortimentsangebot (v.a. Schuhe, Bekleidung und auch Elektroartikel). Die Verbesserung der Angebotsstruktur sollte nach Angaben der Befragten auch die Bereiche Gastronomie und Dienstleistungen inkludieren.

Bewertung der Lagen Hesel Ortskern und Hesel Im Brink

- Insgesamt werden die abgefragten Angebote und Aspekte in der Samtgemeinde Hesel mit einer befriedigenden Note von 2,9 bewertet.
- Gut bewertet werden im Ortskern die Aspekte der Erreichbarkeit sowohl mit dem Fahrrad als auch zu Fuß. Die weiteren Aspekte wurden größtenteils mit befriedigend, teilweise aber auch mit nur ausreichend bewertet. Im Durchschnitt erhält der Ortskern die Note 3,1.

- Der Standort im Brink wurde mit einer Durchschnittsnote von 2,8 leicht besser bewertet. Positiv traten hier insbesondere die Öffnungszeiten des Einzelhandels, die Erreichbarkeit mit Fahrrad, Pkw und zu Fuß sowie das Parkplatzangebot und die Qualität des Einzelhandelsangebots hervor.
- Schlecht bewertet wurden an beiden Standorten vor allem die Aspekte Gastronomieangebot und Veranstaltungen/Aktionen/Feste.
- Als besonders wichtig stellten sich Verbesserungen im Bereich der Angebotsvielfalt, speziell im Schuh- und Kleidungsangebot dar. Am meisten Zuspruch findet die Aufwertung des Gastronomieangebots, ein vielfach genannter expliziter Wunsch ist die Ansiedlung eines Eiscafés. Zudem würde aus Sicht der Bürger eine Entspannung der Verkehrssituation zur Qualität des Einkaufserlebnisses beitragen.
- Die Erreichbarkeit wird von den Befragungsteilnehmern mit einer Gesamtnote von 2,4 bzw. 2,5 als gut bewertet. Optimierungsbedarfe lassen sich generell bei der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ablesen.

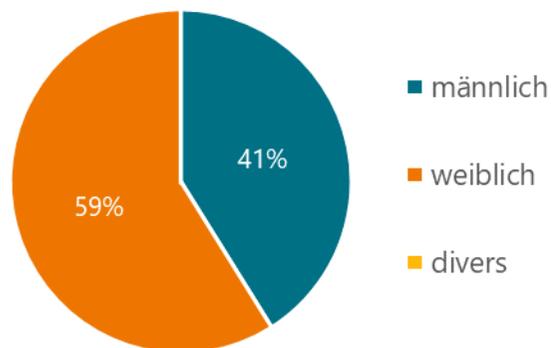
Die Ergebnisse der Online-Bürgerbefragung zeigen, dass eine tendenzielle Unzufriedenheit vorrangig mit der Angebotsvielfalt und gastronomischen Vielfalt (v.a. im Ortskern) besteht. Die Samtgemeinde steht hierbei sowohl in Konkurrenz angebotsstarken nächstgelegenen Zentren (u. a. Leer) als auch zum Online-Handel. Eine gezielte Erweiterung der Angebotsvielfalt ist vorwiegend in der größten Einzelhandelskonzentration der Samtgemeinde, im Heseler Ortskern und dem Standort Im Brink anzustreben. Auch ähneln die Ergebnisse der Befragung aktuellen Studien, die besagen, dass sich die Innenstädte zukünftig nicht mehr allein durch einen starken Einzelhandel auszeichnen können. Nur eine attraktive Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur und weiteren (Freizeit)Angeboten wird in den nächsten Jahren die Bürgerinnen und Bürger in die Stadt- und Ortszentren locken.

9.2 Soziodemographische Struktur und Wohnort der Befragten

Geschlecht und Alter der Befragten

Um die soziodemographische Struktur der Befragungsteilnehmer festzustellen, wird bei Umfragen in der Regel Alter und Geschlecht abgefragt.

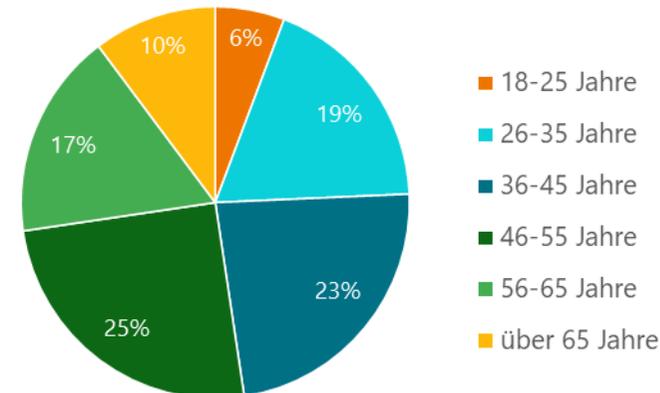
Abb. 44: Geschlecht der Befragten



Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten; n=392)

- Rund 60 % der Befragten sind weiblich.
- Ca. 40 % der Befragten sind männlich.
- Keine der befragten Personen gab ihr Geschlecht mit divers an.

Abb. 45: Altersstruktur der Befragten

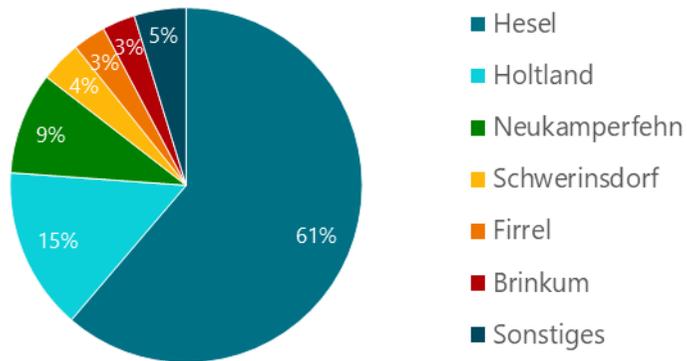


Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten; n=399)

- Die Altersstruktur zeigt, dass sich viele Erwachsene mittleren Alters (36-55 Jahre) beteiligt haben (48 %). Dies macht in etwa die Hälfte der befragten Personen aus.
- Die Altersklasse mit den meisten Teilnehmern ist die der 46-55-Jährigen (25 %).
- Etwa ein Viertel der Befragten ist über 56 Jahre alt (27 %).
- Lediglich 6 % der Befragten sind unter 26 Jahre alt. Personen unter 18 Jahren haben sich nicht an der Umfrage beteiligt.

Es bleibt festzuhalten, dass sich die meisten Personen in einem Alter zwischen 35 und 55 Jahren an der Befragung beteiligt haben. Jüngere Personen unter 25 Jahren sind in der Online-Bürgerbefragung eher unterrepräsentiert.

Abb. 46: Wohnort der Befragten (Gemeindeebene)

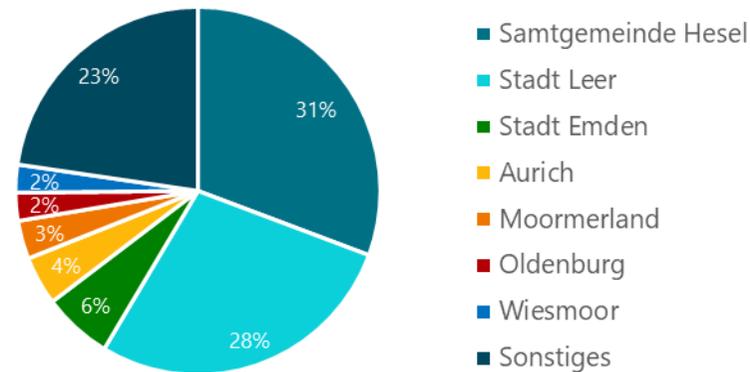


Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten, n=398)

- Ca. 60 % der Befragten stammen aus der Gemeinde Hesel. Davon zwei Drittel aus dem Hauptort Hesel, der nächstgrößte Anteil mit ca. 10 % aus Hesel Beningafehn.
- 15 % der Befragungsteilnehmer gaben als Wohnort die Gemeinde Holtland an. Die Mehrheit (69 %) derer stammt aus Holtland Nücke.
- 5 % der Befragten gaben einen sonstigen Wohnort an (u. a. Moormerland, Jheringsfehn usw.).

Dem Ergebnis zufolge wohnen rund 60 % der Befragten in der Gemeinde Hesel. Rund 35 % der Befragten wohnen in den übrigen Gemeinden. 5 % der Teilnehmenden wohnen außerhalb der Samtgemeinde Hesel.

Abb. 47: Arbeits-/Ausbildungsort der Befragten



Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten, n=324)

- Ca. ein Drittel der Befragten arbeitet innerhalb der Samtgemeinde Hesel.
- Rund ein Viertel der Befragten arbeitet in der Stadt Leer.
- In Emden, Aurich, Moormerland, Oldenburg und Wiesmoor arbeiten jeweils zwischen 2 und 6 % der Befragten.
- Ein Viertel der Befragten arbeitet an sonstigen Orten (u. a. Remels, Westerstede usw.)

Dem Ergebnis nach arbeitet rund ein Drittel der Befragten in der Samtgemeinde Hesel. Ein Viertel arbeitet in Leer. Die restlichen Befragten arbeiten unter anderem in Emden, Aurich und Moormerland. Insgesamt pendeln zwei Drittel der befragten Bewohner zur Arbeit, Schule oder Ausbildung in Orte außerhalb der Samtgemeinde.

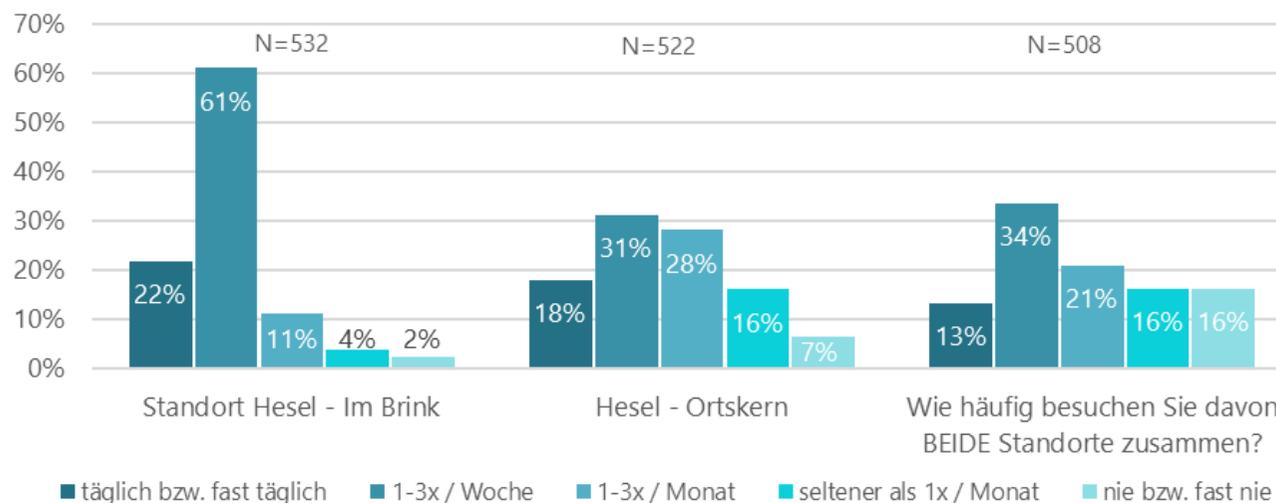
9.3 Ergebnisse der Online-Bürgerbefragung – Einzelhandel in Hesel

Besuchshäufigkeit nach Standorten in Hesel

Frage: Wie häufig besuchen Sie die Standorte Hesel - Im Brink und Hesel Ortskern? (Als Hilfestellung waren der Befragung markierte Kartenbereiche beigelegt.)

Die Zyklen, in denen die untersuchten Standorte in Hesel besucht werden, geben Aufschluss über die grundsätzliche Frequenz sowie die Art des Angebots. Insbesondere klassische Nahversorgungsbetriebe fungieren oftmals als (tägliche) Frequenzbringer. Um die Verweildauer zu erhöhen, bedarf es allerdings ergänzenden Nutzungen.

Abb. 48: Häufigkeit der Standortbesuche – Auswertung nach Standorten



Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten)

- Der Standort Hesel Im Brink wird von 61 % der Befragten 1-3x die Woche besucht. 22 % besuchen den Standort sogar täglich.
- Im Ortskern ist der Anteil der Befragten, die den Standort täglich besuchen ähnlich zu dem Wert von Im Brink. Der Anteil der Befragten die den Standort 1-3x die Woche besuchen ist jedoch nur in etwa halb so groß. Der Standort wird von einem Viertel der Befragten 1-3x im Monat besucht. Dies spricht für eine eher unregelmäßige Nutzung.
- Bei dem Besuch beider Standorte zusammen sind die Ergebnisse sehr differenziert. So gaben 13 % der Befragten an, beide Standorte zusammen täglich aufzusuchen, 16 % gaben wiederum an, dass sie dies nie bzw. fast nie tun.

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass der Standort Hesel Im Brink im Durchschnitt wesentlich häufiger besucht wird als der Ortskern von Hesel. Dies spiegelt die Attraktivität des Standortes im Brink sowie die unterschiedliche Nachfrage periodischer und aperiodischer Sortimente wider.

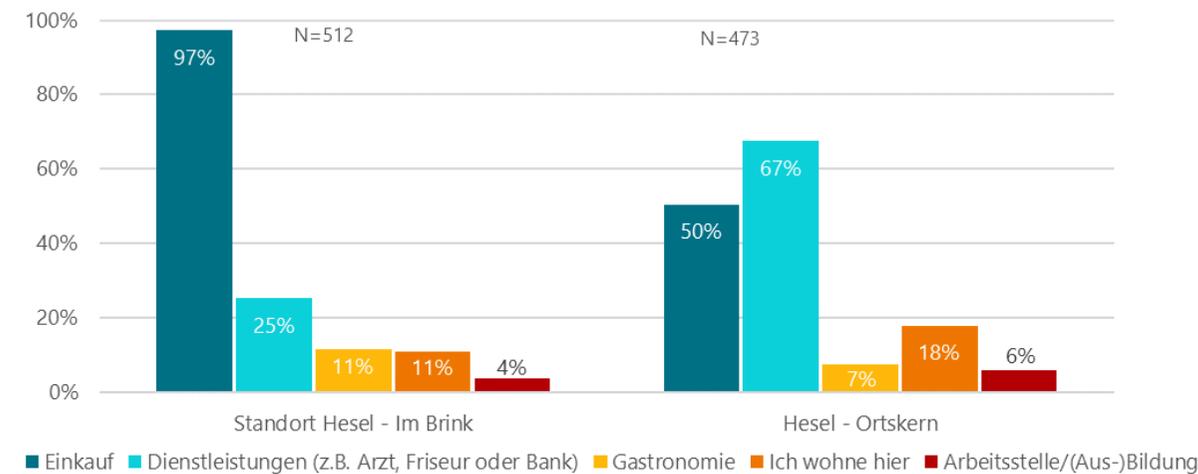
Gründe für den Aufenthalt

Frage: Was sind normalerweise die Gründe für Ihren Aufenthalt am Standort Hesel Im Brink bzw. im Ortskern von Hesel? (Mehrfachnennungen möglich)

- Der Standort Hesel Im Brink wird von nahezu allen Befragten zum Einkaufen aufgesucht. Ein Viertel der Befragten nimmt zudem die Dienstleistungen vor Ort in Anspruch.
- Im Ortskern tätigt nur die Hälfte der Befragten seine Einkäufe. Dieser Standort wird jedoch vermehrt (von zwei Drittel der Befragten) wegen des Dienstleistungsangebots aufgesucht.
- Die Funktionen als Gastronomie- oder Arbeitsstandort spielen an beiden Standorten eher eine geringe Rolle.

Das Befragungsergebnis verdeutlicht, dass die Standorte in Hesel unterschiedlich stark ausgeprägte Aufenthaltsgründe aufweisen. Der Einzelhandel übernimmt am Standort Im Brink eine stark dominierende Rolle. Der Ortskern von Hesel weist im Vergleich dazu eine stärkere Prägung durch Dienstleistungen auf. Die Funktionen Gastronomie und Arbeitsstelle/ (Aus-) Bildung sind an beiden Standorten eher schwach.

Abb. 49: Gründe für den Aufenthalt an den untersuchten Standorten



Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten, Mehrfachnennungen möglich)

Bewertungen der Eigenschaften der Standorte

Frage: Bitte vergeben Sie Schulnoten für folgende Eigenschaften der beiden Standorte. (1=sehr gut, 6=ungenügend)

Standort im Brink

Stärken

| | | |
|-----------------------------|------------------------|--------------------|
| | | |
| Öffnungszeiten Einzelhandel | Erreichbarkeit Fahrrad | Erreichbarkeit PKW |
| Ø=1,9 | Ø=1,9 | Ø=2,0 |

Schwächen

| | | |
|-------------------------|--------------------|----------------------------------|
| | | |
| Erreichbarkeit Bus/ÖPNV | Gastronomieangebot | Veranstaltungen, Aktionen, Feste |
| Ø=3,5 | Ø=4,3 | Ø=4,4 |

Standort Hesel Hauptort

Stärken

| | | |
|------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| | | |
| Erreichbarkeit Fahrrad | Erreichbarkeit zu Fuß | Service & Beratung im Einzelhandel |
| Ø=2,0 | Ø=2,2 | Ø=2,6 |

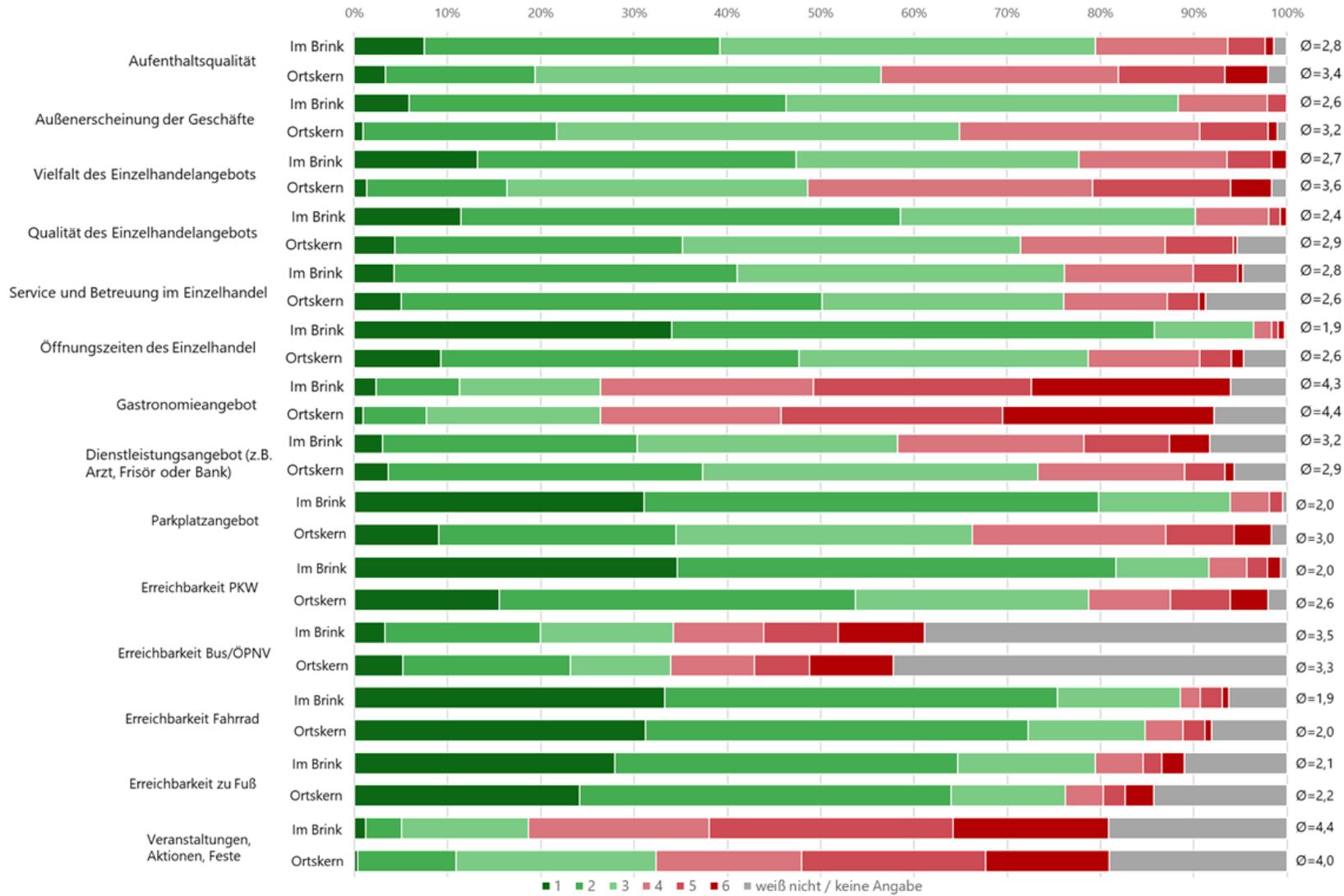
Schwächen

| | | |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------|
| | | |
| Vielfalt des EH-Angebots | Veranstaltungen, Aktionen, Feste | Gastronomieangebot |
| Ø=3,6 | Ø=4,0 | Ø=4,4 |

- Insgesamt schneidet der Standort Hesel Im Brink mit einer Durchschnittsnote von 2,8 etwas besser ab als der Ortskern mit einer Durchschnittsnote von 3,1. Beide Standorte werden demnach mit befriedigend bewertet.
- Der Standort Im Brink kann insbesondere bei den Öffnungszeiten des Einzelhandels und der Erreichbarkeit mit Fahrrad und Pkw gute Bewertungen erzielen.
- Im Ortskern von Hesel sind die Erreichbarkeit mit Fahrrad und zu Fuß sowie Service und Beratung im Einzelhandel die bestbewerteten Kategorien. Die Bewertungen liegen jedoch auch bei den Spitzenkategorien unter denen des Standorts Im Brink.
- Die Kategorien Veranstaltungen, Aktionen und Feste und Gastronomieangebot sind an beiden Standorten die am schlechtesten bewerteten Kategorien. Die Noten sind lediglich ausreichend mit starker Tendenz in Richtung mangelhaft.
- Am Standort Im Brink schneidet zudem die Erreichbarkeit mit Bus bzw. ÖPNV schlecht ab. Auch im Ortskern wird eine eher negative Bewertung erreicht (3,3). Hier ist aber zu erwähnen, dass die Anzahl der Personen, die in dieser Kategorie eine Bewertung abgegeben haben, wesentlich geringer ist als in den meisten anderen Kategorien.
- Im Ortskern von Hesel ist die Vielfalt des Einzelhandelsangebotes ein weiterer Aspekt, welcher eine verhältnismäßig schlechte Bewertung erhalten hat. Die Bewertung des Aspekts für den Standort im Brink fällt wesentlich besser aus (2,7).

Gute Bewertungen können demnach an beiden Orten im Bereich der Erreichbarkeit (abgesehen vom ÖPNV) erzielt werden. Die größten Schwächen sind an beiden Standorten mit dem Veranstaltungs- und Gastronomieangebot identisch. In den meisten Kategorien schneidet der Standort Im Brink besser ab als der Ortskern wie die vollständige Darstellung Abb. 50 auf der folgenden Seite zeigt.

Abb. 50: Benotung der untersuchten Standorte



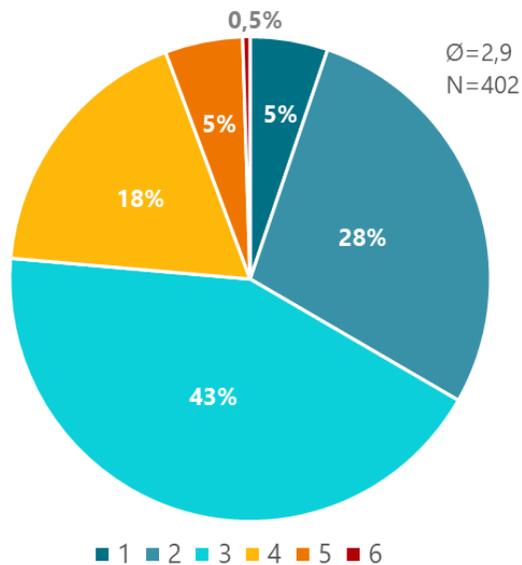
Quelle: cima 2020

Benotung des Einzelhandelsangebotes der Samtgemeinde

Frage: Bitte vergeben Sie für das Einzelhandelsangebot in der Samtgemeinde Hesel insgesamt eine Schulnote (1=sehr gut, 6=ungenügend).

Neben der Benotung der einzelnen Aspekte für die beiden Standorte sollte zudem das Einzelhandelsangebot der gesamten Samtgemeinde Hesel bewertet werden.

Abb. 51: Benotung des Einzelhandelangebotes



Quelle: cima 2020

- Das Einzelhandelsangebot der Samtgemeinde im Allgemeinen wurde von den Befragten mit einer Note von 2,9 bewertet, was einer befriedigenden Bewertung entspricht.
- Somit ist die Benotung zwar besser als die Durchschnittsnote des Ortskerns, aber schlechter als die des Einzelhandelsstandortes Im Brink.
- Der Großteil der Befragten (43 %) hat die Note 3 vergeben.
- 5 % der Befragten haben das Einzelhandelsangebot der Samtgemeinde sogar mit sehr gut bewertet.
- Eine 6 haben lediglich 0,5 % der Befragten vergeben, was in absoluten Zahlen 2 Personen entspricht.

Insgesamt bewerten die Befragten das Einzelhandelsangebot in der Samtgemeinde mit der befriedigenden Note 2,9. Der Anteil der Personen, die das Angebot mit ungenügend bewertet, ist sehr gering.

Veränderung des Kaufverhaltens

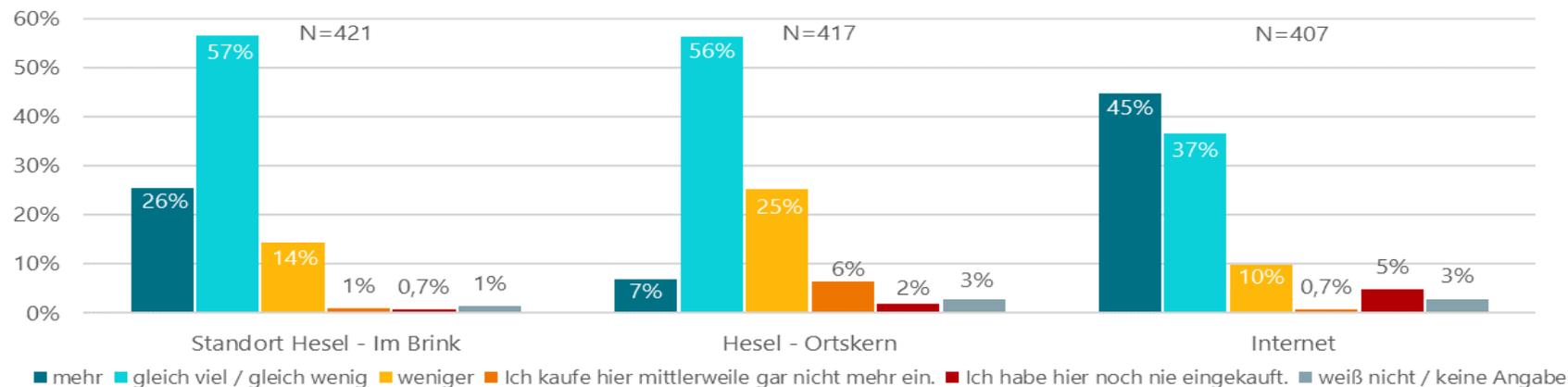
Frage: Wenn Sie Ihr heutiges Einkaufsverhalten mit dem vor drei Jahren vergleichen, kaufen Sie heute mehr, gleich viel oder weniger am Standort Hesel - Im Brink bzw. im Ortskern von Hesel sowie im Internet ein?

- Für die beiden Standorte ist der Anteil der Personen, die den Standort gleich viel besuchen wie vor drei Jahren, der Größte.
- Am Standort Im Brink kommt es insgesamt zu einer Besucherzunahme, da ca. ein Viertel der Befragten angab, den Standort häufiger zu besuchen und lediglich 14 bzw. 1 % angaben, den Standort weniger bzw. gar nicht mehr zu besuchen.
- Im Ortskern von Hesel kommt es hingegen eher zu einer Besucherabnahme. Lediglich 7 % der Befragten suchen den Standort häufiger auf als vor 3 Jahren. Im Gegenzug gab jedoch ein Viertel der Befragten an, den Standort weniger zu besuchen und 6 % kauften mittlerweile gar nicht mehr im Ortskern ein.

- Das Internet hingegen kann starke Zuläufe verbuchen. So kauft fast die Hälfte der Befragten mehr im Internet ein als noch vor 3 Jahren. Der Anteil der Personen, die ihr Einkaufsverhalten im Internet reduziert haben, ist im Vergleich zu den anderen Standorten gering.
- Interessanterweise haben jedoch auch 5 % der Teilnehmer der Online-Bürgerbefragung noch nie online eingekauft.

Im Ergebnis ist eine leichte Tendenz zur Verlagerung des Einkaufsgeschehens aus dem Heseler Ortskern zu erkennen. Der Standort scheint an Attraktivität verloren zu haben und verzeichnet einen Besucherrückgang zu Gunsten des Einzelhandelsstandorts Im Brink, dem Internet und weiteren Standorten.

Abb. 52: Veränderung des Kaufverhaltens nach Standort



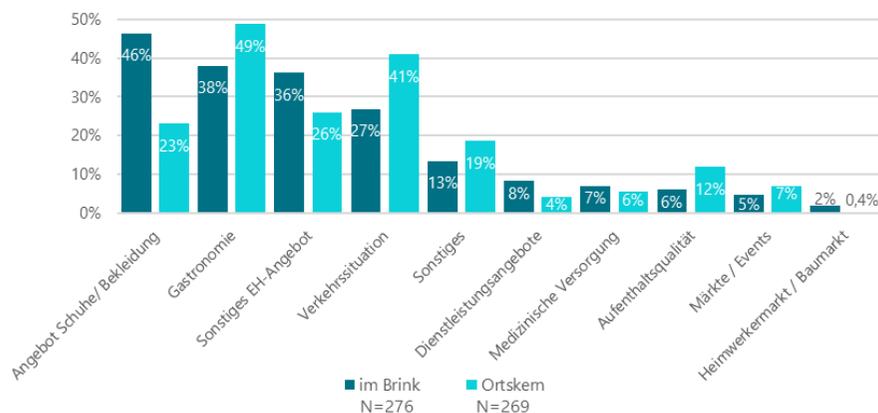
Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten)

Verbesserungsvorschläge für die Standorte

Frage: Was müsste passieren, damit Sie den Standort Hesel Im Brink/ Ortskern von Hesel häufiger besuchen? Nennen Sie bitte bis zu drei konkrete Verbesserungsvorschläge.

- Für beide Standorte wurden zu einem großen Teil ähnliche Verbesserungsvorschläge gemacht, wenn auch mit etwas unterschiedlichen Ausprägungen.
- Die Aspekte Angebot von Schuhen und Bekleidung, Gastronomie, weiterer Ausbau des Einzelhandelsangebotes und Verbesserung der Verkehrssituation sind mit Nennungen von jeweils einem Viertel bis zur Hälfte der Befragten die häufigsten Verbesserungspunkte.
- Im Ortskern sind es insbesondere die Verbesserung des Gastronomieangebotes und der Verkehrssituation, welche häufig gewünscht werden. Im Vergleich zum Standort Im Brink hat die Verbesserung der Aufenthaltsqualität hier eine höhere Relevanz.

Abb. 53: Verbesserungsvorschläge für die Standorte Im Brink und Ortskern



Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten, Mehrfachnennungen möglich)

- Am Standort Im Brink ist die Forderung nach einem Ausbau des Angebotes an Schuhen, Bekleidung, der Gastronomie und weiteren Einzelhandelsangeboten besonders hoch. Im Vergleich zum Ortskern wird zudem noch verstärkt die Ausweitung des Dienstleistungsangebotes gefordert.
- Im Bereich der Gastronomie zählten auffällig oft Eiscafés zu den Wünschen der Befragten. Mit Bezug auf die Verkehrssituation gab es vermehrt Wünsche der Verbesserung des Parkplatzangebots und einer Reduzierung des Verkehrs innerorts z. B. durch eine Umgehungsstraße.
- Am Standort Im Brink wurde sich bezüglich des Dienstleistungsangebotes besonders häufig eine Post- oder Paketdienstfiliale gewünscht.
- Mit Bezug auf die Aufenthaltsqualität gab es sowohl Wünsche für eine Aufwertung der vorhandenen Läden z. B. im Bereich der Geschäftsgestaltung und beim Service als auch die optische Aufwertung des Ortsbildes z. B. durch Grünanlagen.

Die Verbesserungsvorschläge unterscheiden sich zwar je nach Standort etwas, es sind aber die Verbesserung des Schuh- und Kleidungsangebotes, der Gastronomie, des sonstigen Einzelhandelangebotes und der Verkehrssituation klar als Aspekte von großer Relevanz festzustellen. So kann eine Verbesserung dieser Punkte zu einer erhöhten Frequenz an den Standorten beitragen. Der Ausbau von Gastronomie, Dienstleistungsangeboten und Aufenthaltsqualität sind zudem Faktoren, die einen Vorteil gegenüber dem Online-Handel bieten können. Es lässt sich jedoch auch erkennen, dass der Standort Im Brink eher als Einkaufsstandort und der Ortskern als Multifunktions- und Aufenthaltsraum wahrgenommen werden.

Einkaufsorientierung

Frage: Wo kaufen Sie die folgenden Waren hauptsächlich ein? Was ist Ihr Haupteinkaufsort (auch Internet)?

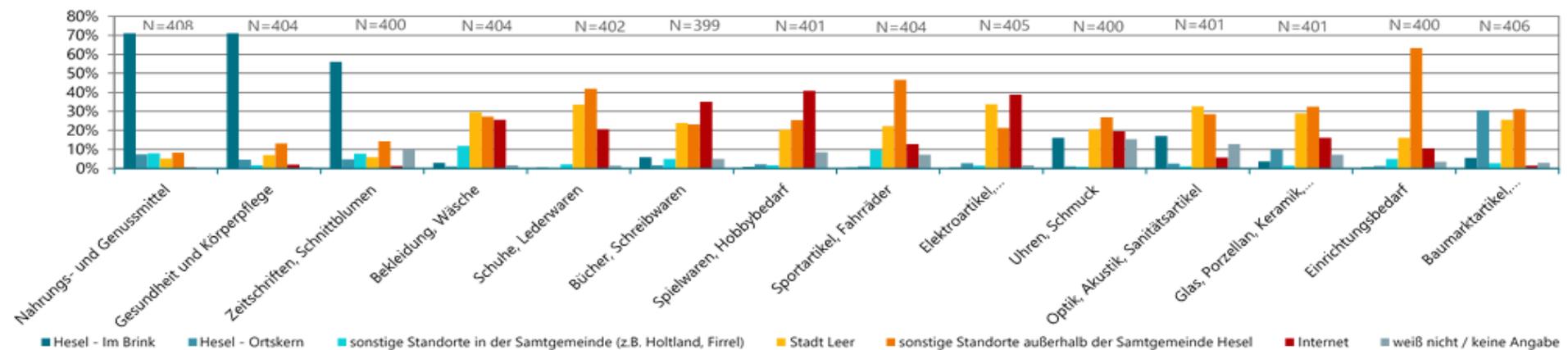
Im Rahmen der Online-Bürgerbefragung wurden für insgesamt 14 Warengruppen die Haupteinkaufsorte erfragt. In der folgenden Auswertung der Befragungsergebnisse werden die wichtigsten Einkaufsorte (inkl. Onlinehandel) aufgeführt.

Dargestellt wird die Einkaufsorientierung für die zwei bereits vorgegebenen Standorte in Hesel, sonstige Standorte in der Samtgemeinde, die Stadt Leer, sonstige Standorte außerhalb der Samtgemeinde und das Internet.

- Lebensmittel und Drogeriewaren zählen zu den periodischen Sortimenten, da diese überaus regelmäßig eingekauft werden. Für beide Sortimente gaben ca. 70 % der Befragten an, diese hauptsächlich am Standort Hesel Im Brink einzukaufen. Die anderen Standorte werden dafür im Gegensatz nur sehr wenig (ca. 5-10 %) genutzt.

- Der Online-Handel spielt bei Waren des periodischen Bedarfs bislang keine relevante Rolle.
- Die Einkaufsorientierung im Bereich der Zeitschriften und Schnittblumen ist ähnlich zu der der periodischen Sortimente.
- Bei den aperiodischen Sortimenten hat die Samtgemeinde Hesel bei den Befragten eher eine geringe Bedeutung. Lediglich die Baumarktartikel werden noch von ca. einem Drittel der Befragten vorrangig in der Samtgemeinde bzw. im Ortskern eingekauft.
- Der Ortskern Hesel und sonstige Standorte in der Samtgemeinde können sonst keine nennenswerten Kundenbindungen von über 10 % der Befragten aufweisen. Der Standort Im Brink wird in den Sortimenten Uhren, Schmuck sowie Optik, Akustik, Sanitätsartikel noch von ca. 15 % der Befragten bevorzugt.
- Bei den aperiodischen Sortimenten sind in meisten Fällen die Stadt Leer, sonstige Standorte außerhalb der Samtgemeinde und das Internet (jeweils ca. zwischen 15-40 %) gleich auf.

Abb. 54: Einkaufsort verschiedener Warengruppen



Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten)

- Ein besonderes Augenmerk muss auch auf die Einkaufsorientierung bzgl. des Internets/ dem Online-Handel gelegt werden. In fast allen Warengruppen des aperiodischen Bedarfs gaben die Befragten an, zu einem bedeutenden Anteil die Waren per Online- / Katalog- / Versandkauf einzukaufen (vgl. rote Balken in Abb. 54). Besonders in den Warengruppen Spielwaren und Hobbybedarf, Bücher und Schreibwaren sowie Elektroartikel und Unterhaltungselektronik entfällt ein Anteil von rund 35-40 % auf diese Einkaufsart.
- Bei den Sortimenten Sportartikel, Fahrräder (46 %) und Einrichtungsbedarf (63 %) werden deutlich Standorte außerhalb der Samtgemeinde (außer Leer) bevorzugt.

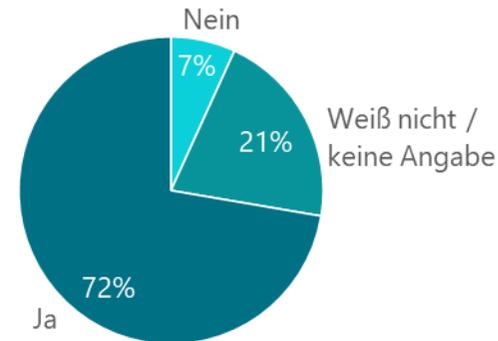
Insgesamt zeigt sich, dass die Samtgemeinde Hesel für die Waren des periodischen Bedarfs eine hohe Kundenbindung aufweisen kann. Lebensmittel und Drogeriewaren werden jeweils zu rund 80 % in der Samtgemeinde eingekauft. Zu diesem Wert trägt vor allem der Standort Hesel Im Brink bei, während die anderen Standorte in der Samtgemeinde eher von geringerer Bedeutung sind. Der Online-Handel spielt für die periodischen Sortimente unter den befragten Bürgerinnen und Bürgern bisher eine untergeordnete Rolle.

Bei aperiodischen Sortimenten hingegen ist die Kundenbindung in der Samtgemeinde kaum vorhanden. Insbesondere bei Schuhen und Lederwaren, Spielzeug und Hobbybedarf, Elektroartikeln und Einrichtungsbedarf spielt die Samtgemeinde nahezu keine Rolle. Der Ortskern von Hesel kann ausschließlich bei Baumarktartikel eine gewisse Kundenbindung aufweisen. Auch andere Standorte in der Samtgemeinde nehmen bei den verschiedenen Sortimenten eine schwache Rolle ein. Der Großteil der aperiodischen Sortimente wird von den Befragten hauptsächlich in der Stadt Leer, sonstigen Standorten außerhalb der Samtgemeinde oder im Internet eingekauft. Diese drei Einkaufsmöglichkeiten weisen häufig sehr ähnliche Kundenbindungen auf. Das Einzelhandelsangebot in Hesel sollte aus Kundensicht gezielt in diesen aperiodischen Warengruppen ergänzt werden.

Vermisste Sortimente bzw. Angebote

Frage: Gibt es bestimmte Sortimente bzw. Angebote, die Sie in der Samtgemeinde Hesel insgesamt vermissen?

Abb. 55: Einschätzung über fehlende Angebote in Hesel



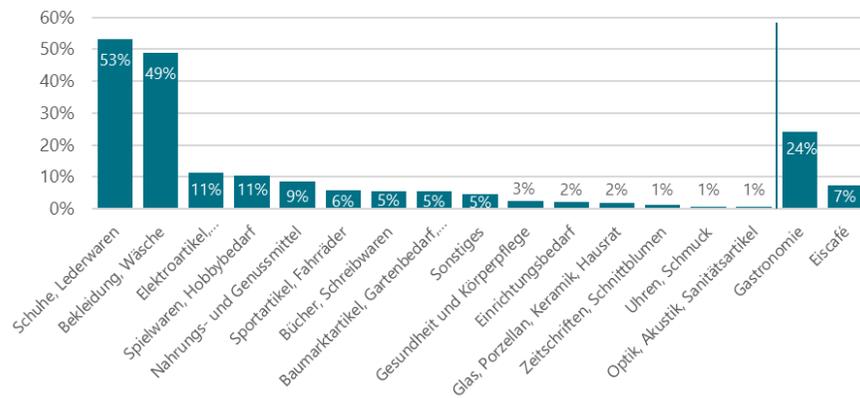
Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Befragten, n=394)

Die Untersuchung zeigt, dass gewisse Optimierungswünsche in der Angebotsstruktur des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel bestehen.

- 72 % der Befragten gaben an, dass ihnen bestimmte Sortimente bzw. Angebote in Hesel fehlen.
- 7 % sind mit den Sortimenten zufrieden, ihnen fehlen keine Angebote.
- Rund ein Fünftel der Befragten möchte oder kann hierzu keine Angabe machen.

Die Befragten hatten weiterhin die Möglichkeit anzugeben, welche Angebote oder Sortimente ihnen in der Samtgemeinde fehlen. Von den Befragten wurden insgesamt 280 Angaben zu vermissten Angeboten und Sortimenten gemacht. Diese wurden den bereits verwendeten 14 Warengruppen der cima zugeordnet.

Abb. 56: Fehlende Sortimente



Quelle: cima 2020 (Angaben in Prozent der Vorschläge, n=280)

- Primär wird seitens der befragten Bürgerinnen und Bürger eine Verbesserung der Versorgungsfunktion im Sortiment Schuhe und Lederwaren sowie Bekleidung und Wäsche gefordert. Rund die Hälfte der Personen spricht sich dafür aus. Dabei gab es verschiedenste Wünsche wie Kleidung für Kinder, junge oder alte Menschen oder in großen Größen.
- Weitere Sortimente, die einigen der Bürger fehlen sind Elektroartikel sowie Spielwaren und Hobbybedarf (jeweils 11 %). Diese beiden Sortimente werden aktuell vor allem im Online-Handel gekauft.
- Ungefähr jeder Zehnte wünscht sich zudem eine Erweiterung des Nahrungs- und Genussmittelsortimentes. Besonders häufig wurden in diesem Rahmen regionale Produkte und Bioprodukte gefordert. Auch ein zusätzlicher Fleischer wäre für viele der Befragten eine gute Ergänzung.

- Das Angebot der weiteren Warengruppen wurde jeweils nur von einem kleineren Anteil der Befragten (zwischen 1 und 6 %) vorgeschlagen, obwohl viele dieser Sortimente bisher wenig in der Samtgemeinde eingekauft werden (vgl. Abb. 56).
- Neben dem Einzelhandel ist ein Ausbau im Bereich der Gastronomie (24 %) und im Speziellen ein Eiscafé (7 %) ein Wunsch vieler Befragter.

Fast drei Viertel der Befragten vermisst bestimmte (Einkaufs-)Angebote in der Samtgemeinde Hesel, sie fordern diesbezüglich ein breiteres Sortimentsangebot (v.a. Schuhe und Kleidung). Mit einem Ausbau der geforderten Sortimente für Elektroartikel sowie Spielwaren und Hobbybedarf besteht zudem die Möglichkeit Kunden zu gewinnen welche diese Sortimente vor allem im Online-Handel kaufen. Die Verbesserung der Angebotsstruktur sollte nach Angaben der Befragten auch die Bereiche Dienstleistungen, Gastronomie und Freizeit inkludieren.

10 Aussagen zum zukünftigen Verkehrskonzept der Gemeinde Hesel im Kontext der Einzelhandelsentwicklung

Im folgenden Kapitel werden Aussagen zum Verkehrskonzept im Ortskern von Hesel im Kontext der Einzelhandelsentwicklung getroffen. Hierzu bedarf es grundsätzlich einer Analyse der verkehrlichen Gegebenheiten und des Mobilitätsverhaltens der Bevölkerung in der Samtgemeinde Hesel insgesamt. Diese Analyse wird durch Erkenntnisse der durchgeführten Online-Bürgerbefragung sowie der Kundenherkunftsanalyse und weiterer Datenquellen angereichert. Die Basis dazu stellen zunächst Ziele und Grundsätze der Raumordnung zu Mobilität und Verkehr sowie grundsätzliche Entwicklungen in diesen Bereichen dar. Abgeleitet werden abschließend Empfehlungen zum zukünftigen Verkehrskonzept der Gemeinde Hesel, die mit der Einzelhandelsentwicklung einhergehen.

10.1 Ziele und Grundsätze der Raumordnung zur Entwicklung von Mobilität und Verkehr

Aufgabe der Raumordnung und Landesplanung ist es unter anderem, die vorhandenen und zukünftigen unterschiedlichen Nutzungsansprüche an den Raum zu koordinieren und aufeinander abzustimmen. Entsprechend hängen auch die Themen Raumordnung und Mobilität sehr eng zusammen. Denn die Raumplanung und die daraus resultierenden Siedlungsformen sowie unterschiedlichen Nutzungen des Raumes beeinflussen zugleich die Mobilität, das Verkehrsverhalten und das Verkehrsaufkommen. Mit geeigneten Maßnahmen kann daher die Raumentwicklungspolitik eine nachhaltige Mobilität fördern. Diese zielt entsprechend heute nicht nur auf Reisezeitgewinne oder Kapazitätssteigerungen durch eine Verbesserung der verkehrlichen Infrastruktur, sondern stärker als in der Vergangenheit auch auf eine bessere Abstimmung der Verkehrs- und Siedlungs-

entwicklung ab. So tragen z. B. höhere Siedlungsdichten sowie wohnortnahe Dienstleistungseinrichtungen und Einzelhandelsbetriebe dazu bei, das Verkehrswachstum in Grenzen zu halten.

Entsprechend lauten in dieser Hinsicht einige wichtige Ziele und Grundsätze des Landes-Raumordnungsprogramms (LROP) 2017 Niedersachsen folgendermaßen:

- *„Die funktions- und leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur ist zu erhalten, bedarfsgerecht auszubauen und zu optimieren.“* (Ziel) (Abschnitt 4.1, Ziffer 01, Satz 1)
- *„Mit einer integrativen Verkehrsplanung und einer darauf abgestimmten Siedlungsentwicklung sowie einer Optimierung des Personen- und Güterverkehrs soll die Mobilität flächendeckend gesichert und erhalten und der Kosten- und Zeitaufwand für Verkehr minimiert werden.“* (Grundsatz) (Abschnitt 4.1, Ziffer 01, Satz 2)
- *Der öffentliche Personennahverkehr ist zu sichern und bedarfsgerecht auszubauen.“* (Ziel) (Abschnitt 4.1, Ziffer 05, Satz 1)
- *„Die Verlagerung von motorisiertem Individualverkehr auf den öffentlichen Personennahverkehr und auf den Fahrradverkehr soll durch städtebauliche und verkehrliche Maßnahmen unterstützt werden.“* (Grundsatz) (Abschnitt 4.1, Ziffer 06, Satz 1)

Vor diesem Hintergrund wird im weiteren Verlauf die verkehrliche Ausgangssituation in der Samtgemeinde Hesel auch anhand der durchgeführten Befragungen analysiert und es werden Empfehlungen zum zukünftigen Verkehrskonzept der Gemeinde Hesel im Kontext der Einzelhandelsentwicklung entwickelt.

10.2 Allgemeine Entwicklungen in der Mobilität und im (Einkaufs-)Verkehr

Die Mobilität von morgen wird bestimmt durch Trends wie veränderte technische Möglichkeiten, digitale Vernetzung, stärker akzeptierte Sharing-Konzepte oder mobileres Arbeiten/Homeoffice. Der Wandel vollzieht sich nach und nach, ist aber grundlegend und tiefgreifend. Daher liegt es an Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, die Entwicklung aktiv zu begleiten.

Die Studie „Mobilität in Deutschland“ des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) hat es sich zur Aufgabe gemacht, im Rahmen regelmäßiger bundesweiter Befragung von Haushalten das alltägliche Verkehrsverhalten zu untersuchen. Dabei sind Längsschnittvergleiche der Befragungen und Analysen aus den Jahren 2002, 2008 und 2017 möglich. Nachfolgend werden zentrale Ergebnisse der Studie aus dem Jahr 2017, auch bzgl. mit der Samtgemeinde Hesel vergleichbarer Raumtypen („Kleinstädtischer, dörflicher Raum einer Ländlichen Region“) vorgestellt.

Gemäß der Studie werden 2017 im Durchschnitt 3,1 Wege pro Person und Tag zurückgelegt. Bei einer durchschnittlichen Wegelänge von ca. 12 km liegt die Tagesstrecke pro Person demnach bei 39 km. Die Gründe für die Wege liegen bei allen Raumtypen ähnlich: zu 34 % ausbildungs- und berufsbedingte, 30 % Einkaufs- und private Erledigungen, 28 % Freizeitwegen und 8 % Begleitwege. Die mittlere Entfernung von Wegen von zu Hause zum Arbeitsplatz beträgt 16 km und ist in Metropolen und großen Städten am geringsten, in den Kleinstädten und Dörfern am größten.

Es gibt insgesamt 43 Mio. Personenkraftwagen (Pkw) in deutschen Haushalten (1,1 Pkw pro Haushalt) sowie 77 Mio. Fahrräder, darunter vier Mio. E-Bikes/Pedelecs. Ein Fahrrad steht 73 % der Personen zur Verfügung, ein E-Bike/Pedelec 6 %. Die Pkw-Verfügbarkeit als Fahrer oder Mitfahrer inkl. Carsharing liegt bei 73 % jederzeit und bei 13 % gelegentlich vor. Obwohl es im Vergleich zu vorherigen Jahren einen höheren Anteil der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und des Fahrrads gibt, ist das Auto mit 57 % aller Wege und 75 % aller Personenkilometer nach wie vor das dominante

Verkehrsmittel. Dieser Modal Split variiert je nach Raumtyp und fällt in den ländlichen Regionen stärker zu Gunsten des Autos aus, während in den Metropolen Verkehrsmittel des Umweltverbundes überwiegen. Die Nutzung neuer Antriebsarten steigt an, besitzt aber nach wie vor geringe Anteile im Modal Split. Ca. 40 % aller Pkw werden nicht täglich genutzt, die mittlere Betriebszeit beträgt pro Tag ca. 45 Minuten.

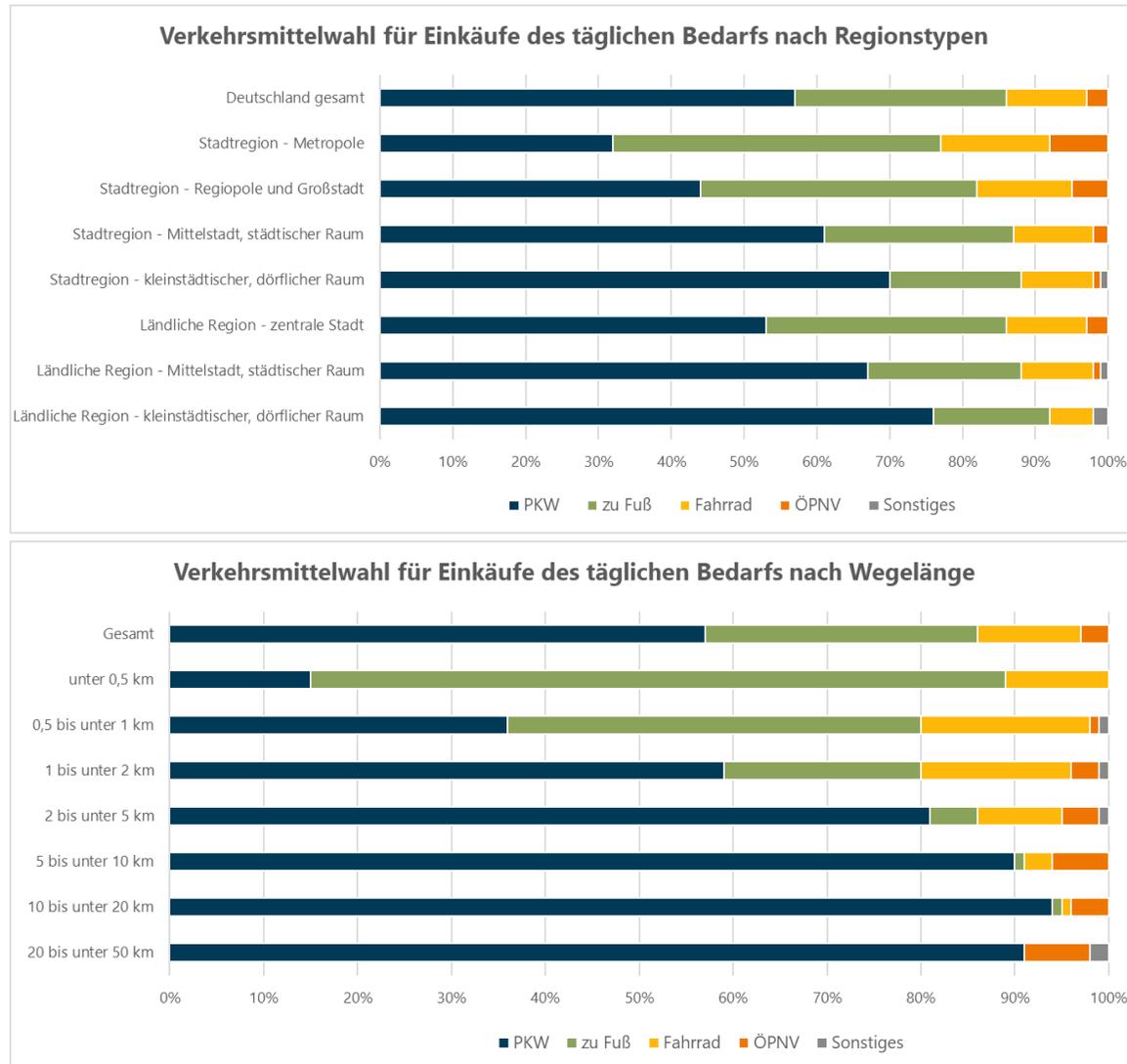
Im Landkreis Leer werden täglich wie im deutschen Schnitt ca. 3,1 Wege pro Person zurückgelegt. Der Anteil der Wege mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) beträgt dabei 60,0 %. Zu Fuß sind es 18,0 %, mit dem Fahrrad 15,4 % und mit dem öffentlichen Verkehr (ÖV) 6,6 %. Bei diesen Wegen fallen ca. 39 Tageskilometer an. Dabei liegt der Anteil der Kilometer mit dem MIV mit 76,6 % noch einmal höher. Zu Fuß kommen 2,5 % zu Stande, mit dem Fahrrad 4,3 % und mit dem ÖV 16,5 %.

Bezüglich des Einzelhandels liegt die durchschnittliche Wegelänge für stationäre Einkäufe des täglichen Bedarfs deutschlandweit bei 4,0 km und für sonstige Waren bei 8,1 km. In kleinstädtischen, dörflichen Räumen von ländlichen Regionen liegen die Distanzen für den täglichen Bedarf bei 5,4 km und für sonstige Waren bei 12,8 km.

Für Einkäufe des täglichen Bedarfs werden in Deutschland verschiedene Hauptverkehrsmittel genutzt. Deutschlandweit nutzen 57 % überwiegend den Pkw, 29 % gehen zu Fuß, 11 % nutzen das Fahrrad und 3 % den ÖPNV. In Stadtregionen und insbesondere Metropolen ist der Umweltverbund insgesamt teilweise sogar relevanter als das Auto. In kleinstädtischen, dörflichen Räumen von ländlichen Regionen verwenden dagegen 76 % überwiegend den Pkw, 16 % gehen zu Fuß und 6 % nutzen das Fahrrad.

Bezogen auf die Wegelänge ist mit einer größeren Entfernung von zu Hause zum Einkaufsort eine deutliche Zunahme des Pkw-Anteils zu Gunsten des Umweltverbundes zu beobachten. Entfernungen von unter 0,5 km werden zu 74 % und Entfernungen von unter 1 km zu 44 % am häufigsten zu Fuß zurückgelegt. Ab Entfernungen von 1 km wird der Pkw jeweils am stärksten genutzt. Das Fahrrad ist besonders beliebt bei Entfernungen von 1 bis 2 km.

Abb. 57: Verkehrsmittelwahl für Einkäufe des täglichen Bedarfs nach verschiedenen Kategorien



Datenbasis: BMVI, 2017, Studie „Mobilität in Deutschland“
 Eigene Analyse und Bearbeitung: cima 2021

Grundsätzlich ist der Verkehr beim Einkaufen insbesondere auch für den täglichen Bedarf durch eher kürzere Wege und höhere Anteile von Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (insbesondere zu Fuß und Fahrrad) geprägt. Bedacht werden muss zudem, dass Einkaufen häufig eine Tätigkeit ist, die im Rahmen von Wegeketten beispielsweise auf dem Arbeitsweg, bei Begleitwegen für Kinder oder bei sonstigen Besorgungen vor- oder nachgelagert durchgeführt wird. Außerdem ist der Einkaufsverkehr hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl und der zurückzulegenden Wegelängen besonders stark raumstrukturell beeinflusst. So zeigen die vorgestellten Analyseergebnisse aus der Studie „Mobilität für Deutschland“ auch, dass Einkaufsmöglichkeiten des täglichen Bedarfs bei Entfernungen von unter 1 km deutlich am stärksten zu Fuß aufgesucht werden. Somit besteht hier eine gute raumplanerische Chance zu einer nachhaltigen Gestaltung des Einkaufsverkehrs. Insbesondere ältere und betagte Menschen sind auf eine kleinräumliche Erreichbarkeit von Einkaufsmöglichkeiten angewiesen.²⁶

Die Ausführungen zeigen, dass regionale und lokale Verkehrskonzepte in besonderem Maße die Raumstruktur sowie explizit auch die Struktur der Einkaufsstandorte berücksichtigen müssen.

10.3 Verkehrliche Rahmenbedingungen in der Samtgemeinde Hesel

Über die Bundesstraßen 72 und 436 ist die Gemeinde Hesel an die Bundesautobahnen 28 Richtung Bremen und 31 in die Niederlande bzw. das Ruhrgebiet angebunden. Die Fahrzeit zu den jeweiligen Anschlussstellen, die noch in der Samtgemeinde selbst liegen, beträgt ca. 10 Minuten, so dass die verkehrliche Erreichbarkeit für den motorisierten Verkehr insgesamt als gut bezeichnet werden kann.

Das nächstgelegene Mittelzentrum liegt mit der Stadt Leer ca. 12 km westlich mit dem Pkw entfernt. Mit der Stadt Aurich ist im Norden in einer Entfernung von ca. 22 km ein weiteres Mittelzentrum verortet.

Die Gemeinde und Samtgemeinde Hesel sind nicht an das regionale Schienennetz der Deutschen Bahn angebunden. Die nächstgelegenen Bahnhöfe befinden sich in Leer und Aurich, zu denen jeweils Regionalbuslinien aus Hesel verkehren. Fernverbindungen können über die Bahnhöfe Leer und Aurich sowie den Bremer Hauptbahnhof erreicht werden. Das ÖPNV-Netz der Gemeinde Hesel besteht primär aus den Regionalbuslinien 460, 479 und 652 Richtung Leer und Linie 460 Richtung Aurich.

Gemäß Verkehrsmengenkarte Niedersachsen 2015 wird in der Gemeinde Hesel auf der B 72 im Bereich nördlich der Abzweigung auf die L 24 eine durchschnittliche tägliche Verkehrsstärke (DTV) von 11.800 Fahrzeugen erreicht. Der Anteil des Schwerverkehrs liegt bei ca. 10,2 % (1.200 von 11.800). 2010 betrug die DTV 12.400 und der Anteil des Schwerverkehrs 10,5 % (1.300 von 12.400). 2005 lag die DTV bei 11.200 und der Anteil des Schwerverkehrs bei 10,7 % (1.200 von 11.200). Über die Jahre hinweg sind somit nur geringe Schwankungen am Zählpunkt in der Gemeinde Hesel, der für die folgende Beurteilung des Verkehrskonzeptes der Gemeinde Hesel am relevantesten ist, erkennbar. Darüber hinaus gibt es zwei weitere Zählpunkte an Bundesstraßen in der Samtgemeinde Hesel. Erstens liegt die DTV entlang der B 72 im südöstlichen Bereich der Samtgemeinde in der Gemeinde Holtland im Jahr 2015 bei 6.300. Zweitens gibt es entlang der B 436 im südlichen Bereich der Samtgemeinde ebenfalls in Holtland eine Zählstelle mit einer DTV von 11.200, die damit der Zählstelle entlang der B 72 in der Gemeinde Hesel von der Verkehrsstärke her ähnlich ist. Darüber hinaus gibt es eine Zählstelle an der westlichen Grenze der Samtgemeinde entlang der L 24 mit einer DTV von 3.900 und eine Zählstelle an der östlichen Grenze entlang der L 24 mit einer DTV von 3.600.

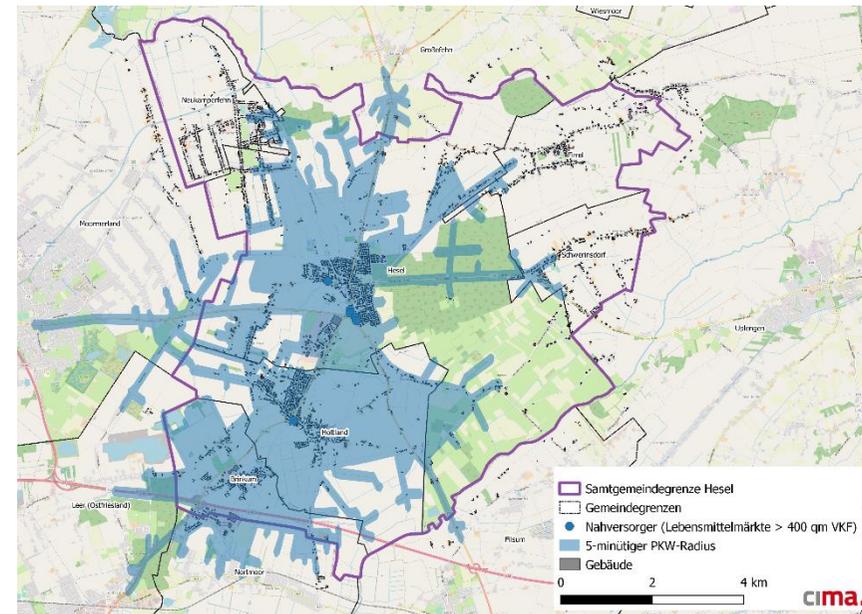
²⁶ Vgl. hierzu auch Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, 2011, „Ohne Auto einkaufen – Nahversorgung und Nahmobilität in der Praxis“

In der Samtgemeinde Hesel waren zum 01. Januar 2020 insgesamt 6.635 Pkw ohne gewerbliche Halter gemeldet. Dies entspricht bei einer Einwohnerzahl von 10.822 zum 31. Dezember 2019 einer Quote von 0,61 privaten Pkw je Einwohner. Deutschlandweit liegt diese Quote mit 0,51 deutlich darunter. In den Gemeinden der Samtgemeinde Hesel sieht die Anzahl der gemeldeten privaten Pkw je Einwohner folgendermaßen aus:

- Schwerinsdorf: 0,68
- Firrel: 0,65
- Hesel: 0,61
- Holtland: 0,61
- Neukamperfehn: 0,60
- Brinkum: 0,60

Zusätzlich zu den Pendlerzahlen auf Samtgemeindeebene (Pendlersaldo: - 1.706) liegen diese Daten von der Bundesagentur für Arbeit auch auf Gemeindeebene vor. Für die Gemeinde Hesel gibt es dabei insgesamt 1.100 Einpendler und 1.417 Auspendler, was zu einem Pendlersaldo von - 317 führt. Die meisten Einpendler wohnen dabei in Aurich (170), Moorerland (148) und Leer (118). Bei den Auspendlern aus Hesel sind vor allem Leer (368), Aurich (227) und Emden (115) vertreten. Diese Pendlerverflechtungen sorgen für zusätzlichen Straßenverkehr in der Samtgemeinde. Während die Erreichbarkeit der Nahversorger (Lebensmittelmärkte mit mehr als 400 qm Gesamtverkaufsfläche) in der Samtgemeinde nur in Teilen der Gemeinden Hesel und Holtland gegeben sind, ist bei der Pkw-Erreichbarkeit erkennbar, dass innerhalb von fünf Minuten fast die gesamte Bevölkerung in der Samtgemeinde einen dieser Märkte erreichen kann. Einzelne Lücken sind nur in den Gemeinden Firrel, Neukamperfehn und Schwerinsdorf zu beobachten. Einschränkend muss festgehalten werden, dass gerade zu Stoßzeiten des Verkehrs auf der B 72 in der Gemeinde Hesel die Fahrzeiten deutlich länger ausfallen können. Inwieweit die grundsätzlich gute Pkw-Erreichbarkeit im Zusammenspiel mit dem hohen Pkw-Anteil in allen Gemeinden den Einkaufsverkehr bestimmen, wird im folgenden Unterkapitel vertiefend untersucht.

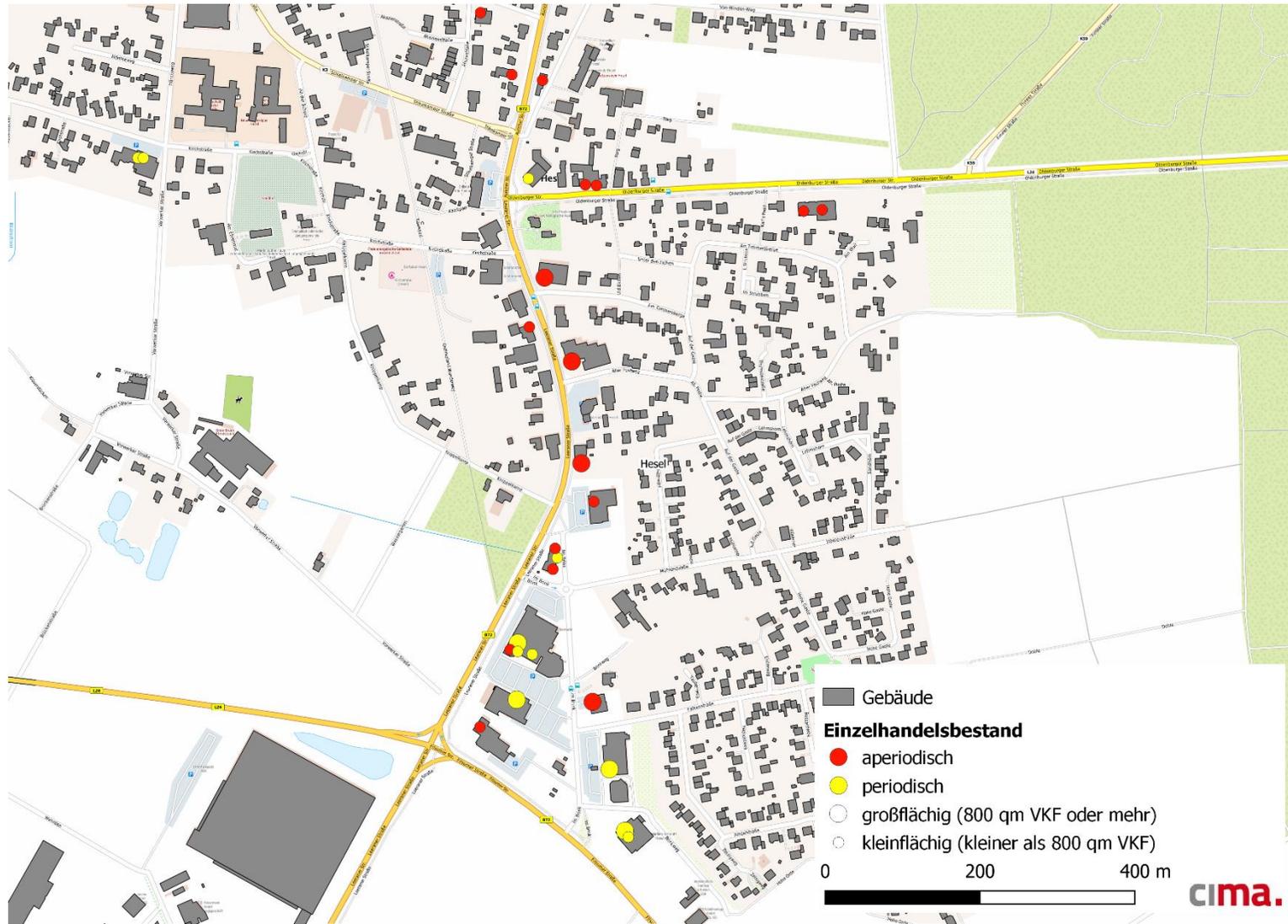
Abb. 60: 5-minütiger Pkw-Radius Nahversorger Hesel



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC BY-SA 2.0, 2021
 Bearbeitung: cima 2021

Im Zentrum der Gemeinde Hesel ist ein Großteil der relevanten Einzelhandelsbetriebe im periodischen und aperiodischen Bedarfsbereich östlich der B 72 zwischen der Oldenburger Straße im Norden und der Filsumer Straße im Süden angesiedelt (vgl. Abb. 61). Hierzu zählen mit Aldi, Combi, Lidl und Netto auch vier der Nahversorger. Somit stellt insbesondere der Bereich Im Brink einen zentralen Einkaufsstandort innerhalb der Samtgemeinde dar, dessen Anbindung für das zukünftige Verkehrskonzept von besonderer Bedeutung ist.

Abb. 61: Verteilung des Einzelhandels in Hesel



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/BKG 2021
 Bearbeitung: cima 2021

Die Erreichbarkeit des Einkaufsstandortes Im Brink ist in direkter Nähe der B 72 einerseits nördlich über den Kreisverkehr im Bereich der Straßen Im Brink und Mühlenstraße sowie andererseits südlich über die Kreuzung zwischen den Straßen im Brink und Filsumer Straße gegeben. Aufgrund des dargestellten erhöhten Verkehrsaufkommens auf der B 72 durch die Gemeinde Hesel ist in den Kreuzungsbereichen zu den Einkaufsstandorten teilweise aufgestauter Verkehr zu beobachten.

Die Parkplatzsituation ist insgesamt als gut zu bezeichnen. Insgesamt gibt in dem Standortbereich Im Brink südlich des Kreisverkehrs ca. nutzbare 315 Pkw-Parkplätze.

Abb. 62: Zufahrten und Parkplätze in Hesel (Auswahl)



Fotos: cima 2020

Darüber hinaus ist die verkehrliche Anbindung an den Einkaufsstandort Im Brink über die gleichnamige Bushaltestelle gegeben. Die Haltestelle befindet sich in der Straße Im Brink vor dem Combi-/Rossmann-Standort. Die Linien 476, 619, 625, 629 und 661 verkehren allerdings nur zu Zeiten des Schülerverkehrs morgens und mittags in engerer Taktung. Darüber hinaus

gibt es nur vereinzelte Fahrten, die für eine echte Nutzung im Einkaufsverkehr ausbaufähig sind.

Das Angebot an Fahrradabstellanlagen ist dagegen grundsätzlich bei allen relevanten Einzelhandelsbetrieben und auch über eine ergänzende E-Bike-Ladesäule gegeben und bietet daher unabhängig der Wegeführung eine gute Grundlage für den Einkaufsverkehr mit dem Fahrrad. Allerdings könnten die Anlagen noch moderner und stets in Bügelform gestaltet sein, um den Abstellkomfort und die Diebstahlsicherheit während des Einkaufs zu erhöhen, insbesondere für hochwertige E-Bikes/Pedelecs.

Abb. 63: Fahrradabstellanlagen und Bushaltestelle in Hesel (Auswahl)



Fotos: cima 2020

10.4 Verkehrliche Erkenntnisse aus der Online-Bürgerbefragung und Kundenherkunftsbefragung für die Samtgemeinde Hesel

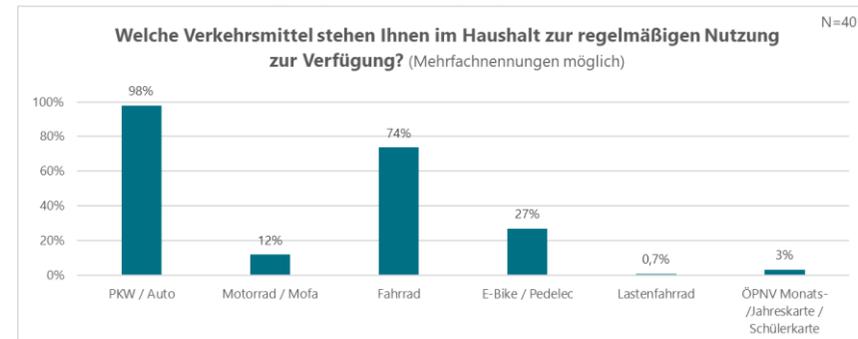
Im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes wurden wie vorgestellt eine Online-Bürgerbefragung der Bevölkerung sowie eine Kundenherkunftsbefragung am Standort Im Brink vor dem Combi-Markt durchgeführt. Neben Erkenntnissen zur Einkaufs- und Versorgungsstruktur konnten daraus auch ergänzende Aussagen zum Mobilitätsverhalten, insbesondere im Einkaufsverkehr, abgeleitet werden. Diese werden im Folgenden gegliedert nach den beiden Befragungen präsentiert und in den Zusammenhang mit den verkehrlichen Rahmenbedingungen sowie allgemeinen Entwicklungen in der Mobilität gesetzt.

Online-Bürgerbefragung in der Samtgemeinde Hesel

Nahezu allen Teilnehmern (98 %) der Online-Befragung steht ein Auto im Haushalt zur regelmäßigen Nutzung zur Verfügung. Lediglich acht der 401 Personen gaben an, dass dies nicht auf sie zutrifft. Dieser Wert liegt leicht über dem gemäß der Studie ‚Mobilität in Deutschland‘ bundesweiten Durchschnitt (Nutzung jederzeit oder gelegentlich) von 86 %, der allerdings in mit Hesel vergleichbaren Raumtypen auch 91 % beträgt. Weit verbreitet ist in Hesel mit rund drei Vierteln (74 %) der Befragten ebenfalls die Verfügbarkeit eines Fahrrads, die damit etwa im bundesdeutschen Durchschnitt von 73 % liegt. Überdurchschnittlich stark fällt in der Online-Befragung in der Samtgemeinde Hesel zudem mit 27 % der Anteil der Personen aus, denen im Haushalt regelmäßig ein E-Bike/Pedelec zur Verfügung steht. Deutschlandweit liegt dieser Anteil bei nur 6 %. Motorrad / Mofa, Lastenfahrrad und Monats-/Jahres-/Schülerkarte für den ÖPNV sind in der Samtgemeinde Hesel nur in geringerem Umfang vertreten.

Festzuhalten bleibt, dass bei der Verkehrsmittelverfügbarkeit der Pkw und das Fahrrad die dominanten Verkehrsmittel in der Samtgemeinde sind (vgl. Abb. 64).

Abb. 64: Online-Befragung: Zur Verfügung stehende Verkehrsmittel



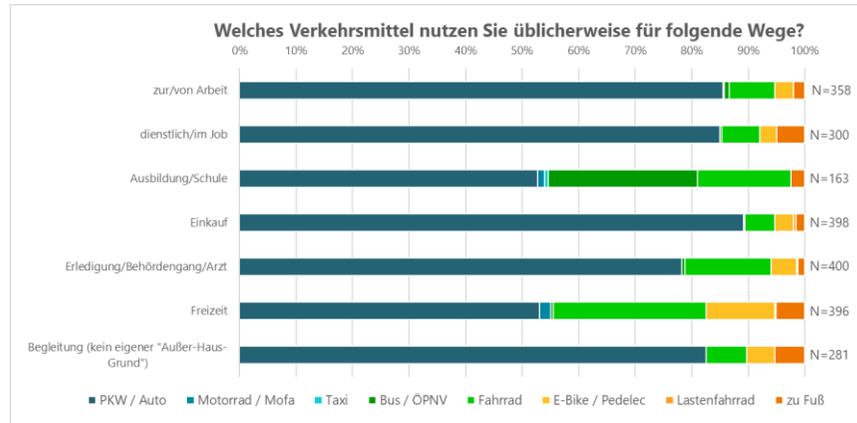
Quelle: cima 2020

Bei der Verkehrsmittelwahl nach verschiedenen Wegezwecken zeigt sich insbesondere die Dominanz des Pkw für einen Großteil der zurückgelegten Wege (vgl. Abb. 65). Bei fast allen Wegezwecken wird üblicherweise von mehr als drei Vierteln der Befragten das Auto benutzt. Lediglich für Wege zur Ausbildung/Schule (53 %) und für Freizeitwege (53 %) haben neben dem Pkw auch andere Verkehrsmittel eine stärkere Bedeutung. Für die Ausbildung/Schule ist insbesondere der Bus/ÖPNV (23 %), für Freizeitwege vor allem das Fahrrad (27 %) sowie das E-Bike/Pedelec (12 %) zu nennen. Der Bus/ÖPNV ist bei allen weiteren Wegezwecken mit Anteilen unter 1 % ebenso wie das Motorrad/Mofa, Taxi und Lastenfahrrad kaum von Bedeutung. Die Nutzung des Fahrrads bzw. des E-Bikes/Pedelecs erreichen bei den weiteren Wegezwecken Anteile zwischen 5 und 17 % bzw. 0 und 5 %.

Für den im vorliegenden Konzept besonders relevanten Wegezweck des Einkaufs verteilt sich der Modal Split auf den Pkw (89,2 %), den Bus/ÖPNV (0,2 %), das Fahrrad (5,3 %), das E-Bike/Pedelec (3,3 %), das Lastenfahrrad (0,5 %) und Wege ausschließlich zu Fuß (1,5 %). Dieser allgemeine Modal Split zum Einkaufen wird nachfolgend noch vertiefend Einkäufen des täglichen Bedarfs am Standort Im Brink in der Gemeinde Hesel gegenübergestellt (vgl. Abb. 66).

Festzuhalten bleibt, dass der Pkw über verschiedene Wegezwecke hinweg eine herausragende Bedeutung für die Mobilität in Hesel besitzt.

Abb. 65: Online-Befragung: Verkehrsmittelwahl je Wegezweck



Quelle: cima 2020

Beim nachfolgenden Vergleich der Verkehrsmittelwahl beim Besuch der beiden Standorte Hesel Im Brink und Hesel Ortskern ist zu berücksichtigen, dass der Standort Im Brink von 97 % der Befragten überwiegend für den Einkauf und nur zu geringeren Anteilen auch für andere Zwecke wie Dienstleistungen, Gastronomie oder Wohnort besucht wird. Der Ortskern wird dagegen nur von 50 % der Befragten für Einkäufe besucht, aber von 67 % vor allem auch für Dienstleistungen (vgl. Abb. 49).

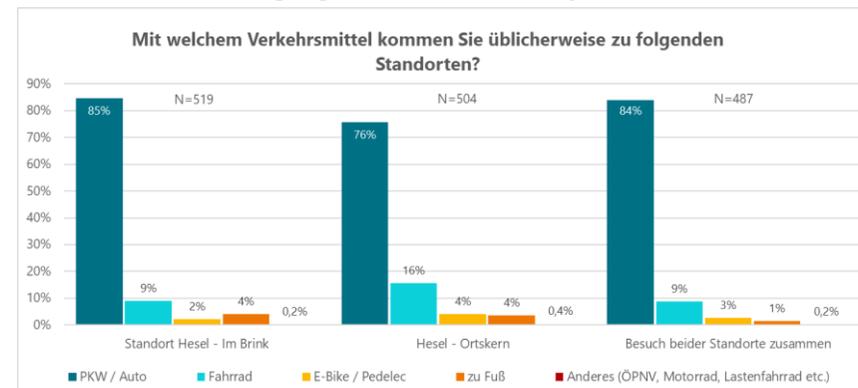
Den Einkaufsstandort Im Brink mit einem großen Angebot an periodischen Sortimenten steuern 85 % der Befragten mit dem Pkw, 9 % mit dem Fahrrad, 2 % mit dem E-Bike/Pedelec und 4 % ausschließlich zu Fuß an. Im Vergleich mit der überwiegenden Verkehrsmittelnutzung beim Wegezweck Einkauf in der Samtgemeinde Hesel fallen vor allem die Wege mit dem Pkw geringer und die Wege mit dem Fahrrad und zu Fuß am Standort Im Brink höher aus. Dies ist insbesondere mit dem periodischen Charakter des Einkaufs mit leichter zu transportierenden Waren sowie der Nähe zu einigen Wohngebieten östlich des Standorts zu begründen.

Den Ortskern steuern im Vergleich zum Standort Im Brink vor allem weniger Personen mit dem Pkw (76 %) und mehr Personen mit dem Fahrrad (16 %) an. Begründet ist dies mit den damit verbundenen Wegezwecken, die sich mehr auf Dienstleistungen beziehen und somit weniger Transportkapazitäten erfordern.

Der Modal Split beim Besuch beider Standorte zusammen ähnelt dementsprechend auch stark der Verteilung für den Besuch des Einkaufsstandorts Im Brink.

Festzuhalten bleibt somit, dass der Pkw bei beiden Standorten das mit Abstand wichtigste Verkehrsmittel darstellt. Wenngleich die übliche Nutzung des Fahrrads nicht der Verkehrsmittelverfügbarkeit entspricht, stellt diese aber gemeinsam mit dem E-Bike/Pedelec ein wichtiges Verkehrsmittel dar. Vor allem der Bus/ÖPNV ist dagegen als Alternative kaum vertreten (vgl. Abb. 66).

Abb. 66: Online-Befragung: Verkehrsmittelwahl je Standort



Quelle: cima 2020

Darüber hinaus konnten die Befragten die beiden Standorte im Hinblick auf verschiedene verkehrstechnische Aspekte auf einer Skala von 1-6 (Schulnoten) bewerten sowie Verbesserungsvorschläge machen, damit sie selbst die Standorte häufiger besuchen würden.

Nachfolgend werden die Durchschnittsnoten je Standort im Hinblick auf den Verkehr dargestellt.

Hesel – Ortskern:

- Parkplatzangebot: 3,0
- Erreichbarkeit Pkw: 2,6
- Erreichbarkeit Bus/ÖPNV: 3,3
- Erreichbarkeit Fahrrad: 2,0
- Erreichbarkeit zu Fuß: 2,2

Hesel – Im Brink:

- Parkplatzangebot: 2,0
- Erreichbarkeit Pkw: 2,0
- Erreichbarkeit Bus/ÖPNV: 3,5
- Erreichbarkeit Fahrrad: 1,9
- Erreichbarkeit zu Fuß: 2,1

Zum Ortskern Hesel wurden 100 verkehrliche Verbesserungsvorschläge gemacht, zum Standort Im Brink 74. Über beide Standorte hinweg können viele der Vorschläge der Reduzierung des Verkehrsaufkommens auf der B 72, beispielsweise im Rahmen einer Ortsumgehung, zugeordnet werden. Dabei wird auch die Zufahrt zum Standort Im Brink als verbesserungswürdig angesehen. Ebenfalls besteht der Wunsch nach besseren Parkmöglichkeiten im Ortskern an der Hauptstraße. Grundsätzlich ist zudem eine attraktivere Busanbindung in die Gemeinden und Ortsteile gewünscht. Auch der nicht vorhandene Radweg entlang der B 72 wird angesprochen.

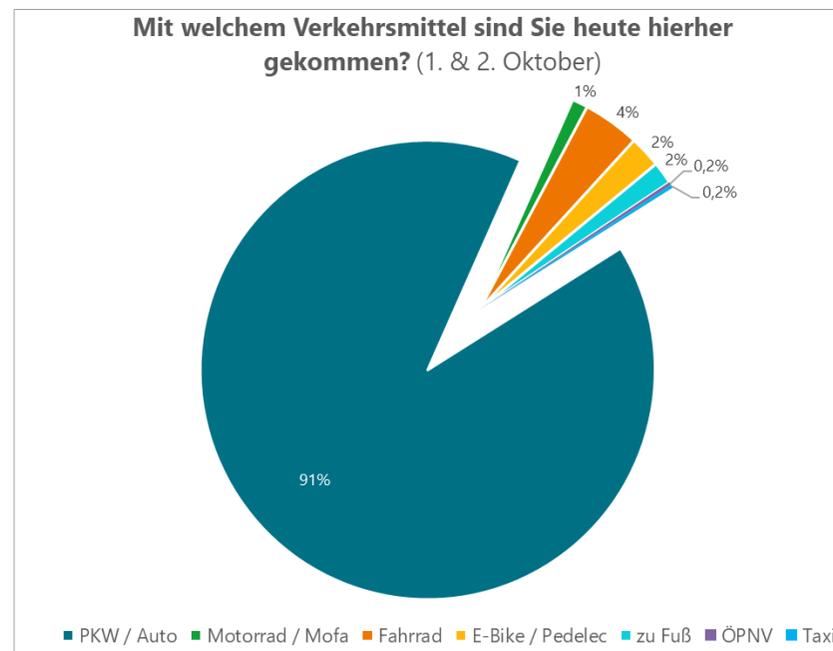
Kundenherkunftsbefragung am Standort Im Brink in Hesel

Wie dargestellt lag bei der Kundenherkunftsbefragung am Standort Im Brink vor dem Combi-Markt der Anteil der angetroffenen Kunden aus dem Samtgemeindegebiet von Hesel bei 62 %, wovon auf die Gemeinde Hesel

selbst 39 % entfallen. Dieser Anteil entspricht auch in etwa der Einwohnerverteilung in der Samtgemeinde.

Über alle Befragten hinweg sind 91 % mit dem Pkw angereist, 4 % mit dem Fahrrad, 2 % mit dem E-Bike/Pedelec, 2 % zu Fuß, 1 % mit dem Motorrad/Mofa und 0,4 % mit sonstigen Verkehrsmitteln (Bus/ÖPNV und Taxi). Somit lag bei dieser Befragung der Anteil an Pkw-Nutzern im Verhältnis zu den anderen Verkehrsmitteln etwas höher als bei der Frage nach der Verkehrsmittelwahl für den Besuch des Standorts im Brink im Rahmen der Online-Befragung, ähnelt dieser aber im Grundsatz. Zu erklären ist der Unterschied mit der expliziten Befragung von Personen, die einen Einkauf erledigen sowie der Struktur des Combi-Marktes als Verbrauchermarkt mit einem durchschnittlich größeren Ausgabebetrag Je Einkauf.

Abb. 67: Kundenherkunftsbefragung: Verkehrsmittelwahl

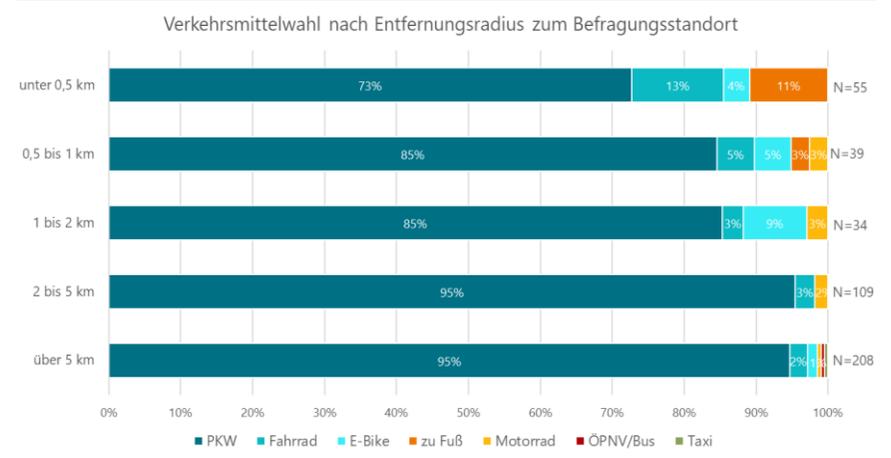
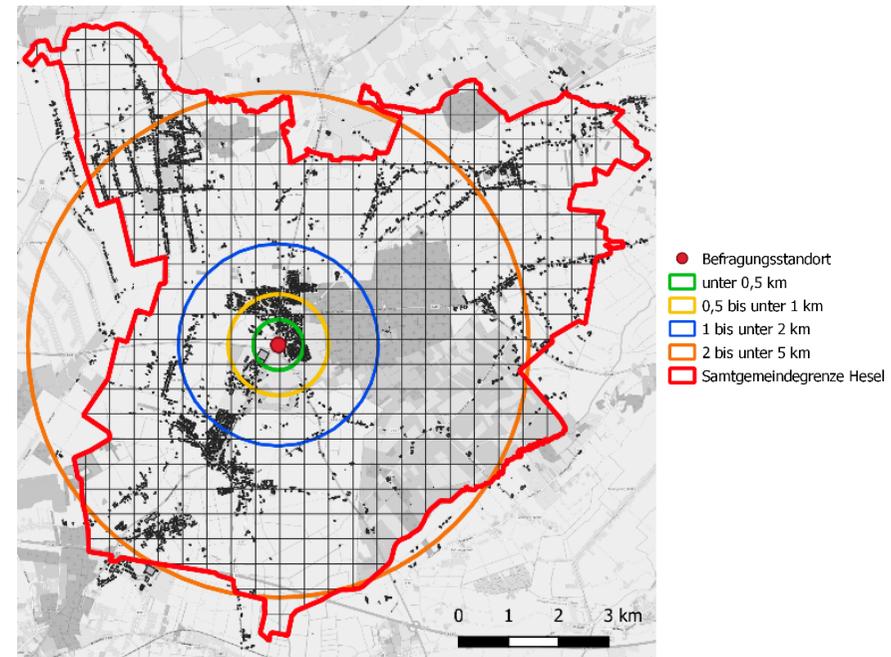


Quelle: cima 2020, n=445

Im Vergleich zu Einkäufen des täglichen Bedarfs in vergleichbaren Regionen gemäß der Studie ‚Mobilität in Deutschland‘ ist bei der Kundenherkunftsbefragung in Hesel der Pkw-Anteil größer und der Anteil des Umweltverbundes geringer. So verwenden gemäß der Studie 76 % den Pkw, 16 % gehen zu Fuß und 6 % nutzen das Fahrrad. Dies ist insbesondere auch auf die weiträumige Struktur als Samtgemeinde zurückzuführen, da dadurch viele Personen außerhalb der Gemeinde Hesel in der Samtgemeinde und darüber hinaus längere Wege in den zentralen Ort zurücklegen müssen. So zeigt die Befragung nämlich beispielsweise, dass die Pkw-Anteile bei Einwohnern der Samtgemeinde (88 %), der Gemeinde Hesel (83 %) und dem Hauptort Hesel (79 %) jeweils niedriger als bei allen Befragten ausfallen.

Dies wird auch verstärkt in der Auswertung der Verkehrsmittelwahl nach Entfernung vom Einkaufsstandort im Brink deutlich (vgl. Abb. 68). Bei den Kunden innerhalb einer Entfernung von unter 0,5 km liegt der Pkw-Anteil noch bei 73 % und im Gegensatz dazu bei einer Entfernung von über 5 km bei 95 %. Nichtsdestotrotz fällt gerade im Vergleich zur Studie ‚Mobilität in Deutschland‘ auf, dass der Anteil des Umweltverbundes in Hesel unterrepräsentiert ist. Neben der entfernungsbedingten Verkehrsmittelwahl zeigt sich dies auch an der durchschnittlichen Entfernung. So wohnen zwar immerhin 55 Kunden innerhalb von 0,5 km, fast die Hälfte (47 %) der 445 Kunden legt aber auch Entfernungen von über 5 km zurück.

Abb. 68: Kundenherkunftsbefragung: Verkehrsmittelwahl nach Entfernung



Quelle: cima 2020 (Basis Entfernungsanalyse: Mittelpunkte der Raster)

Zwischenfazit

Festzuhalten ist abschließend, dass der Pkw für den Einkaufsverkehr in der Samtgemeinde Hesel das dominante Verkehrsmittel ist, insbesondere für die nicht direkt am zentralen Einkaufsstandort Im Brink wohnende Bevölkerung. Somit trägt der Einkaufsverkehr auch zu der hohen Verkehrsbelastung auf der B 72 in der Gemeinde Hesel bei. Darüber hinaus zeigt sich in der Verkehrsmittelverfügbarkeit und auch der Nutzung ein nicht zu vernachlässigendes Potenzial des Fahrradverkehrs, sodass das Verkehrskonzept auch dies in der Bereitstellung von Abstellanlagen und der sicheren sowie direkten Wegeführung berücksichtigen sollte.

10.5 Abgeleitete Empfehlungen zum zukünftigen Verkehrskonzept der Gemeinde Hesel im Kontext der Einzelhandelsentwicklung

Nachfolgend werden auf Basis der vorstehend dargestellten verkehrlichen Rahmendaten und Befragungserkenntnisse Empfehlungen zum zukünftigen Verkehrskonzept in der Gemeinde Hesel abgeleitet, die im Zusammenhang mit der Einzelhandelsentwicklung stehen. Hierbei werden sowohl die bestehende Struktur als auch konkrete Planvorhaben berücksichtigt.

Mit Blick auf die Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur in der Samtgemeinde ist ein stark aufgestellter zentraler (Einkaufs-)Ort Hesel bezüglich des Verkehrs grundsätzlich zu begrüßen. In Hesel als größter Gemeinde wohnen mit 4.553 Einwohnern mehr als ein Drittel aller Einwohner der Samtgemeinde Hesel (10.822 Einwohner). Auch durch das Bauprojekt Hesel Süd-West ist hier mit einem Anstieg der Einwohner und des Anteils zu rechnen. Zudem liegt die Gemeinde Hesel relativ zentral in der Samtgemeinde, sodass die Standorte aus allen Mitgliedsgemeinden gut erreichbar sind. Durch einen Nahversorger in Holtland wird der südliche Teil der Samtgemeinde in der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs zusätzlich gestärkt. Die Pkw-Anbindung an einen Nahversorger ist dadurch

für fast alle Einwohner der Samtgemeinde außerhalb der verkehrlichen Stoßzeiten innerhalb von 5 Minuten gegeben (vgl. Abb. 60). Dies ist ebenso wie eine grundsätzlich auch fußläufige Nahversorgung in den einzelnen Gemeinden und Ortsteilen durch die Lebensmittelmärkte sowie das Lebensmittelhandwerk (z. B. Bäckereien) zu sichern und weiterzuentwickeln. So können zusätzliche längere Verkehrswege für kleinere Erledigungen des täglichen Bedarfs reduziert werden.

Außerdem werden in der Gemeinde Hesel durch die Lage des Nahversorgungsstandortes Im Brink innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zusätzliche Wege vermieden, da eine Kombination mit Erledigungen im Ortskern stattfinden kann. So hat auch die Online-Befragung gezeigt, dass mehr als zwei Drittel (68 %) der Befragten ihre Besuche im Ortskern und Im Brink mindestens einmal im Monat miteinander verbinden.

In der Online-Befragung wird außerdem deutlich, dass die Befragten die Erreichbarkeit des Ortskerns und des Standorts Im Brink vor allem mit dem Fahrrad und zu Fuß, aber auch mit dem Pkw, überdurchschnittlich gut bewerten. Dabei schneidet der Standort Im Brink noch etwas besser ab. Dagegen wird die Erreichbarkeit mit dem Bus/ÖPNV bei beiden Standorten nicht gut bewertet. Auch vor dem Hintergrund der in der Kundenherkunftsbefragung eher geringen Anteile des Umweltverbunds (u. a. Bus/ÖPNV, zu Fuß, Fahrrad, E-Bike/Pedelec) sollte die verkehrliche Anbindung der heutigen Einzelhandelsstandorte für den Umweltverbund gestärkt werden. Hierzu zählen sicherere und direktere Fuß- und Radwege, bessere Straßenquerungen, modernere Fahrradabstellanlagen (große Bügel, Überdachung), Ladestationen für E-Bikes/Pedelecs sowie auch für Elektroautos und mehr Busverbindungen außerhalb des Schülerverkehrs.

Dabei sollte stets aus Kundensicht und über den Einkaufsstandort hinausgedacht werden: von der Lage und Qualität der Fahrradständer, über die sicheren Einmündungen und Radwege auf den Parkplätzen, Radfahrstreifen auf den Zufahrtsstraßen bis hin zu einem Netz von attraktiven, ausgeschilderten Radwegen, die auch weiter entfernte Wohngebiete an die Nahversorgungsstandorte anbinden. Konkret existieren bspw. auf den Parkplätzen am Standort Im Brink keine Radfahrstreifen zu den

Fahrradständern, was insbesondere für ältere Menschen oder Kinder gefährlich ist. Auf der Straße selbst teilen sich Fußgänger und Radfahrer einen einseitigen Gehweg (Zweirichtungsverkehr), von der Bushaltestelle ‚Im Brink/Brinkweg‘ führt kein Fußweg zu den Märkten Aldi, Combi und Rossmann (vgl. Abb. 62, links unten).

Da das Radfahren entlang der B 72 durch den Ortskern von Hesel aufgrund der hohen Verkehrsbelastung unattraktiv ist, empfiehlt es sich zur Förderung des Radverkehrs, parallellaufende Alternativrouten zu ermöglichen, auszuschildern und bekannt zu machen. Für die westlichen Siedlungsteile von Hesel besteht eine Verbindung zum Standort Im Brink über die Straße Knippelkamp sowie den Ostfriesland-Wanderweg. Für eine sichere Überquerung der B 72 sorgt eine Bedarfsampel Höhe Lienemanns Hörwelt (vgl. Abb. 69).

Abb. 69: Bedarfsampel an der B 72



Foto: cima 2020 (Blick entlang B 72 Höhe Knippelkamp Richtung Süden)

Direkt östlich an den Nahversorgungsschwerpunkt Im Brink gelegene Wohngebiete sind über die Tempo-30 Straßen Mühlenweg und Falkenstraße angebunden. Für die nördlich anschließenden Wohnlagen empfiehlt sich die Fortführung einer direkten Fahrradrouten, bei entsprechender Querungshilfe auch über die Oldenburger Straße hinaus. Hierbei bieten

sich ergänzende Bürgerbeteiligungsformate an, um die Ausgestaltung nutzergerecht und eine hohe Akzeptanz sicherzustellen.

Im Zusammenspiel der genannten Maßnahmen kann im Einkaufsverkehr und auch darüber hinaus eine wünschenswerte Änderung des Modal Split in Richtung Fuß- und Radverkehr erreicht werden. Hierdurch würde zugleich eine Optimierung und Verstetigung des Verkehrsablaufs des MIV und der Infrastrukturauslastung inklusive der Parksituation erreicht. Damit würde gleichzeitig ein positiver Umwelt- und Klimaeffekt erzielt.

Zudem könnten versuchsweise Modelle entwickelt werden, um für den ÖPNV in Hesel verlässliche und ggf. auch bedarfsorientierte sowie flexible Angebote (z. B. Ride-Sharing/Rufbus per App) zu schaffen, um die Erreichbarkeit der Standorte des Einzelhandels auch ohne den Pkw zu verbessern. Dies ist zumindest für ausgewählte Tageszeiten, an denen besonders viele Kunden zum Einkaufen in und nach Hesel unterwegs sind, denkbar. Eine Umsetzung derartiger Maßnahmen würde mit den Zielen und Grundsätzen des LROP 2017 Niedersachsen im Einklang stehen.

Bewertung der Planvorhaben aus verkehrlicher Sicht

Vor dem Hintergrund der verkehrlichen Rahmenbedingungen werden für die Planvorhaben und Entwicklungsideen (vgl. Kapitel 8) folgende Empfehlungen ausgesprochen.

Eine diskutierte Erweiterung des **Lebensmitteldiscounters Lidl** sollte auch aus verkehrlichen Gesichtspunkten am etablierten Standort oder innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs stattfinden. Dies würde weiterhin Kopplungskäufe auch ohne Umparken des Pkw ermöglichen. Ein Umzug in den Ortskernbereich von Hesel könnte die Nahversorgungsfunktion deutlich stärken, da mehr Einwohner in einem fußläufigen Einzugsbereich liegen. So bestünden Wachstumspotenziale bei den Kundenanteilen, die zu Fuß oder mit dem Rad kommen, wie der Vergleich in Abb. 66 zeigt. Eine positive Veränderung des Modal Split und Verkehrsreduzierung wären die Folge. Aus Betreibersicht jedoch sprechen die Synergieeffekte der Einzelhandelskonzentration Im Brink sowie fehlende Bauflächen im Ortskern eher gegen eine dortige Verlagerung.

Das städtebauliche **Entwicklungskonzept Hesel Süd-West** sieht neben einer großen Gewerbefläche auch Wohngebiete vor, die mittelfristig ca. 244 zusätzliche Einwohner beherbergen (vgl. Kapitel 8.2). Setzt man die für die Gemeinde Hesel ermittelte Quote von 0,61 gemeldeten privaten Pkw je Einwohner an, würde dies im westlichen Bereich der B 72 schätzungsweise zu einem Mehrbesatz von 149 Fahrzeugen führen. Aussagen zur verkehrlichen Erschließung lassen sich dem Konzeptentwurf nur in Ansätzen entnehmen (vgl. überlagerte Darstellung mit Luftbild Abb. 70).

Abb. 70: Konzept Hesel Süd-West



Quelle: Diekmann – Mosebach & Partner, 2020
 Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG 2021
 Bearbeitung: cima 2021

Die Straßen des Wohngebietes knüpfen nach jetzigem Planungsstand im Norden über die Straße Wassergarten an den Knippelkamp an (1), weiter nördlich an Am Ehrenmal, im Nordwesten an die Vorwerker Straße, im Südwesten vorbei an den Gewerbeflächen zur L 24 (ohne Abb.) sowie durch die Gewerbeflächen zur B 72 (3). Die Tempo-30 Anliegerstraße Knippelkamp führt nach Norden in die westlichen Siedlungsteile von Hesel Richtung Kirche und Schulzentrum, nach Osten zur B 72 (2). Dort ist bislang nur das Rechtsabbiegen zulässig, in Richtung Ortskern besteht keine Abbiegemöglichkeit (vgl. auch Abb. 71).

Abb. 71: Ausfahrt Knippelkamp zur B 72



Foto: cima 2020 (Blick aus Knippelkamp Richtung Osten/ B 72)

Unter der Annahme einer Beibehaltung der aktuellen Verkehrsführung ist zu vermuten, dass Verkehre aus dem neuen **Wohngebiet** zur Ortsmitte und nach Norden vorwiegend über Knippelkamp (vgl. Abb. 72) bzw. Vorwerker Straße, Kirchstraße und Stikelkamper Straße verlaufen werden. Fahrten nach Westen, z. B. nach Moormerland oder Emden, und in südliche Richtungen, z. B. zur A 28 nach Leer oder Westerstede, sollten

vorrangig durch die Gewerbeflächen zur L 24 bzw. zur B 72 (Abb. 70: 3) führen, um Verkehre aus dem Wohngebiet zu halten.

Bei einer Konkretisierung der Planungen für die Wohngebietserschließung sollten Aspekte der Zuwegung, des Straßenausbaus (Knippelkamp, Vorwerker Straße) und Verkehrsführung genauer betrachtet werden.

Abb. 72: Anliegerstraße Knippelkamp westlich Wassergarten



Foto: cima 2020

Die Erschließung der **Gewerbeflächen** ist laut Konzeptentwurf über eine T-Kreuzung an der B 72 (Abb. 70: 3) sowie eine nicht näher ausgeführte Zufahrt von/zur L 24 vorgesehen. In Bezug auf die Zu- und Abfahrt zur B 72 sollte geprüft werden, ob die neuen Abbiegebeziehungen über eine Lichtsignalanlage (Ampel) zu regeln sind. Nur ca. 70 m weiter nördlich liegt die Zufahrt über die Mühlenstraße zum Standort Im Brink (vgl. Abb. 73), die bislang ohne Ampel oftmals überlastet ist.

Abb. 73: Zufahrt B 72 zum Standort Im Brink



Foto: cima 2020 (Blick von B 72 nach Norden Richtung Mühlenstraße, Im Brink)

Im Zusammenhang mit der Entwicklung der Fläche Hesel Süd-West sollte daher geprüft werden, ob sich Verkehrsverbesserungen nicht durch eine gemeinsame, lichtsignalgesteuerte Kreuzung erzielen lassen. Alternativ kommt ggf. die Ausgestaltung der Einmündungen beiderseits der B 72 als Kreisverkehr infrage, der insbesondere bei mittleren Verkehrsstärken einen besseren Verkehrsfluss verspricht.

11 Zusammenfassung

Im Rahmen der vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Samtgemeinde Hesel Ende Oktober 2019 sowie Überprüfung im Dezember 2020 wurden 52 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 29.320 qm differenziert nach den in 14 Warengruppen zusammengefassten 31 Branchen erhoben. Die Verkaufsfläche je Einwohner beträgt in der Samtgemeinde im periodischen Bedarf 0,54 qm, im aperiodischen Bedarf 2,17 qm. In Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche erreicht die Gemeinde einen Wert von 2,71 qm je Einwohner und liegt damit über dem Bundesdurchschnitt.

Der jährlich erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz der Betriebe in der Samtgemeinde beträgt den Berechnungen der CIMA zufolge in Summe ca. 52 Mio. €. Dem gegenüber steht ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Gemeinde von rund 54,2 Mio. € pro Jahr, das sich aus der gemeindeschaffen Einwohnerzahl sowie den an das lokale Kaufkraftniveau angepassten einzelhandelsrelevanten pro-Kopf Ausgaben ergibt.

Die Kaufkraftabflüsse übersteigen somit die Kaufkraftzuflüsse. Dementsprechend erreicht der Einzelhandel in der Samtgemeinde Hesel insgesamt nur einen Zentralitätswert von 96. In den einzelnen Warengruppen unterscheiden sich diese Werte jedoch teilweise erheblich. Es wird deutlich, dass die Samtgemeinde ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion mehrheitlich nachkommt. In diesem Zusammenhang ist aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung vor allem der periodische Bedarfsbereich relevant, also die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Dingen des sogenannten täglichen Bedarfs. Das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ist mit einer Zentralität von 106 ausreichend vorhanden, bei den Artikeln der Gesundheit und Körperpflege ist rechnerisch der Bedarf nicht gedeckt. Eine Unterversorgung liegt jedoch aufgrund des Drogeriefachmarktes und den diversen Verkaufsflächen in den Lebensmittelmärkten nicht vor.

In den aperiodischen Segmenten erreicht die Samtgemeinde z. T. Zentralitätswerte, die für ein Grundzentrum bemerkenswert sind. Kaufkraftzuflüsse sind insbesondere bei Baumarktartikeln, Gartenbedarf, Bekleidung, Wäsche und Einrichtungsbedarf zu verzeichnen. Hier zeigt sich ein Bedeutungsüberschuss und der Einzelhandel Hesels übernimmt sogar eine gewisse Versorgung der umliegenden Bevölkerung. Das liegt z. T. an einzelnen, strukturprägenden, großflächigen Anbietern, die bei der Größe Hesels besonders ins Gewicht fallen und zeigt sich auch in der durchgeführten Kundenbefragung. Von den 447 befragten Kunden gab ca. ein Drittel an, nicht in der Samtgemeinde zu wohnen, diese stammten jedoch größtenteils aus benachbarten Gemeinden.

Im Modal Split ist der Pkw-Anteil mit 91 % stark dominierend. 4 % sind an den zwei Erhebungstagen Anfang Oktober 2020 mit dem Fahrrad gekommen, 2 % mit dem E-Bike/Pedelec, 2 % zu Fuß, 1 % mit dem Motorrad/Mofa und nur 0,4 % mit sonstigen Verkehrsmitteln (Bus/ÖPNV oder Taxi).

Bei der vierwöchigen Online-Bürgerbefragung wurden rund 100 verkehrliche Verbesserungsvorschläge zum Hesel Ortskern gemacht, zum Standort Im Brink 74. Über beide Standorte hinweg können viele der Vorschläge der Reduzierung des Verkehrsaufkommens auf der B 72, beispielsweise im Rahmen einer Ortsumgehung, zugeordnet werden. Dabei wird auch die Zufahrt zum Standort Im Brink als verbesserungswürdig angesehen. Ebenfalls besteht der Wunsch nach besseren Parkmöglichkeiten im Ortskern. Grundsätzlich ist zudem eine attraktivere Busanbindung in die Gemeinden und Ortsteile gewünscht. Auch der nicht vorhandene Radweg entlang der B 72 wird angesprochen.

Insgesamt bewerten die Befragten das Einzelhandelsangebot in der Samtgemeinde mit der befriedigenden Note 2,9.

Die Analyse der räumlichen Verteilung der Lebensmittelbetriebe zeigt, dass ein großer Teil der Wohnquartiere des Hauptortes Hesel in fußläufiger Entfernung zu mindestens einem Lebensmittelmarkt liegt. Ein weiterer Markt stellt die Versorgung in Holtland sicher. Die Nahversorgungslage kann dementsprechend insgesamt als gut beschrieben werden. Für viele Samtgemeindeteile ist aufgrund der langgezogenen Kanal- und Siedlungsstrukturen eine Abdeckung hingegen nicht gegeben.

Mit 34 von insgesamt 52 Einzelhandelsbetriebe befindet sich die Mehrheit in der einwohnerstärksten Mitgliedsgemeinde Hesel. Das Hauptgeschäftszentrum mit hervorgehobener Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion erstreckt sich entlang der B 72 zwischen Blumenstraße und Filsumer Straße und wird von der cima als zentraler Versorgungsbereich definiert.

Keine Abgrenzung und baurechtliche Schutzbedürftigkeit erlangen solitäre Fachmarkt- und Gewerbegebietsstandorte sowie sonstige dezentrale, nicht-integrierte Lagen.

Aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet wurde eine Sortimentsliste, die nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Samtgemeinde Hesel definiert. Sie erfüllt die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte und stellt neben dem zentralen Versorgungsbereich eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung dar.

Abschließend sind für die Samtgemeinde Hesel individuelle Ansiedlungsregeln formuliert, die den Standortbereichen definierte Sortimente zuordnen. Ziel ist eine Stärkung der Zentrenfunktion, der verbrauchernahen Versorgung und der Vermeidung diffuser, autoorientierter Standorte. Mit der Orientierung an den Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien sollen unternehmerische Initiativen nicht aus Hesel getrieben bzw. der Wettbewerb eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer attraktiven Bündelung von Versorgungseinrichtungen und ergänzenden Funktion wie Gastronomie, Dienstleister etc. sowie einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Samtgemeinde.

Dem Steuerungsverständnis der Raumordnung und Landesplanung nach gehören aperiodischen Waren mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus nicht zum primären Versorgungsauftrag eines Grundzentrums. Sie sollen für ein überregionales Einzugsgebiet gut erreichbar in den Mittel- und Oberzentren vorgehalten werden. Entsprechend können für Hesel nur geringe Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale abgeleitet werden. Vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Einstufung sollte es daher das übergeordnete Ziel sein, die Nahversorgung zu sichern und den Status quo in den gut ausgestatteten Branchen sowie bei den strukturprägenden Betrieben zu erhalten. Nur in wenigen ausgewählten Sortimenten besteht der Bedarf für weitere Ansiedlungen oder Erweiterungen, die ebenso wie ggf. anstehende Betriebsverlagerungen in den zentralen Versorgungsbereich Hesel oder die Potenzialflächen gelenkt werden sollten. Neben dieser Konzentration von Frequenzbringern wäre darüber hinaus förderlich, die Aufenthaltsqualität zu stärken und die Geschäftssituation in Hesel qualitativ in Hinblick auf Sortimentsvielfalt, Warenpräsentation, Ladenbau, Beratung und Service gezielt weiterzuentwickeln.

12 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende kommunale Einzelhandelskonzept für die Samtgemeinde Hesel trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitpläne der Mitgliedsgemeinden übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Samtgemeinde Hesel mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der CIMA notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde“ für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandelskonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sollte in regelmäßigen Abständen überprüft, aber nur hinreichend begründet um weitere Bereiche ergänzt werden. Eine Verkleinerung der zentralen Versorgungsbereiche ist bei Funktionsverlusten in den Randbereichen hingegen denkbar. Grundlage für die Einordnung der CIMA war die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Liste der zentren-, nahversorgungs- und nicht-zentrenrelevanter Sortimentsliste (vgl. Kap. 7.1.3) bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Heseler Sortimentsliste, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die CIMA darüber hinaus auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchungen (nach § 11,3 BauNVO), in dessen Rahmen auch die Vereinbarkeit mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept und den Zielen der Raumordnung und Landesplanung überprüft werden muss.

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Handel mit Kraftfahrzeugen. Dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z. B. Installateure, Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind (sogenanntes Handwerkerprivileg).

Um nicht Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d. h. die Bereiche, die einem akuten Ansiedlungs- oder Handlungsdruck unterliegen, genau zu bestimmen und vorrangig zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei Letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Der Ausschluss sämtlicher Einzelhandelsflächen entlang gefährdeter Bereiche ist u. U. nicht vollständig möglich und oft personell und finanziell in der Verwaltung nicht leistbar. Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für die Samtgemeinde Hesel geltende Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen noch Wettbewerber grundsätzlich eingedämmt oder verhindert werden. Vielmehr soll es aber zur gesunden Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Samtgemeinde gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies folglich Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen im Zentrum und den übrigen Einzelhandelslagen.

13 Anhang

13.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonomische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.
- Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:
 - der Attraktivität der Konkurrenzorte,
 - der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
 - der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
 - den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
 - den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffern berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research Nürnberg, ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der CIMA mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigen-

erhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Rentner, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von zurzeit

5.589 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Berechnung für das Jahr 2020).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

13.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe im Samtgemeindegebiet von Hesel durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebs ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach den folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebs.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z. B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 31 Branchen und 14 zusammengefassten Warengruppen, die in der folgenden Abbildung dokumentiert sind.

Abb. 74: cima Warengruppen

| Periodischer Bedarf |
|---|
| Nahrungs- und Genussmittel |
| Gesundheit und Körperpflege |
| Zeitschriften, Schnittblumen |
| Aperiodischer Bedarf |
| Bekleidung, Wäsche |
| Schuhe, Lederwaren |
| Bücher, Schreibwaren |
| Spielwaren, Hobbybedarf |
| Sportartikel, Fahrräder |
| Elektroartikel, Unterhaltungselektronik |
| Uhren, Schmuck |
| Optik, Akustik, Sanitätsartikel |
| Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat |
| Einrichtungsbedarf |
| Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel |

Quelle: cima 2021

13.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Die cima unterscheidet zwischen den folgenden Betriebstypen:

Fachgeschäft

- Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

Fachmarkt

- Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt

- Ca. 400 qm bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 qm und 1.400 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 qm VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche ca. 1.500 qm bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

Warenhaus

- In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

- In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

- Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Mall in einem Shopping-Center

- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

13.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs wurde erstmals in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 sind die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die **Sicherung und Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.²⁷

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale

Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion, sondern beziehen sich auf die dem zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs.2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden²⁸. Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen²⁹:

Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.“

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im

²⁷ Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13

²⁸ Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209, S. 115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S. 54

²⁹ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein..."

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus³⁰:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang.“

Das BVerwG führt dazu weiter aus³¹:

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz...Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet.“

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen

regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,

2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden³².

Ebenfalls kann ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt³³.

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,

³⁰ Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

³¹ BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

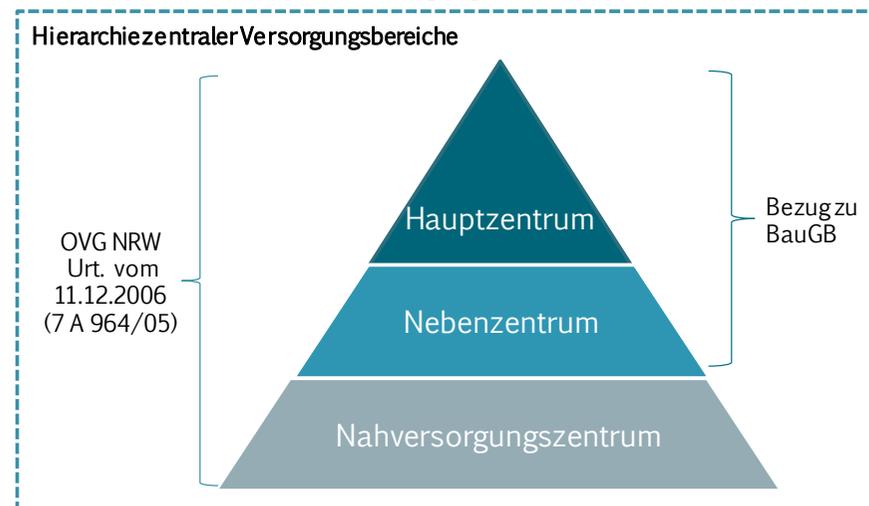
³² Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten

örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

³³ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

Abb. 75: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima 2019

Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen

Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und den übrigen Siedlungsräumen erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über zentrale Versorgungslagen, sodass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mitberücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Ggf. optimale Einbindung des ‚zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

*„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. **Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.**“*

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.³⁴ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.³⁵

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass multifunktional abgegrenzte und dezidiert in ihrer Abgrenzung begründete zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

³⁴ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

³⁵ Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

13.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen sind sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtslos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“.

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel von 10 % Auswirkungen anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen

Überlegungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage Vermutungsgrenze formuliert. Sie ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüftatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der schädlichen Auswirkungen auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu schädlichen Auswirkungen bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse³⁶.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen

³⁶ Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des Zentralen

Versorgungsbereich mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potenziell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein.³⁷

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen ‚wesentliche Beeinträchtigungen‘ darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden könnte.

³⁷ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363